В.А. Бесман,
Р.М. Карсеко (канд.эконом. наук)

ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОЙ СЕТИ ПО ТОРГОВЛЕ ПЛОДООВОЩАМИ В ГОРОДАХ БЕЛОРУССКОЙ ССР

В десятой пятилетке дальнейшее развитие получит сеть по торговле плодами и овощами. От состояния торговой сети, ее рациональной организации зависит качество торгового обслуживания населения и сокращение издержек потребления. Весьма важно, чтобы были обеспечены надлежащие условия не только для покупателей, но и для труда и отдыха работников магазинов.

За годы девятой пятилетки розничная сеть по торговле плодоовощными товарами получила значительное развитие. Количество специализированных плодоовощных магазинов за 1971 - 1975 гг. увеличилось в государственной торговле на 14%, а их торговая площадь - на 20%. В Белорусской ССР рост составил соответственно 9 и 22%.

Высокими темпами развивалась в этот период плодоовощная сеть в г.Минске. За годы пятилетки здесь открыто 15 новых магазинов с торговой площадью 1800 м^2. Прирост сети составил: магазинов - на 12%, торговой площади - на 20%.

В городах Белорусской ССР торговлю плодами и овощами по состоянию на 1 января 1976 г. осуществляли 272 специализированных магазина с торговой площадью 25,4 тыс.м^2. Из них более 200 объединены в специализированные плодоовощторги (в г.Минске, Гомеле, Витебске, Могилеве, Бобруйске и Бресте). Остальные находятся в составе местных торгов.

В табл.1 приводятся данные, характеризующие степень обеспеченности населения городов Белорусской ССР плодоовощной торговой сетью. Для исследования были выбраны республиканский центр Минск, областной - Гомель, районный - Мозырь.

Табл. 1. Уровень обеспеченности розничной сетью по торговле плодоовощными товарами на 1/I 1976 г.

Город	Количество плодоовощных магазинов	Количество отделов по продаже плодоовощей в продовольственных магазинах	Торговая площадь в магазинах и отделах, м^2	Уровень обеспеченности населения плодоовощной торговой сетью,%
Минск	84	12	10850	84
Гомель	30	9	3885	110
Мозырь	4	4	340	55

Как видно из таблицы наиболее высокая обеспеченность плодоовощной сетью достигнута в г.Гомеле – на 10% выше норматива, в Минске она на 16% ниже норматива. В Мозыре обеспеченность составляет всего 55% к нормативу.

Давая оценку уровню обеспеченности розничной сетью, следует обратить внимание на недостаточное совершенство нормативов. Дело в том, что здесь не учитывается специфика городов (в частности, наличие большого количества собственных огородов и садов в Мозыре).

В норматив не входят торговые площади, которые заняты во многих продовольственных магазинах под овощными и фруктово-ягодными консервами.

Кроме того, норматив не учитывает организацию сезонной торговли плодоовощными товарами через павильоны, палатки, лотки, количество которых в разгар сезона увеличивается в два-три раза. Именно на этот период (III и IУ кварталы) приходится примерно 70% всего товарооборота по плодоовощным товарам.

В девятой пятилетке решался вопрос расширения розничной сети по торговле плодоовощными товарами главным образом за счет строительства специализированных плодоовощных магазинов. При этом средний размер торговой площади вновь открываемых магазинов в Минске был 120, в Гомеле – 87 м^2. Это соответственно на 12 и 16 м^2 больше среднего размера плодоовощного магазина в 1970 г.

Качественные сдвиги наметились также и в повышении технической оснащенности, более широком внедрении новых прогрессивных методов продажи товаров. По состоянию на 1 января 1976 г. уже 69% плодоовощных магазинов в Минске, 62% в Гомеле и 50% в Мозыре работали по методу самообслуживания. В товарообороте доля этих магазинов составила соответственно 69, 64 и 48%.

Исследование показало, что наиболее высокий объем товарооборота на 1 м^2 торговой площади достигнут в Минске по группе магазинов, имеющих площадь торгового зала 76 – 100 м^2 (7,4 тыс.руб.), Гомеле – 51-75 м^2 (6,1 тыс. руб.), Мозыре – до 30 м^2 (7,1 тыс.руб.).

Самый низкий товарооборот на 1 м^2 приходится в магазинах с торговой площадью, превышающей 200 м^2. Здесь он в два раза меньше, чем в магазинах с площадью 76 – 100 м^2 для Минска. Основная причина такого положения заключается в том, что многие из этих крупных магазинов не относятся к

общегородским, а являются магазинами жилой зоны. Интенсивность покупательских потоков для крупных магазинов здесь явно недостаточна.

Так, на ул.Я.Райниса в г.Минске в 1975 г. открыт плодоовощной магазин с торговой площадью 240 м^2. Район этот еще окончательно не застроен, и к тому же находится в стороне от покупательских потоков. И неудивительно, что этот магазин является убыточным. Его мощность используется не более чем на 20-25%. Это касается также магазинов по улицам Ангарской (№5), Ольшевского (№17) и др.

Представляет интерес и вопрос соотношения в плодоовощных магазинах торговых и всех остальных площадей. Оно, согласно СНиП, в рекомендуемых к строительству типах магазинов "Овощи-фрукты" составляет примерно 40:60. Фактически это соотношение в Минске - 35:65, Гомеле - 47:53, Мозыре - 56:44.

Следует отметить, что в последние годы в городах республики плодоовощные магазины строятся в основном как отдельно стоящие. Так, в девятой пятилетке из 15 магазинов, построенных в Минске, 12 отдельно стоящих, В Гомеле все магазины построены по этому принципу. Это позволяет обеспечить реализацию более прогрессивных архитектурно-планировочных,технологических и конструктивных решений, создать необходимые условия для механизации трудоемких процессов и внедрения передовых форм обслуживания, максимума удобств для покупателей и работников магазина. Кроме того, жители избавляются от шума холодильных и вентиляционных установок, транспорта, доставляющего товар, от сигнальных сторожевых звонков и т.д. Значительно улучшается санитарное состояние дворов.

Однако некоторые из построенных в Минске в последние годы отдельно стоящих магазинов (№7 - по ул. Я.Мавра, №15 - по ул.Голодеда, №20 - по ул.Жудро и др.) по вине проектировщиков лишены ряда преимуществ, о которых говорилось выше. Подсобные помещения здесь размещены в основном в подвалах, что крайне неудобно. Здания магазинов подходят почти вплотную к жилым домам и не имеют своего двора, жильцов беспокоит шум автомашин, доставляющих товар. Не предусмотрены необходимые удобства при разгрузке товаров, отсутствуют помещения для мойки овощей и др.

Одним из коренных вопросов рациональной организации плодоовощной торговой сети является правильное, экономически обоснованное размещение магазинов, в частности в жилой застройке, у пересечения пешеходных и транспортных путей. Од-

нако часто выбор места для магазина решается случайно, в результате чего расстояние до ближайшего плодоовощного магазина в два раза и более превышает допустимый радиус пешеходной доступности. (В Минске это жилые кварталы в районе улиц Маяковского, Харьковской, Измайловской, Мелиоративной, Жуковского, Заславской, Грушевской и др.) А ведь для плодоовощных товаров соблюдение радиуса пешеходной доступности особенно важно в связи со значительным весом покупок.

Принципиально новым в организации розничной сети по торговле продовольственными товарами является ориентация на строительство в жилой зоне только универсамов. Через универсамы, расположенные в жилой зоне, должно реализоваться 85 - 90% всех овощей и 65-70% фруктов.

Специализированные плодоовощные магазины в новых городах рекомендуется открывать лишь как общегородские и лишь в небольшом количестве (один-два) на город с населением от 300 тыс. жителей и более. В городах же с меньшим количеством населения строительство специализированных плодоовощных магазинов вообще не предусматривается.

Согласно новой номенклатуре типов магазинов, размеры торговой площади специализированных магазинов "Овощи - фрукты" должны быть в пределах 250 - 400 м^2.

В современном городе страны в жилой зоне с радиусом 450-500 м (радиус пешеходной доступности) проживает в среднем 14 - 16 тыс. жителей. При средней норме торговой площади по плодоовощным товарам 6,5 м^2 на 1000 жителей (2,5 м^2 отводится для сети городского значения) размер общей торговой площади для этого количества населения составит 90 - 110 м^2. Строительство специализированного магазина такой небольшой площади нецелесообразно и сейчас не допускается.

Исходя из существующих нормативов торговой площади на 1000 жителей и прогнозной численности населения, нами рассчи-

Табл. 2. Потребность городов в розничной сети по торговле плодоовощными товарами, м^2

	Всего	В том числе	
		овощи	фрукты
Минск	14175	8505	5670
Гомель	4080	2448	1632
Мозырь	783	487	296

тана ориентировочная потребность городов Минска, Гомеля и Мозыря в плодоовощной розничной сети до 1980 г. (табл.2).

Учитывая размеры действующей плодоовощной торговой сети на 1 января 1976 г. и ее выбытие по разным причинам в объеме 2%, а также площадь, занятую под торговлей овощными и плодовоягодными консервами в других продовольственных магазинах (примерно 3% всей торговой площади), нетрудно определить недостающую площадь в розничной сети по этой группе товаров. Она составит по Минску - 1500 $м^2$, Гомелю - 850, Мозырю - 300 $м^2$.

Вывод

Решение всех этих вопросов будет способствовать успешному развитию товарооборота и доведению возрастающей товарной массы в широком ассортименте и высокого качества до населения.