

ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ И РАЗМЕЩЕНИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВОЙ СЕТИ В ГОРОДАХ

В "Основных направлениях развития народного хозяйства СССР на 1976 - 1980 гг." указано: "Развивать материальную базу торговли. Расширить сеть современных универсальных и специализированных магазинов, в том числе фирменных, организуемых промышленными министерствами. Шире развивать прогрессивные формы торговли, улучшить режим работы торговых предприятий, обеспечить дальнейшее повышение уровня обслуживания населения, сокращение затрат времени покупателей на приобретение товаров".

На выполнение этих задач должны быть направлены усилия торговых работников в ближайшие годы.

В настоящее время, когда с каждым годом повышается уровень благосостояния трудящихся, все настойчивее ставится вопрос о повышении качества обслуживания населения. Решение его может быть реализовано на основе улучшения материально-технической базы торговли, рационального размещения торговой сети, внедрения прогрессивных форм продажи товаров.

С каждым годом розничная торговая сеть в городах получает все большее развитие. Так, за 1966 - 1975 гг. число государственных и кооперативных торговых предприятий в стране возросло с 643,3 до 696,1 тыс. единиц, или на 8,2%.

Кроме того, заметен и качественный сдвиг, выражающийся в увеличении удельного веса магазинов в общем объеме предприятий торговли и уменьшении удельного веса палаток. Если удельный вес магазинов в общем числе предприятий в 1965 г. был равен 73,7%, а палаток - 26,7%, то в 1975 г. эти показатели составили соответственно 74,9 и 25,1%.

Увеличилась торговая площадь магазинов: от 29,8 млн. м² в 1965 г. до 39,3 млн. м² в 1975 г. В 1965 г. в среднем на один магазин приходилось 52,5 м², а уже в 1975 г. эта площадь составила 75,4 м². Приведенные цифры подтверждают наметившуюся тенденцию укрупнения торговой сети.

Значительно увеличилась торговая площадь в расчете на 10 000 жителей (до 1538 м² в 1975 г. против 1066 м² в 1965 г.). Количественный и качественный рост торговых предприятий сказался и на развитии складского хозяйства и технической оснащенности. За восьмую и девятую пятилетки число общетоварных и специализированных складов значительно увеличилось

с 126,0 тыс. в 1965 г. до 141,7 тыс. в 1975. Возросла техническая вооруженность торговли. Так, в 1965 г. в торговле имелось в наличии холодильных машин 23,7 тыс., в 1975 их численность составила 55,6 тыс.единиц (234,5%).¹

Значительно изменился и товарный профиль предприятий торговли. Наибольший удельный вес сейчас приходится на продовольственные магазины (47,73%).

Вместе с тем наблюдаются более высокие темпы роста количества непродовольственных магазинов. Если за последние 10 лет (1966 – 1975) количество продовольственных магазинов увеличилось на 15,6%, то непродовольственных – на 20,28%.

Однако, несмотря на столь существенные сдвиги в материальной базе торговли, обслуживание населения осуществляется еще не на должном уровне. Имеется много мелких предприятий (с торговой площадью 20 – 30 кв.м). Не в полной мере еще используются новые прогрессивные методы обслуживания. Недостаточно высока культура обслуживания населения.

Первоочередными задачами по совершенствованию розничной торговли являются рациональное размещение торговой сети, строительство предприятий по новым, более современным проектам, дальнейшее их техническое оснащение.

Изучая опыт размещения торговой сети за рубежом, следует отметить, что в последние годы в США, Франции, Швейцарии и других странах широко проявляется тенденция создания торговых центров. Торговые центры строятся в основном в загородных зонах, а в последние годы и в центральной части городов. Основой таких торговых центров являются универмаги и супермаркеты. Торговые центры объединяют от 70 до 160² предприятий торговли и общественного питания. Кроме того, в их состав входят гостиницы, банки, кинотеатры и т.д.

Намечается тенденция строительства торговых центров и в нашей стране. Одним из первых торговых центров в нашей стране явился построенный в послевоенное время в поселке завода им.Лихачева рынок, объединяющий ряд торговых предприятий. В настоящее время созданы торговые центры в Москве, Ленинграде, Челябинске, Минске и других городах страны. Эти комплексы обладают целым рядом преимуществ.

¹ Народное хозяйство СССР. Сборник ЦСУ. М., 1975.

² Данные по торговым центрам за рубежом взяты из журнала "Торговля за рубежом", 1976, № 11.

Так, при анализе работы промтоварного магазина, входящего в состав торгового центра "Вильнюс" г.Минска, выяснилось, что по сравнению с отдельно стоящим магазином №31 (Промторг №2) он имеет гораздо более высокие показатели. Так, при почти равной торговой площади товарооборот промтоварного магазина "Вильнюс" значительно выше, чем товарооборот магазина №31 (5691,2 против 4777,7 тыс.руб.). Товарооборот в расчете на одного работника в "Вильнюсе" составил 71140, а в магазине №31 - 59721 руб., прибыль - соответственно 2,25 и 1,88 (в % к товарообороту).

В будущем предусматривается пять типов торговых центров в жилой зоне с населением от 4 - 5 до 19 - 24 тыс. человек. В составе торговых центров жилых районов предполагается строить универсамы (400 - 2000 м²), предприятия общественного питания на 50 - 300 потребительских мест, а также магазины полуфабрикатов, кулинарных, кондитерских изделий и готовых обедов.

Для планировочных районов с населением 100 - 150 тыс. человек предусматривается строительство торговых центров, в состав которых войдут крупные торговые предприятия, универмаг, специализированные магазины и т.д.

В.А.Бесман, канд.эконом.наук,
М.К. Хвалей

ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ СЕТИ ПОСУДО-ХОЗЯЙСТВЕННЫХ МАГАЗИНОВ

Рост товарооборота и потребления изделий из стекла и керамики обуславливает необходимость развития и совершенствования материально-технической базы торговли, и в первую очередь сети посуды-хозяйственных магазинов.

Последнее десятилетие характеризуется значительным увеличением количества таких предприятий. В 1975 г. в государственной торговле страны насчитывалось 6987 магазинов, осуществляющих торговлю сортовой посудой из стекла и фарфора-фаянса, что на 20% больше, чем в 1965 г. Удельный вес их в общем количестве непродовольственных магазинов составил более 7%.

В государственной торговле республики к концу 1975 г. насчитывалось 150 посуды-хозяйственных магазинов. Кроме того, значительная часть посуды из стекла и керамики реализуется