

TARTU RIIKLIK ÜLIKOOI

*Kaubandusalaseid õppematerjale  
kvalifikatsioonikursustest  
osavõtjatele*  
II

TARTU 1962

A-24596

TARTU RIIKLIK ÜLIKOOI  
KAUBANDUSÖKONOOMIKA KATEEDER

*Kaubandusalaseid õppematerjale  
kvalifikatsioonikursustest  
osavõtjatele*

*II*

*Kaubanduse materiaalne baas NSV Liidus*

TARTU 1962

Тартуский государственный университет  
ЭССР, г. Тарту, ул. Оликооли, 18  
Ф. Саукс и П. Вийрес  
УЧЕБНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ТОРГОВЛЕ ДЛЯ УЧАСТНИКОВ  
КУРСОВ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ

II

Материальная база торговли в Союзе СССР  
На эстонском языке



TARTU ÜLIKOOLI  
RAAMATUKOGU

Vastutav toimetaja H. Pauts  
Korrektor E. Oja

=====

TRÜ rotaprint 1962. Trükipoognaid 6.  
Tir. 500 eks. MB 05233.Tell. nr. 785.

Hind 18 kop.

## EESSÕNA.

"Nõukogude kaubanduse materiaalne baas"<sup>1</sup> on üheks tähtsamaks ja huvitavamaks teemaks nõukogude kaubandusökonoomika kursuses. Tänapäeval, NLKP XXII kongressi otsuste valgusel, on ta ka väga suure aktuaalsusega. Et aga samaaegselt kokkuvõtlik kõiki materiaalse baasi küsimusi käsitlev õppevahend puudub ja üksikute probleemide käsitlemine on laiali pillatud paljudes ajakirjades, siis pidas kaubandusökonoomika kateeder otstarbekaks anda välja mainitud õppevahend. Esijoones on see ette nähtud kasutamiseks ENSV Kaubandusministeeriumi ja ETKVL-i juhtivate töötajate täienduskursuste õppevahendina, kuid sobib kasutamiseks ka TRÜ Majandusteaduskonna kaubandusharu üliõpilastele.

Teema "Nõukogude kaubanduse materiaalne baas" sisaldab teatavasti järgmisi allosi:

1. Materiaalse baasi mõiste ja olemus.
2. Jaekaubandusvõrk ja selle planeerimine.
3. Ladude võrk ja selle planeerimine.
4. Kaubandusvõrgu tehniline varustatus.
5. Põhifondide taastootmine kaubanduses.
6. Kapitaal mahutuste majanduslik efektiivsus.

<sup>1</sup> Praktikas juurdunud termin "materiaalne tehniline baas" on kohmakas ja pole samaaegselt sisult sugugi täpsem kui "materiaalne baas". Seetõttu on Majandusteaduskonnas asutud seisukohale kasutada viimati nimetatud terminit. Pealegi on seda hakatud kasutama ka juba venekeelses majandusalases kirjanduses (vt. Н.Н. Рязов, Н.П. Тителбаум, Статистика торговли, Госстатиздат, 1961).

Käesolev töö haarab peale sissejuhatava osa (materiaalse baasi mõiste ja olemus) "Jaekaubandusvõrk ja selle planeerimine" ning "Kapitaalmahutuste majandusliku efektiivsuse määramisest kaubanduses". Viimases osas on antud põhiliselt kapitaalmahutuste majandusliku efektiivsuse kindlaksmääramise probleemi teoreetiline käsitus, lähtudes väljatöötatud tüüpmetoodikast (vt.lk. 84 ). Teadusliku diskussiooni käiku antud küsimuse kohta käesolevas töös ei ole käsitletud.

Sissejuhatav osa ning "Jaekaubandusvõrk ja selle planeerimine" on koostatud dotsent F.Sauksi poolt. Viimase osa "Kapitaalmahutuste majandusliku efektiivsuse määramisest kaubanduses" koostas P. Viires.

Teema "Nõukogude kaubanduse materiaalne baas" ülejäänud osi käsitletakse järgmistes väljaannetes.

Autorid.

# MATERIAALSE BAASI MÕISTE JA OLEMUS. •

## 1. MATERIAALSE BAASI JA PÕHIFONDIDE MÕISTE.

Selleks, et kaubandus saaks varustada elanikke tarvetele vastavate kaupadega, peab tema käsutuses olema küllaldaselt laoruume vastavate seadmetega, piisav veopark ja küllalt arvukas regionaalselt õigesti paigutatud jaevõrk vajaliku sissustusega. Kogu seda kaubanduses vajalike asjaliste vahendite kogumit, mille kaudu organiseeritakse kaupade voolus ja suunatakse need elanikkonnale, nimetatakse kaubanduse materiaalseks baasiks. Viimane koosneb oma asjastunud ehk naturaalses vormis ehitustest, kaubanduslikust inventarist, külmutusseadmetest, transpordivahenditest jne. Kõigi nende vahendite olemasolu on käibesfääris toimuva tööprotsessi eelduseks. Nad kujutavad kaubanduslike operatsioonide läbiviimiseks vajalikke töövahendeid.

Töövahendite erakordselt suur tähendus tööprotsessis ilmneb tema funktsioonis suurendada töötootlikkust. Tööjõud muutub seda tootlikumaks, mida rohkem ja paremaid töövahendeid rakendatakse käibesfääris. Nende abil on teatava kindla ajaühiku jooksul võimalik transportida, laondada, sortida ja müüa üha suurem hulk kaupu. Rakendatavate töövahendite kasvav hulk või suurenev võimsus kaubanduses on eelduseks arvuliselt muutumata tööjõu töötootlikkuse suurendamisega samaks jääva ajavahemiku jooksul müügiks ette valmistada ja müüa üha suurenev hulk kaupu.

Kõik need igat liiki töövahendid väikeinventarist kuni hooneteni, kaasa arvatud ka seadmed ja kaubanduslik sissesea-

de, moodustavadki kaubanduse materiaalse baasi, sõltumata sellest, kas need kuuluvad kaubandusorganisatsioonidele endale või on tema poolt üüritud. Sellega on aga materiaalse baasi mõiste laiem kui kaubanduse põhifondide mõiste. Viimati nimetatu on see osa materiaalsest baasist, mis on antud kaubandusettevõtete bilanssi omavahenditena nende töövahenditeks ja mida nad kasutavad kui omanikud. Sellest tuleb eraldada veel nn. kiirelt kuluvad ja väikese väärtusega töövahendid, mida pole otstarbekas kas nende lühikese kasutamise ja (alla aasta) või väikese väärtuse tõttu (maksumusega alla 50 rbl.) arvata põhifondide hulka.

Järelikult on nõukogude kaubanduse materiaalne baas tunduvalt suurem kui kaubanduse põhifondid. Eriti suur on üüritud ruumide ja seadmete osa. On küllaldane märkida, et NSV Liidu hulgikaubandusvõrgust paiknes 1960.a. 55% üüritud ruumides, Eesti NSV-s - 41,5%. Jaekaubandusvõrgus on üüritud ruumide osa veelgi suurem. Seda ei tohi unustada kaubandusorganisatsioonide materiaalse baasi kasutamise analüüsil. Kui see haarab ainult põhifondi (nagu see praktikas enamasti esineb), mitte aga kogu materiaalse baasi, siis üldiselt on nende ettevõtete näitajad tunduvalt paremad, kus üüritud töövahendite osatähtsus materiaalses baasis on kõrge.

Mis puutub nõukogude kaubanduse põhifondidesse, siis moodustavad nad ühe osa sotsialistliku majanduse põhifondidest. Nende vajaduse rahvamajanduses määravad nõukogude kaubanduse funktsioonid, s.t. nad teenindavad kaupade vastuvõttu, hoidmist, transportimist ja väljastamist. Sellega erinevad nõukogude kaubanduse põhifondid sotsialistliku tööstuse ja põllumajanduse omast, mida kasutatakse põhiliselt kaupade tootmise protsessis.

Kaubanduse põhifondid erinevad ka tema ringlemisfondidest. Viimased, koosnedes oma naturaalses vormis kaupadest, materjalidest, töövahenditest jne., teenindavad ühekordselt kaubakäivet, põhifondid aga pikemat aega (rohkem kui aasta) korduvalt. Erandi moodustavad ringlemisfondide hulka arvatud kiiresti kuluvad esemed ja väikese väärtusega inventar, mida kustutatakse kaubandusorganisatsiooni bilansis aasta möödu-

misega.

## 2. PÕHIFONDIDE OLEMUS JA LIIGID SOTSIALISTLIKUS KAUBANDUSES.

Sotsialistliku kaubanduse põhifondid erinevad oma sotsiaal-ökonoomilise olemuse poolest printsipiaalselt kapitalistliku kaubanduse püsivkapitalist. Kapitalistlikus kaubanduses on töötajad kui töölisklassi või mõnda teise töötajate kihti kuulujad eraldatud töövahenditest kapitalistliku omandi kaudu. Nemad suhtuvad seetõttu kaubanduse püsivkapitalisse kui võõrasse ühiskondlikku jõusse.

Kapitalistlik ratsionaliseerimine ja kaubandusprotsesside edasiarenev mehhaniseerimine ning automatiseerimine niimoonopoolsetes ettevõtetes kui ka mitte monopoliseerunud kapitalistlikus kaubanduses süvendavad tööliste ja teenistujate ekspluateerimist.

Kapitalistlikus kaubanduses areneb püsivkapital anarhiselt, sõltuvalt sellest seisundist, mis kaubandusettevõttel või kontserni liitunud ettevõttel on turul, samuti sõltuvalt ka kasumimassist ja reast teistest tingimustest kapitalistlikus majanduses. Kapitalistlikud tootmissuhted takistavad seejuures ühiskondlikus ulatuses ettenähtud, pidevalt jätkuvat tehnilist arengut kaubanduses, mis vastab rahva parema teenindamise huvidele ja loob kaubandustöötajatele kergemad töötingimused. Sellal, kui monopoliseerunud sisekaubandus, kuhu kuulub kapitalistliku kaubanduse kõigist ettevõtetest väike osa, käsutab kõige moodsamaid töövahendeid, on paljud väikesed kaubanduskäitised, esijoones tööliskvartalites ning maal, tehniliselt maha jäänud ja primitiivselt sisustatud.

Kaubanduse püsivkapitali areng kiirendab kapitali kontsentreerumis- ja tsentraliseerimisprotsessi, tugevdab ühelt poolt kaubanduskontsernide monopolset seisundit ja viib teisalt väikesed ja keskmised mitte monopoliseerunud hulgi- ja jaekaupmehed järjest suuremasse sõltuvusse kontsernidest.

Sotsialistliku kaubanduse põhifondid on sotsialistlik omand, kas riiklik üldrahvalik või koopera-

tiivne omand. Seejuures toimub riikliku ning kooperatiivse kaubanduse põhifondide plaanipäraselt kindlaksmääratud arendamine. Oma väljenduse leiab see suurte kaubandusorganisatsioonide loomises, samuti ka kaubandusvõrgu spetsialiseerimises, tüpiseerimises ja müügivormide kujundamises ühiskondlike huvide alusel.

Kaubandustöötajate ja elanikkonna laiade hulkade suhtumine sotsialistliku kaubanduse põhifondidesse ja selle majandusharu teaduslik-tehnilistesse edusammudesse on sootuks teisel ühiskondlikul alusel kui kapitalismis. Sotsialistliku kaubanduse põhifondide kasutamise siht ja nende areng kattuvad ühiskondlike ja töötajate isiklike huvidega, sest sotsialistliku kaubanduse põhifondide kasv tähendab elanikkonna kaubandusliku teenindamise parandamist, töö organisatsiooni taseme ja töötootlikkuse tõstmist koos käibekulude kokkuhoiu ja kaubandustöötajate töökergendamisega. Nende majanduslike tingimuste mõjul laieneb nii kaubandustöötajate kui ka elanikkonna laiade ringide hulgas üha rohkem teadlikkus oma vastutusest neile usaldatud rahvavara puutumatus ja tehnilis-teaduslike edusammude juurutamise eest sotsialistlikus kaubanduses.

Kuna kaubanduses kasutatavate põhifondide koossesus esineb kõige mitmekesisemaid esemeid, mis erinevad üksteisest nii otstarbalt, tarvitamiskestuselt kui ka tähtsuselt käibe-protsessis, siis on vajalik neid rühmitada. Kaubandusökonoomikas on tänapäeval kõige rohkem levinud järgmine põhifondide liigitus:<sup>1</sup>

Toodud liigitust kasutavad NSV Liidu tuntumad kaubandusökonoomika teoreetikud nagu prof. M.M. Lifits (vt. Экономика советской торговли, Госторгиздат 1955, lk. 340) P.V. Pirogov (vt. Экономика советской торговли, Госторгиздат 1959, lk. 278, B.J. Gogol (vt. В.И. Гогол Экономика советской торговли, Госторгиздат 1960, lk. 280), B.D. Klimenko, I.S. Himenko (vt. Материально-техническая база советской торговли, Заочный институт советской торговли, Москва, 1959, lk. 3) ja rida teisi. Selle rohkem levinud liigituse kõrval esineb aga ka põhifondide teisi liigitusi. Nii näiteks liigitavad N.N. Rjausov ja N.P. Titelbaum põhifondid 7 liiki (vt. Н.Н. Рязов, Н.Н. Тителбаум, Статистике торговли, Госстатиздат 1961, lk. 279 jj.), Saksa DV teoreetik W. Heinrichs sootuks omamoodi (vt. W. Heinrichs, Ökonomik des Binnenhandels in der DDR, Berlin 1961, lk. 472 jj.) jne.

1) ehitused jaekaubandusele kaupade jaemüügiks (kauplused, poed, kioskid, sööklad jne.);

2) ehitused hulgi- ja jaekaubandusele kaupade hoidmiseks ja säilitamiseks (mitmesugused laod, hoidlad, baasid jne.);

3) kaubanduslik sisseseade ja inventar kaubandus- ja toitlustustevõtetele;

4) kaubandusorganisatsioonide transpordivahendid.

Peale mainitute sisaldab nõukogude kaubanduse põhifond veel tootmiskäitiste ja abimajandite ehitusi ja sisseseadeid ning rida kultuur-olustikulisi ja õppemäärangulisi fonde, nagu elamuehitused, klubid, õppeasutuste sisseseaded, lasteaiad, lastesõimed, puhkekodud jne.

Edasises käsitluses vaatleme üksnes kolme eelkõige nimetatud põhifondide liiki, sest need teenindavad vahetult kaupade käibeprotsessi.

### 3. MATERIAALSE BAASI ARENGU SEADUSPÄRASUSI SOTSIALISTLIKUS KAUBANDUSES.

Nõukogude kaubanduse materiaalse baasi arengu seaduspärasuste mõistmiseks tuleb meenutada sotsialistlikus rahvamajanduses kehtivat ühiskondliku töötootlikkuse pideva kasvu seadust. See majandusseadus nõuab kaubanduses elava ja asjas-tunud töö järjekindlat vähendamist arvatatuna käibeühiku kohta samaaegse kaubandusliku teenindamise paremustamisega. See aga eeldab kaubanduse materiaalse baasi igakülgset arendamist koos kaubandustöötajate teadlikkuse ja kvalifikatsiooni tõstmisega.

Kaubanduse materiaalse baasi laienemise seaduspärast protsessi iseloomustab põhifondide pidev kasv käibesfääris. See ulatus NSVL-is 1. jaan. 1960.a. 7,4 miljardi rublani,<sup>1</sup> ületades põhifondide sõjaeelse suuruse rohkem kui 2 korda.

Põhifondide kasv on tähtsaks eelduseks kaubakäibe edasisel laiendamisel ja elanike kaubandusliku teenindamise paremustamisel. Sellega luuakse võimalused töötootlikkuse suurendamiseks, töötajate tööttingimuste kergendamiseks ja müügikul-

<sup>1</sup> Народное хозяйство СССР в 1960 году, Госстатиздат 1961, лк.86.

tuuri tõstmiseks. Kui põhifondide kasvu tempo möödub töötajate arvu kasvust, siis langeb igale töötajale üha enam põhifonde. Sellega suureneb kaubakäibeks kulutatud töö koguhulgas asjastunud töö osa. See protsess nõukogude kaubanduses nähtub järgmistest andmetest. 1940.a. tuli NSVL-is iga kaubandustöötaja kohta põhifonde natuke vähem kui 1100 rbl., 1960.a. oli aga nende suurus juba 1580 rbl. töötaja kohta.

Mõlemad esitatud näitarvud - põhifondide kasv ja nende osa suurenemine ühe kaubandustöötaja kohta - iseloomustavad materiaalse baasi arenemise k v a n t i t a t i i v s e t k ü l g e, näidates kaubanduses olemasoleva põhifondi hulga dünaamikat. Selle kõrval on oluline jälgida ka materiaalse baasi k v a l i t a t i i v s e t k ü l g e. Viimane näitab kaubanduse tehnika arengut, s. t. põhifondide tehnilist seisundit, selle kasutamistaset, rakendatud kaubandusmeetodeid, töö organiseerimise taset jm.

Materiaalse baasi kvalitatiivse külje arengu seaduspärasus tuleb sotsialistlikus kaubanduses nähtavale järgmistes suundades:

1. Töövahendite pidev täiustamine nende jõudlusvõime tõstmise, ökonoomsuse ja kasutamise kindluse seisukohalt. See haarab nii töövahendi süstemaatilise uuendamise tervikuna kui ka agregaadi üksikute detailide, osade jne. uuendamise. Seejuures on tähtsaks eelduseks kaubandusele töövahendeid tootvate tööstusharude teaduslik-tehniliste edusammude tempo.

2. Kõigi tööprotsesside ratsionaliseerimine. See on kõige tihedamalt seotud töövahendite hulga kasvuga, nende pideva täiustamisega, töötajate kvalifikatsiooni tõstmisega ja töö organiseerimise paremustamisega.

3. Tööprotsessi mehhaniseerimine, s. t. käsitsitöö asendamine mehhanismide tööga. Töömahukate protsesside mehhaniseerimine, eriti hulgikaubanduses ja seoses kaupade kulgemisega, tõstab kaubanduses tunduvalt töötootlikkust, loob kergemad töötingimused töötajatele ja võimaldab laiendada kaubakäivet ühe ettevõtte kohta. Koos sellega tekivad soodsad eeldused kaubanduse majandusliku tegevuse parandamiseks (kulude alanda-

mine, käibekiiruse suurendamine, kasumi tõstmine jne.). Tööprotsessi mehhaniseerimisel võib eraldada järgmisi astmeid:

a) väikemehhaniseerimine. Sellega kergendatakse käsitsitööd mehhaniseeritud tööriistade või väikeste seadmete kasutamise (mehhaniseeritud käsitsitöö);

b) osaline mehhaniseerimine. See tähendab mehhanismide ja masinate rakendamist, millega asendatakse kas käsitsitöö või mehhaniseeritud käsitsitöö;

c) täielik mehhaniseerimine. Selle all mõistetakse tööprotsessi kõigi üksteisega seoses olevate operatsioonide (näiteks kaupade sissetulek, laondamine, laosisene transport, kaupade väljamine) mehhaniseerimist üksteist täiendavate masinate süsteemiga;

d) automatiseerimine. See on mehhaniseerimise kõrgem aste ja seisneb isetöötavate masinaautomaatide rakendamises. Kaubanduses on automatiseeritud mõned tööprotsessid, näit. kaupade müük (müügiautomaadid jaekaubanduses, laondamine (täielikult automatiseeritud kliimaseadmed, kaupade pakkeautomaadid jne.), arveldused jne.

Kõiki neid kaubanduse materiaalse baasi kvalitatiivse külje arengut iseloomustavaid nähteid esineb rohkesti NSV Liidus. Kaubandusvõrku varustatakse järjest rohkem poolautomaatsete singilõikajatega, motoriseeritud lihatükeldajatega, leivalõikajatega, külmutuskappidega, jahutusmehhanismidega, automaatkaaludega. Viimastel aastatel on hakatud kasutama järjest rohkem kaubamüügiautomaate, fassonneerimisautomaate, täielikult automatiseeritud arvutusmasinaid jne.

Materiaalse baasi kvalitatiivse külje areng ei toimu aga iseendast, vaid pidevas võitluses tehnilise konservatiivsuse, töö rutiinsuse ja endaga rahulolu vastu. Töövahendite kvaliteedi edasine parandamine nõuab olemasoleva kaubandustehnika ja töö organisatsiooni kriitilist järelevaatust ning selle kõrvutamist rahvusvaheliselt eesrindliku kaubandustehnikaga.<sup>1</sup> Töövahendite rahvusvahelise taseme määrab nende töötlemise

<sup>1</sup> Rahvusvaheliselt eesrindliku kaubandustehnika kohta leidub rikkalikult materjale iga kuu ilmuvas ajakirjas "Торговля за рубежом".

kvaliteet, käsitlemise mugavus, otstarbekus, jõudlusvõime, kujundatus ja tootmiskulud.

Teaduslik-tehnilisi saavutusi on võimalik kaubanduse materiaalse baasi kvaliteedi tõstmiseks edukalt juurutada ainult siis, kui kasutatakse täielikult töötajate, eriti kommunistlike brigaadide, ratsionaliseerijate ja leidurite initsiatiivi. Ühtlasi on järjest suurema tähtsusega ka tihe plaanipärane koostöö sel alal teiste sotsialismi leeriga maadega.

Sotsialistlikule kaubandusele on iseloomulik põhifondide ratsionaalne kasutamine, s.t. põhifondide kõrge majanduslik kasutamistase. Seda iseloomustab ettevõtte kõigi põhifondide suhe käibesse või põhifondi üksikute liikide suhe saavutatud jõudlusesse, milleks seda põhifondi kasutatakse. Praktikas leiab kasutamist ka vastupidine näitaja, s.t. jõudluse hulk põhifondide maksumuse iga rubla kohta.

NSVL-is rakendati 1940.a. iga 1000 rublase jaekäibe kohta 205 rubla väärtuses põhifonde, 1960.a. aga 94 rubla väärtuses, järelikult põhifondide kasutamistase on tõusnud rohkem kui 2 korda.

Siinjuures tuleb aga märkida, et põhifondide kasutamistase näitajate dünaamika ei pea igal aastal olema pidevalt tõusev. Erinevatel kaubandusaladel on põhifondide osa erisugune ja olulised muudatused kaubandusalade tegevusmahus kajastuvad ka põhifondide kasutamistase üldises näitajas. Pealegi ei pruugi täiendavate põhifondide suunamine kaubandusse tõsta samal määral käivet. Eriti kehtib see juhtudel, kui täiendavad põhifondid parandavad müügikultuuri ja kergendavad tööd. See tõttu pole lubatav põhifondide majandusliku kasutamistase näitajaid hinnata ühekülgsest. Eriti on vajalik selgitada, millist poliitilist ja majanduslikku efekti annab saavutatud põhifondide majanduslik kasutamistase elanikkonna teenindamisel.

Mis puutub nõukogude kaubanduse materiaalse baasi edasise arendamise perspektiividesse, siis on selles suhtes täpsemad ülesanded määratletud NLKP KK ja NSVL Ministrite Nõukogu määruses 8. augustist 1960.a. "Kaubanduse edasise parandamise abinõudest". Siin on märgitud, "et nõukogude kaubanduse iga-

külgne arendamine meie maal on ka üks tähtsamaid riiklikke ülesandeid<sup>1</sup>, mistõttu tuleb aastatel 1961-1965 liiduvabariikides avada 105 000 uut kauplust 330 000 töökohaga, ehitada üldotstarbelisi kaubaladusid üldpinnaga 9 miljonit m<sup>2</sup> ja juurviljahoidlaid üldmahuga 3,5 miljonit tonni. Kõik rajatavad ettevõtted tuleb varustada moodsate kaubandustehnoloogiliste seadmetega.

Selle määruse alusel anti EKP KK ja ENSV Ministrite Nõukogu poolt 21.septembril 1960.a. määrus kaubanduse edasise parandamise abinõudest Eesti NSV-s, kus nähti ette kaubandusvõrgu edasine arendamine ja moodsa tehnika juurutamine aastatel 1961-1965.

Nõukogude kaubanduse materiaalse baasi arendamine on ette nähtud ka 20 aasta generaal-perspektiivplaanis, mis koostati NLKP uue programmi alusel. Viimases on märgitud, et "edasi areneb nõukogude kaubandus kui rahva kasvavate vajaduste rahuldamise vajalik tingimus. Kõigis meie maa piirkondades ja asulates arendatakse välja kultuurne kaubandus, rakendatakse ulatuslikult elanikkonna teenindamise progressiivseid vorme, laieneb kaubanduse materiaalne tehniline baas - kaupluste, ladude, külhoonete ja juurviljahoidlate võrk."<sup>2</sup>

<sup>1</sup> "Rahva Hääl" 9.VIII 1960.

<sup>2</sup> Nõukogude Liidu Kommunistliku Partei programm, Tallinn 1961.a. lk.86.

# JAEKAUBANDUSVÕRK JA SELLE PLANEERIMINE NSV LIIDUS.

## 1. JAEKAUBANDUSVÕRGU ARENGU PÕHIJOOINI.

Jaekaubanduse materiaalse baasi põhituumaks on müügi-kohtade võrk, mille kaudu toimub käibeprotsessi lõpetamine ja kaupade suunamine tarbimissfääri. Paljumiljoniline tarbijaskond on iga päev kokkupuutes müügikohtadega, ostes sealt oma vajadustele vastavaid kaupu. Selles ühenduses otsustavad tarbijad kaubandusvõrgu paiknemise otstarbekuse, kaubandusettevõtete ehitustechnilise seisundi, rakendatud müügivormide ja müügikultuuri, samuti ka kaupade pakkumise ja nende valiku järgi mitte ainult nõukogude kaubanduse kvaliteedi üle, vaid nad annavad samaaegselt ka hinnangu NSVL-is saavutatud majanduslike tulemuste kohta. Seetõttu on jaekaubandusvõrgu kui elanikkonnale kaupade müügi materiaalse tingimuse küsimus suure majandusliku ja poliitilise tähendusega. Arusaadav on seega Kommunistliku Partei ja Nõukogude valitsuse suur tähelepanu kõigil nõukogude kaubanduse arendamise etappidel jaekaubanduse materiaalse baasi arendamise ja tugevdamise vastu.

Sõjajärgsetel aastatel toimus koos jaekäibe suurenemisega tohutu töö jaekaubandusvõrgu arendamisel. Riiklikus ja koöperatiivses kaubanduses suurenes jaevõrk ajavahemikul 1929.-1940.a. rohkem kui 2,5 korda, ulatudes NSVL-is 1940.a. lõpul 407 204 ettevõteteni.

Suure Isamaasõja aastail vähenes kaubakäive ja hävitati suur osa kaubanduse materiaalsest baasist nendes rajoonides, mis olid langenud ajutiselt saksa okupatsiooni alla. Seetõttu oli jaevõrk 1. jaanuariks 1945.a. vähenenud 44,6%.

Sõjajärgsetel aastatel oli nõukogude kaubanduses üheks

põhiliseks ülesandeks mitte ainult taastada sõjajärgne kaubandusvõrk, vaid seda ka tunduvalt laiendada võrreldes sõjajärgsega. Toimus rohkearvuline uute kaupluste rajamine ja olemasoleva kaubandusvõrgu varustamine moodsa tehnikaga. 1. jaanuaril 1962. a. oli jaevõrgu suurus NSVL-is juba 587 514 ettevõtet.

Analoogilist pilti näeme ka Eesti NSV-s. Kaubandusettevõtete arv riiklikus ja kooperatiivses kaubanduses oli 1. jaan. 1941. a. 1840, pärast ENSV vabastamist saksa okupatsiooni alt oli riiklikke ja kooperatiivseid kaubandusettevõtteid seisuga 1. nov. 1944. 798 ja 1. jaanuaril 1962. a. oli juba 3683 ettevõtet.

Vaatamata aga jaevõrgu tunduvalt laienemisele NSVL-is, samuti ka Eesti NSV-s, tuleb seda tunnustada tarbijate kaubandusliku teenindamise seisukohalt mittepiisavaks. Nimelt jäi kaubandusvõrgu laiendamise kasvu tempo tunduvalt maha jaekäibe kasvu tempost, nagu see nähtub ka alljärgnevas tabelis (1940 = 100).

N ä i t a j a d	N S V L			Eesti NSV		
	1950	1960	1961	1950	1960	1961
1. Jaekäibe füüsilise mahu kasv %-des	110	326	335	125	372	373
2. Jaevõrgu kasv %-des	102	139	144	148	196	200

Andmetest ilmneb jaevõrgu laienemise terav mahajäämus võrreldes jaekäibega. See suurendas tunduvalt kaubandusettevõtete koormatust ning põhjustas tihti seetõttu ostjate kaubandusliku teenindamise aeglustamist. Üksikutes liiduvabariikides oli see jaevõrgu mahajäämus veelgi suurem kui NSVL-is tervikuna: ajavahemikus 1940-1960. a. suurenes Ukraina NSV-s jaekäive 3 korda, kaubandusvõrk aga ainult 22%, Valge-Venes käive 3,1 korda, kaubandusvõrk 12% jne. Kõik see kõneleb vajadusest senisest veelgi rohkem tähelepanu pöörata jaevõrgu

7 Jaevõrgu kasvu % ENSV-s on arvatud 1940. a. riikliku ja kooperatiivse kaubandusvõrgu alusel. Sellal tegutses aga ENSV-s veel rohkearvuline, ehkki tehniliselt primitiivne erakaubandusvõrk väikepoodide, kioskite kujul.

laiendamisele.

Jaevõrk koosneb mitmesugust tüüpi erineva nimetuse ja tähendusega ettevõtetest, nagu kauplustest, poodidest, kioskitest, paviljonidest, autopoodidest, kandelaudadest jne. Ühed neist on pidevalt tegutsevad ettevõtted, teisi avatakse üksnes teatud hooajaks. Ühed ettevõtted realiseerivad nii toidu- kui ka tööstuskaupu, teised aga ainult toidu- või tööstuskaupu, kolmandad aga ainult kas teatava rühma toidu- või tööstuskaupu jne. Kõigi nende mitmeladsete kaubandusettevõtete töö planeerimiseks ja hindamiseks tuleb neid klassifitseerida. Viimase aluseks on kas ettevõtte organisatsiooniline tüüp või tema kaubanduslik spetsialiseeritus.

Jaevõrk jaotatakse organisatsiooniliselt järgi:

1) statsionaarseks võrguks:

a) kaupluste ja poodide võrk,

b) väikejaevõrk (kioskid, telgid jt.);

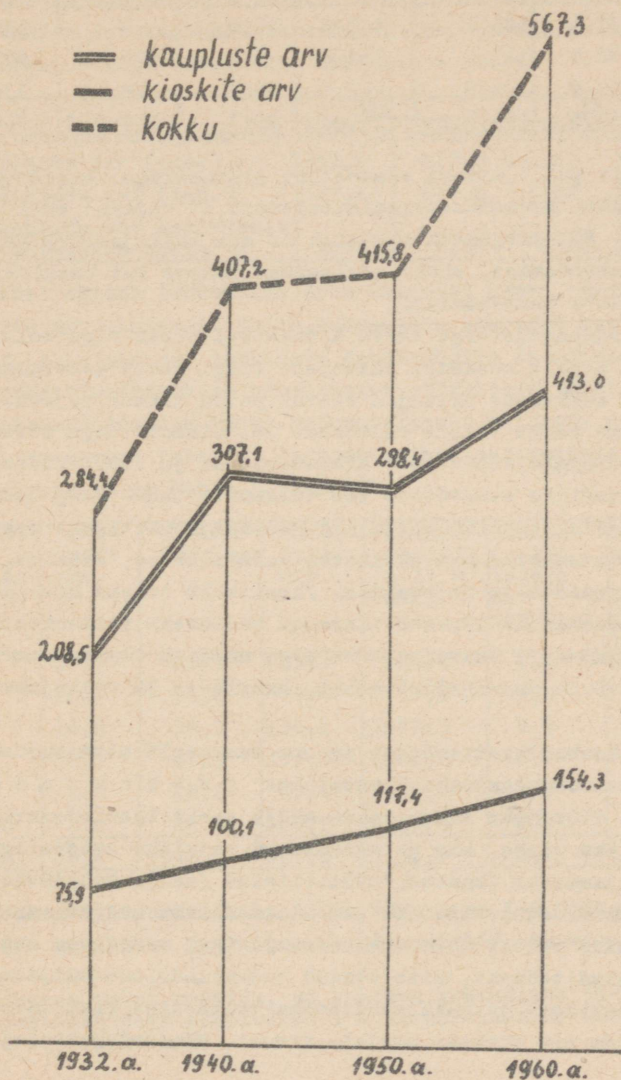
2) liikuvaks jaevõrguks (autopoed, kandelaudad jt.).

Kvaliteetse kaubandusliku teenindamise seisukohalt on olulisema tähtsusega statsionaarne kaubandusvõrk, eriti kaupluste-poodide võrk, kus kaupade müük toimub selleks spetsiaalselt sisustatud müügisaalidega. Väikejaevõrgul, samuti ka liikuvale võrgule puudub müügisaal, tihti isegi kaupade spetsiaalne hoiu koht. Seetõttu on mõistetak riiklikus ja koöperatiivses kaubanduses statsionaarse kaubandusvõrgu, eriti kaupluste-poodide võrgu domineeriv seisund jaevõrgus, nagu see nähtub ka järgmistest andmetest (vt. tabel lk. 18).

Nagu nähtub tabelist, toimub kaubandusvõrgus eriti kiire väikejaevõrgu laienemine. See suurenes ajavahemikul 1940-1960 rohkem kui 54%, sellal kui kaupluste-poodide arv kasvas umbes 34%. See tunnistab kaubandusvõrgu primitiivsemate vormide suhteliselt kiiremat arendamist, mida tarbijate teenindamise seisukohalt ei saa pidada õigustatuks.

Huvitav on ka märkida, et ENSV-s puudus 1940.a. riiklikus ja koöperatiivses kaubanduses üldse väikejaevõrk. See oli ühelt poolt seletatav nõukogude kaubanduse noorusega Eestis

# KAUBANDUSVÕRGU KASV NSV LIIDUS.



1961. - 1965. a. ehitatakse 105 000 kauplust  
330 000 töökohaga.

## Kaubandusvõrk aasta lõpul.

Aasta	NSVL (tuh. ettev.)			ENSV (ettev.)		
	kauplu- sed-poed	väike- jaevõrk	Kokku	kauplu- sed-poed	väike- jaevõrk	Kokku
1940	307,1	100,1	407,2	1840	-	1840
1950	298,4	117,4	415,8	2119	593	2712
1955	352,5	135,9	487,5	2627	728	3355
1960	413,0	154,3	567,3	2943	660	3603

ja teiselt poolt arvuka erasektori olemasoluga, mistõttu sotsialistlikud kaubandusorganisatsioonid ei vajanud veel väikejaevõrku. Sõjajärgsetel aastatel on aga väikejaevõrk ENSV-s leidnud arendamist, ehkki aeglasemas tempos kui kaupluste-poodide arvu suurenemine.

Jaekaubandusvõrgu kasvu hindamisel oleks viga selleks kasutada ainult keskmisi näitajaid riigi kohta tervikuna. Rahuldavad keskmised näitajad võivad peita ühtede rajoonide puudulikku võrku teiste rajoonide paisutatud võrgu tõttu, halvasti töötavate ettevõtete alakoormatust ja suuri käibekulusid eesrindlike ettevõtete töö tulemuste taha. Seepärast tuleb keskmisi üldliidulisi näitajaid täiendada näitajate maksimaalse diferentseerimisega üksikutes vabariikides, kraides, oblastites, linnades ja rajoonides. Järelikult tuleks kaubandusvõrgu dünaamikale täpsema hinnangu andmiseks iseloomustada teda linnades ja maarajoonides ning näidata statsionaarse ja liikuva võrgu omavahelist suhet, kaupluste ja väikejaevõrgu suhet.

Jaekaubandusettevõtted on oma suuruselt mitmesugused. Selle iseloomustamiseks kasutatakse t ö ö k o h t a d e a r v u. Töökohaks nimetatakse müüja poolt teenindatavat kaubanduslikku pinda, mis on varustatud vajalike seadmetega kaupade väljamiseks (kaalud, mõõteriistad jne.). Müügikohtade arv kaubandusettevõttes ei pea alati ühtima müüjate arvuga. Kui kauplus töötab ühes vahetuses ja igal müüjal on eraldi seadistatud töökoht, siis võrdub töökohtade arv müüjate arvule. Poolteise- ja kahe vahetusega töötavates kauplustes on töökohtade arv väiksem müüjate arvust. Mõnedel juhtudel ei

kasutada tegelikult kaupluses kõiki korrastatud töökohti, s.t. kauplustes esineb kasutamata reserve müügi laiendamiseks.

Kaubandusvõrgu suurus väljendatuna töökohtade arvus iseloomustab tunduvalt täpsemini elanikkonna kaubanduslikku teenindamist kui kaubandusettevõtete arv. Toodud tabel näitab kaubandusvõrgu dünaamikat töökohtade järgi.<sup>1</sup>

N ä i t a j a d	NSVL		ENSV	
	1955	1960	1955	1960
1. Kaupluste arv (tuh.)	352,5	413,0	2142	2943
2. Töökohtade arv (tuh.)	585,8	817,6	4752	7087
3. Töökohtade arv keskmiselt ühe ettevõtte kohta	1,66	1,98	2,22	2,41

Tabel näitab töökohtade arvu kiiremat kasvu võrreldes kaupluste arvu kasvuga. Selle tulemusena suureneb keskmine kauplus, s.t. paraneb tarbijate kaubanduslik teenindamine.

Kaubandusettevõtete rühmitamine töökohtade järgi võimaldab iseloomustada iga rühma majanduslikust küljest, nagu nähtub alljärgnevast tabelist kaubandusministeeriumidele kuuluva kaupluste võrgu kohta 1.jaan.1960:

Ettevõtte rühm töökohtade järgi	Kaupluste arv	Töökohtade arv	Töötajate arv	Jaekäibe 1959. a. IV kv. milj. rbl.	Keskmine töötajate arv töökohal	Keskmine käive (tuh.rbl. ühele töötajale kvart.
1	19,9	19,9	35,3	384,5	1,8	10,9
2	18,0	36,1	70,4	757,6	2,0	10,8
3-4	16,5	56,3	136,1	1473,3	2,4	10,8
5-7	8,3	47,9	135,3	1501,0	2,8	11,1
8-10	2,9	25,2	73,4	864,3	2,9	11,8
üle 10	2,8	62,6	166,5	2219,0	2,7	13,3
Kokku:	68,4	248,0	617,0	7199,7	2,5	11,7

Rohkem kui poolel kauplustel võrgus on 1-2 töökohta, kuid nende osa kaupluste jaekäibes on kõigest 16%. Suurimad kaup-

<sup>1</sup> Siinjuures tuleb märkida, et kehtiva aruandluse järgi on iseteenindamisega kauplustes 1 kontroll-kassiir võrdsustatud 2,5 töökohaga.

lused, rohkem kui 10 töökohaga, moodustavad ainult 4% kaupluste võrgust, kuid jaekäibest annavad nad 31%. Töötajate keskmine arv ühe töökoha kohta suureneb 1,8 töötajalt väikes-tes kauplustes kuni 2,7-2,9 töötajani suurtes kauplustes. See iseloomustab töökohtade täielikumat kasutamist suurtes kauplustes, olles teataval määral seoses nende töö suurema vahetuste arvuga. Toodud andmed näitavad ka, et suurtes kauplustes on ühe töötaja töötootlikkus kõrgem kui väikestes kauplustes. Järelikult on suuremad kauplused majanduslikult otstarbekamad võrreldes väikeste ettevõtetega. Sellega on seletatav ka kaupluste suurendamisprotsess nii linnas kui maal. Väiksemate kaupluste osatähtsus on viimastel aastatel langenud ja suuremate kaupluste (igatühes rohkem kui 5 töökohta) osatähtsus on tunduvalt tõusnud. Samaaegselt on väikestel kauplustel veel küllalt suur osa kaupluste võrgus: linnakaubanduses oli nende osa 1960.a. umbes 1/3, maal aga rohkem kui 75%. Väiksemates kauplustes on müüjate töötootlikkus tunduvalt madalam ja tihti töötavad nad kahjuga.

Väga näitlik on kaupluste rühmitus ka käibe suuruse järgi, nagu see selgub alljärgnevast tabelist NSV Liidu kaubanduse 1959.a. IV kvartali andmete alusel.

Kauplused käibe suuruse järgi kv. (1000 rbl.)	Kaupluste arv l.I.60 (1000)	Käive milj. rbl.	Töötajate arv (1000)	Ühe töö- taja kesk- mine jõud- lus kv. (1000 rbl.)
kuni 5	37,6	132,5	41,8	3,2
5-10	73,5	574,4	88,3	6,5
10-20	104,3	1545,1	150,6	10,3
20-40	78,3	2222,4	170,9	13,0
40-75	37,1	2014,2	156,6	12,9
75-150	22,2	2322,7	185,2	12,6
150-300	12,1	2692,8	211,1	12,8
üle 300	4,9	3200,7	232,4	13,8
Kokku:	370,0	14704,8	1236,9	11,9

Väikeste kaupluste osa (käibega kuni 10 000 rbl. kvartalis, s. t. vähem kui 100 rbl. päevas) moodustas kaupluste võrgus umbes 30% ja jaekäibes vähem kui 5%. Nendes kauplustes on kõige madalam töötotlikkus, kõige suuremad kaubavarud ja kõige kõrgem käibekulude tase. Suurtes kauplustes on müüjate jõudlus tunduvalt kõrgem, kaupade käibevalde kiire ja käibekulude tase madalam. Sellega on võimalik kaubandusettevõtete rühmitamisel välja tuua rida majanduslikke seaduspärasusi, mille teadmine võimaldab rakendada õigeid abinõusid materiaalse baasi paremustamiseks.

Suure tähtsusega on kaubandusvõrgu klassifitseerimine kaupanduslikus spetsialiseerituse järgi. Kaupluste spetsialiseerimine on jaevõrgu organiseerimise progressiivseks meetodiks. Kauplustel, spetsialiseerudes teatava kaubarühma või mõnede samalaadsete kaubarühmade müügiks, on rida eeliseid ostjate teenindamise paremustamisel võrreldes spetsialiseerumata kauplustega. Nendel on võimalik ostjatele pakkuda laiem kaupade valik, müüjatel spetsialiseeritud kauplustes on suuremal määral vajalikke kaubatundmisalaseid teadmisi, nad teavad paremini oma kaubarühma tarbimisväärtusi ning seetõttu on võimalised andma kvalifitseeritud konsultatsiooni ostjatele. Samadel põhjustel on spetsialiseeritud kauplus võimeline paremini uurima ostjate mitmekülgset nõudmist.

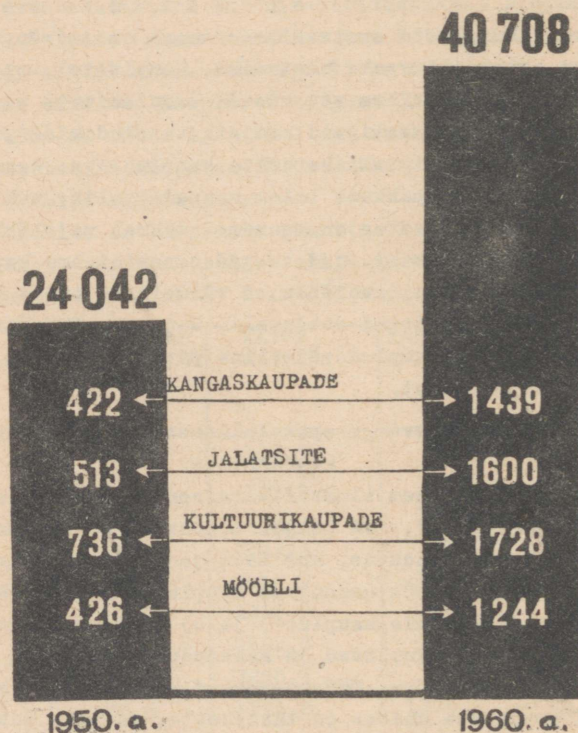
#### Kaubandusvõrgu spetsialiseeritus riiklikus kaubanduses.

Kaupluste üldisem klassifikatsioon kaubandusliku spetsialiseerituse järgi, mis hiljem tunduvalt detailiseerub, esineb riiklikus kaubanduses, kus neid jaotatakse a) toidukaupade kauplusteks b) tööstuskaupade kauplusteks (täpsem on termin "mittetoidukaupade kauplus") ja c) segakauplusteks.

Toidukaupade kauplused on kaubandusettevõtted, kus müüakse ainult toidukaupu. Tööstuskaupad kas puuduvad seal täiesti või nende osa käibes on tähtsusetu, näiteks tubakatooted, seep, tikud jt. Tööstuskaupade kauplused realiseerivad ainult tööstuskaupu ja segakauplused müüvad samaaegselt nii

SPETSIALISEERITUD  
TÖÖSTUSKAUPADE KAUPLUSTE  
ARV.

(Kaubandusministeeriumi, TVO ja ministeeriu-  
mide firma kaupluste võrk).



toidu- kui ka tööstuskaupu.

Mainitud kolm kaupluste rühma jaotatakse vastavalt nende kitsama spetsialiseerituse seisukohalt kaheks allrühmaks spetsialiseerimata ja spetsialiseeritud kauplusteks. Kui esimesed realiseerivad kas kõiki toidukaupu või tööstuskaupu, siis viimased on spetsialiseerunud ainult teatava kaubarühma müügiks, näiteks valmisriiete kauplused, majapidamiskaupade kauplused jne. Mida kitsam on seejuures kaupluse spetsialiseeritus, seda kvaliteetsem on üldiselt ostjate kaubanduslik teenindamine. Seetõttu on oluline jälgida ka kaupluste võrgu spetsialiseerimisprotsessi. Alljärgnev tabel iseloomustab seda NSVL-is ja ENSV riiklikus kaubanduses..

	NSVL (tuh.)				ENSV			
	1940	1950	1955	1960	1940	1951	1955	1960
1. Toidukaupade kauplused,	39,0	43,4	52,3	71,8	300	465	487	604
sellest spetsialiseeritud	21,8	19,1	20,5	31,5	64	151	150	281
%-des	55,8	44,0	39,2	43,8	21,4	32	31	46,5
2. Tööstuskaupade kauplused	29,8	33,9	45,1	59,2	635	488	616	710
sellest spets.	22,6	24,0	31,7	40,7	585	360	497	594
%-des	76,8	71,6	70,8	69,3	92	74	81	84
3. Segakauplused	32,2	28,8	28,7	23,7	12	42	86	33
Kokku kauplusi,	101,0	106,1	126,1	154,8	947	995	1189	1347
sellest spets.	44,7	43,4	52,4	72,5	649	511	647	875
%-des	44,2	40,9	41,6	46,9	68,5	51	54	65

Sõjajärgsetel aastatel on pidevalt suurenenud spetsialiseeritud kaupluste osatähtsus kaubandusvõrgus. Siiski ei toimu see üleliiduliselt ühtse protsessina. Nii on mõnedel aastatel toimunud tööstuskaupade kaupluste võrgus spetsialiseeritud kaupluste osatähtsuse mõnesugune langus. Besti NSV-s on toimunud viimastel aastatel spetsialiseerumise süvenemine eriti riiklikus kaubanduses. See kõneleb kaubandusliku tee-

nindamise kvaliteedi paranemisest ENSV-s.

Kaubandusvõrgu spetsialiseerumise uurimine laiendatud klassifikatsiooni järgi iseloomustab nõukogude kaubanduse saavutusi elanikkonna rohkem kvalifitseeritud kaubandusliku teenindamise tagamisel. Nagu statistilised aruande andmed näitavad<sup>1</sup>, on NSV Liidus tunduvalt kasvanud spetsialiseeritud piima- ja aed-juurviljade kauplused, väljendades nõnda põllumajanduse tootmises saavutatud edusamme. Oluliselt on kasvanud kultuurikaupade, majapidamiskaupade ja ehitusmaterjalide spetsialiseeritud võrk, kõneldes elanikkonna materiaalse ja kultuurilise heaolu tõusust. Analoogiline on olukord ka Eesti NSV kaubandusvõrgus.

Alljärgnev tabel iseloomustab riikliku kaubanduse spetsialiseerumist NSV Liidus seisuga 1. jaanuar 1961. Kõrvuti kaupluste arvuga on toodud näitajad, mis iseloomustavad spetsialiseeritud kaupluste suurust ja saavutatud jõudlust.

	Kaupluste arv (tuh.)	Töökohtade arv (tuh.)	Käive (milj. rbl. 1960 IV kv.)	1960. a. IV kv.		Osatähtsus	
				käive 1000 rbl. kohta	1000 rbl. kohta	%-des	käibes
1	2	3	4	5	6	7	8
I. Kõik toidukaupade kauplused,	71,8	195,2	5986,7	83,3	30,7	100,0	100,0
sellest spetsialiseeritud	31,4	89,7	2749,3	87,3	30,6	43,8	45,9
spetsialiseerimata	40,4	105,5	3237,4	80,2	30,7	56,2	54,1
Spetsialiseeritud hulgas:							
leiva-saia-kauplused	9,2	20,1	468,6	51,0	23,3	12,8	7,8
-gastronomia	8,6	36,4	1460,0	169,5	40,1	12,0	24,4
aed-juurviljakauplused	4,7	9,8	143,1	30,7	14,6	6,5	2,4

<sup>1</sup> vt. "Народное хозяйство СССР в 1960 году", Статистический ежегодник, Госстатиздат, Москва, 1961, lk. 724-725.

1	2	3	4	5	6	7	8
II. Kõik tööstuskaupade kauplused,	59,2	203,0	5479,0	92,5	27,0	100,0	100,0
nendest spetsialiseeritud	40,7	112,9	2650,9	65,1	23,5	68,7	68,3
spetsialiseerimata	18,5	90,1	2828,1	153,0	31,4	31,3	31,7
spetsialiseeritute hulgas:							
kangaskaupade kauplused	1,4	6,6	289,5	201,2	44,0	2,4	5,3
valmisriiete kauplused	1,6	9,1	453,5	289,0	49,6	2,6	8,3
jalatsikauplused	1,6	6,5	224,7	140,4	34,5	2,7	4,1
raamatukauplused	4,4	14,1	89,9	20,7	6,4	7,4	1,6
apteegid	15,3	24,0	130,9	8,6	5,5	25,8	2,4
universaal-kaubamajad	0,35	26,3	1088,3	3109,4	41,4	0,6	19,9

Spetsialiseeritud toidukaupade kaupluste osa toidukaupade jaevõrgus on ligi 44% ja käibes 46%. Ettevõtte suuruselt on spetsialiseeritud kauplused mõnevõrra suuremad spetsialiseerimata kauplustest. Kõige suuremateks on bakaal-gastronomiakaupade kauplused, ületades käibes rohkem kui 2 korda keskmise toidukaupade kaupluse.

Tööstuskaupade jaevõrgus moodustavad spetsialiseeritud kauplused umbes 69% ja käibes üle 68%. Suurimateks kauplusteks on universaalkaubamajad, nendele järgnevad valmisriiete-, kangaskaupade ja jalatsite kauplused. Apteekide võrk moodustab küll ligi 26% tööstuskaupade jaevõrgust, kuid käibes on nende tähtsus väike, ulatudes 2,4%-ni.

Viimastel aastatel on toimunud jaekaubanduses uute progressiivsete meetodite juurutamine. Nii töötas NSV Liidu riiklikus toidukaupade kaubanduses 1. jaan. 1961. a. 3200 iseteenindamisega kauplust, ligemale 600 pakendkaupade kauplust ja 233 kauplus-automaati. Tööstuskaupade kauplusi, kus raken-

dati uusi teenindamisvorme, oli sellal üle 4800 ettevõtte. Selliste kaupluste võrgu edasine laiendamine suurendab kaubandusvõrgu võimsust, kiirendades ostjate teenindamist.

Mis puutub riikliku kaubandusvõrgu spetsialiseerumisesse ENSV-s, siis alljärgnev tabel annab sellest ülevaate seisuga 1. jaan. 1962.a.

	Kaupluste		Töökohtade		Kesk- töökoh- tade arv kaupl.
	arv	osatäht.%	arv	osatäht.%	
I. Toidukaupade kaupl. kokku,	616	100,0	1710	100,0	2,8
nendest spetsialiseeritud	280	45,4	783	45,8	2,8
spetsialiseerimata	336	54,6	927	54,2	2,75
spetsialiseeritud hulgasaia- kauplused	75	12,2	167	9,8	2,2
gastronoomia- liha-kala- ja juurviljakaupl.	52	8,5	246	14,4	4,7
100	16,3	256	15,0	2,6	
II. Tööstuskaupade kauplused,	708	100,0	2128	100,0	3,0
nendest spetsialiseeritud	610	86,2	1845	87,0	3,1
spetsialiseerimata	98	13,8	283	13,0	2,9
spetsialiseeritud hulgavalmis- riiete kaupl.	33	4,7	152	7,2	4,6
kangaskaupade kauplused	31	4,4	118	5,5	3,8
jalatsite kaupl.	23	3,2	84	3,9	3,7
raamatukaupl.	94	13,3	339	15,9	3,6
universaalkaubamaja	1	0,14	205	9,7	205

Toidukaupade jaevõrgust on spetsialiseeritud 45,4%. Kõige rohkem on nendest leiva-saiakauplusi, liha-kala- ja juurviljakauplusi. Suurimateks spetsialiseeritud kauplusteks on bakaal-gastronoomiakaupade kauplused keskmiselt 4,7 töökohaga.

Tööstuskaupade jaevõrk on valdavas osas juba spetsialiseeritud (86,2%). Suurimaks on Tallinna Universaalkaubamaja, olles ühtlasi ka kõige suuremaks kaupluseks Eesti NSV-s. Spetsialiseeritud kauplustest on veel suhteliselt suuremateks valmisriiete kauplused 4,6 töökohaga.

#### Kaubandusvõrgu spetsialiseeritus kooperatiivses kaubanduses.

Kooperatiivsel kaubandusel, teenindades maaelanikke, ei ole selliseid võimalusi oma kaubandusvõrgu spetsialiseerimiseks nagu riiklikul kaubandusel. Kuid ka siin arendatakse koos kaubandusvõrgu üldise laiendamisega spetsialiseeritud kaupluste võrku. Tarbijate kooperatsiooni kaupluste klassifikatsioon kaubalise spetsialiseerituse järgi on mõnevõrra teistsugune kui riiklikus kaubanduses. Seda tingib maakaubanduse spetsiifika, Vastavalt sellele jaguneb kaupluste võrk 13 rühmaks: rajooni universaalkauplused, kooperatiivi universaalkauplused, valmisriiete, jalatsite, kangaskaupade, kultuurikaupade, raamatu-, majapidamiskaupade, pudu-parfümeeriakaupade kauplused, petrolipoed, toidukaupade, leivakauplused ja ülejäänud kauplused.

Nagu nähtus klassifikatsioonist, ei väljenda tarbijate kooperatsiooni kaubandusvõrgu liigitus rangelt eraldatava kaubalise spetsialiseerituse printsiipi. Temas esineb rühmalise spetsialiseerituse printsiip.

Tarbijate kooperatsiooni kaubandusvõrgu üldist dünaamikat iseloomustavad järgmised andmed (kaubandusvõrk aasta lõpul):

Aasta	NSVL (tuh.)			ENSV		
	kaupl.	väike jaevõrk	Kokku	kaupl.	väike jaevõrk	Kokku
1940	197,6	31,7	229,3	842	-	842
1950	181,2	32,8	214,0	904	112	1016
1955	214,5	50,8	265,3	1282	322	1604
1960	254,1	57,9	312,0	1543	190	1733

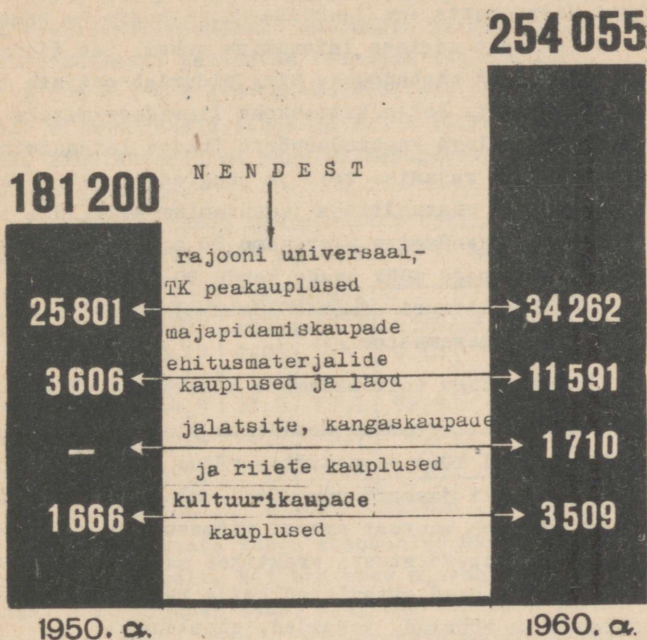
Tarbijate kooperatsiooni süsteemi jaevõrgus oli 1. jaan. 1960.a. andmetel üleliiduliselt spetsialiseeritud kaupluste

osa 32% ja üldises kooperatsioonikaubanduse jaekäibes 52%. Keskmine jaekäive spetsialiseeritud kauplusel oli 308 tuh. rbl. kvartalis, spetsialiseerimata kauplusel aga 139 tuh.rbl. Järelikult ületas spetsialiseeritud kauplus rohkem kui 2 korda spetsialiseerimata kaupluse käibe.

Kooperatiivkaubanduse jaevõrgus oli üleliiduliselt suurim osatähtsus kooperatiivi universaalkauplustel, moodustades NSV Liidus 10%, ENSV-s aga toidukaupade kauplustel umbes 20%, ülejäänud spetsialiseeritud kauplused moodustasid kaubandusvõrgus üleliiduliselt umbes 20%, ENSV-s aga 11,6%. Järelikult, kui NSVL-is on tervikuna spetsialiseeritud kaupluste osa kooperatiivkaubanduses võrdlemisi kõrge, siis Eesti NSV-s jääb see üleliidulistest andmetest tunduvalt maha. Mõnevõrra on see põhjustatud kohalikest iseärasustest, eriti kaubandusvõrgu suhtelisest ligidusest tarbijatele. See võimaldab ENSV kooperatiivkaubandusel olemasolevate spetsialiseeritud kaupluste kaudu teenindada enam-vähem rahuldavalt maaelanikkonda. Ületavad ju spetsialiseeritud kauplused oma käibelt spetsialiseerimata kauplusi (rohkem kui 2 korda). Viimastel aastatel on kasvanud eriti toidukaupade kaupluste osa, moodustades käibes 21%-i. See kõneleb maaelanike järjest suuremast toidukaupade nõudmisest seoses kolhooside üleminekuga naturaaltasudelt rahalistele tasudele. 1961.a. mõnevõrra aeglustus see protsess. Võib arvata, et nüüd, mil maaelanikkond saab pidevalt kaubandusvõrgust kõiki vajalikke toidukaupu, hakkab taas suurenema tööstuskaupade osa käibes. See aga nõuab kaubandusvõrgu edasist spetsialiseerimist, eriti tööstuskaupade kaupluste osas.

Kooperatiivkaubanduses on juurutatud koos jaevõrgu spetsialiseerimisega viimastel aastatel ka uusi progressiivseid teenindamisvorme. Üleliidulises ulatuses töötas 1.jaan.1961. a. 4263 iseteenindamisega kauplust ja 3402 kaubanäidistega ning lahtiste väljapanekutega kauplust. ETKVL-i süsteemis töötas 1.jaan. 1962.a. 137 iseteenindamisega kauplust ja 426 kaubanäidistega ning lahtiste väljapanekutega kauplust, s.t. 36% kauplustes on rakendatud progressiivseid müügiivorme. Pea-

KAUPLUSTE ARV TARBIJATE  
KOOPERATSIOONI SÜSTEEMIS.



le selle on avatud paljudes kolhoosides, sovhoosides ja mõnede koolide juures müüjate müügipunktid koguarvuga 222. Järelikult on ETKVL saavutanud suurt edu progressiivsete kaubandusvormide juurutamises ja sellega tarbijate teenindamise paremustamisel.

Tänapäeval kommunismi laiaulatusliku ülesehituse perioodil on jaekaubandusvõrgu edasine arendamine üks tähtsamaid ülesandeid nõukogude kaubanduses. On vaja kiiresti likvideerida tekkiv disproportsioon jaekäibe kiire kasvu ja kaubandusvõrgu suhteliselt aeglase laienemise vahel. See disproportsioon tingib kadusid kaubanduses ning pidurdab ostjate teenindamise paremustamist. Selle kitsaskoha likvideerimiseks on ette nähtud olemasoleva kaubandusvõrgu tunduv laiendamine uute kaubandusettevõtete rajamise teel ja progressiivsete kaubandusvormide senisest ulatuslikuma juurutamise abil. Nii peab kaubaautomaatide rakendamine suurenema 20 a. jooksul rohkem kui 50 korda ja kaupade müük nende kaudu 90 korda. Kõik see tähendab kaubanduskultuuri edasist tõstmist ja ostjate teenindamise tunduvat paremustamist.

#### Ühiskondliku toitlustamise ettevõtete võrk.

Ühiskondlik toitlustamine moodustab olulise koha jaekäibes (1960.a. ligi 10%) ja seetõttu võime toitluskäitisi vaadata kui eri liiki jaekaubandusvõrku. Olemasolev toitluskäitiste võrk koosneb suurest arvust mitmesuguse nimetusega ja erinevat tüüpi ettevõtetest. Praktikas kehtiv klassifikatsioon jagab kõik need ettevõtted nelja rühma: vabriköögid, restoranid ja sööklad, teemajad, einelauad.

Vabriköögid on suured ettevõtted, mis valmistavad poolfabrikaate väiksemate toitluskäitiste varustamiseks, samuti ka valmistoite müügiks elanikele oma söögisaalide kaudu. Vabriköökide kõrval tegutsevad ainult poolfabrikaate valmistavad spetsialiseeritud ettevõtted. Need nn. vabrik-ettevalmistajad varustavad oma toodanguga teisi toitluskäitisi. Kõik tegutsevad vabriköögid ja vabrik-ettevalmistajad on hästi mehhaniseeritud suurettevõtted, kus kasutatakse mitmesuguseid mehhaanilisi seadmeid toorainete tööt-

lemiseks ning tehnoloogilisi seadmeid toitude valmistamiseks.

S ö ö k l a d j a r e s t o r a n i d on toitluskäitiste põhitüübiks, kus on organiseeritud nii toiduvalmistamine kui ka selle vahetu realiseerimine elanikkonnale. Üldiselt on sööklatel ja restoranidel kõik toitude valmistamiseks, söögisaal oma toodangu realiseerimiseks ja puhvet peamiselt ostukaupade ja kergemate esinete (suupistete) müügiks.

T e e m a j a d on einelaua tüüpi toitluskäitised, kus realiseeritakse peamiselt ostukaupu ja mitmesuguseid kergeid esineid. Enamasti paiknevad teemajad maa-asulates.

E i n e l a u a d on ettevõtted, mis realiseerivad elanikele mitmesuguseid sooje ja külmi toite, mitte aga lõunaroo-gasid. Einelaudadel on väga mitmesuguseid nimetusi, nagu baa-rid, puhvetid jne.

Alljärgnev tabel iseloomustab toitluskäitiste vorme riiklikus ja kooperatiivses kaubanduses ja selle dünaamikat.

	NSVI (tuh. ettev.)				ENSV			
	1940	1950	1955	1960	1940	1950	1955	1960
Vabrikköögid	0,13	0,09	0,1	0,13	-	-	-	-
Sööklad ja restoranid	44,5	31,0	43,1	59,9		191	248	442
Teemajad	2,4	8,9	9,7	6,5		62	85	7
Einelauad	40,6	55,4	65,2	80,7		415	429	473
Kokku:	87,6	95,4	118,1	147,2	80	668	762	933

Toitluskäitiste võrgu arendamine üksikute tüüpide järgi toimus ebauhtlaselt. Nii suurenes ajavahemikul 1940-1950 einelaudade arv, vähenes samal ajal aga sööklate ja restoranide arv. Alles pärast 1950.a. oli märgata mõlema põhirühma kiiret kasvu, samaaegselt hakati taastama ka vabrikköökide võrku.

Eesti NSV-s on toimunud sõjajärgsetel aastatel toitluskäitiste võrgu kiire laiendamine. See oli seoses ühiskondliku toitlustamise kui elanikkonna kaubandusliku teenindamise erivormi ulatusliku juurutamisega Eesti NSV rahvamajanduses. Enne sõda 1940.a. lõpul oli see rahva toitlustamise seisukohalt tähtsusetu, sest tegutses ainult 80 riiklikku ja kooperatiivset toitluskäitist ning 194 pisikest erasttevõtet, kokku 274 ettevõtet.

Ühiskondliku tootlustamise tähtsuse tõusuga rahvamajanduses toimus pärast 1955. a. teemajade võrgu kui kohalikele tingimustele mittevastavate ettevõtete tüübi ümberorganiseerimine sööklate ja einelaudade võrguks. Puuduvad üldise vabrikkoõgid. Nende funktsioonid on Eesti NSV kohalike olude tõttu antud toiduainetetööstusele - piima- ja lihakombinaatidele, mis peavad tootluskäitiste võrku varustama poolfabrikaatidega.

Tootluskäitised on organiseerinud ka oma jaevõrgu, mille kaudu realiseerivad oma toodangut. 1960. a. oli üleliiduliselt selliseid kauplusi ja kioskeid 9,6 tuhat, millele lisandus veel liikuva kaubanduse 13,9 tuhat müügipunkti. Eesti NSV-s vastavad arvud 1. jaan. 1962. a. olid 140 ja 46.

Tootluskäitiste suurust iseloomustab i s t e k o h t a d e a r v, s. t. tarbijate arv, keda on võimalik samaaegselt antud ettevõttes teenindada. Järgmised andmed iseloomustavad tootluskäitiste ja istekohtade arvu.

	NSVL		ENSV	
	1955	1960	1955	1960
1. Tootluskäitiste arv (tuh.)	118,1	147,2	0,762	0,922
2. Istekohtade arv (tuh.)	3084,4	4459,4	27,5	38,7
3. Keskmine istekohtade arv ühes tootluskäitises	30,5	34,4	43,7	42,0

Keskmine istekohtade arv, iseloomustades tootluskäitise suurust, on üleliiduliselt kasvanud, ENSV-s aga vähenenud. See näitab, et tootluskäitiste võrgu laienemisega koos on üleliiduliselt organiseeritud rohkem suuremaid ettevõtteid. Kuna viimased võimaldavad tarbijaid paremini teenindada, siis on selline arengusuund igati õigustatud.

Tootluskäitiste rühmitamine suuruse järgi ja kõrvutamine käibega võimaldab nähtavale tuua rea olulisi seaduspärasusi. Alljärgnev tabel näitabki seda üleliiduliselt kaubandusministeeriumile kuuluvate tootluskäitiste suhtes seisuga 1. jaan. 1960.

Toitluskäitiste rühm istekohtade järgi	Ettevõtete arv (1000)	Istekohtade arv (1000)	1959.a. IV kvartali käive (milj.rbl.)	Keskmine kvartali käive (1000 rbl.) ühele istekohale
kuni 25	3,2	61,7	30,5	0,50
26 - 50	7,5	293,5	115,5	0,39
51 - 75	4,0	247,3	100,8	0,41
76 - 100	3,5	306,5	115,5	0,38
101 - 150	1,7	207,6	75,5	0,36
151 - 200	0,8	144,7	46,0	0,32
üle 200	0,5	139,7	36,0	0,26
Kokku:	21,2	1401,0	519,8	0,37

Rohkem kui 15% toitluskäitistest on väikeettevõtted kuni 25 istekohaga, s.t. 5-6 lauaga. Nende osa käibes on ainult 6%. Kaks viimast suuremat toitluskäitiste rühma üle 150 istekohaga, s.t. rohkem kui 40 lauaga, moodustavad 6% ettevõtete arvust, käibest aga annavad 16%. Huvitav on siin märkida, et väikeste toitluskäitiste osa omatoodangus (4%) jääb maha nende osast käibes (6%), suuremates ettevõtetes on aga pilt vastupidine. Sellest võib järeldada, et väiksemad ettevõtted tegelevad esijoones ostukaupade realiseerimisega. Seda tõendab ka keskmine käive ühele istekohale: mida suurem on ettevõtte, seda väiksem on istekoha käive.

Viimastel aastatel laieneb järjest rohkem progressiivsete müügivormide rakendamine ühiskondlikus toitlustamises. Suur osa toitluskäitisi on viidud üle iseteenindamisele, on juurutatud abonementkaardid, laiendatakse toitude koju viimist, on organiseeritud nn. koduköökidest ehk rahvaköökidest võrksoojade toitude ja poolfabrikaatide realiseerimiseks. Nende arv 1. jaan. 1961. a. ulatus 765-ni. Kõik need uued müügivormid suurendavad tunduvalt toitluskäitiste võimsust ja kiirendavad tarbijate teenindamist.

NLKP XXII kongressil pöörati suurt tähelepanu ühiskondliku toitlustamise edasiarendamisele. "Erilist tähelepanu on tarvis pöörata sellele, et laiendada elanikkonna vajaduste

täieliku rahuldamiseni ühiskondliku toitlustamise võrku, sealhulgas ettevõtetes, asutustes ja suurtes majades töötavaid sööklaid. Sööklates on tarvis põhjalikult parandada tarbijate teenindamist ja toitude kvaliteeti, et lõunad oleksid sööklas maitsvad ja toitvad ning maksaksid perenaisele vähem kui nende kodusel valmistamisel. Tänu kõigele sellele võib ühiskondlik toitlustamine 10-15 aasta jooksul asuda domineerivale kohale võrreldes koduse toitlustamisega.<sup>1</sup> Kui siia juurde arvata veel tasuta lõunate väljastamine asutustes, koolides, kolhoosides ja mujal, siis on selge, kuidõrd suured ülesanded ootavad lahendamist toitluskäitiste võrgu edasisel arendamisel.

## 2. JAEKAUBANDUSVÕRGU PLANEERIMINE.

### Üldisi märkmeid.

Nõukogude kaubanduse ülesandeks on muuta kaubad kättesaadavaks kõigile tarbijatele, ka maa kaugemate soppide elanikele. Sellest järgneb vajadus maksimaalselt kaubandusvõrku lähendada tarbijatele. Loomulikult pole aga mõeldav, et iga kaubandussüsteem või -organisatsioon, lähtudes ainult omast seisukohast ja toodud põhiprintsiipidest, kujundaks omal algatusel oma süsteemi kaubandusvõrgu ja määraks kaubanduskäitiste paiknemise. Jättes kaubandusvõrgu kujundamise kaubandusorganisatsioonide endi hoolde, kujuneks kaubandusvõrk stiihiliselt, arvestamata kõiki rahvamajanduslikke vajadusi. Võib tekkida ühelt poolt olukord, kus ühes majas asub mitu erinevatele kaubandusorganisatsioonidele kuuluvat sama tüüpi kaubanduskäitist (näiteks toiduainete kauplust), samal ajal aga ümbruskonnas võib-olla ei ole elanikkonnale samuti väga vajalikke teisi kaubanduskäitiste tüüpe (pudukauplused). Teiselt poolt muudaks säärane paiknemisprobleemi lahendamine kaubandusvõrgu kujunemise juhuslikuks, sõltuvaks kaubandusorganisatsiooni seisukohalt "objektiivseist tegureist", nagu ruumide olemasolust, nende saamise võimalustest jne. Sotsialistlikus ühiskonnas tuleb vältida sellist juhuslikkust. Sel-

<sup>1</sup> Nõukogude Liidu Kommunistliku Partei Programm, Tallinn 1961, lk. 90.

lega ei võida mitte üksnes tarbijaskond, vaid kaubandusvõrgu arendamine kindla tsentraliseeritud plaani alusel on otstarbekas ka kaubandusorganisatsioonidele endile. Jaekaubandusvõrgu kujundamisel kindla plaani alusel väheneb igasuguste muudatuste arv miinimumini. See tagab kaubandusvõrgule teatava püsiva ilme ja võimaldab ostjaskonnale ilma eriliste pingutusteta jälgida kindlate kaupade saamise kohtade liikumist. Kaubandusorganisatsioon saavutab aga kaubandusvõrgu püsivuse korral suurt kokkuhoidu asjatute remontide ja ruumide ümberkorraldamise kuludes.

Kaubandusvõrgu kujundamise probleemi ei saa aga lahendada formaalselt koostatud plaanide konstrueerimisega. Selleks tuleb enne põhjalikult uurida vaadeldava piirkonna sotsiaal-ökonoomilist iseloomu, s.t. käsitleda mikrorajooni kaubandusvõrku makrorajooni ökonoomika taustal. Järelikult haarab kaubandusvõrgu kujundamine oma olemuselt väga komplitseeritud probleemistiku, hõlmates ühelt poolt kaubandusvõrgu territoriaalset struktuuri makrorajoonis ja küsimusi tema üksikute osade omavahelisest seosest, teiselt poolt aga kaubandusvõrgu koostise ja üksikute kaubanduskäitiste paiknemise küsimusi mikrorajoonis.

Vastavalt sellele koosneb kaubandusvõrgu planeerimine kolmest etapist:

- a) kaubandusvõrgu planeerimine makrorajooni ulatuses (liiduvabariik, majandusrajoon, NSVL tervikuna);
- b) kaubandusvõrgu planeerimine mikrorajooni (linn, rajoon) ulatuses;
- c) kaubandusvõrgu dislokatsiooni plaan mikrorajoonis.

Kaubandusvõrgu planeerimine makrorajoonis.

Suurema territooriumi (makrorajooni) kaubandusvõrgule annavad ilme ja omapära just kaubanduskeskused: nende paiknemine üksteise suhtes, nende suurus, nendele koordineeritud tagamaa suurus jne. Et kaubanduskeskuste paiknemises ja tugevuses ilmneb teatav korrapärasus, siis on võimalik kõnelda siinjuures kaubandusvõrgu territoriaalsest struktuurist seda enam, et uurimisobjektiks osutub antud juhul just kaubandus-

võrgu majandusgeograafilise külg.

Kaubandusvõrgu territoriaalne struktuur oleneb rahva-  
majanduse territoriaalsest struktuurist. Sõltudes majandus-  
liku tegevuse kontsentreerumisest, mis tingib majanduskeskus-  
te - linnade tekkimist, kujunevad rahvamajanduses territori-  
aalselt eraldatud kesksed süsteemid varustusprintsibi alusel,  
mida täiendab osalt liiklusprintsip. Neil on peakeskus ja  
selle ümber kontsentriliste sõõridena tagamaad abikeskustega.  
Abikeskuste tähtsus ja suurus neis tagamaades on peakeskuse  
majandusliku tsentripetaalse (eemaletõukava) toime tõttu vas-  
tuproportsionaalne nende lähedusega peakeskusele, s.t. abi-  
keskused on seda tugevamad ja iseseisvamad, mida kaugemal nad  
asuvad peakeskusest. Väljaspoolt peakeskuse otsest mõjupiir-  
konda tekivad omakorda uued peakeskused sise-, kesk- ja välis-  
tagamaadega ning neil asuvate abikeskustega. Selline rahva-  
majanduse ruumiline paiknemine kulgeb tugevnedes ja kesksed  
süsteemid kujunevad välja rõhutatumatult, eriti majandusliku  
tegevuse kontsentratsioonile järgneva samasuunalise administra-  
tiivse ja kultuurilise kontsentratsiooni toimel.

Samade tingimuste olemasolu põhjustab harilikult ka sama-  
de vormide ilmumist. Nad korduvad tüüpilistena teatavalt maa-  
aladel, kujundades seega ühe- või teiseilmelise majandusliku  
territoriumi geograafilise areaali. Selle piires on kõik  
need tegevusvormid omavahelises sõltuvuses ja tingituses,  
moodustades mingi süsteemi, kus tervik määrab osa, osa aga  
mõjutab tervikut. Territoriaalse seotuse tõttu liituvad need  
süsteemid keerukateks ning mitmelaadseteks ühiskondlik-terri-  
toriaalseteks komplektideks, mille detailsem uurimine ning  
iseloomeüstamine on majandusgeograafia ülesandeks.

Kui kaardil on antud majanduskeskused ja teede võrk, siis  
on sellega antud ka tähtis osa maa majandusgeograafiast, eriti  
kui sel kaardil ringikeste suuruse ja joonte jämedusega tõs-  
tetakse välja suuremad keskused ja tähtsamad teed.

Nagu teada, koondub majanduskeskuste rahvastik, kes pole  
otseselt seotud põllutõõga. Majanduskeskused on maast eraldu-  
nud mittepõllumajanduslike alade (tõõstus, kaubandus, trans-  
port)iseseisva edasiarenemise tulemus. Edasise kasvuga muu-

tuvad nad linnadeks, haarates endale ka mittemajanduslikke funktsioone (administratiivsed, kultuurilised jne.).

Ehkki majanduskeskusi oli juba enne kapitalistlikku kor-  
da, on nende kasv vahetult seotud kapitalismi arenemisega,  
sest kapitalistlik tootmisviis toob kaasa tööstuse, kaubandu-  
se ja transpordi arenemise, samuti riikliku territooriumi  
lalenemise, riigivõimu tugevnemise, tema funktsioonide kee-  
rustumise, riigiparaadi arenemise ühes tema administratiiv-  
sete ja kultuuriliste funktsioonidega.

Tulemusena kujuneb eriline suurlinnade tüüp, mis on sama-  
aegselt suurimaks tööstuse-kaubanduse, transpordi- ja tarbi-  
miskeskuseks, sageli aga ka administratiivseks ja kultuurili-  
seks tsentrumiks.

Selliste linnade kasv ei toimu ainult elanikkonna tihene-  
misega vana linna piirides, vaid rohkem agulite, eeslinnade  
ja ligidaste väikelinnade arvel. Nii näiteks hõlmas Tallinn  
8 km eemal asuva Nõmme linna, rääkimata ligemal paiknevatest  
asulatest (Pirita, Roc-al-Mara jt.); Tartu haaras Ropka, Täht-  
vere jt. naabruses asuvad keskused jne. Rahvaloenduse andmed  
näitavad selliste linnade keskosa (linnasüdame) rahvastiku  
väga väikest kasvu (isegi kahanemist), linna perifeerias aga  
on kasv väga suur.

Linnade (eriti suurlinnade) tähtsus maa majanduslikus,  
poliitilises ja kultuurilises elus kasvab kiiremini kui need  
linnad ise ja nende rahvastik. Nii võib öelda, et linnadel  
kitsamas mõttes ehk majanduskeskustel laiemas mõttes on juht-  
tiv positsioon oma ümbruskonnas. Majanduskeskused moodustavad  
makrorajoonis aktiivse loova organiseeriva elemendi. Raudteed,  
maanteed, jõeteed on otsekuu katsearved, mida üks majandus-  
keskus sirutab teiseni või ülejäänud passiivsemale osale maa  
territoriumist.

Majanduskeskused on külgetõmbetsentrumiteks oma rajooni-  
dele peamiselt tööstuse ja kaubanduse alal, sageli aga ka  
administratiivsel ja kultuurilisel alal. Kuna majanduskeskuse  
elu on orgaaniliselt seotud teda ümbritseva territooriumi  
eluga, siis on transpordiside nende vahel väga olulise täht-  
susega.

Suured keskused püüavad kasvades luua endale igasse külge oma ümbrusega võimalikult otsejoonelisemad sidemed. Mida suurem on keskus, seda kaugemale sirutab ta välja oma katsesarved, seda tähtsamaks saab talle ühendusteede rajamine. Sellise keskuse eesmärgiks on allutada endale võimalikult suurem piirkond. Tulemusena on makrorajoonis üks keskus tsentraalse tähtsusega, teistel väiksematel keskustel on tähtsus väiksem, tulenedes oma funktsioonide koordineerimisest tsentraalse keskusega. NSV Liidus peab selliseks tsentraalseks keskuseks kujunema vabariikliku või oblastilise tähtsusega linn, tema abikeskusteks rajoonilinnad ja edasi juba väiksemad keskused.

Majanduskeskuse tähtsus ja tema funktsioonid olenevad tema välisseostest, nende iseloomust, sisust, suunast ja intensiivsusest.

Need välisseosed on väga tähtsad, sest nende analüüs võimaldab mõista kaubanduskeskust teda ümbritseval geograafilisel foonil ja määrata õigesti kaubandusvõrgu kontsentratsiooni alad.

Arusaadavalt võivad majanduskeskuse suhted oma ümbrusega kujuneda erinevalt, selle järgi, kas rajoon on tööstuslik või põllumajanduslik. Tööstusrajoonis muutub keskuse maaline ümbrus tema lisandiks, mis teenindab teda toiduainete allikana (aed-juurvilja, piima ja lihaga) ning võimaldab veeta puhkeega. Põllumajandusrajoonis on teenindava majanduskeskuse ülesandeks põllumajandussaaduste koondamine, nende töötlemine ja realiseerimine.

Majanduskeskused koondavad endasse suure elanikkonna ja esitavad sellega vajaduse tihedama kaubandusvõrgu järele. Sellest lähtudes tuleb eriti hinnata suurtööstuslike alade tähtsust, mis määratu tugeva elanikkonna kontsentreerituse tõttu võimaldavad kujundada suuri ja hiiglasuuri kaubanduskeskusi. Nii näiteks võimaldab administratiivne, majanduspoliitiline, kultuuriline ning üldine rahvastikuline kontsentratsioon Tallinnas kujundada sinna vabariikliku tähtsusega suure kaubanduskeskuse, kus kaubandusvõrk võib olla suhteliselt tihedam

kui teistes Eesti NSV linnades ja maal. Samuti on ette näha põlevkivibasseinis tugeva kaubanduskeskuse kujunemist, mis hakkab kindlasti oma mõju avaldama ka laiemale ümbruskonnale.

Silma paistab ka kaubandusvõrgu administratiivse kontsentratsiooni (kaubastute ja trustide loomine, paljude kaubanduskäitiste koondamine peakaupluse tsentraliseeritud juhtimise alla jne.) arenemine seda tugevamini, mida suurem on kaubanduskeskus.

Mida väiksemaks osutub kaubanduskeskus, seda vähem pääseb mõjule kaupade kontsentratsioon ja seega käitiste spetsialiseerumine.

Kaubanduskeskusi võib liigitada l o k a a l s e i k s ja i n t e r l o k a a l s e i k s selle järgi, kas tegevuspiirkond asub keskuse ümber ja selle mõjupiirkonnas, piiratud naaberkeskuste tegevuspiirkondadega või ta ületab need piirid. Interlokaalseid kaubanduskeskusi iseloomustab eriti nende tegevuspiirkonna ulatumine naaberkeskuste piirkonda ja üle sellegi, kusjuures oluline on see, et naaber- ja kaugemad kaubanduskeskused seejuures oleksid astendatud küllalt kõrgelt ega osutuks interlokaalse kaubanduskeskuse abikeskusteks selles piirkonnas. Interlokaalse kaubanduskeskuse mõjupiirkond ja tema tegevusrajoon ulatub seda kaugemale üle teiste kaubanduskeskuste, mida suurem ja mitmekesisem on tema majanduslik tähtsus, mida rohkearvulisemad ja mitmeladsemad tema majanduslikud seosed.

Õeldust järgneb, et kaubandusvõrgu kujundamine eeldab vastava territooriumi (majandusrajooni, selle osa, Eesti NSV) rahvamajandusliku tootmisorganisatsiooni territoriaalse struktuuri tundmist. On selge, et majanduslike makrorajoonide ja nende osade, mikrorajoonide tundmaõppimine on seda tähtsam, mida rohkem neid on. Seejuures ei tohi unustada, et iga kaubanduskeskuse ümber võib moodustuda suurem või väiksem piirkond, kus kaubanduskeskused puuduvad. Seda asjaolu põhjustab kaubanduskäitiste töö organiseerimine isemajandamise printsiibil ning kaubanduskeskuste majanduslik, ostjaid enda poole tõmbav magnetism, mis on seda suurem, mida suurem on keskus ja mida suuremad on majanduslikud sidemed keskuse ja tema

lähispiirkonna vahel. Sõltuvalt sellest võib esineda kaubanduskeskuse lähispiirkonnas ainult väikesi, iga päev nõutavaid kaupu realiseerivaid käitisi.

Uute kaubanduskeskuste moodustamine on vajalik sellises paikkonnas, kus olemasolevate kaubanduskeskuste majanduslik külgetõmbejõud on nõrgenenud ja kuhu on kujunenud võõde, mille elanikkond suure ajakulu tõttu pole huvitatud enam oma naabruses asuvate kaubanduskeskuste kaubapakumisest.

Eeltoodust on selge, et kaubandusvõrgu territoriaalne struktuur kujuneb välja analoogiliselt vaadeldava rajooni rahvamajandusliku põhiorganisatsiooni territoriaalsele struktuurile. Nende moodustumise korrapärasus sõltub eelkõige vajadusest suurendada elanikkonna kaubandusliku teenindamise kvaliteeti. Oluline on ka isemajandamise printsiibi rakendamine, mis harilikult seostub liiklustingimustega (isikuliiklus ja kaupade kohaleveo võimalused). Soodsad liiklustingimused võimaldavad suurendada kaubanduskeskuste tegevusraadiust ning moodustada soodsate liiklustingimustega paikkonnas suuremaid kaubanduskeskusi. Mõningal määral avaldavad mõju kaubanduskeskuste moodustumisele ka looduslikud tingimused (sood, rabad), takistades nende kujundamist. Kõigi esitatud tegurite koostoime alusel on võimalik määrata kaubandusvõrgu territoriaalne struktuur. Kaubanduskeskuste tegevuspiirkonda moodustavad kontsentrilised sõõrid kaotavad suuremal või vähemal määral ringikujulise iseloomu, muutudes väljavenitatud ellipsiteks või koguni hulknurkseteks kujunditeks. Kaubandusvõrgu territoriaalse struktuuri määramisel on eriti suure tähtsusega kaubanduskeskuste tegevuspiirkonna ja väliseoste selgitamine. Selleks on vaja uurida nii kaupade kui inimeste voolu linna ja linnast välja. Kaupade kulg on tähtis hulgikaubanduses, inimeste vool aga jaekaubanduse suuruse määramiseks.

Kaubandusvõrgu makrorajooni paigutamise otstarbekuse hindamisel kasutatakse kaht näitartvu: elanike arv ühe kaupluse või selle töökoha kohta ja kaubandusliku piirkonna keskmine suurus ühe kaupluse kohta  $\text{km}^2$ . Neid näitajaid võib väl-

jendada ka vastupidises proportsioonis, s.t. kaupluste (või töökohtade) arv iga 1000 elaniku kohta või kaupluste arv iga 100 km<sup>2</sup> kohta. Alljärgnev tabel iseloomustabki neid näitajaid NSVL-is ja ENSV-s.

	NSVL		ENSV	
	1955	1960	1955	1960
1. Elanike arv ühe kaubanduskäitise kohta	405	385	340	335
2. Kaubanduskäitiste arv 1000 elaniku kohta	2,5	2,6	2,9	3,0
3. Elanike arv ühe toitluskäitise kohta	1672	1430	1496	1250
4. Toitluskäitiste arv 10000 elaniku kohta	6	7	7	8
5. Kaubandusliku piirkonna suurus 1 kaubanduskäitise kohta km <sup>2</sup>	45,5	39,5	13,5	12,5
6. Kaubanduskäitiste arv 1000 km <sup>2</sup> kohta	22	26	74	80
7. Kaubandusliku piirkonna suurus 1 toitluskäitise kohta	200	152	59	49
8. Toitluskäitiste arv 1000 km <sup>2</sup> kohta	5	7	17	20

Toodud näitajad on keskmised ja seetõttu nad on seda raskemini kasutatavad, mida suurem on makrorajoon. Isegi ENSV ulatuses võib leida tugevaid erinevusi. Näiteks Lihula rajoonis tuli 1. jaan. 1960. a. kaubanduskäitise kohta 40 km<sup>2</sup> tagamaad, Märjamaal 31 km<sup>2</sup>, Keila rajoonis 16,1 km<sup>2</sup>, Valga rajoonis 14,6 km<sup>2</sup> jne. Sama kehtib ka kaubanduskäitisele langetava elanike keskmise arvu kohta.

Toodust järgneb küllalt ilmekalt ka vajadus koostada kaubandusvõrgu plaan makrorajoonis pikemaajalise perspektiivplaanina, mis on kooskõlastatud rahvamajanduse arendamise üldiste perspektiivplaanidega, eriti aga tootlike jõudude paigutamise plaanidega.

Kommunistliku partei XXII kongressi direktiivide alusel koostatigi rahvamajanduse arendamise 20-aasta perspektiivplaan aastateks 1960-1980. Selles on antud ka konkreetsemad

## KESKMINE ELANIKE ARV ÜHELE TÖÖKOHALE KAUPLUSES.

1940.a.	320	elanikku
1958.a.	250	elanikku
1965.a.	200	elanikku

ülesanded kaubandusvõrgu arendamisele. Arvutuste aluseks seejuures olid kõrvuti elanike arvulise kasvu ja palknemisega linnades ning maal rida majanduslikke näitajaid, esijoones:

a) käibe mahu suurenemine ja eriti ühiskondliku toitlustamise käibe kasv, selle osatähtsuse järsk tõus toidukaupade realiseerimisel elanikkonnale ning vastav toidukaupade käibe osatähtsuse langus jaevõrgus;

b) üleminek pakendkaupade müügile ja kaubanduse arendamine automaatide kaudu;

c) kaubandusvõrgu senisest ulatuslikum spetsialiseerimine ja kaupluste suurendamine koos loobumisega praktikast lai-ali paisata keeruka sortimendiga kaupu;

d) kaubanduse progressiivsete ja majanduslike vormide igakülgne laiendamine;

e) kaubavarude suuruse vähendamine jaevõrgus ning nende koondamine hulgiladudesse.

Kõik küsimused, mis olid seoses kaubanduse arendamise perspektiivplaani töötlemisega, arutati igakülgselt eelnevalt läbi plaanikomisjonides ja liiduvabariiklikes kaubandusministeeriumides, samuti ka teaduslikes asutustes. Otsustati elanike kaubandusliku teenindamise normatiiviks võtta 9,6 töökohta igale 1000 tarbijale jaevõrgus (1960.a. oli see 3,8). Selle normatiivi alusel tuleks 1980.a. igale töökohale 104 elanikku (1960.a. oli see arv 265) arvestamata siinjuures väikejaevõrku. Viimase osatähtsus jaekaubanduses peab tunduvalt langema ega tohi 1980.a. ületada 5% jaevõrgust.

Mis puutub tootluskäitiste võrgusse, siis perspektiivplaani alusel peab see iga päev 1980.a. varustama toiduga üle 200 miljoni inimese. Seoses sellega suurendatakse tootluskäitiste võrku ja eriti istekohtade arvu. 1980.a. peab viimaste arv olema 1 iga 10 elaniku kohta. Tunduvalt peab laienema koostöö toiduainete tööstuse ja tootluskäitiste vahel. Viimaste võimsuse suurendamiseks ning paremaks ära kasutamiseks tuleb toiduainete tööstusel senisest tunduvalt rohkem väljastada poolfabrikaate ja kulinaartooteid.

Kaubandusvõrgu arendamise perspektiive NSVL-is näitab alljärgnev tabel.

	1960	1980	Kasv korda- des
1	2	3	4
kaupluste arv (tuh.)	413	818	2
töökohtade arv (tuh.)	814	2700	3,3
keskmine töökohta- de arv kaupl.	2,0	3,3	1,7
töökohtade arv 1000 elaniku kohta	3,8	9,6	2,5
tootluskäitiste arv (tuh.)	131,5	500	3,8

1	2	3	4
istekohtade arv (milj.)	4,4	28	6,3
keskmine iste- kohtade arv toitluskäitises	33,7	56	1,7
istekohti 1000 el.kohta	20,5	100	4,9

Perspektiivplaanis on ette nähtud käibe struktuuri muutmise jaevõrgus. Nii peab toidukaupade osa käibes langema seoses toitluskäitiste võrgu laiendamisega ja moodustama mitte üle 41% jaekäibest. See tähendab toidukaupade jaevõrgu aeglasemat laiendamist võrreldes tööstuskaupade jaevõrguga.

Spetsialiseeritud kaubandusvõrku arendatakse edasi. Senisest rohkem rajatakse universaalkauplusi mitmesuguste spetsialiseeritud osakondadega tööstuskaupade müügiks. See võimaldab elanikel vajalike kaupade ostu minimaalse ajakuluga ning ühtlasi tagab kaupade laia valiku ning kvalifitseeritud konsultatsioone kaupade tarbimisväärtuse ja õige kasutamise kohta.

Linnades ja rajoonikeskustes rajatakse kaubanduslikud tsentrid, kuhu koondatakse terve kompleks kauplusi ja toitluskäitisi, samuti ka teenusettevõtteid. See teeb ostjatele kaupade ostu tunduvalt kergemaks ja suurendab ühtlasi kaubandusliku teenindamise kvaliteeti. Nii on kavatsus suurendada pakendkaupade müüki kauplustes umbes 22 korda. Suureneb kaupade müük ostjate eeltellimuste alusel koju kättetoimetamisega. 1980.a. plaanis on ette nähtud selle müügi vormi osa umbes 20% kaupade jaekäibest.

Rahvamajanduse perspektiivplaanis on ette nähtud maakeskuste väljakujundamine ja suurendamine. Maaelanike oluline kontsentratsioon loomulikult kajastub ka maavõrgu kujundamises. Langeb tunduvalt väikeste kaubanduskäitiste osa võrgus ja peab toimuma maakeskustes suurte kaupluste rajamine. Eriti kiire tempoga tuleb arendada toitluskäitiste võrku maal. Et lahendada sotsiaal-majanduslik ülesanne elu-olu ümberkor-

raldamiseks kommunistlikel alustel, tuleb kõrvuti tootlus-  
käitiste võrgu laiendamise ja neid plaanipäraselt paigutada  
nõnda, et elanikkond minimaalse ajakuluga ja maksimaalse muga-  
vusega töökohtadel, elamurajoonides, puhkekodudes saaks soo-  
vi korral nii valmistoidu kui ka poolfabrikaadid kodus. 1980.  
a. peavad töötama juba 52 tuhat kodukööki, mis oleksid suu-  
telised teenindama oma ümbruskonnas rohkem kui 7 miljonit  
leibkonda. Koduköövide rajamine igasse elamukvartalis, lõu-  
nate väljastamine koju sööklatest, restoranidest ja kohvikute-  
test looks igale leibkonnale võimalused lühikese ajaga valmis-  
tada endale toitu kodustes tingimustes.

Suuremates maakeskustes tuleb rajada kaubandusettevõtete  
kompleksi, mis võiks rahuldada maaelanike mitmepalgelised nõud-  
mised. Siia tuleb rajada nii spetsialiseeritud kauplusi kui  
ka kauplusi iga päev nõutavate kaupadega. Toitluskäitiste  
põhitüübiks maal peab kujunema nn. söökla-ettevalmistaja, kust  
realiseeritakse valmistoidu ja poolfabrikaate nii söögisaali  
kui ka kaupluse kaudu.

Keeruka sortimendiga kaupade müük tuleb korraldada ligi-  
dal asuvatesse linnadesse, rajoonikeskustesse või juba suur-  
tesse asulatesse. Maaelanikel on kõige kasulikum ja mugavam  
neid osta näidiste järgi koju kätetoomisega.

Põllumajanduslike tootmispunktide ja farmide juurde tuleb  
organiseerida kauplused iga päev nõutavate kaupadega ja samuti  
sisustada kergemat tüüpi toitluskäitised. Laiendada tuleb tun-  
duvalt autopoodide kasutamist põllutööde hooajadel elanike  
teenindamisel.

Mis puutub Eesti NSV-sse, siis peab meie vabariigi tar-  
bijate koostööd kultuurse kaubanduse arendamisel arvesse  
võtma iseärasusi, mis on seotud tootmissuhete arendamisega  
kolhoosides.

Kolhooside ühiskondlik majandus saavutab juba järgmise  
kümne aasta jooksul taseme, mis võimaldab tema ressurside  
arvel täielikult rahuldada kolhoosnikute tarvidusi. See tähen-  
dab, et kolhoosnikutel kaob vajadus hankida toiduaineid oma  
isiklikust abimajandist, millest nad vabatahtlikult loobuvad.  
Üleminekuks rahalisele töötasule kaob ka täielikult vajadus

maksta normipäevade eest naturaaltasu.

Sellest järeldub, et maal on võimalik jaekäibe kasvu kiirendada. Kõige lähematel aastatel peab kaubakäibe struktuur maal järsult muutuma. See muutus seisneb peamiselt toidukaupade müügi suurendamises. On põhjust eeldada, et kolhoosi- ja sovhoosikeskustes asuvate kaupluste käibes moodustavad toidukaubad umbes kolmveerandi. Laia sortimendiga tööstuskaupu, pikemaajaliselt kasutatavaid kaupu ja muid vähem nõutavaid tööstuskaupu eelistab maaelanikkond osta linnades ja rajoonikeskustes, kus juba praegu on ehitatud suuri universaalkauplusi ja kus on laialdane kaupade valik.

Vastavalt kolhooside majanduslikule tugevnemisele asuvad kolhoosnikud järk-järgult elama kolhoosikeskustesse, mis kujutavad endast linnatüüpi asustatud punkte, kus on kauplused, sööklad, leivatööstused, pesumajad, lasteaiad, koolid, kultuuriasutused ja elukondliku teenindamise ettevõtted. Analoogiliselt luuakse ka sovhoosikeskused. Kolhoosi- või sovhoosikeskuse kaupluses tuleb luua kõik tingimused kultuurseks kauplemiseks. Laia sortimendiga ja harvemini nõutavaid kaupu hakeatakse seal müüma ettetellimuste alusel spetsiaalsete albumite või kaubanäidiste väljapanekute järgi. Paljusid kaupu toimetatakse ostjate soovil neile koju kätte. Sääraste kaupluste jaoks on hulgaliselt tüüpprojekte välja töötanud Tarbijate Kooperatiivide Keskliidu Projekteerimise Instituudi Vabariikidevahelise Tallinna Filiaali töötajad. Erilist tähelepanu väärrib kaubahoone tüüpprojekt, kus ühe katuse all on kauplus ja 100 istekohaga söökla.

Reas kolhoosi- ja sovhoosikeskustes kas puuduvad kauplused praegu hoopis või need on niivõrd halbades ruumides, et seal ei ole isegi elementaarseid tingimusi kultuurseks kaubanduseks. Seepärast on tarvis maatöötajate kaubandusliku teenindamise parandamiseks ehitada lähematel aastatel kolhoosi- ja sovhoosikeskustes vähemalt 240 uut kauplust. Vabariigi tarbijate kooperatsioon ei ole võimeline oma jõududega säärase suure kapitaalehituste mahuga toime tulema. Õigesti toimivad need kolhooside ja sovhooside juhtijad, kes ise organi-

seerivad kauplusehoonete ehitamist ega jää ootama, kuni seda teevad tarbijate kooperatiivid, kes ehitusmaterjalide vähesuse tõttu viimasel ajal väga aeglaselt ehitavad.

NLKP uus programm seab ülesandeks võrdsustada maaelanikkonna kultuurilised ja elukondlikud tingimused linnaelanikkonna elutingimustega. Selle ülesande täitmise tagab põllumajandusliku tootmise kõrge arenemistase, kolhooside muutmine kõrgesti arenenud elektrifitseeritud ja mehhaniseeritud majandeks, mis on võimelised täielikult rahuldama kolhoosnike tarvidusi.

Tarbijate kooperatsiooni ülesandeks on igati kaasa aidata linna- ja maaelanikkonna elutingimuste võrdsustamisprotsessi kiirendamisele. Selleks tuleb tunduvalt rohkem müügile lasta niisuguseid kaupu, nagu raamatud, raadioaparaadid, televiisorid, elutarbelised masinad ja elektriseadmed, mis kergendavad koduseid töid ja mida veel hiljuti peeti linnakaupadeks.

NLKP programmist lähtudes pöörab tarbijate kooperatsioon juba lähemal aastakümnel erilist tähelepanu ühiskondlikule toitlustamisele ja leivaküpsetamisele, et naiste tööd toiduvalmistamisel ja leivaküpsetamisel kodus majapidamises järkjärgult asendada tootliku ühiskondliku tööga.

Siit tuleneb ülesanne suurendada ETKVL-1 toitlustusettevõtete arv 1970.aasta lõpuks 1960.aastaga võrreldes umbes kolmekordseks ja 1980.aasta lõpuks 12-13-kordseks. Istekohtade arvu suurenemist ETKVL-1 süsteemi toitlustusettevõteteis iseloomustab järgmine tabel:

	Istekohtade arv toitlustusettevõteteis iga 1000 elaniku kohta
1960. aasta lõpul	12,3
1970. " " (plaan)	73
1980. " " "	200

On selge, et säärasest tohutut sööklate, kohvikute ja teiste toitlustusettevõtete arvu kasvu ei saa kindlustada ainult tarbijate kooperatsiooni jõududega. Siin on kolhoosid ja sovhoosid kohustatud tarbijate kooperatsiooni aitama vajalike hoonete ehitamisel või andma toitlustamise organiseerimiseks

juba olemasolevaid ruume.

Pärast makrorajooni kaubandusvõrgu perspektiivplaani koostamist, kus on näidatud kaubandusvõrgu üldine suurus, kaubanduskeskused, nende funktsioonid ja omavahelised seosed, samuti ka üldised põhimõtted kaubandusvõrgu kujundamise kohta, võib alustada kaubandusvõrgu konkreetse planeerimisega mikro-rajoonis, s.t. üksikus linnas või rajoonis.

#### Kaubandusvõrgu planeerimine mikrorajoonis.

Kaubandusvõrgu planeerimine mikrorajoonis hõlmab kaubandusvõrgu organisatsioonilis-tehnilise planeerimise, koosnedes kahe teineteisega tihedas seoses oleva probleemi lahendamisest:

1. Kaubandusvõrgu otstarbekas kujundamine vastavalt elanikkonna tarbimisele ja jaekäibe struktuurile.
2. Kaubandusvõrgu paigutamine vastavalt elanikkonna vajadustele.

Nende probleemide igakülgseks lahendamiseks jaguneb see planeerimine metodoloogiliselt järgmistesse etappidesse:

- 1) kaubandusvõrgu üldise vajaduse määramine töökohtade järgi,
- 2) kaubandusvõrgu struktuuri määramine, mis omakorda liigestub:
  - a) kaubandusvõrgu statsionaarsuse kindlaksmääramiseks ja
  - b) kaupluse tüüpide vajalikkuse ja nende arvulise suuruse määramiseks;
- 3) kaubandusvõrgu paigutamine (dislokatsioon),
- 4) olemasoleva kaubandusvõrgu otstarbekuse hinnang,
- 5) kaubandusvõrgu suurendamine ja selle kätteallikate määramine.

Kaubandusvõrgu arendamise perspektiivplaani konkreetsemal koostamisel tuleb määrata põhimiselt kaubandusvõrgu üldine suurus ja struktuur. Viimaseid kolme etappi hõlmab operatiiv- plaan.

Kaubanduskeskuste suurus võib olla väga erinev, olenedes nn. majanduskeskuse sotsiaal-ökonoomilisest iseloomust, s.t. tervest reast majanduslikest tegureist. Kaubanduskeskuse suuruse, s.t. kaubandusvõrgu üldise vajaduse määramiseks tuleb

teada eelkõige linna jaekäibeplaani sortimendilises läbilõikes ja ühe töökoha normaalset jõudlust.

Jaekäibe sortiment on isesugune, olenevalt linnade sotsiaal-ökonoomilisest iseloomust. Suurtes tööstuslinnades näiteks (Tallinn, Kiviõli, Kohtla-Järve jt.) on toidukaupade osatähtsus käibes tunduvalt suurem kui maalise iseloomuga linnades (Paide, Jõgeva, Märjamaa jt.). Tähtsad transpordikeskused (Tapa, Valga) mõjutavad teistsuguselt käibe struktuuri kui suured kultuurikeskused (Tartu). Kuurordilinnades (Pärnu) tuleb käibe sortimendi määramisel arvestada transiittarbijate (suvi-tajate, terviseparandajate jne.) suurt osatähtsust üldises käibes jne. Õeldust selgub ilmekalt, et kaubandusvõrgu kujundamise probleem on igas kaubanduskeskuses oma komplitseerituses ja mitmelaadsuses erisugune. Väikestes, hajutatud ja lokaalse tähtsusega kaubanduskeskustes, kus kaubanduskäitiste arv pole kuigi suur ja kaubanduskeskuste üksikute osade funktsioonides ei esine kuigi märgatavaid erisusi, on võimalik kaubandusvõrgu kujundamise probleemile läheneda kohe keskuse kui terviku seisukohalt. Suuremates keskustes diferentseeruvad teravalt üksikud keskuse osad (aedlinnaosa, sadamarajoon, turu ümbruskond jne.), mõjutades vastavalt ka käibe struktuuri. See-tõttu on keskuse sotsiaal-ökonoomilise iseloomu detailsemaks väljatoomiseks ning kaubandusvõrgu õigemaks kujundamiseks paratamatult vajalik jaotada keskus üksikuteks osadeks - mikrorajoonideks vastavalt nende sotsiaal-ökonoomilisele omapärale. Mikrorajooni suurus võiks olla 100 - 350 ha elanike arvuga 1500 - 15 000. Eesti NSV oludes on otstarbekas jaotada kõik üle 5000 elanikuga linnad mikrorajoonideks. Sellist mikrorajoneerimist Eesti NSV osas on tehtud juba Tallinna, Tartu, Viljandi, Pärnu kohta. Nendest väärib tähelepanu Tartu ja Tallinna kui Eesti NSV suurimate linnade mikrorajoneerimine.

Seejuures on tähtis mõtestada seosed iga üksiku linnaosa funktsioonide ja nende paigutuse ning looduslike tingimuste vahel, s.t. tuleb geograafiliselt mõtestada kujunenud sisemist rajoniseerumist.

Linna sisemine mikrorajoneerimine on tihedalt seotud lin-

na tüübiga. Mitmesugused linna tüübid, mis täidavad erisuguseid funktsioone ja erisugustes kombinatsioonides, on ka erisuguselt rajoneeritud, sest igale linna tüübile on iseloomustavad erisugused funktsioonid ja neil funktsioonidel spetsialiseerunud linnaosad; erisugune on ka nende osade omavaheline suhe. Täiesti arusaadavalt tuleb silmas pidada mikrorajoonide kaubandusvõrgu kujundamisel tihedat seost linna kui terviku kaubandusvõrguga.

Peale käibe struktuuri kindlaksmääramist on oluline määrata iga kaubarühma ühe töökoha normaalne jõudlus. Selle arvutamise aluseks on tegelike jõudluste põhjalik analüüs. Tuleb märkida, et sama kaubarühma töökohtade jõudlus on erisugune erinevates linnaosades, erinevates kaupluse tüüpides ja erinevates kaubandusorganisatsioonides. Seetõttu tuleb planeerimisel määrata linna vastava kaubarühma töökoha keskmine jõudlus ja hiljem (operatiivplaani koostamisel) teha selles vastavaid korrektiive. Töökoha keskmise jõudluse määramise aluseks tuleb võtta müüjate jõudlused. Need on väiksemad kui töökoha jõudlus, sest osa kaubanduskäitisi töötab harilikult rohkem kui 7 tundi päevas.

Teades jaekäibe suurust kaubarühmade läbilõikes ja ühe töökoha jõudlust, on kerge määrata plaaniline töökohtade arv, s.t. kaubandusvõrgu suuruse üldine vajadus, jagades selleks kaubarühma käibe töökoha jõudlusega.

Kaubandusvõrgu struktuuri määramine algab kaubandusvõrgu **s t a t s i o n a a r s u s e** määramisega. Selleks selgitatakse iga kaubarühma realiseerimiskanalite (kauplused, poed, kioskid, liikuvkaubandus) osatähtsus vastava kaubarühma üldises käibes ja määratakse selle otstarbekuse vastavus kaubarühma iseloomule. Nii näiteks pole sanitaar-hügieenilistel kaalutlustel otstarbekas realiseerida leiva-saiatooteid väikestatsionaarse ja liikuva kaubandusvõrgu kaudu ja seetõttu viimaste osatähtsus üldises leiva-salatoodete käibes peab olema minimaalne. Olukord on teine mitmesuguste odavamate pakend- või tükikaupade (paberossid, tubakas, seebid, niidid, nõelad, nõõbid, saapapaelad jne.)

realiseerimisega: siin võib olla väikestatsionaarsel ja lii-  
kuvkaubandusel suur osatähtsus.

Edasine kaubandusvõrgu struktuuri konkretiseerimine tä-  
hendab kaupluste ja poodide võrgu s p e t s i a l i s e e-  
r u m i s e määramist, valides selleks linna kaubanduse sei-  
sukohalt otstarbekad kaupluse tüübid ja määrates nende arvu-  
lise suuruse.

Spetsialiseerumise või universaalsuse probleem on väga  
komplitseeritud. Ühtset retsepti pole võimalik anda, seadus-  
pärasusena võib märkida aga elanikkonna tarbimise kasvu ja  
mitmekesisustumist tingituna kultuurmajandusliku taseme tõusust.  
See aga kutsub esile spetsialiseerumise vajaduse, kuna üksi-  
kute kaubarühmade sortiment muutub üha rikkalikumaks.

Otstarbeka spetsialiseerunud kaubandusvõrgu kujundamine  
sõltub reast tegureist, millest tähtsamad on:

- 1) kohalikud sotsiaal-ökonoomilised tingimused,
- 2) tarbijaskonna nõudmine üksikule kaubarühmadele ja  
kaubarühmade sortimendi struktuur,
- 3) kaupade füüsilis-keemilised omadused ja nende hoid-  
mise tingimused,
- 4) kaubanduse organisatsioonilised tingimused.

Sotsiaal-ökonoomilised tingimused sõltuvad eelkõige vas-  
tava piirkonna tarbijaskonna arvukusest, koostisest ja paik-  
nemisest. Peale selle tuleb arvestada kohalikke majanduslikke  
tingimusi, eriti naabruses asuvate mikrorajoonide vahelisi  
majanduslikke seoseid, nagu tootmiskäitiste paiknemine ja  
töötajate igapäevane liiklus kodu ja töökoha vahel, puhkeaja  
veetmise võimalused ja vastavate asutiste (teater, klubid,  
kinod jne.) paiknemine.

Edasi tuleb sotsiaal-ökonoomiliste tegurite hulka arvata  
ka üldine turu maht ja riiklike ning kooperatiivsete kauban-  
dusorganisatsioonide osa selles. Turu maht sõltub rahvastiku  
arvust ja nõudmise üldmahust. Mida suurem on turu maht, seda  
suurem on võimalus alaliigitada üldist kauba sortimenti ning  
jaotada seda üksikute kaubanduskäitiste vahel ja seda suurem  
on kaubandusvõrgu spetsialiseerumise aste.

Tähtsamaiks tegureiks spetsialiseerumise taseme määramisel on aga linna suurus ja linna ökonoomiline omapära. Samuti on oluline linnalise kaubandusvõrgu kujundamisel eraldi käsitleda uusi linnu vanadest. On ju vanades linnades kaubandusvõrgu kujundamine ning kaubanduskäitiste paigutamine raskestatud vana, juba ajalooliselt pikema perioodi jooksul väljakujunenud kaubandusvõrgu tõttu.

Siin on peaprobleemiks olemasoleva kaubandusvõrgu rekonstrueerimine, s.t. ümberkorraldamine vastavalt elanikkonna vajadustele. Uutes linnades, samuti ka vanade linnade suhtes on aga ehitatavates linnaosades võimalik kujundada kaubandusvõrku juba teoreetiliselt väljatöötatud põhialustel, s.t. kõige rohkem vastavalt elanikkonna vajadustele.

Nagu tegeliku elu andmed näitavad, on kaubandusvõrgu spetsialiseerumine otseses seoses linnade suurusega, s.t. elanikkonna arvuga. Mida suurem on linn, seda suurem on spetsialiseeritud võrgu osa üldises jaevõrgus.

Rahvastiku tiheduse kasvamisega tuleb ka kaubandusvõrk muuta tihedamaks ja iga üksiku kaubanduskäitise tegevusraadius lühemaks, sest kaubandusvõrgu koormatus suureneb.

Väiksemate kaubanduskäitiste jaoks sobivate ruumide olemasolu linna peatänavail loob täiendavaid võimalusi kaubandusvõrgu kitsamaks spetsialiseerumiseks. Suuremate ruumide ehitamine uutes suurtes majades võimaldab organiseerida ja luua suuremaid kombineeritud ja spetsialiseerunud kaubanduskäitisi, mis aga nõuavad spetsiaalseid sisseseadeid ja esitavad ruumide ehitamisel rea erilisi arhitektuurilisi nõudeid.

Tarbijaskonna nõudmine üksikutele kaubarühmadele ja kaubarühmade sortimendi struktuuri iseloom konkretiseerivad võrgu edasise spetsialiseerumise võimalusi ja selle astet. Iga päev massiliselt nõutavad kaubad (leib, suhkur, seep, tubakas jne.) tuleb maksimaalselt lähendada tarbijaskonnale, paigutades nad segakaupluste käibe sortimenti. Kaubad, mida ostetakse harva (karusnahad, muusikariistad jne.) tuleb koondata laiemate tegevusraadiusega spetsialiseerunud kauplustesse. Nõudmise kompleksus, samuti rea kaupade samaaegse ostmise

vajadus tingivad kaupade koondamist selleks loodud kaubanduskäitistesse. Üksikute kaubarühmade sortimendi struktuur mõjutab samuti kaubandusvõrgu spetsialiseerimise astet. Mitmekesise sortimendiga kaubad, mis vajavad kaubarühma piires värvide ja sortide valikut (valmisrõivad, peakatted, jalatsid jne.), eeldavad sageli kitsa spetsialiseerumisega kaubanduskäitiste organiseerimist.

Kaupade füüsilis-keemilised ja bioloogilised omadused määravad kaupade hoidmise ja nende samaaegse realiseerimise võimalusi. Esineb kaupu, mida ei tohi hoida ega realiseerida naabruses teiste kaupadega, kaupu, mis kiirelt riknevad ja eeldavad erilisi hoitutingimusi jne. (petrool, toidukaubad, kemikaalid). Tulevikus vähendab tüki- ja pakendkaupade laiemaulatuslik müük ja müügitehnika täienemine selle teguri mõju. Tänapäeval aga on see esmajärgulise tähtsusega ja teda tuleb arvestada kaubandusvõrgu spetsialiseerimisel.

Kaubandusliku tegevuse organisatsioonilised tegurid avaldavad samuti mõju spetsialiseerumisele ja selle astmele. Näiteks käibe sesoonsete kõikumiste vähenemine, samuti kaupade juurdeveo regulaarsus ning manööverdamine kaupadega on paremini tagatud kombineeritud ja normaalse spetsialiseerumisega kaubanduskäitistes.

Kaubandusvõrgu spetsialiseerimise probleemid on mõnel määral erinevad toidu- ja tööstuskaupadel. Tööstuskaupade kaubandusvõrk eeldab tunduvalt laiaulatuslikumat spetsialiseerumist kui toiduainete kaubandus, sest eriti siin tõstab spetsialiseerumine tunduvalt tarbijate teenindamise kvaliteeti ja parandab üldist kaubanduslikku tegevust.

Kokkuvõttena tuleb märkida, et mitmesuguste komplitseeritud tegurite mõjutamisel kujuneb spetsialiseerumine väga kirevaks, mistõttu normatiivide määramine spetsialiseerumiseks on raske. Pealegi pole kaubandusvõrgu spetsialiseerumine midagi püsivat, staatilist, vaid see oleneb eelkõige elanikkonna vajadustest ja kaubatoodangu sortimendi mitmekesisusest. Vastavalt sellele, kuidas kasvab elanikkonna kultuurmajanduslik tase ja laieneb kaupade tootmine, suureneb ka

kaubarühmade arv ning kaubad, mis esinevad praegu rühmades eri liikidena, muutuvad edaspidi iseseisvateks kaubarühmadeks, näiteks bürootarbed: arve- ja kirjutusmasinad, rotaatorid jne. Seetõttu peab küsimuse lahendamine antud linna või majanduskeskuse suhtes toimuma vastavalt konkreetsele olukorrale.

Kaubandusvõrgu spetsialiseerimine on tihedas seoses kaubandusvõrgu tüüpiseerimise probleemiga.

Tüüpiseerimine on kaubandusvõrgu organiseerimise vormiks, mis püüab kõrvaldada kaubanduskäitiste tüüpide liigset kirevust, valides välja ja luues ratsionaalsemad tüübid, mis vastaksid linna ja maa kaubanduskäitiste (kaubandusorganisatsioonide) erisustele. Reglamenteerides tarbijaskonna teenendamiseks kõige otstarbekamaid tüüpe, kõrvaldades kultuursele kaubandusele mittevastavad iganenud käitise tüübid, muutub tüüpiseerimine nõukogude kaubandusvõrgu kujundamise üheks tähtsamaks meetodiks.

Tüüpiseerimine kui kaubandusvõrgu ratsionaliseerimise meetod on suure tähtsusega ka kaubandusliku teenindamise kvaliteedi tõstmisel. Ta tagab sortimendi kindlat ulatust, takistab selle kunstlikku koondamist või antud kaubanduskäitisele mittevajalike kaubarühmade sissetoomist.

Tüüpiseeritud kaubandusvõrgus on kergem teostada kaupade sortimendilist arvestust ja organiseerida arvestuse ja aruandluse süsteemi. Kaubanduskäitiste tegevust on kergem omavahel võrrelda, selgitada edu ja ebaedu põhjused. Tüüpiseerimise läbiviimine tõstab võrgu rentaablust.

Nõukogude tingimustes ei ole tüüpiseerimine üksi kaubandusvõrgu ratsionaliseerimise, vaid on ka kaubandusvõrgu rahvamajandusliku organiseerimise üldiseks meetodiks. Õppides tundma mitmesuguste käitiste tüüpide efektiivsust, on võimalik töödelda vastavad normatiivid kõigile kaubandusorganisatsioonidele.

Niiviisi on tüüpiseerimine, võrreldes spetsialiseerimisega, laiemaks kaubandusvõrgu kujundamise meetodiks, sest spetsialiseerimine lahendab vaid ratsionaalse sortimendi struktuuri määramise, tüüpiseerimine aga lahendab ka käitise suuruse ja selle otstarbekama tüübi valiku probleemi.

Tegelikus elus on kaubanduskäitiste standardsete tüüpide väljatöötamine keerukas, sest tegelikus kaubanduses on välja kujunenud mitmesuguseid ja eriilmelisi käitise tüüpe, mis erinevates linnades omakorda sageli erinevad. Eriti tuleb toonitada selle probleemi lahendamise suurt komplitseeritust vanades linnades, kus tuleb arvestada olemasolevat kaubandusvõrku ja selle materiaalsel baasi, sest kaubandusvõrgu ümberkujundamine saab toimuda vaid selle alusel. Uutes linnades on kaubandusvõrgu kujundamine tunduvalt lihtsam, kuna kogu linn on alles rajamisel ja seetõttu on juba ehituste püstitamisel võimalik määrata rajatava kaubanduskäitise tüüp ning tingimused, millele peavad vastama ruumid. Üldiselt avaldab kaupluse tüüpide mitmekesisusele suuremat mõju elanike arv ja paiknemine: mida suurem on elanike arv, seda suurem on harilikult kaubakäive ja seda tüüpiderohkem on kaubandusvõrk.

Kaupluse tüüpide valiku komplitseeritust arvestades on soovitatav kohalikel kõrgematel kaubandusorganitel kokku kutsuda linna kaubandusorganisatsioonide juhtivad töötajad ja ühisel nõupidamisel määrata kindlaks linna kaubandusvõrgu arendamisele sobivad kaupluse tüübid. Seejuures tuleb aluseks võtta kõrgemate kaubanduslike organite ja teaduslike uurimis-asutiste poolt juba väljatöötatud tüübid.

Pärast kaupluse tüüpide valikut järgneb iga kaupluse tüübi arvulise suuruse kindlaksmääramine. See on väga keerukas probleem, sest enamikku kaupu saab osta paljudest kaupluse tüüpidest. Seetõttu tuleb igale kaupluse tüübile määrata koos sortimentse miinimumiga jaekäibe struktuur (keskmine), näidates iga kaubarühma osatähtsust käibes. Edasi tuleb selgitada tegelike andmete põhjal kaupluse tüüpide osatähtsus iga kaubarühma realiseerimises ning otsustada selle otstarbekus ja vastavate korrektiividega määrata kaupluse tüüpide plaaniline osatähtsus kaubarühma käibes. Järgneb kaubarühma müügikohade jaotus kaupluse tüüpide järgi, jagades iga kaupluse tüübile määratud kaubarühma plaanilise käibe müügikoha jõudlusega. Plaani koostamine lõpeb kaubandusvõrgu struktuuri kujundamise bilansi koostamisega, kus kaupluse tüüpide arvuline

suurus kooskõlastatakse iga kaubarühma müügikohtade arvuga.

### Kaubandusvõrgu arendamise operatiivplaan.

Koostatud kaubandusvõrgu kujundamise perspektiivplaan on aluseks kaubandusvõrgu arendamise operatiivplaanide koostamisel. Operatiivplaanide ülesandeks on:

- 1) kaubandusvõrgu paigutuse konkretiseerimine mikrorajoonis,
- 2) pidev andmete kogumine olemasolevast kaubandusvõrgust (kartoteegi pidamine) ja selle otstarbekuse ning ümberkujundamise käigu jälgimine,
- 3) kaubandusvõrgu järjekindla suurendamise ja selle katteallikate määramine,
- 4) kaubandusvõrgu jaotus üksikute kaubandusorganisatsioonide vahel.

Kaubandusvõrgu paigutuse konkretiseerimisel mikrorajoonis ei tohi unustada ülesannet teha kaubad kättesaadavaks kõigile tarbijatele, ka linna kaugemate soppide elanikele. Sellest järgneb vajadus maksimaalselt lähendada kaubandusvõrk tarbijatele. Selle printsiibi rakendamisel on olulise tähtsusega ühelt poolt elanikkonna paiknemine, selle ostuvõime ja liiklemissuunad, eriti isikuliikluse soodsus (maanteed, omnibussiliinid, trammid jne.), ja teiselt poolt kaubandusvõrgu töö korraldamine tasuvuse alusel. Arukalt kujundatud kaubandusvõrk ja õige kaubanduskäitise asupaik tähendab elanikkonna kvaliteetse teenindamise ja tasuvuse printsiibi otstarbekat kooskõlastamist. Sellest järeldub ka kaubanduskäitise käibeplani suuruse ja struktuuri tähtsus tema tegevuspiirkonna määramisel. Oleneb ju nendest realiseeritava hinnatäiendi suurus, millega kaetakse käibekulud ja saavutatakse vajalik tasuvus.

Kaubanduskäitise tegevuspiirkonna suurus sõltub tema minemiraadiuse pikkusest. Minemiraadiuse all mõistetakse kaubanduskäitise poolt teenindatava elanikkonna paiknemise ala piiravat kaugust.

Suuremal kaugusel ei rahulda kaubanduskäitis enam oma ligiduse ja kättesaadavuse seisukohalt tarbijate nõudeid.

Juhul, kui rentaabluse tagamiseks vajalik minemiraadiuse pikkus osutub liiga suureks, mõjudes halvavalt elanikkonna teenindamisele, siis tuleb leida võimalusi minemiraadiuse pikkuse vähendamiseks kas muutes kaubanduskäitise suurust või tema käibe struktuuri ümber kujundades. Üldiselt jaotatakse siinjuures kaubanduskäitised kolme rühma:

- a) iga päev nõutavaid kaupu realiseerivad,
- b) sesooniliselt nõutavaid kaupu realiseerivad,
- c) harva nõutavaid kaupu realiseerivad kauplused.

Esimese rühma kauplusi tuleb asetada võimalikult lähedale tarbijaskonnale, paigutades nad sinna, kus elab ja tegutseb tarbija. Nendes rajoonides tuleb sellised kauplused paigutada vastavalt rahvastiku tihedusele enam-vähem ühtlaselt. Kui näiteks ühe toidukaupade müügikoha minimaalset käivet tagab 300-400 inimesega tegevuspiirkond, siis peab 6000 elanikuga linna paigutama üle kogu linna vastavalt elanike paiknemisele 15-20 toidukaupade töökohta, s.t. 7-10 kauplust. Rahvastiku tiheduse langusega peab kaupluse minemiraadius kas mõnel määral pikenema (juhud, kui see ei halva tarbija teenindamist) või minemiraadiuse pikkus endiseks jääma ning kaupluse suurus muutuma, rakendades näiteks olemasoleva kaupluse jõudluse täienduseks vastavate kaupade alal väikestatsioonarset võrku.

See nn. ühtlase paigutamise printsiip on tingitud ühelt poolt ostja soovist iga tund ja päev vajatavaid kaupu hankida ligidalt ja ilma suure ajakuluta ning teiselt poolt pakutavate kaupade iseloomust. Kaubad on enamalt jaolt kergesti riknevad ja seetõttu iga päev väikestes kogustes tarbitavad (piim ja piimasaadused, leib ja pagarisaadused, liha-kala, aed-juurvili, seep, pesusooda jne.) Enamalt jaolt on tegu tarbimiskaupadega, mis leiavad kohe lõplikku tarbimist (toiduained, pudukaubad: nõõbid, nõelad, niit jne.).

Tuleb meeles pidada, et selliste iga päev nõutavaid kaupu realiseerivate kaupluste mõjupiirkond ei kujune kunagi kuigi suureks, kuna teda tahavad kasutada ainult ligema ümbruskonna tarbijad. Juhul, kui säärased kauplused ei asu tar-

bija ligidal, hakkavad elanikud nõudma kaupluse avamist oma ligemasse ümbruskonda.

Eesti NSV oludes võib iga päev nõutavaid kaupu realiseerivate kaupluste ja poodide minemiraadius kõikuda linnades harilikult 200-400 meetri vahel, tõustes hõredamini asustatud linnarajoonides (aedlinnad) kuni 500 m. Tuleb ka märkida, et sellistelt kauplustelt nõuab elanikkond eelkõige nende ligiolekut.

Olukord on sootuks teine minemiraadiuse määramisel perioodiliselt ja harva nõutavaid kaupu realiseerivatele kauplustele. Siia kuuluvad valdavas enamuses tööstuskaubad, mille kasutamine on mõnel juhul nn. eluaegne (mööbel, mitmesugused majapidamiskaubad jne.). Nende kaupade suhtes on kehtiv üldiselt reegel, et mida harvemini vajatakse mingit kaupa ning mida suurem on selle kauba maksumus (hind), seda rohkem nõuab tarbija valikuvõimalusi ning sellega koos ka kaupluse ruumide suuremat avarust (proovimisvõimalusteks jne.). See asjaolu tõstab aga kaupluses käibekulude osas püsivkulude osatähtsust ja pikendab sellega ka rentaabluse saavutamiseks vajalikku minemiraadiust. See kasvab vastavalt kaupade valiku suurenemisele ja sortimendi kallinemisele. Vastavasuunaliste uurimiste tulemused on näidanud, et näiteks selliste perioodiliselt vajatavate kaupade, nagu valmisriided (ulikonnad, mantlid, palitud jne.), minemiraadiuse pikkus suureneb 5-6 kordseks, võrreldes iga päev nõutavate kaupadega, s.t. linnades see kõigub 2-3 km ja maal 20-30 km vahel. Seejuures on valmisriided võrdlemisi sagedasti vajatavad kaubad. Veelgi harvemini vajatavate kaupade minemiraadius pikeneb veelgi. Seetõttu tuleb siin, vastandina iga päev nõutavaid kaupu realiseerivate kaupluste ühtlase paigutamise printsiibile, paigutada kauplused kontsentriselt. Samaaegselt ei tohi unustada, et perioodiliselt ja harva nõutavate kaupade nõudmise sagedus pole erisugune ainuüksi eri kaubarühmadel, vaid ka kaubarühma üksikutel liikidel, sõltudes peamiselt kauba maksumusest (hinnast). Nii näiteks nõutakse keraamikakaupadest odavamaid ja lihtsamaid klaaskaupu (teeklaasid, piimakannud jne.)

võrdlemisi sagedasti ja seetõttu neid võib müüa väiksemates kaubanduskäitistes, väiksema minemiraadiusega. Kunstipärasemaid keraamikatooteid (portselan-, kristallesemed jne.) nõutakse võrdlemisi harva, seetõttu pole võimalik neid paigutada väikestesse universaalsema iseloomuga kaubanduskäitistesse. Vähendaks ju selliste kaupade sortimendi killustamine paljudesse käitistesse nende valiku võimalusi, halvendades sellega ostjaskonna teenindamist ja tekitades hinnalt kallima kauba realiseerimisel raskusi. Nende puuduste vältimiseks tuleb perioodiliselt ja harva vajataivate kaupade osas rakendada kaubandusvõrgu kontsentreerimiseks kaubavaliku komplitseerituse 2-3 astet. Iga astmega muutuks kaubavalik ja sortiment rikkalikumaks ning loomulikult suureneks kaupluses ka töökohtade arv. Vastavalt sellele kujuneks algastme kaubanduskäitistel välja väike minemiraadius, keskmisel astmel keskmine, kõrgema astme kaupluse minemiraadius aga võib hõlmata juba kogu linna.

Kaubandusvõrgu paigutuse konkretiseerimisel ei tohi aga unustada, et spetsialiseerunud kaubandusvõrgu hargnenud paigutamine vastavalt elanikkonna paiknemisele halvendaks kaubanduslikku teenindamist, sest elanikkonna teenindamise parandamiseks läbiviidud kaubandusvõrgu spetsialiseerimine ja tüpiseerimine tähendaks ju elanike tarvete rahuldamiseks vajalike kaupade jaotamist paljude kaubanduskäitiste vahel. Elanikkond aga tahab sisseostude sooritamisel kulutada võimalikult vähe aega, siirdudes sinna, kus tal on võimalik teostada kõik oma ostud kõige kiiremini. Seetõttu tuleb kombineeritud ja spetsialiseeritud kaubanduskäitised paigutada mitte üksikult, vaid komplekssete ahelatena. Nii saadakse puhma- või sõlmetaoline kaubanduskäitiste paigutus, nn. kaubandustsentrum, millega tagatakse elanikkonnale komplektne ostuvõimalus minimaalse ajakulutusega. Selline kaubandusvõrgu puhmaline kujundamine tähendab linnades rea k a u b a n d u s t s e n t r u m i t e moodustamist. Neid peab suuremates linnades olema vähemalt igas mikrorajoonis üks.

Siinjuures on huvitav märkida Moskva lähistel kerkiva

nn.linn-sputniku kaubandusvõrgu kujundamise aluseid.<sup>1</sup> Linna kavandatud suuruseks on kuni 80 000 elanikku, kes paiknevad 1200 ha suurusel linna territooriumil. See jagatakse 11-ks mikrorajooniks, igas 5000-7000 elanikku. Igasse mikrorajooni rajatakse kaubandustsentrum iga päev nõutavate kaupade müügiks. Sellesse tsentrumisse paigutatakse tööstuskaupade kauplus, poolfabrikaatide kauplus, iga päev nõutavate tööstuskaupade kauplus (väikepudukaup, kirjutusmaterjalid jne.), kodukõik söögisaaliga ja väike kohvik. Peale selle asub seal toidukaupade tellimiste ja tagastatava taara vastuvõtupunkt. Tegevuspiirkonna raadiuseks kaubandustsentrumil on 300-500 m. Rohkem kaubandusettevõtteid mikrorajooni piires ei asu, s.t. et üldiselt majade I korrustele ei paigutata kaubandusruume ja need asuvad spetsiaalselt rajatud kaubandustsentrumites.

Peale mikrorajoonides rajatavate kaubandustsentrumite moodustatakse suurem 3-4 mikrorajooni teenindav tsentrum, nn. rajooni kaubandustsentrum. Linn-sputnikus on selliseid rajooni ette nähtud 3. Nende kaubanduskeskus on juba tunduvalt suurem. Sinna paigutatakse 1 universaalkauplus 40-50 töökohaga, 2-3 toitluskäitist 300-400 istekohaga. Peale selle asub igas rajooni kaubandustsentrumis 1 iseteenindamisega toidukaupade kauplus (igas 6 kassiir-kontrolli), kaupade tellimuste ja klaastaara vastuvõtupunkt.

Linna südamesse paigutatakse kogu linna teenindav kaubandustsentrum, kus asub 1 suur kaubamaja 140-150 töökohaga, 3-4 toitluskäitist 400-500 istekohaga, kitsalt spetsialiseeritud tööstus- ja toidukaupade kauplused. Sinna rajatakse ka kolhoositurg 150 müügikohaga.

Siinjuures tuleb märkida veel käesoleval seitseaastakul rajatavaid suuri kaubandustsentrumeid vanades linnades. Need kujundatakse hiigelsuurte müügihallidena, kus kaupade müük toimub iseteenindamise korras. Näiteks praegu Moskvas rajamisel oleval sellisel müügihallil on müügi pinda üle 24 000 m.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Vt. pikemalt Е.Бобылев, Торговля в первом городе-спутнике, "Советская торговля" 1961, № 10, lk.26 jj.

mis võimaldab korraga 12 000 - 15 000 ostjal kaupu valida ja osta. Selliseid müügihalle tuleb kuni 1965.a. NSVL-is rajamisele 140.

Kaubandustsentrumi ja kaupluste konkreetse asukoha määramisel tuleb arvestada ka liiklustingimusi, s.t. liikluse sagedust, kuhjumist ja liikluse tulevikku.

Kaubanduskäitiste paigutamise probleemi lahendamisel on oluline määrata üksikute sama tüüpi kaupluste vaheline distantants, s.t. nende minemiraadius ja tegevuspiirkonna suurus. Seejuures ei tohi aga unustada, et erinevatel kaupadel on erisugune minemiraadius, sest kaupade maksumus ja nõudmise tihe-  
dus on erinevatel kaupadel erisugune: odavamate ja rohkem nõutavate kaupade minemiraadius on väiksem, kallimate ja harve-  
mini nõutavate oma suurem. Toodust järgneb, et kaubanduskäitisel ei ole ainult üks minemiraadius, vaid tal on neid seda rohkem, mida mitmelaadsem on käibe struktuur.

Üldine tegevuspiirkonna suurus peab võimaldama sellist käibe mahtu, mis suudaks katta käibekulud ja tagada plaanipärasest rentaablust. Seetõttu tuleb arvutustehnika kergendamiseks määrata igale kaupluse tüübile koos sortimendi miinimumiga ka **k ä i b e s t r u k t u u r**, kus koos kaubarühmade loeteluga on märgitud ka nende plaaniline osatähtsus kaupluse käibes.

Üksikule kaupluse tüübile määratud tähtsamate kaubarühmade käibe struktuuri ei tohi aga lugeda kohustuslikuks igale sama tüüpi kauplusele, sest struktuur sõltub kaubanduskäitise asukoha konkreetseist majanduslikest tingimustest. Seetõttu tuleb lähtealuse saamiseks vastava linna või selle mikrorajooni piires määrata igale kaupluse tüübile iseloomustav keskmine käibestruktuur ja selle realiseeritav hinnatäiend %-des käibest.

Operatiiv- ja perspektiivplaanide reaalsuse tagamiseks on oluline pidev andmete kogumine olemasolevast kaubandusvõrgust ja selle otstarbekuse ning ümberkujundamise käigu jälgimine. Selle ülesande täitmist võimaldab kõige paremini kartoteegi koostamine olemasoleva kaubandusvõrgu kohta, kus iga

kaubanduskäitise iseloomustus antakse eri kaardil.

Kaubandusvõrgu kartoteegi koostamise aluseks on iga kaubanduskäitise tehniline pass, kuhu on märgitud tema asukoht, tegevuspiirkonna iseloomustus, kaubanduskäitise suurus (pindala, ruumide arv jne.), tähtsam sisustus, müügikohtade arv, kaubakäive ja selle struktuur, kaubandusorganisatsioon, kellele kaubanduskäitis kuulub, ja teised kaubanduskäitise tegevust iseloomustavad andmed.

Kaubandusvõrgu kartoteegi operatiivseks kasutamiseks koostatakse kartoteek mitmesuguses läbilõikes, nagu: mikro-rajoonide kaupa, kaubandusorganisatsioonide kaupa, kaupluse tüüpide kaupa jne. Seda kartoteeki aitab muuta piltlikumaks linna kaart (plaan) (suurusega 1:5000 või 1:2500), kuhu märgitakse kogu kaubandusvõrk. Linna kaart koos kaubandusvõrgu kartoteegiga võimaldab määrata kaubandusvõrgu otstarbekuse ja selle ümberkujundamise käigu.

Kogu see analüüs peab eelkõige selgitama olemasoleva kaubandusvõrgu võimsuse ehk kapatsiteedi (lad.k. *capacitas* -maht, võime, suutelisus), mille alusel alles on võimalik hinnata jaevõrgu vastavust elanikkonna nõuetele.

Kapatsiteedi suurust iseloomustab eelkõige ettevõtete arv. Kuid kaupluste arv ei anna veel täpseid andmeid kaubandusvõrgu kapatsiteedist ja arenguastmest, sest kauplus võib olla nii ühe töökohtaga kui ka suur kaubamaja sadade müüjatega. Seetõttu on vajalik kasutada näitarve, mis iseloomustaksid tunduvalt täpsemalt jaekaubandusvõrgu kapatsiteeti.

Seda tuleks alustada antud kaupluse pindala suurusest m<sup>2</sup>-tes. Üksikasjalik vaatlus aga näitab, et kaupluse, resp. müügi ruumi pindala on küll põhjapanevaks teguriks kaupluse kapatsiteedile, kuid et tegelik kapatsiteet ei sõltu üksnes pindalast, vaid määratakse seadmete ja sisustuse paigutamise ja korrastamisega tervikuna. Nii näiteks on pindalalt väga suure lihakarni kapatsiteet suhteliselt väike, kui seal on ainult 1 töökoht. Selle kaupluse kapatsiteeti on küll võimalik kergesti suurendada, paigutades sinna vastavad seadmed, organiseerides rida töökohti. Järelikult on kaupluse kapatsi-

teeti võimalik ainult sellise näitarvuga taaspeegeldada, mis iseloomustaks kaupluse seadmete kogutervikut.

Kahtlemata väljendab kaupluse kapatsiteeti o s t j a t e a r v, keda suudetakse teatud ajavahemiku jooksul häireteta teenindada. Teatud ajavahemiku jooksul teenindatud ostjate arv on kaupluse koguterviku kapatsiteedi näitajaks. Statistiliselt on kerge arvutada klientide arvu, mida samaaegselt tehniliste seadmete ehk, teisiti väljendatult, müügi-kohtade arvu poolt on võimalik teenindada. Viimati mainitud kapatsiteedi näitarvu leitakse järgmise valemi abil:

$$\text{töökohtade arv } x \frac{\text{vaadeldav ajavahemik minutites}}{\text{ostu keskmine aeg minutites}} = \text{teenindatav, ostjate arv vaadeldaval ajavahemikul}$$

Oletame näiteks, et töökohtade arv on 6, vaadeldavaks ajavahemikuks on tund (60 minutit), ostu keskmine aeg 5 minutit, siis on võimalik tunni jooksul teenindada  $6 \times 60 : 5$  võrdub 72 ostjat.

Kapatsiteedi näitarvu mõlema vormi seosest selgub ka, et teoreetiliselt eksaktseks kapatsiteedi näitarvuks on ainult teatava ajavahemiku jooksul t e e n i n d a t a v o s t j a t e a r v, sest töökohtade sama arvu juures võib teenindatav ostjate arv olla erisugune. Oleneb ju müügi (ostu) keskmine aeg nii olemasolevatest seadmetest kui ka töö organiseerimisest. Järelikult pole töökohtade arv teoreetiliselt veel kapatsiteedi suuruse täpseks väljendiks.

Selgituseks veel üks märge: kahes sama tegevusalaga, sama töökohtade arvuga kaupluses võib töö organiseerimine tugevasti erineda: ühes on kassa ja kaubariidid korraldatud ehituslikel põhjustel väga ebasoodsalt, mistõttu töötajad peavad palju "jooksma". Järelikult on selles kaupluses muude samade tingimuste korral võimalik sama aja jooksul teenindada vähem ostjaid kui teises kaupluses. Seega võib kaupluse kapatsiteet vaatamata töökohtade samale arvule olla erisugune. Kuna üldiselt sama tüüpi kaupluste kapatsiteedi erinevused on sama töökohtade arvu juures aga minimaalsed, siis määratakse kaupluste kapatsiteet esijoones t ö ö k o h t a d e a r v u g a.

Seda võib kapatsiteedi iseloomustamiseks kasutada ajaliste ja regionaalsete erinevuste väljatoomiseks.

Olemasoleva kapatsiteedi kasutamise väljendajaks on müüjate (arvestusmüüjate - täie jõudlusega müüjate) arv suhetöökohtade arvusse. Kui kaupluse kapatsiteet kogu päev kl.8.00-19.00 on täiesti koormatud, siis peab töökohta kohta 7-tunnilise tööaja suhe olema 1,55 müüjat. Kui see arv on väiksem, siis tähendab see kapatsiteedi kasutamise nõrgemat ulatust. Loomulikult tuleb siin tähele panna, et kaubandusvõrgu kapatsiteet pole rea põhjuste tõttu ühteviisi koormatud (sesoonidest tingitud müügikõrgpunkt, käibe nädalane kõikumine ja ostjate erisugune voolavus tööpäeva erinevatel kellaaegadel). Seetõttu ei tule selgitada üksnes kapatsiteedi keskmise kasutamise määr aastas, nädalas või isegi päevas, vaid ka kapatsiteedi kasutamine kaubandusliku tegevuse kõrgpunktis, ostjate peamise voolu ajal. Kapatsiteedi ajutise kõrgkasutamise väljendiks on kõige suurema vahetuse müüjate arvu suhe olemasolevasse töökohtade arvusse (resp. suurim samaaegselt töötavate müüjate arvu suhe töökohtade arvusse).

Suurima vahetusega müüjate arv pole veel mingi usaldusväärne kapatsiteedi väljend, sest isegi selles võib olla vähem müüjaid tegevuses kui on töökohti. Üksikjuhtudel aga on ka võimalik, et neid on rohkem kui töökohti (töökohta ülehõivamine).

Olemasoleva kapatsiteedi edasises analüüsis, eriti selle laiendamise seisukohalt, on tähtis töökohtade arvu kõrvutamine müügiruumide pindalaga. Töökohtade arvu suhe müügiruumi pindalasse kõneleb sellest, kuidas on kasutatud olemasolev pind kui kapatsiteedi tähtsaim koostisosa teatava jõudluse saavutamiseks. Nende näitavude kõrvutamise selgub, kus jae-kaubandusvõrgu kapatsiteeti on võimalik ilma oluliste kapitalmahutusteta laiendada, korraldades paremini olemasolevad kaubandusettevõtted.

Tänapäeval pole aga enam otstarbekas orienteeruda ainult töökohtade arvule kui kapatsiteeti küllaldaselt iseloomusta-

vatele näitarvudele. Nad on küll veel olulised paljudel tegevusaladel, kuid nad ei väljenda enam teatava rajooni, piirkonna kaubandusvõrgu kapatsiteeti tervikuna, sest viimasel ajal on järsult tõusnud iseteenindamisega kaupluste arv ja toimub edasine kaupluste ümberkujundamine iseteenindamisega ettevõtteks. See areng on kooskõlas meie valitsuse ja partei poliitikaga. See leiab ka ostjaskonna heakskiitu, sest iseteenindamisega kauplustes on nähtav kogu pakutav kaubassortiment ning pole enam vajalik seista järjekordades. Pealegi võimaldab üleminek iseteenindamisele tunduvalt tõsta kaubandustöötajate töötotlikkust. See on aga tingimata vajalik, sest lähemate aastate jooksul suunatakse seoses partei programmis püstitatud ülesannete lahendamiseга järjest suuremad kogused kaupu elanikkonnale, aga müüjate arvu suurendamine samas ulatuses pole võimalik. Siit tuleneb vajadus ligema 20 aasta jooksul tõsta märksa kaubandustöötajate töötotlikkust.

Iseteenindamisega kaupluses pole põhimõtteliselt müügikohta. Sellega on kaotanud see kui näitarv oma tähenduse. Iseteenindamisega kaupluse kapatsiteeti võib tunduvalt paremini kui teenindava müügikoha kapatsiteeti iseloomustada müügisaa-li suuruse kaudu. Siiski pole ka iseteenindamisega kaupluse kapatsiteedi iseloomustamine müügiaruumi suuruse abil veel täielik, sest samade pindalade kapatsiteet võib olla erisugune juhtudel, kui riiulite, laudade jne., lühidalt nn. kaubakandjate suurused, kust mõõduvad ostjad kaupu valides, on erinevad. Järelikult on siin olulise tähendusega kaubakandjate üldpikkus jooksvates meetrites (kahekülgsed riiulid tulevad arvestada kahekordse pikkusega, vabalt seisvatel laudadel ja gondlitel kogu ümbermõõt jne.), andes ettekujutuse iseteenindamisega kaupluse kapatsiteedist.

Kaubakandjate pikkust, millest mõõduvad ostjad, võib nimetada **k o n t a k t p i k k u s e k s**, sest selle ulatuses puutuvad ostjad ja kaubad kokku, resp. astuvad ühendusse.

Kontaktpikkuse abil määratakse müügiaruumi kasutamise aste. Seda väljendab kaupluse kontaktpikkuse suhe müügiaruumi

pindalasse. Harilikult näidatakse kontaktpikkust iga  $10 \text{ m}^2$  müügi ruumi pindala kohta. Seda näitarvu leitakse nii kaupluse kui ka vastava tegevusala kaupluste kohta, samuti ka erineva suurusega kaupluste kohta. Kõrvuti sellega kasutatakse veel teisi näitajaid, näiteks jaekäibe suurus kontaktpikkuse jooksva meetri,  $10 \text{ m}^2$  müügipindala jne. kohta. Viimati nimetatud näitarvud on eriti olulised tegevusalade uurimisel ja erinevate kaubandusettevõtete kõrvutamisel.

Iseteenindamisega kaupluste kapatsiteet sõltub aga veel k a s s a d e arvust. See määrab kaupluse läbilaskevõime, mistõttu tuleb näidata kassade arvu. Siin on vajalik eraldada: a) spetsiaalseid arvelduskassasid; b) liitmiskassasid ja c) lihtsaid registreerimiskassasid, kus arveldus märgitakse kassasedelile.

Iseteenindamisega kaupluse materiaalses baasis on tähtsaks proportsiooniks kontaktpikkuse suhe kassadesse. See näitaja on ilmekas kapitaal mahutuste planeerimisel, eriti arvelduskassade soetamisel ja jaotamisel. Iseteenindamisega kaupluste kapatsiteeti iseloomustab aga kõige paremini müügi ruumi suurus, sest mitmesuguste kaubarühmadega iseteenindavate kaupluste kontaktpikkuse suurus ei anna ettekujutust kaubandusvõrgu kapatsiteedist. Üksikute spetsiaalsete kaubakandjate (näiteks liha- ja lihasaaduste pakkumiseks) kontaktpikkust võib kasutada aga kapatsiteedi iseloomustajana ning kõrvutada elanike arvuga.

Osalise iseteenindamisega ja lahtise väljapanekuga kauplustes saab kapatsiteedi väljendina kasutada ainult müügi ruumi pindala. Igal juhul tuleb nende kaupluste kapatsiteet, s.t. müügi ruumide suurus eraldi välja tuua, sest sellel on suur tähendus täielikule iseteenindamisele üleminekul.

Kogu kaubandusvõrgu kapatsiteedi iseloomustamiseks tuleb näidata nii kaupluste arvu kui ka nende müügipindalade suurus, sest jaevõrgus töötavad enamikus veel harilikud, müüjatega kauplused.

Järelikult tuleb orienteeruda kapatsiteedi määramisel kõigi kaupluste müügi ruumide pindalade arvutamisele ning ise-

teenindamisega kaupluste kui lähemas tulevikus kaubandusvõrgu tähtsama osa kapatsiteedi täpsemale iseloomustamisele. Vastavalt sellele on kapatsiteedi kasutamist võimalik esitada käibe suurusena müügiruumpinna ühiku ( $1,10 \text{ m}^2$ ) kohta. Andmete kõrvutamine on üldiselt mõttekas ainult sama tegevusala piirides.

Ühiskondlikus toitlustamises on kapatsiteedi väljendiks istekohtade, resp. toolide arv. Peale selle võib esineda ka nn. söögikohtade arv iseteenindamisega sööklates, automaatoratoranides jne., kus tarbija sageli seistes sööb. Siiski ei näita see veel küllaldaselt toitluskäitiste kapatsiteeti, sest viimane ei sõltu ainult söögikohtade arvust, vaid ka köögi kapatsiteedist, toidu väljastamiskoha ja söömiskoha kaugusest jne. Nii näiteks võib söögiaeg kesta organisatsiooniliste tegurite mõjul mõnes istekohtade poolest suuremas ettevõttes kauem kui väiksemas ja paremini organiseeritud sööklas. Väga raske on aga kasutada reaalselt, s.t. teoreetiliselt puudusteta ja igakülgsest toitluskäitiste kapatsiteeti iseloomustavat näitartvu. Seetõttu piirduetakse siin istekohtade, resp. söögikohtade arvuga.

Seda näitajat tuleb täiendada toitluskäitises teatava ajaühiku jooksul väljastatavate roogade arvuga, kusjuures mõõtühikuks peaks olema menüüs kindlaksmääratud toiduportsjon. Peale selle tuleb märkida tegelikult väljastatud roogade arvu keskmiselt elaniku kohta, sest see aitab iseloomustada naise vabastamisprotsessi kodustest toiduvalmistamise töödest.

Suuremate piirkondade (liiduvabariikide, oblastite) kaubandusvõrgu kapatsiteedi iseloomustamisel tuleb see esitada territoriaalselt väiksemate piirkondade lõikes (rajoonid), sest vastasel korral varjutavad üldised andmed rajoonid ning linnu, kus kaubandusvõrgu kapatsiteet on puudulik või kus see on halvasti kasutatud. Regionaalne analüüs on väga oluline elanike varustamise hindamisel materiaalse baasi seisukohalt. Tähtsamaks näitartvuks on siin olemasoleva kaubandusvõrgu esitamine sovhoosides ja kolhoosides. Sellega ühtlasi

kontrollitakse ka kaubandusvõrgu regionaalset jaotust.

Kaubandusvõrgu dünaamika käsitlemisel tuleks seda vaadata pikemate ajavahemike (aasta, kaks aastat, viis aastat) järgi, sest üldiselt ei toimu lühematel ajavahemikel erilisi muudatusi kaubandusvõrgus, pikemate ajavahemike juures aga on nihkumised juba tunduavad. Erandi moodustab sesoonkaubandus, mis vajab omaette käsitlust ja analüüsi.

Kaupluste tegevusalade väljendavad näitajad. Mingisuguse piirkonna elanikkonna varustamiseks kaupadega pole aga küllaldane, kui kaubanduses on teatav arv kauplusi teatava kapatsiteediga, vaid on nõutav, et oleks küllaldaselt kauplusi vastava kapatsiteediga kõigi elanikkonna poolt nõutavate kaupade müügiks. Järelikult tuleb esitada näitajad, mis peegeldaksid ka kaupluste kaubandusliku spetsialiseerumist, s.t. tuleb kindlaks määrata kaupluste arv ja kapatsiteet nende tegevusalade järgi. Seejuures on vajalik teada tähtsamate toidu- ja tööstuskaupade kaubandusvõrgu käibekapatsiteeti nende kaupade realiseerimiseks. Millise detailsusega on see vajalik uurida, see sõltub igakord konkreetselt olukorrast ja püstitatud majanduslikest sihtidest.

Arusaadavalt pole võimalik ega ka vajalik kaupluste kaubanduslikku spetsialiseerumist peegeldada kõigis üksikasjades, vaid piisab, kui saame vastuse elanikkonna varustamises tähtsamate kaubarühmade lõikes.

Kaupluste iseloomustamiseks tegevusalade järgi on oluline neid rühmitada vastavalt müügisaali suurusele: palju kauplusi pindalaga alla 15 m<sup>2</sup>, pindalaga 15-25 m<sup>2</sup> jne., ja kui palju müügipinda asub teatavates piirkondades - rajoonides, tegevusalade lõikes. Selliseid näitajate tuleb esitada pikema ajavahemiku - viisaastaku järele.

Kaubandusvõrgu edasine iseloomustus eeldab kaupluste esitamist käibesuuruse rühmade järgi tegevusalade lõikes. See annab aluse üksikute tegevusalade kaupluste käibe, kapatsiteedi, töötotlikkuse jne. ühendatud uurimiseks.

Tuleb veel kord märkida, et kaupluste senine liigitus

kaubarühmalise spetsialiseerumise järgi sisaldab veel palju valeldavat (näit. "Laste Maailm" on ühelt poolt tööstuskaupade segakauplus, kuid teisalt on ta spetsialiseeritud lastekaupade kauplus). Seepärast on otstarbekas selliseid kauplusi, mis pakuvad teatud kompleksnõudmisele vastavaid kaupu (spordikaubad, majapidamiskaubad jne.) käsitleda eraldi, iseloomustades sellega täiendavalt kaubandusvõrku.

Elanikkonna varustamise materiaalsete eelduste hindamisel tuleb teada nii spetsialiseeritud kui ka spetsialiseerimata kaupluste kapatsiteeti teatava kaubarühma realiseerimisel ja ka vastavate kaupade käibeks ettenähtud kapatsiteeti, sõltumata, kas see on spetsialiseeritud või spetsialiseerimata kaupluste oma. Näiteks teatavas piirkonnas on 55 spetsialiseeritud piimakauplust. Peale selle realiseeritakse lahtist piima veel 62 kaupluses ja pudõlipiima 78 kaupluses, järelikult on piirkonnas 195 kauplust, kust saab piima. Selle alusel võib määrata, mitu inimest piirkonnas tuleb piimakaupluse või piima müügikoha kohta.

Kaubandusvõrgu suhtelist arenguastet iseloomustavad näitavad. Kaubanduse materiaalse baasi edasiseks analüüsiks on vajalik näidata kaubandusvõrgu arenguastet piirkondade lõikes ja järgida selle arengut. Seda iseloomustab kõige paremini elanike arv iga kaupluse ja iga 100 m<sup>2</sup> müügi ruumi kohta. Mida vähem elanikke langeb kaupluse või müügi ruumi 100 m<sup>2</sup> kohta, seda kõrgem on kaubandusvõrgu suhteline arenguaste vastavas piirkonnas. Suhtelise arenguaste paranemist näitab seega elanike arvu vähenemine keskmiselt ühele kauplusele, resp. müügipinnale.

Toitluskäitiste võrgu suhtelise arenguaste hindamisel tuleb näidata, palju elanikke langeb keskmiselt ühele ettevõttele ja istekohale.

Üksikasjalikult iseloomustavad suhtelist arenguastet järgmised näitavad:

a) elanike arv jaekaubandusettevõttele (ilma kioskiteta, liikuva kaubanduseta ja toitluskäitisteta);

- b) elanike arv statsionaarse ja liikuva jaevõrgu objekti kohta;
- c) elanike arv kaupluste müügi ruumi iga 100 m<sup>2</sup> kohta,
- d) elanike arv üksikute tegevusalade müügi ruumide pind-ühiku kohta,
- e) elanike arv iseteenindamisega kaupluse kohta,
- f) elanike arv iga tegevusala kaupluse kohta,
- g) elanike arv iseteenindamisega kaupluse müügi ruumide iga 100 m<sup>2</sup> kohta,
- h) elanike arv osalise iseteenindamisega kaupluse kohta ja
- i) elanike arv lahtise väljapanekuga, kaubanäidistega jt. kaupluste kohta,
- j) elanike arv spetsialiseeritud kaupluse kohta,
- k) elanike arv spetsialiseeritud kaupluse iga 100 m<sup>2</sup> müügi saali kohta.

Nende näitarvude kõrvutamise alusel tulevad selgesti nähtavale kaubandusvõrgu arenguastme regionaalsed erinevused. See võimaldab teha tähtsaid järeldusi kapitaal mahutuste planeerimisel materiaalse baasi arendamiseks kaubanduses. Arusaadavalt tuleb seejuures välja tuua ka kapatsiteedi kasutamise näitarvud. Pealegi tuleb jälgida ka elanikkonna struktuuri kõrvutatavates piirkondades, sest näiteks aiamaapidajate suur hulk elanikkonna üldarvus nõuab objektiivselt vähenemist piima- ja juurviljamüügikohti.

Esitatud näitarvud aitavad ka selgitada, milline arenguaste on uutel, eesrindlikel kauplemisvormidel (iseteenindamine jt.) elanike arvu suhtes. Sellel on tähtsus kaubanduse rekonstrueerimisabinõude rakendamise kontrollimisel.

Kaubandusvõrgu igakülgseks iseloomustamiseks on vajalik esitada see ka kaubandussüsteemide lõikes. Sellest on võimalik järeldada kaubandussüsteemide osa kaubakäibes, nende tegevuse arengutendentse ja neile langevate ülesannete täitmise materiaalseid tingimusi.

K a u p l u s e ü l d i s t s e i s u n d i t k i r j e l d a v a d n ä i t a r v u d. Edasiseks analüüsi täp-

sustamiseks on vajalik iseloomustada kaupluste ja -kapatsiteetide seisundit, sest alles see näitab, millal umbes on vajalikud kapitaalvahetused olemasoleva baasi säilitamiseks ja tema moderniseerimiseks. Selleks tuleb kauplused ja kapatsiteedid liigestada järgmiste tunnuste järgi ning need koondatult esitada:

1) kauplused ja kapatsiteedid, mis üldiselt on moodsad, sihipäraselt sisustatud ja varustatud;

2) kauplused ja kapatsiteedid, mida tuleb moderniseerida ja otstarbekohaselt sisustada, kusjuures tuleb näidata vajalikud vahendid ja saavutatav kapatsiteet;

3) lähemal ajal (näit. kolme aasta jooksul) tingimata kapitaalremonti vajavad kauplused ja kapatsiteedid tegevusalade järgi, kusjuures tuleb esitada umbkaudne kapitaalremondiks nõutav summa;

4) lähemal ajal tingimata väljalangevad kauplused, näidates nende kapatsiteet ja tegevusala;

5) kaupluste arv, mis on paigutatud mittesihipärastesse ruumidesse (pole sobivad kauplemiseks), nende kapatsiteet ja tegevusala.

Teoreetiliselt on punktides 1-4 nimetatud kauplusi võrdlemisi problemaatiline määrata, sest siin pole võimalik anda eksaktset, üldistavat tunnust. Praktikas aga pole kaupluste selline liigitus seotud suurte raskustega, sest üksikutes piirkondades võib seda tegevusalade kaupa määrata vastav komisjon.

Selgeks ja vaieldamatuks klassifitseerimise tunnuseks, mis objektiivselt väljendab kaubandusvõrgu üldist seisundit, on kaupluses viimati tehtud remondi daatum. Seetõttu on õige kauplused rühmitada vastavalt nende viimati tehtud remondi ajale (allliigestusega remondi koha järgi - müügisaal, ladu, fassaad jne.) järgmiselt:

1) kauplused, mis remonditi jooksul aastal või eelmisel aastal;

2) kauplused, mis remonditi 2-3 aastat tagasi;

3) kauplused, mis remonditi 4-5 a. tagasi;

4) kauplused, mida pole remonditud viimase 5 aasta jooksul.

Selline rühmitus tuleks esitada piirkondade ja kaubandussüsteemide lõikes. See moodustab koos kaubandusvõrgu suhtelise arenguastme ja kapatsiteedi kasutamise näitarvudega väärtusliku aluse kaubandusvõrgu plaanipäraseks arendamiseks ja eriti kapitaalmahutuste õigeks regionaalseks jaotamiseks.

K a u b a n d u s v ö r g u m u u d a t u s i e s i t a v a d n ä i t a r v u d. Pole üksnes nõutav teataval ajamomendil olemasolevat kaubandusvõrku üksikasjalikult kirjeldada, vaid on vajalik ka eriti hoolikalt jälgida kaubandusvõrgu arengut. See toimub eelkõige sel teel, et kõrvutatakse erinevate aastate kaubandusvõrgu seisuga näitarvud. Sel teel on võimalik esitada muudatusi kaupluste arvus, iga tegevusala kapatsiteedis, kaubandussüsteemides piirkondade lõikes.

Majanduslikus analüüsis pole aga küllaldane fikseerida üksnes muudatus kaubandusvõrgus teatava ajavahemiku jooksul, vaid oluline on esitada üksikasjalikult kaubandusvõrgu muudatuste koguprotsess. Seetõttu ei tule iseloomustada ainult kaupluste ja kapatsiteetide juurdekasvu teataval ajavahemikul, vaid tuleb kirjeldada lähemalt uuesti avatud kauplusi ja valminud kapatsiteete. Piisab, kui see toimub 1-2 korda aastas. Seejuures tuleb eelkõige näidata, kas siin on tegu mõnede provisorsete (esialgsete) kauplustega või siis moodsat ja otstarbekalt sisustatud kauplustega. Peale selle on vajalik kaubandusvõrgu muudatuste esitamiseks selgitada ka kaupluste ja kapatsiteetide sulgemised ning selle põhjused. Lähtepunktid seejuures võivad olla järgmised:

- a) sulgemine ehituse või totaalse vanuse tõttu,
- b) sulgemine vajalike remonttööde mittetegemise pärast,
- c) sulgemine kasutatavate ruumide äraandmise pärast,
- d) sulgemine selle kapatsiteedi mittevajalikkuse pärast,
- e) sulgemine tööjõu puuduse tõttu,
- f) sulgemine muudel põhjustel.

Kaubandusvõrgu muudatusi tuleb jälgida nii kaubandussüsteemide lõikes kui ka tegevusalade ja piirkondade järgi.

Selles peab peegelduma ka kaupluste üleandmine ühest süsteemist teisele. Nende näitarvude alusel on võimalik koostada kaubandusvõrgu muudatuste bilanss.

Kaubandusvõrgu arendamise ja paigutamise planeerimine peab toimuma linna kaardi abil, kuhu on märgitud linna piirid, linna administratiivsed rajoonid ja teised osad, millel on tähendust kaubandusvõrgu kujundamise seisukohalt, samuti ka vaksalid, sadamad, kolhoositurud ja teised kohad, kus toimub elanike tihe liiklus.

Linna kaardil tuleb märkida kõik muudatused, mis on ette nähtud planeeritava perioodil, linna laienemise suunad, uute elamuehituste paiknemine, märkides majad, kus asuvad kaubandusruumid.

Kaubandusvõrgu tegeliku paiknemise uurimisel on vajalik paigutada linna kaardile kõik kauplused.

Analüüsi juures on vajalik määratleda kaubandusvõrgu pindala linna üksikutes rajoonides, samuti ka kaubandusettevõtete arv ja müüjate töökohtade arv nendes iga 10 000 inimese kohta. Tänapäeval rakendatakse kaubandusvõrgu arendamise normatiivina 66 töökohta iga 10 000 elaniku kohta, nendest toidukaupade kauplustes 33 ja tööstuskauplustes 34 töökohta.<sup>1</sup> Kaubandusrühmade lõikes jagunevad töökohad järgmiselt:

Toidukaupade kauplused 32,

sellest:

leib- ja leiva-saiatpoted	6
kondiitritooted	2
bakaalkaubad	3
piim- ja piimasaadused	5
köögi- ja juurvili	5
liha ja kala	4
gastronoomiakaubad ja alkohoolsed joogid	6
karastusjoogid, jäätis	1

<sup>1</sup> Iseteenindamisega kaupluste organiseerimisel võetakse leivakaupluste kontroll-kassapidaja koht võrdsena 1,5 töökohaga ja muudes toidukaupades - 2,5 töökohaga.

Tööstuskaupade kauplused 34,  
sellest:

õmblustooted	6
karusnahad ja peakatted	1
trikotaaž, sukad-sokid	2
jalatsid	3
kangaskaubad	3
raamatud	3
kultuuri- ja sporditarbed	4
majapidamiskaubad	4
mööbel	1
pudukaubad	5
parfümeeriakaubad	1
ülejäädud kaubad	1

Siinjuures on oluline märkida, et ülaltoodud normatiivid, sõltuvalt elanike ostufondide suuruselt, transiitbijaajate hulga ja teistest kohalikest tingimustest alluvad olulisele korrigeerimisele.

Jaevõrgu seisundi analüüsimisel tuleb järgnevalt selgitada töökohtade arvu suurendamise võimalusi olemasolevate kaupluste pindade ratsionaalse kasutamise arvel ja avastada teisi reserve, eriti kaubamüügi progressiivsete meetodite juurutamisel nende läbilaskevõime suurendamiseks.

Vajalik on selgitada kauplused, mis ei vasta oma ruumidelt ja teistelt tunnustelt kaubanduse nõuetele.

Olemasoleva kaubandusvõrgu materiaalse baasi kasutamise iseloomustamiseks koostatakse järgmine tabel kaubandusorganisatsiooni kõigi kaupluste kohta:

Kaupluse nimetus	Aadress	Abiruumide pind m <sup>2</sup>	Töökohade tegelik arv	Tegelik käive 1000rbl. aastal	Töö vahetavus	Müügi-saali pind m <sup>2</sup>
Leiva-kaupl. nr. 6	Rohu 4	64	3	150	1,5	40
Jalatsi-kaupl. nr. 9	Gorki 8	76	4	400	1	100

Tabelis esitatud näitajate analüüs võimaldab määrata töökohtade arvu suurendamist olemasolevate kaupluste müügi-ruumide pindala ratsionaalsema kasutamise ja abiruumide kasutamise arvel, suurendades ning laiendades kauplust. Näiteks ülaltoodud näites, lähtudes müügisaali suuruse normatiivist  $15 \text{ m}^2$  ühele töökohale ja käibe suurusest, on võimalik jalatsikaupluses täiendavalt veel organiseerida 1 töökoht. Samuti on võimalus suurendada leivakaupluse müügisaali pindala, ühendades temaga osa abiruumide pindalast.

Kaupluste suurendamise ja laiendamise üheks reserviks on naabruspindade kasutamine. Ühtlasi on võimalik suurendada kaupluste läbilaskevõimet lahtiolekuaja pikendamise, samuti ka tööpäevade arvu suurendamisega kaupluses.

#### Kaubandusorganisatsiooni jaevõrgu arendamisplaan.

Olemasoleva jaevõrgu analüüs on tähtsaks eelduseks ka kaubandusorganisatsiooni jaevõrgu arendamisplaan koostamiseks.

Jaevõrgu arendamise plaani koostamisel tuleb:

- a) määrata töökohtade arv ja jõudlus kauplustes ning väikejaevõrgus,
- b) määrata ettevõtete spetsialiseerimine ja tüübid,
- c) arvutada vajalikud kapitaalmahutused jaevõrgu ehituseks ja rekonstrueerimiseks.

Plaanis tuleb määrata töökohtade arv kauplustes planeeritava perioodi lõpuks. Kõrvutades seda töökohtade arvuga perioodi algul, saadakse töökohtade vajaliku juurdekasvu suurus.

Kaubandusorganisatsiooni kauplustes vajalik töökohtade arv määratakse kaubarühmade müügiplaani ja müüjate töökohtade jõudluse alusel, arvestades kaubandusettevõtete tööpäeva pikkust.

Töökohtade plaanilise arvu määramiseks kauplustes võetakse aluseks mitte kogu jaekäive, vaid ainult see osa, mis langeb kauplustele. Selleks lahutatakse käibeplaani üldisest mahust väikejaevõrgu, väikehulgibaaside, moeateljeede, kütte

jt.ladude käibe suurus kaubarühmade lõikes.

Harilikult määratakse kaupluste käive ja selle struktuur statistilises aruandluses kehtiva nomenklatuuri järgi. Edasistes arvutustes on vajalik käibe struktuur mõnevõrra ümber rühmitada vastavalt töökohtade käibestruktuurile. Siinjuures on soovitav kasutada järgmist nomenklatuuri:

### I. Toidukaubad.

- |                              |                       |
|------------------------------|-----------------------|
| 1. Leib ja leiva-saia tooted | 8. Kalakaubad         |
| 2. Bakaalkaubad              | 9. Kõõgiviljad        |
| 3. Gastronoomiakaubad        | 10. Puuviljad         |
| 4. Piim ja piimasaadused     | 11. Karastavad joogid |
| 5. Alkohoolsed joogid        |                       |
| 6. Kondiitritooted           |                       |
| 7. Liha ja linnud            |                       |

### II. Tööstuskaubad.

- |                                  |                              |
|----------------------------------|------------------------------|
| 1. Kangaskaubad                  | 11. Muusikariistad           |
| 2. Valmisriided                  | 12. Pudukaubad               |
| 3. Pesu                          | 13. Trikootaaz               |
| 4. Karusnahad ja karusnahakaubad | 14. Majapidamiskaubad        |
| 5. Peakatted                     | 15. Mööbel                   |
| 6. Jalatsid                      | 16. Ehitusmaterjal           |
| 7. Mänguasjad                    | 17. Spordikaubad             |
| 8. Kirjutusmaterjalid            | 18. Raamatud                 |
| 9. Raadiokaubad                  | 19. Petrool ja naftasaadused |
| 10. Foto- ja optikakaubad        |                              |

Käibe rühmitamisel arvestatakse järgmisi momente:

a) kaubarühmade, mis on moodustatud mõnedest kaupadest, suuruse määramiseks summeeritakse kõigi antud rühma kuuluvate kaupade käibed (näit. jalatsite käibe saamiseks liidetakse nahk-, kummi- ja viltjalatsite käibed; pudukaupade käive saadakse pudukaupade ja niitide käibe liitmisel);

b) mitmetest kaubarühmadest koosnevate kaupade plaaniline käive leitakse iga vastava kauba jaevõrgus realiseerimiskäivate liitmise teel. Näiteks kalade käive haarab nii

gastronoomiakaupade hulka kuuluvad kalad kui ka värsked ja külmutatud kalad. Seoses sellega tuleb arvutada kaubandusvõrgu vajadus gastronoomiakaupade käibe järgi ja osalt kalakaupade rühma järgi.

Toodud rühmituse tulemusena määratakse käibe struktuur kooskõlas müüjate töökohtade spetsialiseerimisega.

Määratledes töökohtade vajalikku arvu kaubandusvõrgu käibeks, arvutatakse töökohtade spetsialiseeritus jaotatuna ühe töökoha jõudlusele (läbilaskevõimele).

Töökoha jõudlus sõltub reast tingimustest. Sellele avaldab mõju käibe struktuur, kaupluste suurus ja tüüp, võrgu spetsialiseerituse aste, müüjate töötootlikkus, ettevõtte tehniline varustatus, kaupluste töötajate vahetuste arv, kaubandusliku teenindamise meetodid. Sama töökohtade arvuga on võimalik saavutada erisugust kaubakäivet olenevalt kõigi nende tegurite muutumisest. Nii kauplemise progressiivsete meetodite rakendamine, mehhanismide ja instrumentide juurutamine, kaupluste töötamisaja pikendamine, üleminek katkemata töönädalale, töö organiseerimise paremustamine jt. viivad ühe töökoha käibemahu suurenemisele.

Järelikult määratakse iga kaubarühma töökoha jõudlus müüjate plaaniliste jõudluste, keskmise vahetatavuse ja kaupluste tööpäevade arvu alusel.

Kaupluste töö keskmine vahetatavus määratakse müüjate töökohtade arvu alusel, ühe vahetusega, poolteise vahetusega ja kahe vahetusega kauplustes.

Näiteks oletame, et leiva-salatooteid realiseeriti 6 töökohas ühe vahetusega kauplustes, 20 töökohas 1/2 vahetuses ja 14 töökohas kahe vahetusega kauplustes. Nende andmete alusel on keskmine vahetatavus järgmine:

$$\frac{(6 \times 1) + (20 \times 1,5) + (14 \times 2)}{6 + 20 + 14} = 1,6.$$

Kui müüja jõudlus leiva-saia realiseerimisel on 137 rubla päevas ja kauplus töötab 307 päeva aastas, siis keskmise vahetatavuse juures 1,6 võrdub ühe töökoha jõudlus:

$$(137 \times 1,6 \times 307) = 67,5 \text{ tuh.rbl. aastas.}$$

Arvestades, et kaubastu käibeplaanis on ette nähtud lei-

va-saia realiseerimine 6,0 milj.rbl., sellest väikehulgi-  
baasi kaudu 600 tuh.rbl., selgub, et plaani täitmiseks on vaja-  
lik  $6000 - 600 : 67,5 = 80$  töökohta.

Sellisel arvutatakse töökohtade arv ülejäänud kauba-  
rühmade lõikes, nagu nähtub tabelist.

Töökohta tüüpide nimetus	Jaevõrgu käive 1000rbl.	Töökohta pl. jõud- lus 1000 rbl.	Kesk- m. töökoht. arv aastas	Tegelik töökoht. arv aasta algul	Töökoht. arv aasta lõpul	Töökoht. arvu juurde- kasv aastas
leib ja sai	5400	67,5	80	78	82	4
muud toi- dukaubad	14664	94,0	156	152	160	8
tööstus- kaubad	16936	117,5	144	138	150	12
	37000	97,4	380	368	392	24

Nagu tabelist nähtub, on käibeplaani täitmiseks vajalik  
380 töökohta, s.t. tuleb täiendavalt organiseerida 24 töö-  
kohta.

Arvutustes on vajalik näidata kaubandusettevõtte tege-  
vusse rakendamist aasta jooksul, samuti mõnede ettevõtete, mis  
pole sobivad edasiseks kasutamiseks, sulgemise võimalused.

Kaubandusvõrgu plaani töötlemisel on oluliseks momendiks  
kaupluse tüüpide valik ja iga tüübi vajalik arv. Kaupluse  
tüüp iseloomustab tema kaubalist profiili ja töökohtade arvu,  
mis määrab majandusliku tegevuse mahu. Kaupluse tüüpide va-  
liku küsimuse lahendamine on lahutamatu seotud kaubandus-  
võrgu paigutamise plaaniga ja selle spetsialiseerimise tase-  
me määramisega.

Valides eelnevalt kaupluse tüüpe ja nende arvu, on see  
kõige rohkem õigustatud siis, kui see loob ostjatele muga-  
vusi ja annab nende ekspluateerimisel majanduslikku efektiiv-  
sust.

Kaupluse tüüpide valikul tuleb järgnevalt lähtuda antud  
kaubarühma töökohtade arvust, mis on vajalik käibeplaani täit-  
miseks, ja jaotada need töökohad kaupluste vahel, kus reali-

seeritakse antud kaubarühma. Järgnevalt tuleks vältida selle killustamist paljude kaupluste vahel, kui tegemist on keeruka sortimendiga kaupadega: rõivastega, kangastega, jalatsitega jne.

Olemasolev kaupluste võrk tuleb läbi vaadata nende ratsionaalse kasutamise seisukohalt, nende rekonstrueerimise ja üksikute kaupluste profiili muutmise, olemasolevate sega- ja spetsialiseerimata kaupluste spetsialiseerituks ümberkujundamise seisukohalt.

Uute kaupluste ja olemasoleva jaevõrgu rekonstrueerimise planeerimisel on vajalik silmas pidada kaubamüügi progressiivsete meetodite juurutamist, iseteenindamisega kaupluste, tüki- ja pakendkaupade kaupluste, kaupade kojusaatmise jt. meetodite rakendamist. See suurendab kaubandusvõrgu kapatsiteeti ja parandab tunduvalt ostjate teenindamist, tõstab müügikultuuri ja alandab käibekulusid.

Põhilised ülesanded kaubandusvõrgu õigeks paigutamiseks seisnevad selles, et 1) maksimaalselt lähendada kaubandusvõrku tarbijatele, võimaldades nendele minimaalse ajakuluga kaupade ostmise, 2) pakkuda ostjatele lai kaupade valik keeruka sortimendiga kaupade koondamise teel suhteliselt väiksema arvuga kauplustesse; 3) tagada igale kauplusele vajalik käibemaht, tingimused tasuvaks tööks, järelikult määrates igale kaupluse suurusele vastav küllaldane tegevuspiirkond; 4) määrata kindlaks sama tüüpi kaupluste tegevusrajooni piirid ja koos sellega paigutada erinevad kauplused üksteise ligidale seoses nendevahelise kaubalise spetsialiseeritusega.

Jaevõrgu ettevõtteid, sõltuvalt nende tegevusrajoonist, võib liigitada kolme tüüpi.

Esimesse rühma kuuluvad ettevõtted, mis teenindavad mikrorajooni. Siia kuuluvad peamiselt kõige tähtsamate toidu-kaupade kauplused (leib, piima, liha, kala, köögivilja, puuvili, bakaalkaubad, gastronoomiakaubad). Nende teenindamisraadius ei tohi ületada 400-500 m.

Teise tüüpi kuuluvad ettevõtted, mis teenindavad linna üksikuid rajooni. Siia kuuluvad spetsialiseeritud kauplused,

samuti universaalkauplused rõivaste, jalatsite, pudukaupade, majapidamiskaupade, spordikaupade, mööbli- jne.osakondadega, toidukaupade kauplused laia kaupade valikuga. Selliste ettevõtete tegevusraadius ei tohi olla suurem kui 1200 m.

Kolmandasse rühma kuuluvad ettevõtted, mis teenindavad kas linna suuri rajooni (mitut rajooni) või kogu linna ter- vikuna. Siia kuuluvad kaubamajad, samuti ka suured spetsia- liseeritud toidu- ja tööstuskaupade kauplused.

Elanikkonnale loob suuri mugavusi kaubanduscentrite rajamine, mis paiknevad reeglipäraselt peatänavate ääres ja väljakutel või vahetult nende ligidal.

Jaevõrgu vajaduse määramisel kaubandusorganisatsioonis tuleb peale töökohtade arvu ette näha automaatide võrku tuba- katoodete, karastavate jookide, jäätise, köögivilja ja puu- vilja sesoonkaubanduse korraldamiseks.

Alljärgnev tabel näitab töökohtade arvu alusel koostata- va jaevõrgu arendamise plaani kaubandusorganisatsioonis:

Kaubandus- ettevõtte tüüp	Pl. perioodi algul		Vajadus pl. per. lõpul		Vajalik juurdekasv		Võrgu suurend. katteallikad	
	kaupl.	töö- koht. arv	kaupl.	töö- koht. arv	kaupl.	töö- koht. arv	omaette- hoonete ehitam.	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
toidukau- pade kauplused,	82	196	84	208	2	12	-	2
sellest spets. järgi								
tööstus- kaupade kauplused,	44	114	46	124	2	10	2	-
sellest spets. järgi								
Kokku kauplusi	126	310	130	332	4	22	2	2
Toidukau- pade väike- jaevõrk	28	34	28	34	-	-	-	-

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Tööstus- kaupade väike- jaevõrk	20	24	22	26	2	2	-	-
Kokku väike- jaevõrk	48	58	50	60	2	2	-	2
Kokku kaub.võrk	174	368	180	392	6	24	2	4

Kõrvuti kaubandusettevõtete arvuga näidatakse plaanis spetsialiseeritud kaupluste ja nende töökohtade arv plaanitava perioodi alguses ja lõpul, selle alusel kaupluste vajalik juurdekasv aasta jooksul, samuti ka võrgu suurendamise allikad. Viimasteks on uusehitused ja kaubandusruumid uute majade I korrustel. Juhtudel, kui kaubandusorganisatsiooni tegevusrajoonis on mitte sihipäraselt kasutatavaid ruume, tuleb ette näha ka nende arvel võrgu suurendamine.

Plaanis tuleb eraldi näidata väikejaevõrgu arendamist.

Järgmisena tuleb kindlaks määrataprojekteeritud ehituste tegeliku ehitamise järjekord ning nende sobivus kaubanduskäitiste paigutamiseks. Selleks on vajalik teada ühelt poolt majanduskeskuse sisemist tarvete kasvu, teiselt poolt tema uute funktsioonide juurdekasvu makrorajoonisiseses tööjaotuses (linnaväliste tarbijate teenindamine). Viimane haarab kogu tegevuse, mis on arvestatud suuremale linnavälisele tarbijate ringile (suur tehas, uus raudtee, kõrgem kool, uued administratiivsed asutised, kui arvestame majanduskeskuse muutumist kõrgema astme keskuseks). Pikemata on arusaadav, et majanduskeskuse kaubandusvõrgu arenemisperspektiivid sõltuvad suurelt jaolt viimastena mainitud teguritest.

Siit on selge, et kaubandusvõrgu planeerimisest, mis piirdub vaid uute projektitud kaubanduskäitiste laialikandmisega majanduskeskuste või rajoonide järgi, lähtudes üleliidulisest kaubandusvõrgu arendamise plaanist, ei ole küllalt, sest sellisel planeerimisel võib iga majanduskeskuse kaubandusvõrk suureneda juhuslikult, mitte tagades makrora-

jooni ulatuses otstarbeka kaubandusvõrgu kompleksust. Samuti ei tule koostada mingi linna kaubandusvõrgu arenemiskaava ainult seda linna silmas pidades, võrdlemata tema võimalusi teiste linnade võimalustega, sest teaduslikult rajatud kaubandusvõrgu arendamise ning kaubanduskäitiste paigutamise perspektiivid peavad kogu aeg arvestama kaubandusvõrgu territoriaalset struktuuri makrorajoonis.

Kõik need kaubandusvõrgu paigutamise keerulised ja rasked probleemid võivad muutuda eriti komplitseerituks, kui linn (eriti suurlinn) ei asu laialt lagendikul, mis võimaldab linna kasvu igas suunas, vaid murdmaaõhtikul, kus kasv dikteeritakse ette vertikaalses (mäed) või horisontaalses (jões, meri) suunas. Siin tekib vajadus täpselt määrata linna mikro-rajoonide omavaheline ühendus välisteede (raudteejaamad, sadamad) ligipääs jne.

Kaubandusvõrgu paigutamise küsimused ei teki muidugi alati seoses ainult uusehitusega, vaid sageli, eriti vanades linnades, osutub vajalikuks ümber paigutada linna olemasolev, varem stiihiliselt väljakujunenud kaubandusvõrk. Seejuures on vajalik enne vanade ümberpaigutamist või uute ehitamist teada, mida ja milleks paigutada või ehitada ning kuhu paigutada avatav kaubanduskäitis või projekteeritav uusehitus. Nende näilikut endastmõistetavate nõudmiste vastu patustatakse tegelikus elus sageli.

Kaubandusvõrgu arendamise detailsete projektide koostamine, samuti tema paigutamise ja ümberpaigutamise skeemid vajavad väga mitmekülgeid tehnilisi teadmisi, mida ei saa olla majandusteadlasel. Seda tööd tuleb tal jaotada inseneride ja arhitektidega selliselt, et kaubandusvõrgu arendamise ja paigutamise põhijooned määrab majandusteadlane, projektide detailne töötlemine jääb aga vastavale spetsialistidele (inseneridele, arhitektidele).

Lõppeks tuleb märkida, et uute kaupluste avamiseks annab linna täitevkomitee kaubandusesakond (-valitsus) kaubandusorganisatsioonidele nimistu kaubandusruumidest ja nende asukohast, mida antakse kasutamiseks plaanitaval aastal. Nimistus

tuleb näidata unesti avatavad või rekonstrueeritavad kauplused, nende pindala ja tähtajad kaupluste eksploatatsiooni andmiseks.

### III. K A P I T A A L M A H U T U S T E M A J A N D U S L I K U E F E K T I I V S U S E M Ä Ä R A M I S E S T K A U B A N D U S E S.

NSV Liidu rahvamajanduse arengu planeerimisel on erilise tähtsusega kapitaalvahutuste senisest efektiivsem kasutamine ning uue tehnika juurutamise majandusliku efektiivsuse tõstmine. NLKP programmis on öeldud: "Partei peab esmajärgulise tähtsusega ülesandeks suurendada kapitaalvahutuste efektiivsust, valida välja kõige kasulikumad ja ökonoomsemad kapitaalvahutuste suunad, saavutada toodangu võimalikult suur juurdekasv kapitaalvahutuste iga kulutatud rubla kohta ning lühendada kapitaalvahutuste tasategemise aega. Tuleb pidevalt parandada kapitaalvahutuste struktuuri ja tõsta nende koosseisus seadmete, masinate, tööpinkide osatähtsust.

Kapitaalvahutuste kontsentreerimine otsustava tähtsusega lõikudesse, kapitaalvahutuste killustatuse likvideerimine ja ehitatavate ettevõtete käikulaskmise kiirendamine peavad saada majanduse planeerimise ning organiseerimise obligatoorseks tingimuseks."<sup>1</sup>

Kapitaalvahutuste ja uue tehnika juurutamise efektiivsuse tõstmiseks on välja töötatud üldised alused kogu rahvamajandusele tervikuna ning lisaks sellele spetsiifilised suu-

<sup>1</sup> NLKP programm, Tallinn 1961, lk.80.

nad üksikutele rahvamajandusharudele. Nende edasisel täiustamisel ning praktikasse rakendamisel tekib vajadus täpselt kindlaks määrata kapitaal mahutustest ja uue tehnika juurutamisest saadavat majanduslikku efekti.

Kapitaal mahutuste ja uue tehnika juurutamisest saadava majandusliku efekti kindlaksmääramise meetodika on olnud viimastel aastatel laialdase diskussiooni objektiks erialases kirjanduses ning teaduslikel konverentsidel.

Partei otsuste alusel ning kapitaal mahutuste ja uue tehnika juurutamise efektiivsuse määramise küsimustes toimunud üleliidulise teaduslik-tehnilise konverentsi soovitusel töötasid NSV Liidu teaduslikud uurimisasutused NSV Liidu Ministrite Nõukogu Teaduslik-Tehnilise Komitee, NSV Liidu Riikliku Plaanikomitee, NSV Liidu Riikliku Ehituskomitee, NSV Liidu Statistika Keskvalitsuse ja NSV Liidu Ehituspanga osavõtul välja "NSV Liidu rahvamajanduse kapitaal mahutuste ja uue tehnika efektiivsuse kindlaksmääramise tüüpmeetodika"<sup>1</sup>, mis kinnitati NSV Liidu Teaduste Akadeemia Presiidiumi poolt 22. detsembril 1959. aastal.

Kapitaal mahutuste ja uue tehnika juurutamise majandusliku efektiivsuse kindlaksmääramise tüüpmeetodika on ette nähtud kasutamiseks plaaniorganitele, rahvamajandusnõukogudele, teaduslikele uurimis- ja projekteerimisorganisatsioonidele, tootmisettevõtetele ja ehitusorganisatsioonidele. Tüüpmeetodikas on esitatud ühised printsiibid kogu rahvamajanduse jaoks tervikuna. Nende alusel töötatakse välja konkreetne meetodika üksikute rahvamajandusharude jaoks eraldi, kus on arvestatud nende harude erinevusi.

Järgnevalt piirdume kapitaal mahutuste ja uue tehnika juurutamisest saadava efekti kindlaksmääramisega kaubanduses. Aluseks on võetud üldine tüüpmeetodika ning seda kohandatud vastavalt kaubanduse kui rahvamajandusharu iseärasustega. Sa-

<sup>1</sup> Типовая методика определения экономической эффективности капитальных вложений и новой техники в народном хозяйстве СССР, Госпланиздат, 1960.

muti on kasutatud Ukraina kaubanduse ja ühiskondliku toitlustamise uurimise instituudi poolt väljatöötatud metoodikat uue tehnika juurutamise majandusliku efektiivsuse kindlaksmääramiseks kaubanduses<sup>1</sup> ning esitatud rida selles avaldatud seisukohti.

Kapitaalmahutuste planeerimisel, uute ehitatavate ettevõtete projekteerimisel ning uue tehnika juurutamisel kaubanduses tuleb teha võrdlevad majandusliku efektiivsuse arvutused järgmiste ülesannete lahendamisel:

a) kaubandusvõrgu kompleksne väljaarendamine uute ehitatavate ettevõtete otstarbeka paigutamise, nende spetsialiseerimisega ja tüpiseerimisega;

b) kapitaalmahutuste õige vahekorra määramine uusehitusteks, olemasolevate ettevõtete rekonstrueerimiseks ja laiendamiseks;

c) uute ettevõtete ehitamise kestuse progressiivsete normide kindlaksmääramine;

d) progressiivsete kaubandusliku teenindamise vormide rakendamine, mitmesuguste mehhanismide ja automaatide kasutamine jne.

Uute kaubandusettevõtete projekteerimisel tuleb määrata põhilised tehnilis-ökonoamilised näitajad, mis iseloomustavad projektlahenduste majanduslikku efektiivsust:

1) kapitaalmahutuste erikulu, s.o. kapitaalmahutuste summa kaubandusettevõtte aasta käibe ühikule (näit.käibe iga 100 rubla kohta);

2) projekteeritava ettevõtte käibekulude tase ja rentaablus,

3) kütuse, elektrienergia jne. kulu aasta käibe ühikule (näit.käibe iga 100 rubla kohta),

4) ettevõtte töötajate töövõljakus,

5) kaubakäive kasutatava pinna 1 m<sup>2</sup> kohta,

6) müügisaali (söögisaali) pindala suhe üldisesse kasu-

<sup>1</sup> И. Бергер, В. Иваницкий, Как определить эффективность внедрения техники, Советская торговля №1, 1961.

tatavasse pinnasse.

Majandusliku efektiivsuse võrdleval kindlaksmääramisel kõrvutatakse üksikute projektide tehnilis-ökonoomilised näitajad.

Kinnitamisele läheb see projekt, mille tehnilis-ökonoomilised näitajad on kõige paremad.

Tavaliselt ei saa aga kahe projekti kõrvutamisel ning tehnilis-ökonoomiliste näitajate lihtsal võrdlemisel otsustada, kumb neist projektidest on majanduslikult tasuvam. Võib tekkida olukord, et kahe projekti võrdlemisel osutuvad esimeses kulud kapitaalmahutusteks suuremateks kui teises, kuid käibekulud kujunevad esimeses väiksemateks kui teises. Sellisel juhul tuleb kasutada täiendavaid näitajaid majandusliku efektiivsuse kindlaksmääramiseks. Selliste näitajatena kasutatakse enamikes rahvamajandusharudes täiendavate kapitaalmahutuste tasategemise aega või võrdleva efektiivsuse koefitsienti, millised kehtestatakse normatiivsetena ning diferentseeritult iga rahvamajandusharu jaoks.

Kapitaalmahutuste majandusliku efektiivsuse normatiivsete näitajate kehtestamine tasategemise tähtaegadena või koefitsientide kujul ei tähenda, et kõik objektid, mis annavad väiksema efektiivsuse, tuleksid kõrvale heita. Teistel kaalutlustel; nagu ohutustehnika ja selle parandamise eesmärgil jne. võib ehitada ka objekte, mis annavad väiksema efektiivsuse.

Kapitaalmahutused mittetootmisalaste objektide ehitamiseks tehakse eesmärgiga rahuldada ühiskonna pidevalt kasvavaid materiaalseid ja kultuurilisi vajadusi, millist eesmärki tuleb arvestada nende majandusliku efektiivsuse kindlaksmääramisel.

Näiteks ei saa kaubanduses palju jõukulu nõudvate peale- ja mahalaadimistöõde mehhaniseerimise efektiivsust, elektrilampide luminesentslampidega asendamise efektiivsust, automaatide juurutamist jookide realiseerimiseks jne. mõtta ainult ühesuguste kvantitatiivsete näitajatega - nende maksumusega, naturaalseid jt. näitajatega.

Tähtis koht siin on ka kvalitatiivsetel näitajatel, mida

ei saa otseselt mõõta, nagu näiteks mugavuste loomine ostjatele kauba valikul; toidu maitseomaduste tõstmine jne., kuid mis samuti tuleksid võtta vaatluse alla tehnika juurutamise küsimuste lahendamisel.

Antud juhul on aga eesmärgiks mitmesuguste tehniliste abinõude majandusliku efektiivsuse määramise ühtsete printsiipide esitamine, mis oleksid kohandatud kaubanduse kui rahvamajandusharu erisustega.

Kaubanduses on majandusliku efektiivsuse üldisteks näitajateks käibekulude alanemine ja rentaabluse tõus, ettevõtete või selle üksikute osakondade töö kvaliteedi paranemine jne.

Käibekulude alanemisest saadava säästu võib määrata valemiga:

$$S = \frac{Epq (Tk_1 - Tk_2)}{100}, \text{ kus}$$

S - sääst rublades,

Epq - kaubakäibe maksumus,

Tk<sub>1</sub> ja Tk<sub>2</sub> - käibekulude tasemed enne ja pärast tehnilise abinõu juurutamist.

Saadud tulemustes on vajalik arvestada nii hindade kui ka teenustööde tariifide muutumist, samuti kaubakäibe struktuuri mõju käibekulude tasemele.

Erinevate tööprotsesside mehhaniseerimise majandusliku efektiivsuse määramise kohta olgu esitatud järgmine näide.

Kauba ümberpaigutamiseks käsitsi 60 m kaugusele on laadija päevane jõudlusnorm 10 tonni, päevane töötasu 2 rubla. Sellisel juhul moodustavad kulud veosekäibe ühele tonnile 20 kopikat. Ühetonnise kandejõuga transpordikäru kasutamisel moodustavad kulud veosekäibe ühele tonnile aga 12 kopikat, nagu näitab järgmine arvutus.

Transpordikäru tootlikkus on 20 t vahetuses ehk 7200 t aastas. Käru maksumus on 100 rubla. Tema eksploateerimiskulud aastas on:

amortisatsioon 33%	- 33 rubla
remontimine ja määrdeained	- 10 rubla
teenindava töölise töötasu	- 820 rubla

---

Kokku: 863 rubla

Kulud veosekäibe ühele tonnile:  $\frac{863}{7200} = 12$  kopikat.

Võrreldes käsitsitööga, alanevad transpordikulud veosekäibe ühele tonnile 8 kopika võrra, mis annab aastas säästu 8 · 7200 = 576 rubla.

Uue tehnika juurutamise efektiivsuse määramisel tuleb arvestada tema ekspluateerimise konkreetseid tingimusi. Mehhanismide ja seadmete majanduslik efektiivsus sõltub suurel määral nende koormatuse astmest. Kuid praktikas esineb sageli juhtumeid, kus mehhanisme ja seadmeid kasutatakse mitte-täielikult ning paljud seisavad üldse kasutamata. Nii näiteks kasutatakse erinevates ühiskondliku toitlustamise ettevõtetes mehhaanilisi liharaiumismasinaid ainult kuni 2 tundi päevas. Madal on samuti riivimis- ja hakkimismasinate kasutamise aste. On loomulik, et sellise seadmete kasutamise juures toodangu töötlemise maksumus kasvab. Selliste operatsioonide tsentraliseerimine ühte pooltooteid valmistavasse ettevõttesse võimaldaks vähendada kulusid toodangu ühikule, kuna mehhanismid ja seadmed saaksid täielikult kasutatud. Mehhanismide ja seadmete majanduslik efektiivsus sõltub nende maksumusest, millest lähtudes määratakse amortisatsiooninormid, aga samuti kasutatud energia maksumusest. Selle teguri tähtsus suurenes veelgi seoses põhifondide ümberhindamisega ning uute amortisatsiooninormide kehtestamisega, kus on arvestatud moraalset kulumist.

Käibekulude suurus sõltuvalt kasutatava energia maksumusest väljendab järgmine näide.<sup>1</sup> Kiievi ühiskondliku toitlustamise ettevõttes kasutatakse nõudepesemismasinaid PMK-1, kus vee soojendamise toimub elektrienergia abil. Energiakulu vee soojendamisel vajaliku temperatuurini on 25 kW/h. Tarii-

<sup>1</sup> И. Бергер, op.cit, lk.40.

fi juures 23 kopikat 10 kW/h eest on elektrienergia kulud kahevahetuselise töö puhul 276 rubla kuus. Sellised kulud ei ole õigustatud Kiievis. Suurtes tööstuskeskustes, nagu Dnepropetrovsk, Zaporozje, Lugansk jt., kus elektrienergia tariifid on mitu korda odavamad, on energiamahukate seadmete kasutamine majanduslikult õigustatud. Kiievis tuleks aga rakendada teisi energiaallikaid, näiteks gaasi. Veel enam vajalik on see ENSV tingimustes, kus elektrienergia tariifiks on 4 kopikat kW/h. Kuid siin tuleb arvestada, et selle määravad omakorda kohalikud võimalused. Näiteks Tartus on gaasi tariif liialt kõrge ning gaas on paljudest kaubandus- ning ühiskondliku toitlustamise ettevõtetest ära võetud.

Mehhanismide ja seadmete juurutamisel koosnevad kapitaal-mahutused kuludest ehitustöödeks, seadmete maksumusest ning nende monteerimiskuludest. Arvestada tuleb ka kulusid abiseadmete soetamiseks ning muid täiendavaid kulusid. Näiteks kaubakärude kasutuselevõtmisel ladudes tuleb peale kärude soetamismaksumuse sageli teha kulutusi lao põranda katte silendamiseks jne. Ettevõtete rekonstrueerimisel tuleb arvestada ka demonteeritavate seadmete maksumust. Nende maksumus tuleb samuti katta käibekulude alanemisest saadavate säästudega.

Uute tehniliste abinõude juurutamise eesmärgiks on tööviljakuse tõstmine ja käibekulude alandamine. Mida väiksemaks kujunevad käibekulud, seda kiiremini tasuvad end kulutatud kapitaal-mahutused.

Kapitaal-mahutuste tasategemise aega, mis iseloomustab uue tehnika juurutamise efektiivsust kaubanduses, võib määrata valemiga

$$A = \frac{J}{(H_2 - K_2) - (H_1 - K_1)}, \text{ kus}$$

A - tasategemise aeg aastates,

J - kapitaal-mahutuste summa (investeering),

$H_1$  ja  $H_2$  - kaubanduslike hinnatäiendite summa enne ja pärast tehnilise abinõu juurutamist,

$K_1$  ja  $K_2$  - käibekulude summa enne ja pärast tehnilise abinõu juurutamist.

Kapitaalmahutuste tasategemise aeg peab kujunema minimaalseks: reeglipäraselt mitte enam kui kolm aastat kaubandusettevõtetes ja mitte rohkem kui viis aastat ühiskondliku toitlustamise ettevõtetes. Siiski tuleb märkida, et tasategemise aeg on suhteline mõiste, sest temas ei ole arvestatud aja tegurit. Aastate möödumisel võivad tekkida võimalused kapitaalmahutuste kiiremaks tasategemiseks. Neid võimalusi aga tasategemise aeg ei arvesta ning see ongi põhjustanud laialdase diskussiooni.

Ühenduses uue tehnika juurutamiseks tehtavate kulude tasuvuse määramisega tekib küsimus sellest, kas tuleb täielikult käibekuludesse arvestada amortisatsioonieraldised, mis sisaldavad põhifondide laiendatud taastootmiseks määratud osa.

Kapitaalmahutuste tasategemise aega väljendab samuti võrdleva efektiivsuse koefitsient, mis arvutatakse pöörvõrdelisena eelmisele suurusele. Mida väiksem on tasategemise aeg, seda suurem on koefitsient, seda suurem kapitaalmahutuste majanduslik efektiivsus.

Ökonoomsema kapitaalmahutuste variandi leidmiseks määratakse täiendavate kapitaalmahutuste tasategemise aeg valemi-  
ga:

$$A = \frac{J_2 - J_1}{(H_2 - K_2) - (H_1 - K_1)}, \text{ kus}$$

$J_1$  ja  $J_2$  - kulutused kapitaalmahutusteks esimese ja teise variandi puhul,

$H_1$  ja  $H_2$  - hinnatäiendite summa esimese ja teise variandi puhul,

$K_1$  ja  $K_2$  - käibekulude summa esimese ja teise variandi puhul.

Uue tehnika juurutamise kahe variandi võrdleva majandusliku efektiivsuse arvutamise kohta olgu esitatud järgmine näide.

Jookide realiseerimise automaadi ja saturaatorkäru töö majanduslikud näitajad kujunesid müügisessiooni jooksul ühesugustes tingimustes järgmisteks:

	Automaat		Saturaatorkäru	
	Summa	%	Summa	%
Kaubakäive	2560	100,0	2950	100,0
Kaubanduslik hinnatäiend	630	24,7	1000	34,0
Käibekulud	330	13,0	840	27,4

Automaadi maksumuseks on 600 rubla, saturaatorkäru - 320 rubla. Jookide realiseerimise automaadi soetamiseks tehtavad täiendavad kapitaalmahutused tasuvad end 2,6 aastaga:

$$600 - 320$$

$$(630 - 330) - (1000 - 810)$$

Uute mehhanismide ja tehniliste täiustuste, mis juurutatakse üksikute tööoperatsioonide mehhaniseerimiseks, võrdlev majanduslik efektiivsus määratakse valemiga:

$$A = \frac{J_2 - J_1}{K_1 - K_2}, \text{ kus}$$

$J_1$  ja  $J_2$  - kapitaalmahutused erinevate variantide puhul,

$K_1$  ja  $K_2$  - käibekulud erinevate variantide puhul.

Üldiselt: mida suuremad on kapitaalmahutused uuele tehnikale, seda väiksemaks kujunevad hiljem käibekulud (kui  $J_2$  on suurem  $J_1$ , siis  $K_1$  on suurem  $K_2$ ).

Tasategemise aeg aastates kujutab perioodi, mille jooksul tasuvad end täiendavad kapitaalmahutused selle arvel, et käibekulud kujunevad väiksemaks ning kasum suuremaks.

Näitena olgu kõrvutatud laadimistööde mehhaniseerimise kaks varianti, kui aastane veosekäive on 8000 t.

I variandi puhul on kapitaalmahutused 1200 rubla

II " " " " 1800 " "

Käsitsi laadimise puhul on kulud veosekäibe 1 t-le 18 kop.

Mehhaniseerimisel I variandi järgi on kulud veosekäibe 1 t-le 13 kop.

II variandi järgi on kulud veosekäibe 1 t-le 9 kop.

Aastane kulude summa on:

Käsitsi laadimisel I variandi puhul 1040 rubla (0,13.8000)

II " " 720 " (0,09.8000)

Kapitaalmahutuste tasategemise aeg I variandi puhul:

$$\frac{1200}{1440 - 1040} = 3 \text{ aastat,}$$

II variandi puhul:

$$\frac{1800}{1440 - 720} = 2,5 \text{ aastat.}$$

I variandi efektiivsuse koefitsient arvutatakse:

$$\frac{1440 - 1040}{1200} = 0,33 \text{ ehk } \frac{1.100}{3} = 33\%,$$

II variandi efektiivsuse koefitsient arvutatakse:

$$\frac{1440 - 720}{1800} = 0,4 \text{ ehk } \frac{1.100}{2,5} = 40\%.$$

Arvutused näitavad, et II variandi majanduslik efektiivsus on suurem, kuigi temaga seotud kapitaalmahutused ületavad I variandi omi. Täiendavad kapitaalmahutused, mis on seotud II variandiga, tasuvad end 1,8 aastaga:

$$\frac{1800 - 1200}{1040 - 720} = 1,8.$$

Kapitaalmahutuste mitme variandi majandusliku efektiivsuse võrdlemisel (rohkem kui kaks) suureneb arvestuste arv ja keerukus. Sellistel juhtudel kasutatakse valemeid, mille järgi parim variant määratakse minimaalsete kulude summaga:

minimaalsed kulud =  $J + A_0$  . K või  $K + E_0$  . J, kus

J - kapitaalmahutused variantide juures,

K - käibekulud variantide juures,

$A_0$  - rahvamajandusharus kehtestatud normatiivse kapitaalmahutuste tasategemise aeg,

$E_0$  - rahvamajandusharu normatiivne võrdleva efektiivsuse koefitsient.

Näide: On esitatud 3 varianti toiduainete kaupluse ehitamiseks ja sisustamiseks järgmiste kapitaalmahutuste (J) ja aastase käibekulude (K) näitajatega:

- I variant -  $J_1 = 20000$  rubla;  $K_1 = 4000$  rubla,  
 II " -  $J_2 = 22000$  " ;  $K_2 = 3000$  " ,  
 III " -  $J_3 = 24000$  " ;  $K_3 = 2000$  " .

Olgu normatiivne tasategemise aeg 5 aastat, siis on normatiivne võrdleva efektiivsuse koefitsient 0,2.

Parima variandi leidmiseks tuleb teha järgmine arvestus (tuhandetes rublades):

- I variant -  $20+5 \cdot 4 = 40$  või  $4+0,2 \times 20 = 8$ ,  
 II " -  $22+5 \cdot 3 = 37$  või  $3+0,2 \times 22 = 7,4$ ,  
 III " -  $24+5 \cdot 2 = 34$  või  $2+0,2 \times 24 = 6,8$ .

Kolmas variant on kõige otstarbekam, kuna ta on seotud kõige väiksemate kuludega.

Variantide võrdlemisel, kui nad erinevad ehituse kestuse poolest, tuleb arvestada majanduslikku tulemust, mis saadakse ehitusperioodi lühenemisest või pikenedisest ja ehituste ekspluatatsiooni andmisest. Majanduslik efekt ehitusperioodi lühenemisest arvutatakse, lähtudes sellest keskmisest efektist, mida võib saada antud harus kapitaal mahutuste tootliku kasutamise tingimustes.

Kui võrreldavate variantide puhul kapitaal mahutused tehakse erinevatel tähtaegadel, tuleb variantide võrdlemisel sisse võtta eelseisvad kulud teises järgus teatatud koefitsiendi ulatuses. Koefitsient peab sisaldama keskmist efekti, mida saadakse samas rahvamajandusharus kapitaal mahutuste tootliku kasutamise tingimustes.

Koefitsient ( $K_t$ ), mis sisaldab kapitaal mahutuste tootlikust kasutamisest saadavat keskmist efekti, määratakse liitprotsentvalemiga:

$$K_t = (1+E_0)^P, \text{ kus}$$

$E_0$  - harusisene normatiivne efektiivsuse koefitsient,

$P$  - perioodi pikkus aastates.

Juhul, kui ehituse kestuse muutumine või kapitaal mahutuste tähtaegade erinevus on väike, võib koefitsient  $K_t$  määrata lihtsa protsentvalemiga:

$$K_t = 1+E_0P.$$

Näide: Kapitaalmahutuste summa objekti ehitamiseks (hulgiladu) esimese variandi järgi on 2 miljonit rubla. Teise variandi järgi tuleb ehitada kahes järgus: kapitaalmahutustega 1,5 miljonit rubla esimeses järgus ja 0,7 miljonit rubla teises järgus kolme aasta pärast - kokku 2,2 miljonit rubla, s. t. 0,2 miljonit rubla rohkem kui esimese variandi järgi.

Variantide võrdlemisel, kus kapitaalmahutused tehakse kahes järgus, tuleb teises järgus tehtavad kulud arvestada koefitsiendi ulatuses.

Olgu normatiivne efektiivsuse koefitsient 0,2.

Koefitsient  $K_t$  on sel juhul:

liitprotsentvalemiga:

$$(1+0,2)^3 = 1,73,$$

lihtprotsentvalemiga:

$$1+0,2 \cdot 3 = 1,6.$$

Korrigeerides teises järgus tehtavaid kapitaalmahutusi (0,7 miljonit rubla) koefitsiendiga 0,73 (kasutades liitprotsentvalemist), saame kapitaalmahutuste summa, mis tuleb juurde arvestada I järgus tehtavatele kapitaalmahutustele:

0,7 miljonit rubla : 1,73 = 0,40 miljonit rubla.

Seega tuleb arvestada kapitaalmahutuste kuludeks II. variandi järgi:

1,5 miljonit rubla + 0,40 miljonit rubla = 1,90 miljonit rubla, s. o. 0,10 miljonit rubla vähem kui esimese variandi järgi.

Esitatud valemid ja näited selgitavad üksikute abinõude ja tehniliste täiustuste majanduslikku efektiivsust.

Lõppastmes väljendab kapitaalmahutuste efektiivsus ühiskondliku tööviljakuse kasvus. Selleks peavad kaasa aitama kaubandustöötajad, plaaniorganid, konstruktorid, kaubandusliku inventari tehased jne.

Kaubanduse ja ühiskondliku toitlustamise tehnilise varustamise ees seisavad käesoleval seitseaastakul järgmised põhiülesanded:

1) olemasolevate seadmete ja mehhanismide senisest täielikum kasutamine,

- 2) uute, täiuslikumate mehhanismide ja seadmete tootmine kaubandusettevõtetele,
- 3) kõige eesrindlikuma kaubandusliku teenindamise vormidega ettevõtete rajamine,
- 4) uute kaubandusvormide juurutamine eesmärgiga täielikumalt kasutada olemasolevat kaasaegset tehnikat.

## S i s u k o r d.

EESSÕNA	
I. M A T E R I A A L S E   B A A S I   M Õ I S T E	
J A   O L E M U S .....	5
1. MATERIAALSE BAASI JA PÕHIFONDIDE MÕISTE .....	5
2. PÕHIFONDIDE OLEMUS JA LIIGID SOTSIALISTLIKUS KAUBANDUSES .....	7
3. MATERIAALSE BAASI ARENGU SEADUSPÄRASUSI SOT- SIALISTLIKUS KAUBANDUSES .....	9
II. J A E K A U B A N D U S V Õ R K   J A   S E L L E	
P L A N E E R I M I N E   N S V   L I I D U S.....	14
1. JAEKAUBANDUSVÕRGU ARENGU PÕHIJOOINI .....	14
Kaubandusvõrgu spetsialiseeritus riiklikus kaubanduses .....	21
Kaubandusvõrgu spetsialiseeritus kooperatiivses kaubanduses .....	27
Ühiskondliku toitlustamise ettevõtete võrk .....	30
2. JAEKAUBANDUSVÕRGU PLANEERIMINE .....	34
Üldisi märkmeid .....	34
Kaubandusvõrgu planeerimine makrorajoonis .....	35
Kaubandusvõrgu planeerimine mikrorajoonis .....	48
Kaubandusvõrgu arendamise operatiivplaan .....	56
Kaubandusorganisatsiooni jaevõrgu arendamisplaan	75
III. K A P I T A A L M A H U T U S T E   M A J A N -	
D U S L I K U   E F E K T I I V S U S E   M Ä Ä -	
R A M I S E S T   K A U B A N D U S E S .....	83

Hind 18 kop.

II  
A  
24596

6028676

TÜ RAAMATUKOGU



1 0300 00602867 6