

низации сети, которая в противном случае не может быть признана правомерной.

Отдельно от всех приведенных выше групп стоят факторы, связанные с потребностями (запросами) обслуживаемых контингентов населения. Существенное отличие этих факторов заключается прежде всего в том, что они, как уже отмечалось ранее, относятся к категории субъективных. Однако их учет в обосновании пунктов создания предприятий должен занимать не менее значительное место, чем учет важнейших объективных факторов, ибо именно данная группа зачастую оказывает решающее влияние на социально-экономическую эффективность обслуживающей сети питания.

Л и т е р а т у р а

1. Левкивский Э.Г., Первой В.С. К вопросу размещения предприятий общественного питания. — В сб.: Экономика и организация торговли и общественного питания. Киев, 1974, с. 220–223.

Г.А.Короленок

ВОПРОСЫ ФОРМИРОВАНИЯ ТОРГОВО-БЫТОВЫХ КОМПЛЕКСОВ В ГОРОДАХ

Постановлением ЦК КПСС и Совета Министров СССР от 5 июня 1977 г. "О мерах по дальнейшему развитию торговли" предусматривает осуществление ряда мероприятий, направленных на создание для покупателей максимальных удобств, сокращение затрат времени на приобретение покупок. В постановлении указывается: "Систематически проводить работу по улучшению организации торговли и общественного питания и повышению культуры торгового обслуживания населения, ликвидировать имеющиеся в этом деле серьезные недостатки, факты невнимательного и грубого отношения к покупателям, недопустимой потери ими времени в очередях" [1].

В связи с этим особенно остро встает вопрос о совершенствовании розничной торговой сети, и в частности об оптимизации типов магазинов, которые смогут наиболее эффективно выполнять функции обслуживания населения.

В настоящее время в силу наличия разнообразных типов магазинов и существовавшей ранее трехступенчатой системы обслуживания в размещении торговой сети и ее типизации имеется ряд недостатков.

Например, эта система предполагала обслуживание отдельными магазинами (или группой магазинов) ограниченного круга населения (в рамках микрорайона, жилого района).

Такое искусственное ограничение обслуживания рамками микрорайона или жилого района на практике не оправдало себя.

Перестройка на новую, двухступенчатую систему обслуживания происходит довольно быстрыми темпами и в первую очередь в Прибалтике. Так, в городах Литовской ССР в соответствии с "Временными методическими указаниями по развитию и размещению сети предприятий торговли и общественного питания" осуществляется строительство двух групп магазинов.

К первой группе относятся магазины, обслуживающие жилую зону в пределах пешеходной доступности.

В основном это универсамы, предприятия общественного питания и бытового обслуживания, функционально и пространственно объединенные в торгово-бытовые комплексы, осуществляющие комплексное обслуживание населения жилой зоны и работающих на предприятиях данной зоны.

Только в трех крупнейших городах Литовской ССР (Вильнюсе, Каунасе и Клайпеде) введены и действуют в настоящее время более 20 торгово-бытовых комплексов.

Вторую группу составляют предприятия, обслуживающие город в целом с учетом транспортной доступности. Они, как правило, размещаются в традиционно сложившихся центрах городов, их ядром являются универмаги.

Для г. Вильнюса в этом плане имеется некоторая специфика. Дело в том, что старый, традиционно сложившийся центр торговли г. Вильнюса находился на улице Ленина, где были размещены основные предприятия торговли и общественного питания. Ведущим предприятием этого центра являлся универмаг, который вводом в действие нового торгово-бытового комплекса был преобразован в "Детский мир".

Новый общегородской торгово-бытовой центр расположен на набережной реки Нярис. Причем следует отметить, что по функциям обслуживания и архитектурному решению он соответствует современному понятию "общегородского торгово-общественного центра". В его состав, кроме универмага, входят предприятия бытового обслуживания, гостиница, ресторан, бар, кафе "Бистро", бильярдная, бюро по обслуживанию свадеб и имьянаречений, информационно-вычислительный центр универмага, кассы "Аэрофлота", в здании торгового центра находится Министерство бытового обслуживания Литовской ССР и ряд других учреждений

и предприятий. Зона действия данного общегородского торгово-общественного центра – весь город.

Следует отметить, что торговые предприятия жилой зоны и общегородской торгово-общественный центр взаимосвязаны и дополняют друг друга.

Так, если торгово-бытовые центры жилых зон удовлетворяют в основном потребности населения в продовольственных и непродовольственных товарах повседневного спроса, то общегородской центр – в основном эпизодические и периодические потребности населения в товарах.

В связи с необходимостью удовлетворения в первую очередь повседневных потребностей населения особое значение приобретает вопрос правильной организации торгово-бытового обслуживания населения жилых зон и районов.

Основное место в обслуживании новых районов занимают торгово-бытовые центры. Концентрация торгового и бытового обслуживания дает возможность сократить время на приобретение покупок.

Жители района, посещая бытовые предприятия, как правило, заходят и в предприятия торговли, и наоборот – покупатели магазинов зачастую посещают предприятия бытового и культурного назначения.

Это подтверждает проведенный автором опрос покупателей универсама, размещенного в торгово-бытовом центре "Дебре – цен" (г. Клайпеда).

Формирование оптимального состава предприятий торгово-бытового центра является одной из важнейших проблем при создании нового комплекса. Однако отсутствует примерный перечень состава торгово-бытового комплекса. Временные методические указания по развитию и размещению сети торговли и общественного питания предусматривают только типы торговых предприятий и предприятий общественного питания для основных пяти различных по структуре видов торговых центров.

Торгово-бытовые центры в Клайпеде: "Дебрецен" имеет в своем составе 22 предприятия торговли, общественного питания и бытового обслуживания, "Пемпенинкай" – 18, "Неринга" – 13; в Каунасе: "Саулятикас" – 10, "Бержалис" – 9; в Вильнюсе: "Меркурис" и "Сатуриас" – по 14 единиц.

Анализируя работу предприятий торговли этих центров, и в частности работу универсамов, следует отметить, что они примерно равны по площади и по количеству обслуживаемого населения, однако результаты их хозяйственной деятельности различны.

Так, в торговом центре "Дебрецен" нагрузка на 1 м² площади составила в 1977 г. 7,5 тыс.руб., а на 1 работника торгового зала - 124 тыс. руб., в "Пемпенинкае" соответственно 3,9 и 104,3, в "Неринге" соответственно 8,5 и 111,4 тыс.руб. и в "Бержалисе" - 5,8 и 87,4 тыс.руб.*

Из приведенных данных видно, что более высокие показатели хозяйственной деятельности характерны для торгово-бытового центра "Дебрецен".

Однако из этого не вытекает, что при строительстве торгово-бытовых центров следует чрезмерно увлекаться увеличением количества предприятий, входящих в состав центра. Вместе с тем неодинаковые хозяйственные показатели работы предприятий торговли свидетельствуют о необходимости оптимального состава торгово-бытового центра.

Рассматривая вопросы комплексного обслуживания населения в торгово-бытовом центре, следует уделить серьезное внимание наличию широкого ассортимента товаров повседневного спроса и правильной организации продажи товаров.

Постоянное наличие товаров повседневного спроса в магазинах торгово-бытового центра позволяет значительно сократить время на приобретение покупок и организовать равномерную реализацию товаров в часы работы предприятия. Вместе с тем концентрация торговых предприятий в составе торгово-бытовых центров сокращает время, затрачиваемое покупателями на переходы к магазинам.

С целью определения затрат времени на покупку товаров в магазинах торгово-бытовых центров и в отдельно стоящих зданиях нами были проведены контрольные закупки одинаковых товаров в различных магазинах.

Комплексная покупка состояла из шести наименований товаров наиболее частого спроса (хлеб, молоко, мясо, колбаса, маргарин и масло сливочное).

Затраты времени на приобретение такой покупки составили: в торгово-бытовых центрах "Дебрецене" (г.Клайпеда) - 4 мин. 45 с., "Сатуриасе" (г.Вильнюс) - 6 мин. 42 с., "Эрфуртасе" (г.Вильнюс) - 5 мин. 40 с., "Лаздинае" (г.Вильнюс) - 5 мин. 10 с.

* По данным Каунасского, Вильнюсского и Клайпедского управления торговли.

Приобретение же аналогичной покупки в отдельно расположенных магазинах г. Вильнюса потребовало более 1,3 мин. Причем, около 60% времени было затрачено на переход от магазина к магазину.

Комплексный подход к рассмотрению проблемы торгового обслуживания населения в городах позволил выявить некоторые закономерности в системе торгового обслуживания.

Во-первых, концентрация предприятий торговли и бытового обслуживания в составе торговых комплексов значительно снижает количество времени, затрачиваемого покупателем на приобретение покупок.

Во-вторых, она способствует более эффективному использованию торговых площадей предприятий.

Все это выдвигает необходимость разработки вопроса оптимизации состава торговых комплексов обслуживания. Принимая во внимание указанные закономерности в существующей системе обслуживания и проанализировав опыт работы торговых комплексов Клайпеды, Каунаса и Вильнюса, автор считает, что в качестве одного из наиболее оптимальных вариантов состава торгового комплекса для обслуживания населения, проживающего и работающего в жилой зоне города с численностью населения 9-12 тыс. человек, может служить торговый комплекс, состоящий из 1,3-1,5 предприятий торговли, общественного питания и бытового обслуживания.

Причем, обязательными компонентами такого комплекса, по нашему мнению, кроме универсама, должны стать магазин или отдел кулинарии, отдел заказов, овощей, приемный пункт посуды, столовая или кафе "Бистро", а также предприятия бытового обслуживания ("Прачечная", "Ремонт обуви", "Парикмахерская", "Химчистка", "Почта").

Такой комплекс позволит более эффективно использовать площади предприятий и одновременно в достаточной степени удовлетворить повседневные потребности населения жилой зоны, а также разгрузить предприятия торговли и общественного питания, расположенные в центральной части города.

Кроме того, концентрация торговых и бытовых предприятий в едином комплексе снижает затраты на их строительство и эксплуатацию. Так, согласно "Методическим рекомендациям по проектированию торговых комплексов на основе унифицированных блоков зданий" (Киев, 1975) строительство едино-

го кооперативного здания дает 30% экономии средств по сравнению с раздельной застройкой.

На 4–6% снижаются эксплуатационные расходы на содержание таких зданий за счет объединения различных эксплуатационных служб и на 8–10% сокращается численность персонала.

Концентрация магазинов и предприятий общественного питания в архитектурно-планировочном плане вызывает необходимость концентрации их управления.

Организация единого управления системой обслуживания торгового центра даст возможность более гибкого управления торгово-технологическими процессами, протекающими в магазинах и предприятиях общественного питания центра, и совершенствования организации товароснабжения. Наряду с этим единое управление системой торгового обслуживания в торговом центре позволит сократить административно-управленческий персонал и увеличить удельный вес работников, непосредственно занятых обслуживанием населения.

Следует отметить, что по стране в централизованном управлении магазинами и предприятиями общественного питания в торговом центре уже накоплен определенный положительный опыт.

Л и т е р а т у р а

1. Правда, 1977, 19 июля.