

SVARBIAUSIŲ LIETUVOS TSR MIESTŲ MAŽMENINIO PREKYBOS TINKLO BŪKLĖS KLAUSIMAI

A. PAJUODIS

Sprendžiant perspektyvinio mažmeninio prekybos tinklo vystymo klausimus, reikia turėti aiškų vaizdą apie esamą prekybos tinklo būklę ir jo panaudojimo racionalumą.

Sio straipsnio tikslas kaip tik ir yra trumpai panagrinėti kai kuriuos svarbiausių Lietuvos TSR miestų — Vilniaus, Kauno, Klaipėdos, Šiaulių ir Panevėžio — prekybos tinklo būklės klausimus¹.

Vienas iš svarbiausių uždavinių, nagrinėjant prekybos tinklo būklę, yra nustatyti, kaip atskiri miestai aprūpinti prekybos tinklu.

Gyventojų aprūpinimą prekybos tinklu iš dalies parodo prekybos tinklo tankumo koeficientas, apibūdinantis prekybos įmonių skaičiaus santykį su gyventojų skaičiumi arba teritorijos plotu. Tačiau šio rodiklio pagrindinis trūkumas yra tas, kad čia visiškai neatsižvelgiama į prekybos įmonių pajėgumą.

Dėl skirtingų pokariniu laikotarpiu mažmeninio prekybos tinklo vystymosi sąlygų, kaip matyti iš toliau šiame straipsnyje pateiktų duomenų (žr. p. 84 pateiktą lentelę), nagrinėjamuose miestuose susidarė gana skirtingas prekybos įmonių patalpų fondas, todėl prekybos įmonių tankumas atskirais atvejais žymiai skiriasi (pvz., tarp Panevėžio ir Klaipėdos net 50%). Jeigu tokių miestų kaip Kaunas ir Panevėžys prekybos tinklo pagrindą žymia dalimi sudarė buržuazinės Lietuvos prekybos įmonės, tai, pavyzdžiui, Klaipėdoje, sparčiais tempais atstatant karo metais sugriautą miestą, didelę parduotuvių dalis įsikūrė naujų stambių namų pirmuose aukštuose. Šios parduotuvės yra žymiai stambesnės, todėl jos turi ir žymiai didesnę veiklos rajoną.

Vadinasi, remiantis vien tuo, kad Panevėžyje ir Kaune vienai prekybos įmonei tenka mažiau gyventojų, negu Vilniuje ar Klaipėdoje, visiškai nėra pagrindo daryti išvadą, kad tuose miestuose ir gyventojų aprūpinimas prekybos tinklu yra geresnis. Atskirų prekybos įmonių dydis yra labai skirtingas, todėl, norint gauti tikslesnį vaizdą, būtina atsižvelgti į prekybos įmonių pajėgumą.

¹ Nagrinėjant šiuos klausimus, autoriui teko susidurti su visa eile sunkumų: nei centriniai, nei vietiniai prekybos organizavimo reikalus tvarkantieji organai, be statistinės atskaitomybės duomenų, neturi jokios išsamesnės medžiagos apie esamą prekybos tinklo būklę, jo pajėgumą, išnaudojimo laipsnį ir t. t. Todėl, siekiant gauti išsamesnių duomenų, autoriaus iniciatyva 1961 m. pradžioje buvo pravesta vienkartinė Vilniaus, Kauno, Klaipėdos, Šiaulių ir Panevėžio miestuose esančių Prekybos ministerijos sistemos ir didesnės dalies kitų organizacijų parduotuvių apskaita (pasportizacija), kurios duomenimis šiame straipsnyje daugiausia ir remiamasi (jeigu nenurodomas kitas šaltinis).

Pagrindinis rodiklis, šiuo metu naudojamas prekybos įmonių pajėgumui apibūdinti, yra darbo vietų skaičius. Todėl teisingesnis vaizdas apie atskirų miestų aprūpinimą prekybos tinklu gaunamas tada, kai apskaičiavimai atliekami atsižvelgiant į darbo vietų skaičių.

1 lentelė

Gyventojų skaičius, tenkantis vienai prekybos įmonei ir vienai darbo vietai
(1961 m. sausio 1 d.)

Miestas	Gyventojų sk. vienai prekybos įmonei		Gyventojų sk. vienai darbo vietai		Gyventojų skaičius 1 prekybos įmonei ir 1 darbo vietai palyginimas (Panevėžys—100)			
	įmanta visas įmones	tame tarpe parduotuves	įmanta visas įmones	tame tarpe parduotuves	įmanta visas įmones		parduotuvei	
					1 įmonei	1 darbo v.	1 parduotuvei	1 darbo vietai
Vilnius	543	761	194	219	134	94	129	89
Kaunas	551	713	231	255	136	112	121	103
Klaipėda	602	893	220	252	149	107	151	102
Siauliai	443	634	213	253	110	103	107	102
Panevėžys	404	591	206	247	100	100	100	100
Vidutiniškai šiuose miestuose	530	733	212	239	—	—	—	—

Kaip matyti iš 1 lentelės duomenų, gaunamas gana skirtingas vaizdas, priklausomai nuo to, ar apie miesto aprūpinimą prekybos tinklu sprendžiama pagal gyventojų skaičių, tenkantį vienai prekybos įmonei ar vienai darbo vietai.

Gyventojų skaičius vienai darbo vietai tiksliau parodo tikrąją padėtį, tačiau ir jis neatspindi kai kurių momentų, kurie yra gana svarbūs, apibūdinant atskiro miesto gyventojų aprūpinimą prekybos tinklu.

Visų pirma, mūsų nuomone, būtina atsižvelgti į atskiruose miestuose tenkančią vienam gyventojui apyvartą. Apskaičiavimai rodo, kad nagrinėjamuose miestuose šiuo atžvilgiu yra skirtumų. Pavyzdžiui, Vilniuje vienam gyventojui tenkanti mažmeninio tinklo apyvarta 1960 m. buvo 27% didesnė negu Panevėžyje. Yra pagrindo galvoti, kad mieste, kur apyvarta, tenkanti vienam gyventojui, yra didesnė, turėtų būti daugiau ir prekybos tinklo tam tikram gyventojų skaičiui.

Antra, darbo vietų skaičius nepakankamai tiksliai apibūdina įmonės pajėgumą. Kaip rodo turimi duomenys, eksploatuojant prekybines patalpas, atskirais atvejais būna didelių nukrypimų (padidėjimo kryptimi) nuo prekybos salės ploto normų vienai darbo vietai. Pavyzdžiui, jei pagal normas vienai darbo vietai skiriama vidutiniškai 15 m² prekybos salės ploto, tai nagrinėjamuose miestuose vidutiniškai vienai darbo vietai tenkantis prekybos salės plotas sudaro 19 m², o Šiauliuose — net 22 m².

Be to, darbo vietų skaičiaus rodiklis negali būti pakankamai tiksliai pritaikytas parduotuvėms, naudojančioms progresyvias pirkėjų aptarnavimo formas.

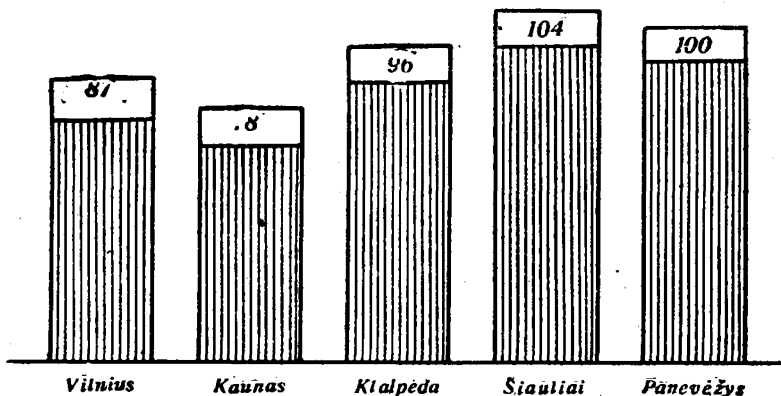
Pagaliau, kiek tatai liečia svarbiausius respublikos miestus, naudoti kitą rodiklį parduotuvių pajėgumui išreikšti verčia dar ir tai, kad statistiniai duomenys apie darbo vietų skaičių nėra pakankamai tikslūs.

Kaip parodė gilesnis susipažinimas su parduotuvių darbo vietų skaičiaus statistine apskaita, atskiruose miestuose ir prekybinėse organizacijose esama nemaža skirtumų. Pavyzdžiui, vienu atveju nurodomas fakti-

nis darbo vietų skaičius, kitu — galimas. Ypatingai daug painiavos ir nevienodumo yra nustatant darbo vietų skaičių savitarnos parduotuvėse.²

Todėl, vadovaujantis aukščiau išdėstytais samprotavimais, mūsų nuomone, teisingiausia būtų miesto aprūpinimą prekybos tinklu apibūdinti prekybos salės plotu, tenkančiu tam tikram gyventojų skaičiui, pavyzdžiui 1000-ui gyventojų. Palyginant atskirų miestų aprūpinimą prekybos tinklu, būtina, be to, atsižvelgti dar ir į vienam gyventojui tenkančios mažmeninio prekybos tinklo apyvartos skirtumus tuose miestuose.

Apskaičiavę tokiu metodu atskirų nagrinėjamųjų miestų aprūpinimą prekybos tinklu, gauname tokį vaizdą (žr. diagramą).



Pagrindinių Lietuvos TSR miestų aprūpinimas prekybos tinklu
1961 m. sausio 1 d. (Panevėžys — 100)

Kaip matyti, blogiausiai aprūpintas prekybos tinklu yra Kaunas, toliau seka Vilnius, Klaipėda, Panevėžys ir Šiauliai.

Taigi, diagramoje pateiktieji duomenys iš esmės skiriasi nuo apskaičiavimų, atliktų remiantis darbo vietų skaičiumi (žr. 1 lentelę).

Nagrinėjant atskirų miestų aprūpinimą prekybos tinklu, neišvengiamai susiduriama su klausimu, ar esamas prekybos tinklas yra pakankamas.

Tarybų Sąjungoje, sprendžiant šį klausimą, šiuo metu naudojamas parduotuvių darbo vietų skaičiaus 1000-ui miesto gyventojų normatyvas, patvirtintas Statybos reikalų komiteto prie TSRS Ministrų Tarybos. Pagal šį normatyvą 1000-ui miesto gyventojų reikia 6,6 darbo vietos, iš jų 3,2 — maisto prekių parduotuvėse ir 3,4 — pramoninių prekių parduotuvėse.³

Apskaičiavimas, atliktas remiantis šiuo normatyvu, rodo, kad 1961 m. sausio 1 d. svarbiausiuose respublikos miestuose buvo tik 67% reikalingų pagal normatyvą darbo vietų⁴, tame tarpe:

Vilniuje — 73%	Šiauliuose — 62%
Kaune — 62%	Panevėžyje — 64%
Klaipėdoje — 63%	

² Pavyzdžiui, Vilniaus Maistprekyboje, Klaipėdos prekybos valdyboje kasininko-kontrolieriaus darbo vieta atitinka 2,5 pardavėjo darbo vietas (sutinkamai su veikiančia instrukcija), tuo tarpu Kauno Maistprekyboje, Panevėžio ir Šiaulių prekybos valdybose nurodoma, kiek ten buvo darbo vietų, kai parduotuvė dirbo įprastinėmis formomis arba (jei tai nauja parduotuvė) kiek ten galima būtų įrengti darbo vietų, jei parduotuvė dirbtų įprastinėmis formomis.

³ Правила и нормы планировки и застройки городов. СН 41—58, М., 1959, стр. 78.

⁴ Ryšium su tuo, kad į autoriaus nagrinėjamą prekybos tinklo sudėtį neįeina knygynai, o normatyvas juos apima, darant apskaičiavimus, buvo vadovujamasi 6,3 darbo vietos normatyvu 1000-ui gyventojų.

Išdėsčius, remiantis aukščiau pateiktais duomenimis, miestus pagal aprūpinimo parduotuvėmis laipsnį ir palyginus šiuos rodiklius su diagrama, matyti, jog esama žymių skirtumų.

Kaip rodo apskaičiavimai, atlikti remiantis šiuo metu naudojamais prekybos tinklo normatyvais, visuose nagrinėjamuose miestuose, išskyrus Vilnių, padėtis yra beveik vienoda; Vilniuje ji atrodo žymiai geresnė. Tuo tarpu pagal diagramos duomenis Vilniuje ir ypač Kaune padėtis yra žymiai blogesnė, negu likusiuose miestuose.

Visa tai verčia suabejoti šiuo metu naudojamo prekybos tinklo normatyvo tikslingumu esamai būklei vertinti.

Autoriaus apytikriu apskaičiavimu * (atsižvelgiant į esamą prekybos salės plotą ir vienam gyventojui tenkančios apyvartos skirtumus atskiruose miestuose), 1961 m. sausio 1 d. nagrinėjamuose miestuose buvo apie 71 % reikalingo prekybos tinklo, tame tarpe:

Vilniuje — 71 %	Siauliuose — 81 %
Kaune — 63 %	Panevėžyje — 79 %
Klaipėdoje — 79 %	

Prekybos tinklo nepakankamumo sąlygomis labai svarbu šį tiuklą racionaliai išnaudoti. Šiuo metu, kada prekybos tinklas nagrinėjamuose miestuose, bendrai paėmus, yra perkrautas, visa eilė įmonių turimą plotą toli gražu ne pilnai išnaudoja. Labai dažnai net panašaus asortimentinio profilio parduotuvėse apyvarta 1-am m² prekybos salės žymiai svyruoja. Pavyzdžiui, 1960 m. Vilniaus Maistprekybos parduotuvėje Nr. 5 apyvarta 1-am m² prekybos salės sudarė tik 1 tūkst. rb. (naująja rublio verte), o tos pačios organizacijos parduotuvėje Nr. 18 — 14,5 tūkst. rb., Vilniaus Duonos prekybos parduotuvėje Nr. 3 — 2,6 tūkst. rb., o parduotuvėje Nr. 24 — 14,7 tūkst. rb. Tokių ir panašių pavyzdžių yra gana daug.

Kur tokių svyravimų priežastys? Tai dažniausiai yra susiję su skirtingu prekybos įmonių išdėstymu, nevienoda darbo dienos trukme, nevienodu prekybos salės išnaudojimu darbo vietoms įrengti, skirtingu darbo našumu ir kt. Pavyzdžiui, minėtoji Vilniaus Maistprekybos parduotuvė Nr. 5 prekybos salę blogai išnaudoja todėl, kad netinkamai parinkta vieta parduotuvei. Parduotuvė neturi pakankamo pagal savo dydį veiklos rajono. dirba tik 7 val.

Lietuvos KP Centro Komiteto ir Lietuvos TSR Ministrų Tarybos 1960 m. spalio 10 d. nutarime Nr. 551 „Dėl priemonių prekybai toliau gerinti“ numatyta didžiulė mažmeninio prekybos tinklo išvystymo 1961—1965 m. programa. Tačiau artimiausiais metais, sparčiai augant mažmeninio tinklo apyvartai, vien tik naujų prekybos įmonių statyba neleis likviduoti prekybos tinklo trūkumo. Todėl būtina ieškoti kelių, leidžiančių racionaliau panaudoti esamas prekybines patalpas, padidinti jų pralaidumą.

Kaip rodo turimi duomenys, nagrinėjamuose miestuose yra nemažos galimybės darbo vietų skaičiui padidinti tuose pačiuose prekybos plotuose. Juk pasiekus, kad vienai darbo vietai tektų ne daugiau kaip 15 m² prekybos salės, šiuose miestuose darbo vietų skaičius padidėtų net 28%. Ukrainos prekybos mokslinio tyrimo instituto atlikti darbai rodo, kad daugiau kaip 30% jų nagrinėtų maisto prekių parduotuvių ir apie 60% pramoninių prekių parduotuvių sėkmingai dirbo prekybinėse patalpose, netgi žymiai mažesnėse, negu numatoma projektavimo normose ⁵.

⁴ Šiuo klausimu žr. autoriaus straipsnį „Liaudies ūkyje“, 1962, Nr. 8, p. 239.

⁵ Žr. И. Н. Бергер, Повышать пропускную способность магазинов, М., 1959, стр. 8.

Veiksmingos priemonės parduotuvių pralaidumui padidinti, kurios sėkmingai gali būti panaudotos nagrinėjamuose miestuose, yra darbas be poilsio dienų, be pietų pertraukų, parduotuvių darbo laiko prailginimas.

Šia proga reikia prisiminti, kad, nepaisant didžiulio prekybos įmonių trūkumo, nuo 1959 m. IV ketvirčio, sumažinus prekybos darbuotojams darbo laiką, beveik visur buvo sumažintas ir pačių įmonių darbo laikas. Galima įsivaizduoti, kokį tai turėjo poveikį gyventojų aprūpinimui prekybos tinklu. Juk tai buvo beveik tolygu prekybos tinklo sumažinimui 12,5%.

Pereinant į nepertraukiamą darbo savaitę, keičiant parduotuvių darbo valandas, reikia labai kruopščiai išnagrinėti atskirų parduotuvių darbo sąlygas, pirkėjų srovės intensyvumą ir t. t. Šios priemonės efektyvumas iš pradžių, žinoma, nebus didelis, tačiau jis padidės, kai gyventojai įprastieji prie naujo parduotuvių darbo režimo.

Minėtų priemonių panaudojimas reikalauja ir atitinkamos darbo organizacijos — brigadinės materialinės atsakomybės, išėjimo į darbą slankiojančio grafiko.

Vienas iš būdų prekybos tinklo pralaidumui didinti yra naujos, progresyvios pirkėjų aptarnavimo formos (savitarna, fasuotų prekių pardavimas, prekyba pagal pavyzdžius, atviras prekių išdėstymas). Teisingai organizuojant prekybą, įvedus naujas prekybos formas, aptarnavimas būna net 1,5—2 kartus⁶ greitesnis, negu parduodant prekes senuoju būdu.

Tačiau minėtuose miestuose, kaip rodo turimi duomenys, naujus darbo metodus naudojančių parduotuvių didžioji dalis dar nevaizdina teigiamo vaidmens didinant prekybos tinklo pralaidumą. Pavyzdžiui, Vilniaus Maistprekyboje, senuoju būdu prekiaujančiose bakalėjos-gastronomijos tipo parduotuvėse, apyvarta, tenkanti 1-am m² prekybos salės, 1960 m. buvo apie 75% didesnė, negu parduotuvėse, kuriose įvesta savitarna.

Didelė dalimi tai yra išdava formalios pažiūros į šių parduotuvių organizavimą ir, ryšium su tuo, žymaus naujųjų darbo metodų iškraipymo. Ypatingai daug trūkumų ir iškraipymų yra savitarną naudojančiose maisto prekių parduotuvėse (susiaurėjęs asortimentas dėl nepakankamo aprūpinimo fasuotomis prekėmis; daugelį prekių, kurias galima parduoti savitarnos būdu, pardavinėja pardavėjai; blogas parduotuvių išplanavimas, netinkamai išspręsta aptarnavimo sistema, neteisingas parduotuvės vietos parinkimas ir kt.) ir atvirą prekių išdėstymą naudojančiose pramoninių prekių parduotuvėse (laisvai pirkėjams pasirinkti pateikiami tik kai kurių prekių pavyzdžiai, o ir tie kai kur uždengiami stiklu, celofanu ir kitokiais būdais „atitveriami“ nuo pirkėjo).

Naujų, pažangių prekybos formų įdiegimo klausimai, ypatingai turint galvoje, kad pagal TSKP Centro Komiteto ir TSRS Ministrų Tarybos 1960 m. rugpiūčio mėn. 8 d. nutarimą Nr. 851 „Dėl priemonių tarybinei prekybai toliau gerinti“ visose naujai atidaromose prekybos įmonėse prekyba turi būti vykdoma naudojant pažangius prekių pardavimo ir pirkėjų aptarnavimo metodus, sudaro labai svarbią, o mūsų nagrinėjamuose miestuose, atsižvelgiant į šių parduotuvių darbo rezultatus, ir labai opią tolesnio prekybos tinklo vystymo problemą.

Iš kitų priemonių, padedančių padidinti esamo prekybos tinklo pralaidumą, reikėtų paminėti: prekių pardavimą pagal išankstinius užsakymus ir pristatant jas į namus, prekybos specializacijos gilinimą, prekybos mechanizavimą, automatizavimą ir kt.

Reikia pastebėti, kad kai kurios racionalaus prekybos patalpų panaudojimo priemonės, pavyzdžiui, darbo vietų skaičiaus padidinimas tuose

⁶ Зт. «Советская торговля», 1959, № 9, стр. 20; И Н. Бергер, Повышать пропускную способность магазинов, стр. 33—43; М. Л. Зак, Спрос и предложение товаров при социализме, М., 1961, стр. 85—88.

pačiuose prekybos salės plotuose, paprastai nepakelia parduotuvės darbuotojų darbo našumo. Matyti, šias priemones reikėtų vertinti platesniu požiūriu — atsižvelgiant į tai, kokią jos duoda visuomeninio laiko, jo įdaiškintą dalies ir pirkėjų laiko praeimą, ekonomiką.

* * *

Prekybos įmonių darbo sąlygų įvairumas, kylantis iš pirkėjų paklausos skirtumų, atskirų prekių pardavimo ypatumų, prekybos įmonių išdėstymo skirtingumo ir t. t., reikalauja, kad mažmeninis prekybos tinklas būtų sudarytas iš įvairių pagal prekių asortimentą ir skirtingų pagal dydį prekybos įmonių.

Todėl, norint giliau išnagrinėti svarbiausių respublikos miestų aprūpinimo prekybos tinklu būklę, būtina susipažinti su esamo prekybos tinklo struktūra.

Bendroje tinklo sudėtyje nagrinėjamuose miestuose lemiamas vaidmuo priklauso parduotuvėms. 1961 m. sausio 1 d. duomenimis, parduotuvės sudarė 72% visų prekybos įmonių, o jose esantis darbo vietų skaičius — 88% bendro darbo vietų skaičiaus.

Smulkiamazmeninis tinklas nagrinėjamuose miestuose daugiausia naudojamas kaip papildantis parduotuvių tinklą ir atskirais atvejais kaip tinklas, dalinai pakeičiantis parduotuves, arba kaip savarankiškos reikšmės tinklas.

Šiauliuose ir Panevėžyje, kur šio tinklo dalis bendrame darbo vietų skaičiuje yra didžiausia (atitinkamai 16% ir 17%), jis daugiausia sutelktas turgavietėse (Šiauliuose — 84%, Panevėžyje 78%). Jo vaidmuo aptaraujant paties miesto gyventojus palyginti nedidelis.

Todėl, toliau nagrinėdami prekybos tinklo būklės klausimus, apsiribosime tik parduotuvėmis.

Vienas iš labai svarbių rodiklių, apibūdinančių parduotuvių būklę turintis didelę įtaką parduotuvių asortimentinei struktūrai, yra prekybos salės plotas.

Nepaisant to, kad nagrinėjamuose miestuose prekybos tinklas pastaraisiais metais pastebimai sustambėjo, vis dar labai žymią jo dalį sudaro smulkios parduotuvės. Kaip matyti iš 2 lentelės duomenų, parduotuvės, kurių prekybos salė neviršija 30 m², sudaro 36,5% visų parduotuvių skaičiaus. Skaičiuojant pagal vidutinę prekybos salės normą 1-ai darbo vietai (apie 15 m²), prekybos salėje, turinčioje iki 30 m², gali būti įrengta ne daugiau kaip 2 darbo vietos, o mūsų nagrinėjamuose miestuose praktiškai tai daugiausia vienos darbo vietos parduotuvės. Didesnioji šių parduotuvių dalis įrengta prekybai blogai pritaikytose patalpose, kurios ateityje turės būti pakeistos naujomis.

Kaip matyti iš 2 lentelėje pateiktų duomenų, prekybos įmonių patalpų fondas atskiruose miestuose gana skirtingas. Pagal šiuos skirtumus svarbiausius respublikos miestus galima suskirstyti į tris grupes:

Prie I grupės reikėtų priskirti Vilnių ir Klaipėdą, kurių prekybos salių fondo struktūra labai panaši. Šiems miestams būdinga tai, kad lemiamą prekybos įmonių dalį sudaro parduotuvės, turinčios 31—90 m² prekybos salę, palyginti žymi dalis tenka parduotuvėms, turinčioms daugiau kaip 90 m² prekybos salę.

II grupei priklauso Kauno ir Panevėžio miestai. Jiems būdinga tai, kad parduotuvės daugiausia yra smulkios ir vidutinės. Tarpinę padėtį užima Šiauliai. Šio miesto ypatumas tas, kad jame, iš vienos pusės, yra didžiausias lyginamasis svoris smulkiausių parduotuvių, iš antros pusės — palyginti žymus lyginamasis svoris stambių parduotuvių.

Norint išaiškinti šiuos atskirų miestų prekybinių patalpų fondo ypatumus, reikia susipažinti su šaltiniais, iš kurių buvo sudarytas esamas prekybos tinklas. Pagrindiniai šaltiniai buvo šie: 1) buvusių buržuazinės Lietuvos prekybos įmonių patalpos; 2) naujų bei pokario metais atstatytų gyvenamųjų namų I aukštuose išskirtos patalpos; 3) nauji specialios prekybinės paskirties pastatai.

Bendrai imant, vyraujant pirmiesiems dviem šaltiniams, atskiruose nagrinėjamuose miestuose jų lyginamasis svoris žymiai skiriasi. Jeigu Kauno ir Panevėžio miestų prekybos tinklas susidarė žymia dalimi iš pirmojo šaltinio, tai Vilniuje ir Klaipėdoje didelę reikšmę turėjo antrasis šaltinis. Prekybos įmonės, įrengtos pirmuose naujų bei atstatytų namų aukštuose, yra palyginti žymiai stambesnės, o tai ir apsprendė Vilniaus ir Klaipėdos prekybos taškų stambumą palyginti su kitais miestais.

Parduotuvių pasiskirstymas pagal prekybos salės plotą
(1961 m. sausio 1 d., %)

2 lentelė

Miestas	Iki 30 m²	31—60 m²	61—90 m²	91—120 m²	121—150 m²	151—200 m²	201—250 m²	Daugiau kaip 250 m²	Vidutinis prekybos salės plotas m²
Vilnius	26	39	16	5	4	6	2	2	69,
Kaunas	44	34	12	4	3	2	—	1	47
Klaipėda	26	35	18	5	5	7	3	1	72
Siauliai	51	23	7	7	4	4	3	1	54
Panevėžys	41	32	18	5	1	3	—	—	49
Vidutiniškai šiuose miestuose	36,5	35	14	5	3	4	1,5	1	59

Lemiamą poveikį šakinei parduotuvių struktūrai susidaryti turi prekių apyvartos struktūra.

Kaip matyti iš 3 lentelės, didžiąją parduotuvių skaičiaus dalį sudaro maisto prekių parduotuvės. Tai ir suprantama, nes maisto prekių paklausos pobūdis reikalauja turėti daugiau pardavimo taškų, kad galima būtų juos priartinti prie gyventojų.

Kai dėl prekybos salės ploto, tai jo struktūra minėtuose miestuose, nors ir artimesnė prekybos tinklo apyvartos struktūrai, vis dėlto skiriasi nuo jos 4,1—6,0%, išskyrus Klaipėdą.

Susidariusį santykį tarp prekybos tinklo apyvartos ir prekybos salės ploto įvertinti nėra lengva. Nagrinėdami šį klausimą, susiduriame su priešingai veikiančiomis tendencijomis. Pavyzdžiui, pramoninių prekių asortimento sudėtingumas, palyginus su maisto prekėmis, reikalauja didesnio prekybos salės ploto pramoninių prekių pardavimui, tačiau žymiai didesnis maisto prekių paklausos intensyvumas, priešingai, reikalauja skirti daugiau prekybos salės ploto maisto prekėms parduoti. Be to, sprendžiant šį klausimą, būtina atsižvelgti ir į gana skirtingą maisto ir pramoninių prekių parduotuvių pamainingumą.

Reikia pastebėti, kad šiuo metu prekybos tinklo normatyvas rekomenduoja bendrojo tinklo sudėtyje turėti pramoninių prekių pardavimui 51% visų darbo vietų skaičiaus⁷.

⁷ Iš 6,6 darbo vietos 1000-ui gyventojų 3,4 darbo vietos pramoninių prekių pardavimui. Imant tik autoriaus nagrinėjamą prekybos tinklą, t. y. be knygynų, pramoninių prekių parduotuvių darbo vietų skaičius sudarytų 49%.

Mažmeninio tinklo apyvartos struktūros ir parduotuvių tinklo struktūros palyginimas
(apyvarta 1960 m., parduotuvių tinklas — 1961 m. sausio 1 d., %)

Miestas	Apyvarta*		Parduotuvių skaičius		Prekybos salės plotas	
	maisto prekių	pramoninių prekių	maisto prekių	pramoninių prekių	maisto prekių	pramoninių prekių
Vilnius	45,5	54,5	65,1	34,9	51,5	48,5
Kaunas	49,5	50,5	63,2	36,8	53,6	46,4
Klaipėda	51,3	48,7	60,7	39,3	52,2	47,8
Siauliai	51,6	48,4	60,8	39,2	56,7	43,3
Panevėžys	43,4	56,6	62,8	37,2	47,7	52,3
Vidutiniškai šiuose miestuose	48,0	52,0	63,3	36,7	52,4	47,6

* Tabako ir machorkos gaminių bei degtukų apyvarta įskaityta į maisto prekių apyvartą, nes šie gaminiai parduodami maisto prekių parduotuvėse.

Toliau analizuojant parduotuvių struktūrą, reikia atskirai panagrinėti maisto ir pramoninių prekių parduotuvių sudėtį.

Vertinant šiuo metu susidariusią maisto prekių parduotuvių sudėtį, reikia visų pirma žiūrėti, ar ji atitinka maisto prekių paklausos bei asortimento ypatumus.

Reikia turėti galvoje, kad: 1) pagrindinė maisto produktų masė yra kasdieninės ir dažnos paklausos prekės, taigi jų pardavimas turi būti galimai daugiau priartintas prie vartotojo; 2) daugumos maisto produktų paklausa turi kompleksinį pobūdį, o tai reikalauja, kad jų pardavimas nebūtų išskirtas teritoriniu atžvilgiu; 3) atskirų maisto produktų asortimentas gana platus, todėl jų pardavimą reikia specializuoti; 4) eilės maisto produktų pardavimas yra susijęs su atlikimu sudėtingų operacijų (atsvėrimas, supiaustymas) ir su specialiomis laikymo (sandėliavimo) sąlygomis (temperatūra, griežtas sanitarinis režimas).

Nagrinėjant šiuos ypatumus, sąlygojančius maisto prekių parduotuvių struktūrą, pastebimas tam tikras jų prieštaravimas. Todėl, vystant maisto produktų prekybos tinklą, labai svarbu juos teisingai suderinti. Tai galima pasiekti, specializuotą tinklą derinant su nespecializuotu, panaudojant įvairius parduotuvių specializacijos laipsnius.

Mūsų nuomone, maisto prekių paklausos bei asortimento, o taip pat racionalios prekybos tinklo organizacijos reikalavimai geriausiai būtų suderinti tuo atveju, jei maisto prekybos tinklo sudėtyje vyrautų galimai stambesnės parduotuvės, kuriose būtų galima patenkinti kasdieninę gyventojų paklausą visiems arba daugumai maisto produktų. Tokių parduotuvių tinklas turėtų būti papildytas, atsižvelgiant į konkrečias miesto sąlygas, reikiamu specializuotų bei siaurai specializuotų, o taip pat nespecializuotų parduotuvių tinklu.

Vertinant šiuo požiūriu nagrinėjamų miestų maisto prekių prekybos tinklo sudėtį, tenka konstatuoti, kad padėtis yra gana bloga.

Lemiamą vaidmenį aprūpinant minėtų miestų gyventojus maisto produktais šiuo metu vaidina specializuotos ir nespecializuotos parduotuvės, prekiaujančios duona-bakalėja-gastronomija arba tik bakalėja-gastronomija. Autoriaus apskaičiavimu, minėtų asortimentinių profilių parduotuvės 1961 m. sausio 1 d. nagrinėjamuose miestuose sudarė 52%

visų maisto prekių parduotuvių ir 61% viso maisto prekių parduotuvių prekybos salės ploto. Atskiruose miestuose padėtis atitinkamai buvo tokia:

Vilniuje	— 44% ir 56%	Šiauliuose	— 65% ir 68%
Kaune	— 53% ir 63%	Panevėžyje	— 55% ir 60%
Klaipeidoje	— 60% ir 66%		

Nagrinėjamuose miestuose labiausiai paplitęs parduotuvės tipas yra smulki 1—2 darbo vietų parduotuvė, prekiaujanti gana ribotu duonos-bakalėjos-gastronomijos arba tik bakalėjos-gastronomijos prekių asortimentu. Tokios parduotuvės, 1961 m. sausio 1 d. duomenimis, sudarė 33% bendro maisto prekių parduotuvių skaičiaus ir 70% visų duonos-bakalėjos-gastronomijos ir bakalėjos-gastronomijos parduotuvių. Ypatingai didelis šių parduotuvių lyginamasis svoris Šiauliuose (46% visų maisto prekių parduotuvių).

Iš kitų labiau paplitusių maisto prekių parduotuvių reikėtų paminėti specializuotas duonos parduotuves (11% bendro maisto prekių parduotuvių skaičiaus), vaisių-daržovių (10%), mėsos (7%) ir kt. parduotuves. Tai irgi labai smulkios, dažniausiai 1—2 darbo vietų parduotuvės. Vidutinis duonos parduotuvės prekybos salės plotas buvo 33 m², mėsos — 37 m², vaisių-daržovių — 31 m².

Stambių, plataus asortimentinio profilio maisto prekių parduotuvių, kurios prekiautų visomis pagrindinėmis maisto prekių grupėmis, nebuvo nė vienos. Artimų šiam asortimentiniam profiliui (neprekiavusių tik daržovėmis arba daržovėmis ir duona) buvo 21, t. y. tik 3,5% visų maisto prekių parduotuvių skaičiaus.

Tokiu būdu, svarbiausių Lietuvos TSR miestų maisto prekių prekybos tinklo struktūros pagrindiniai trūkumai, mūsų nuomone, yra šie:

1) Dėl esamo tinklo sudėties gyventojų paklausa kasdieniniams maisto produktams tenkinama 3—4—5 atskirose parduotuvėse, o tai gana dažnai sudaro didelių nepatogumų gyventojams, atima daug laiko, ypač jei šios parduotuvės išdėstytos nekompaktiškai.

2) Svarbiausias esamo tinklo trūkumas, iš esmės apsprendžiantis ir pirmąjį, yra atskirų jo taškų smulkumas, kuris trukdo kelti prekybos kultūrą, stabdo darbo našumo augimą, didina cirkuliacijos kaštus, ap sunkina vadovavimą prekybos tinklui ir sukelia kitas neigiamas pasekmes.

Kokios yra tokio tinklo susidarymo priežastys?

Lemiamą įtaką turėjo prekybos patalpų fondas. Jo smulkumas sąlygojo, iš vienos pusės, nespecializuotų ir nedidelių kombinuotų parduotuvių atsiradimą pakraštiniuose miestų rajonuose, iš antros pusės, specializuotų bei kombinuotų parduotuvių vystymą centriniuose miestų rajonuose ir, atskirais atvejais (esant galimybei sudaryti daugiau ar mažiau kompaktišką parduotuvių grupę), pakraštiniuose rajonuose, dažniausia šių rajonų magistralinėse gatvėse.

Menkas patalpų fondas apribojo stambių kombinuotų maisto prekių parduotuvių steigimo galimybes.

Kaip matyti iš 4 lentelėje pateiktų duomenų, nagrinėjamų miestų maisto prekių parduotuvių patalpų fonde pasireiškia tie patys būdingi bruožai, kaip ir visame šių miestų prekybos tinkle (žr. 2 lentelę).

Svarbiausiose Lietuvos TSR miestuose prekybos tinklo specializacijos lygis gana aukštas. Specializuotų maisto produktų parduotuvių skaičius (įskaitant specializuotas, siaurai specializuotas ir kombinuotas parduotuves) sudaro 67% visų maisto prekių parduotuvių, o jų prekybos salės plotas — 79% viso prekybos salės ploto.

4 lentelė

Maisto prekių parduotuvių pasiskirstymas pagal prekybos salės plotą
(1961 m. sausio 1 d., %)

Miestas	Iki 30 m²	31—60 m²	61—90 m²	91—120 m²	121—150 m²	151—200 m²	201—250 m²	Daugiau kaip 250 m²	Vidutinis prekybos salės plotas (m²)
Vilnius	34	39	15	5	2	3	0,5	1,5	54
Kaunas	50	35	9	3	1	1	—	1	40
Klaipėda	29,5	38	15	3	4,5	7	3	—	62
Šiauliai	56,5	24	5	3,25	3,25	3,25	3,25	1,5	51
Panevėžys	51	39	8	2	—	—	—	—	37
Vidutiniškai šiuose miestuose	43	36	11	3	2	3	1	1	49

Nors atskiruose miestuose specializacijos lygis gana skirtingas, tačiau, bendrai imant, išryškėja specializacijos lygio kilimo, didėjant miestui, tendencija (žr. 5 lentelę).

5 lentelė

Maisto prekių parduotuvių specializacija
(1961 m. sausio 1 d., %)

	Vilnius		Kaunas		Klaipėda		Šiauliai		Panevėžys		Viso	
	pard. skaičius	prekybos salės plotas	pard. skaičius	prekybos salės plotas	pard. skaičius	prekybos salės plotas	pard. skaičius	prekybos salės plotas	pard. skaičius	prekybos salės plotas	pard. skaičius	prekybos salės plotas
A. Specializuotų	36	25	40	30	25	18	29	21	41	37	36	26
<i>Tame tarpe:</i>												
1) duonos	11	7	13	11	4	3	11	6	14	12	11	8
2) mėsos	3	2	12	9	6	5	3	5	10	11	7	5
3) pieno	4	3	3	2	3	2	3	3	8	6	4	3
4) žuvies	2	2	2	2	4	3	—	—	2	3	2	2
5) vaisių-daržovių	15	9	9	5	7	4	5	4	4	3	10	6
B. Siaurai specializuotų	4	3	2	1	4	4	2	1	2	2	3	2
C. Kombinuotų	35	57	28	47	30	57	21	54	10	18	28	51
<i>Tame tarpe:</i>												
1) Bakalėjos-gastronomijos ir duonos-bakalėjų-gastronomijos	20	41	23	41	19	44	16	44	8	16	20	40
2) Mėsos-pieno	7	7	3	4	3	1	—	—	2	1	4	4
3) Mėsos-žuvies	1	1	—	—	—	—	3	4	—	—	1	1
4) Duonos-konditerijos	5	6	1	1	—	—	2	6	—	—	2	3
(A+B+C)	75	85	70	78	59	79	52	76	53	57	67	79
D. Nespecializuotų	25	15	30	22	41	21	48	24	47	43	33	21

Iš 5 lentelėje pateiktų duomenų į akis krinta palyginti labai mažas specializuotų duonos parduotuvių lyginamasis svoris Klaipėdoje. Tai susiję daugiausia su prekybos patalpų fondu. Klaipėdoje, esant palyginti stambioms parduotuvėms, buvo galimybė pardavinėti duoną kartu su kitais maisto produktais, išskiriant jos pardavimui specializuotas darbo

vietas. Miesto pakraščiuose esančiose nedidelėse nespecializuotose parduotuvėse ji taip pat pardavinėjama.

Reikia pastebėti, kad kai kada duonos ar kitų maisto produktų pardavimas išskiriamas be reikalo. Pavyzdžiui, Šiauliuose, Vilniaus g-vėje, 1959 m. pabaigoje specialiame pastate buvo atidaryta nauja gana stambi (prekybos salės plotas 123 m²) Prekybos valdybos parduotuvė Nr. 25, kurioje duona neprekiaujama, matyt, tik todėl, kad antroje gatvės pusėje yra maža specializuota duonos parduotuvė. Tuo tarpu naujoje parduotuvėje yra realios galimybės išskirti duonos pardavimui ne mažiau kaip 1 darbo vietą. Analogiškas pavyzdys šiuo metu yra Vilniuje, Kęstučio gatvėje.

Tokia maisto prekių specializacija teigiamai negali būti vertinama. Mūsų nuomone, jei tik yra galimybė, visuomet reikia organizuoti prekybą taip, kad pirkėjas galėtų apsirūpinti kasdieniniais maisto produktais, ap-lankydamas minimalų parduotuvių skaičių.

Nagrinėjant ir vertinant pramoninių prekių prekybos tinklo sudėtį, reikia visų pirma susipažinti su pramoninių prekių asortimento bei paklausos ypatumais.

Bendras pramoninių prekių paklausos ypatumas yra tas, kad dauguma šių prekių yra periodinės arba retos paklausos prekės.

Atsižvelgiant į šių prekių asortimento ir paklausos ypatumus, turinčius įtaką parduotuvių tinklo struktūrai, jas galima, sąlyginai, sugrupuoti į tris grupes:

I. Drabužių, avalynės ir tualetų reikmenys (audiniai, siūtiniai gaminiai, galvos apdangalai, kailiai ir kailių prekės, avalynė, trikotažas, galanterija ir parfumerija).

II. Kultūrinės paskirties prekės (mokyklinės ir kanceliarinės prekės, sporto, radijo, muzikos prekės, žaislai ir kt.).

III. Namų ir ūkio apyvokos prekės (baldai, indai, elektros buitinės prekės, chemijos prekės ir chemikalai, statybinės medžiagos ir kt.).

Nagrinėjamų miestų prekybos tinklo sudėtyje vyrauja parduotuvės, realizuojančios drabužius, audinius, avalynę ir tualetų reikmenis. Vien specializuoto tinklo (įskaitant specializuotas, siaurai specializuotas ir kombinuotas parduotuves) lyginamasis svoris bendrame pramoninių prekių parduotuvių skaičiuje 1961 m. sausio 1 d. sudarė 42%, o bendrame prekybos salės plote — 48,5%. Be to, reikia turėti galvoje, kad šios prekės sudaro lemiamą dalį universalinių ir nespecializuotų parduotuvių apyvartoje.

Namų ir ūkio apyvokos bei gamybinės paskirties prekių parduotuvės, 1961 m. sausio 1 d. duomenimis, sudarė 23% bendro parduotuvių skaičiaus ir užėmė 19% bendro prekybos salės ploto, o parduotuvės, prekiaujančios kultūrinės paskirties prekėmis, — atitinkamai 13% ir 12%.

Apytikriai apskaičiuotas pramoninių prekių prekybos tinklo apyvartos ir to tinklo pajėgumo (prekybos salės ploto) palyginimas pateiktas 6 lentelėje, kurios duomenis reikia vertinti atsižvelgiant į tai, kad prekybos salės ploto poreikį žymia dalimi nulemia prekių asortimentas. Apytikriais autorius apskaičiavimais, nagrinėjamuose miestuose per daug prekybos salės ploto skiriama aprangos prekių pardavimui, nors Panevėžyje vaizdas kaip tik priešingas. Tai rodo, kad prekybos tinklas šiuose miestuose buvo vystomas be reikiamų ekonominių apskaičiavimų.

Pramoninių prekių parduotuvių specializacijos lygis nagrinėjamuose miestuose yra aukštesnis, negu maisto prekių parduotuvių. Specializuotų parduotuvių skaičius (įskaitant specializuotas, siaurai specializuotas ir kombinuotas parduotuves) bendrame visų pramoninių parduotuvių skai-

**Pramoninių prekių prekybos tinklo apyvartos
ir šio tinklo prekybos salės ploto palyginimas
(1961 m. sausio 1 d., %)**

Miestas	Prekybos tinklo apyvarta			Parduotuvių prekybos salės plotas*		
	drabužių, avalynės ir tualetų reikmenų	kultūrinės paskirties prekių	namų ir ūkio apy- vokos bei gamyb. paskirties prekių	drabužių, avalynės ir tualetų reikmenų	kultūrinės paskirties prekių	namų ir ūkio apy- vokos reik- menų bei gamyb. paskirties prekių
Vilnius	71	14	15	66	13	21
Kaunas	67	12	21	73,5	10,5	16
Klaipėda	71	14	15	72	15	14
Siauliai	63	16	21	59	11	30
Panevėžys	64	14	22	57,5	18	24,5
Vidutiniškai šiuose miestuose	67	14	19	68	13	19

* Paskirstant pagal šią lentelę prekybos salės plotą, nespecializuotų parduotuvių prekybos salių plotas buvo priskirtas prie drabužių, avalynės ir tualetų reikmenų parduotuvių, o universalinių parduotuvių prekybos salių plotas paskirstytas proporcingai jose esančiam atskiroms prekėms pardavinėti darbo vietų skaičiui.

čiuje sudaro 79%, o jų užimamas prekybos salės plotas — 88% viso prekybos salės ploto.

**Pramoninių prekių parduotuvių specializacijos lygis ir laipsnis
(1961 m. sausio 1 d., %)**

Specializacijos laipsnis	Vilnius		Kaunas		Klaipėda		Siauliai		Panevėžys		Viso	
	pard. skaičius	prekybos sa- lės plotas	pard. skaičius	prekybos sa- lės plotas	pard. skaičius	prekybos sa- lės plotas	pard. skaičius	prekybos sa- lės plotas	pard. skaičius	prekybos sa- lės plotas	pard. skaičius	prekybos sa- lės plotas
Specializuotų	37	35	34	33	37	31	45	47	41	37	37	35
Siaurai specializuotų	17	9	9	9	9	7	—	—	—	—	10	7
Kombinuotų ir universalinių....	32	50	28	41	36	54	30	34	38	46	32	46
(1+2+3)	86	94	71	83	82	92	75	81	79	83	79	88
Nespecializuotų	14	6	29	17	18	8	25	19	21	17	21	12

Atskirų miestų specializacijos lygio skirtumai susidarė dėl įvairių priežasčių. Kaip matyti iš 7 lentelėje pateiktų duomenų, nagrinėjamuose miestuose neryški specializacijai būdinga tendencija — kilti specializacijos lygiui, didėjant miestui. Ypatingai šiuo atžvilgiu išsiskiria Kaunas. Kuo tai paaiškinti? Mūsų nuomone, esamą padėtį visų pirma sąlygoja mažas gyventojų tankumas pakraštiniuose Kauno rajonuose ir trūkumas šiuose rajonuose prekybos patalpų fondo. Tai smarkiai apriboja galimybės specializuoti pramoninių prekių prekybos tinklą tokiuose miesto rajonuose kaip Vilijampolė, Aleksotas, Šančiai. Iš antros pusės, Kaune aiškiai nepakankamai specializuotas prekybos tinklas Senamiestyje.

Didėnis kombinuotų ir universalinių parduotuvių lyginamasis svoris prekybos salės plote Vilniuje ir Klaipėdoje paaiškinamas tuo, kad šiuose miestuose yra universalinės parduotuvės.⁸

⁸ Statistinės apskaitos duomenimis, Kaune taip pat yra universalinė parduotuvė. Mūsų nuomone, prie šių įmonių kategorijos jos priskirti negalima, nes ji neprekiauja nei kultūrinės paskirties, nei namų ir ūkio apyvokos prekėmis. Reikia pasiebtį, kad balgia prarastį savo universalinį profilį ir iš esmės tampa stambia kombinuota drabužių, audinių, avalynės bei tualetų reikmenų parduotuve ir Vilniaus universalinė parduotuvė.

Norint susidaryti aiškesnį esamo prekybos tinklo struktūros vaizdą ir jį teisingai įvertinti, būtina giliau nagrinėti kiekvienos iš aukščiau minėtų trijų grupių pramoninių prekių pardavimo organizaciją.

Drabužių, avalynės ir tualetų reikmenų pardavimas reikalauja gilesnio specializavimo, tačiau, kaip rodo turimi duomenys, specializacija šioje srityje nepakankamai išvystyta. Visa eilė sudėtingo asortimento prekių parduvinėjama tokiose parduotuvėse, kuriose nėra reikiamų sąlygų kultūringai prekybai.

Iš parduotuvių, 1961 m. sausio 1 d. prekiaujančiuose miestuose avalynę, 28,5% neturėjo šios prekės pardavimui išskirtų specializuotų darbo vietų, 24,5% — buvo 1 darbo vieta, 16% — 2 darbo vietas ir tik 31% parduotuvių turėjo 3 ir daugiau darbo vietas.

Iš parduotuvių, realizuojančių drabužius, audinius, avalynę ir tualetų reikmenis, labiausiai paplitę nagrinėjamuose miestuose buvo specializuotos audinių, avalynės, drabužių parduotuvės, kombinuotos trikotažo-galanterijos-parfumerijos parduotuvės ir nespacializuotos parduotuvės, prekiaujančios daugiausia gana ribotu galanterijos, trikotažo, parfumerijos ir kitų prekių asortimentu.

Nors parduotuvės, realizuojančios drabužius, avalynę ir tualetų reikmenis, palyginti su kitomis parduotuvėmis yra stambesnės, tačiau, turint galvoje sudėtingumą asortimento, kuriuo jos prekiauja, esamas prekybos tinklas yra smulkus. Net 22% visų įmonių sudaro parduotuvės, turinčios prekybos salės plotą ne didesnį kaip 30 m², o parduotuvių, kurių prekybos salės plotas siekia iki 61 m², lyginamasis svoris bendrame šios rūšies parduotuvių skaičiuje sudaro net 55%.

Prekyba kultūrinės paskirties prekėmis daugiausia vyksta įvairiu laipsniu specializuotose parduotuvėse. Kaip rodo turimi duomenys, visuose miestuose, išskyrus Vilnių, didžioji dalis prekybos salės ploto tenka kombinuotoms parduotuvėms. Ryšium su tuo ir vidutinį prekybos salės plotą vienai parduotuvei — 73 m² — reikia laikyti per mažu.

23% bendro kultūrinės paskirties prekių parduotuvių skaičiaus turi prekybos salę, ne didesnę kaip 30 m². Suprantama, kad tokio dydžio patalpose, nesant kitos išėities, gal būt, ir galima prekiauti viena kuria nors kultūrinių prekių grupe, tačiau, pavyzdžiui, Šiauliuose, parduotuvėje, turinčioje 22 m² prekybos salę, prekiaujama septyniomis prekių grupėmis, tame tarpe fotoprekėmis, radijo prekėmis, muzikos instrumentais, žaislais ir kt.

Labiausiai paplitę nagrinėjamuose miestuose yra šie kultūrinės paskirties prekių parduotuvių tipai: specializuotos sporto prekių, juvelyrinių prekių bei kombinuotos „kultūrinių prekių“ parduotuvės.

Namų ir ūkio apyvokos bei gamybinės paskirties prekėmis daugiausia prekiaujama specializuotose ir kombinuotose parduotuvėse, nors nedidelę šių prekių dalį realizuoja ir universalinės bei nespacializuotos parduotuvės. Siaurai specializuotų parduotuvių, prekiaujančių šios rūšies prekėmis, nėra.

Reikia pastebėti, kad, bendrai imant, tiek specializuotoms, tiek kombinuotoms parduotuvėms tenka maždaug vienoda ir prekybos įmonių skaičiaus, ir prekybos salės ploto dalis. Tačiau atskiruose miestuose jų tarpusavio santykis gana skirtingas. Pavyzdžiui, Vilniuje specializuotos parduotuvės sudaro 38% visų šios rūšies parduotuvių ir 45% viso prekybos salės ploto, o Kaune — atitinkamai 61,5% ir 62%. Tai, be abejo, susiję su skirtingu patalpų fondu.

Visoje eilėje atvejų būtina žymiai pakelti prekybos šiomis prekėmis specializacijos laipsnį. Neleistina, kad tokios stambaus gabarito prekės

kaip baldai būtų pardavinėjamos kombinuotose parduotuvėse, turinčiose. be to, labai nedidelį prekybos salės plotą.

Daugumos parduotuvių, realizuojančių namų ir ūkio apyvokos bei gamybinės paskirties prekes, patalpos yra per mažos. Ypač tai pastebima Kaune ir Klaipėdoje. Jeigu vidutinis prekybos salės plotas, tenkantis vienai šios rūšies parduotuvei, nagrinėjamuose miestuose sudaro 62 m², tai Kaune — 46 m², o Klaipėdoje — 44,5 m². Jeigu vidutinis specializuotų baldų parduotuvių prekybos salės plotas sudaro 134 m², tai Kaune — tik 83,5 m², o Klaipėdoje esanti vienintelė specializuota baldų parduotuvė turi tik 95 m² prekybos salę.

Iš parduotuvių, prekiaujančių namų ir ūkio apyvokos bei gamybinės paskirties prekėmis, nagrinėjamuose miestuose labiausiai paplitę specializuotos baldų, žibalo, kombinuotos indų-ūkinių prekių, baldų-statybinių medžiagų parduotuvės.

Baigiant nagrinėti pramoninių prekių parduotuvių specializacijos klausimus, reikia pastebėti, kad pastaraisiais metais nagrinėjamuose miestuose įvyko ir gana teigiamų poslinkių. Pavyzdžiui, atsirado visa eilė naujų siaurai specializuotų parduotuvių — „šilkiniai audiniai“, „vyriška avalynė“, „moteriška avalynė“, „vaikiška avalynė“, „moteriškas trikotažas“, „vyriški drabužiai“, „plokštelės“ ir kt. Padidėjo kultūrinės ir buitinės paskirties prekes parduodančių specializuotų parduotuvių skaičius ir t. t.

Vienas iš pagrindinių rodiklių, apibūdinančių pramoninių prekių prekybos tinklo sudėtį ir turėjusių bei turinčių didelę įtaką asortimentinei šio tinklo struktūrai, yra patalpų fondas. Prekybos salės dydis ir ypatingai jos buvimo vieta, konkrečiomis mūsų nagrinėjamų miestų prekybos tinklo vystymosi sąlygomis, turėjo didžiulės įtakos parduotuvių asortimentiniam profiliui ir specializacijos laipsniui.

Pramoninių prekių parduotuvės, palyginus su maisto prekių parduotuvėmis, yra stambesnės, tačiau ir jų tarpe dar nemažai yra labai smulkių įmonių. Kaip matyti iš 8 lentelės duomenų, parduotuvės, kurių prekybos salės plotas neviršija 30 m², nagrinėjamuose miestuose 1961 m. sausio 1 d. sudarė 25% viso parduotuvių skaičiaus. Atskiruose miestuose šis procentas žymiai didesnis.

* * *

Vienas iš svarbiausių momentų, apibūdinančių mažmeninio prekybos tinklo būklę ir kuo glaudžiausiai susijusių su prekybos tinklo pakankamumu bei jo struktūra, yra prekybos įmonių išdėstymas.

Analizuojant pagrindinių Lietuvos TSR miestų prekybos tinklo išdėstymą, į akį krinta netolygus prekybos įmonių išdėstymas, didžiulė jų koncentracija centrinuose miestų rajonuose.

Pavyzdžiui, Kauno centriname rajone, kur gyvena apie 18,5% miesto gyventojų, yra sutelkta beveik trečdalis (33%) visų parduotuvių, kurių prekybos salės plotas sudaro net 45% viso miesto prekybos salės ploto. Vieni tik Laisvės alėjoje yra 73 parduotuvės — 22% viso miesto parduotuvių skaičiaus. Šioje gatvėje esančių parduotuvių prekybos salės plotas sudaro 33% viso miesto parduotuvių ploto. Vilniaus Centro-Senamiesčio rajone, kur gyvena apie 28% visų miesto gyventojų, yra 41% visų miesto parduotuvių, o juose esantis prekybos salės plotas sudaro 59% bendro visų parduotuvių ploto. Šiaulių centriname rajone (įskaitant turgavietę), kur gyvena 22% visų miesto gyventojų, yra sutelkta net 55% visų parduotuvių ir 69% bendro prekybos salės ploto.⁹

⁹ Šie ir toliau sekantieji apskaičiavimai pateikiami, remiantis 1961 m. sausio 1 d. duomenimis.

Miestų centruose ir turi būti kiek daugiau prekybos įmonių bei prekybos salės ploto (ypač pramoninių prekių parduotuvėse), negu kituose rajonuose. Tai nepažeidžia teisingo prekybos tinklo išdėstymo principų. Tačiau nagrinėjamuose miestuose susidariusioji padėtis, aprūpinant atskiras miestų dalis prekybos tinklu, jokių būdu negali būti laikoma normalia.

8 lentelė

Pramoninių prekių parduotuvių pasiskirstymas pagal prekybos salės plotą
(1961 m. sausio 1 d., %)

Miestas	Iki 30 m ²	31–60 m ²	61–90 m ²	91–120 m ²	121–150 m ²	151–200 m ²	201–250 m ²	Daugiau kaip 250 m ²	Vidutinis prekybos salės plotas (m ²)
Vilnius	13	39	19	4	7	11	4	3	96
Kaunas	34	33	16	7	5	2	1	2	60
Klaipėda	20	30	23	9	7	7	2	2	88
Šiauliai	42,5	22,5	10	12,5	5	5	2,5	—	60
Panevėžys	24	20	35	10	4	7	—	—	69
Vidutiniškai šiuose miestuose	25	32	19	7	6	7	2	2	76

Pavyzdžiui, Vilniaus mieste 1000-ai gyventojų vidutiniškai tenka 90 m² prekybos salės ploto, o tokiose stambiuose gyvenamuose rajonuose kaip Antakalnis — tik 37 m², už geležinkelio esančiame rajone — tik 32 m², Žvėryne — 42 m². Tuo tarpu Centro-Senamiesčio rajone 1000-ai gyventojų tenka net 195 m² prekybos salės ploto. Kaune, Žaliakalnio rajone 1000-ai gyventojų tenkantis prekybos salės plotas yra 2,4 karto mažesnis už miesto vidurkį ir 5,9 karto mažesnis už plotą, tenkantį 1000-ai gyventojų centriname rajone.

Dėl nepakankamo atskirų miesto dalių aprūpinimo prekybos tinklu padidėja gyventojų judėjimo srautas į miesto centrą ir bereikalingai apkraunamas miesto transportas.

Norint susidaryti aiškesnį vaizdą apie parduotuvių išdėstymą nagrinėjamuose miestuose, reikia atskirai susipažinti su maisto ir su pramoninių prekių parduotuvių išdėstymu.

Maisto prekių parduotuvės, atsižvelgiaut į šių prekių paklausos pobūdį, turėtų būti išdėstytos maždaug tolygiai visuose miesto gyvenamuose rajonuose bei stambiuose gyvenamuose masyvuose.

Tačiau, kaip rodo turimi duomenys, nagrinėjamuose miestuose atskirų rajonų aprūpinimas maisto produktų prekybos tinklu labai nevienodas. Pavyzdžiui, jeigu Kaune 1000-ai gyventojų vidutiniškai tenka 36 m² prekybos salės ploto maisto prekių parduotuvėse, tai Žaliakalnio rajone — tik 20 m², o centre — 63 m².

Žymūs trūkumai išryškėja, nagrinėjant prekybos įmonių išdėstymą atskiruose gyvenamuosiuose rajonuose (masyvuose) bei mikrorajonuose. Būdingesnieji iš tokių trūkumų yra šie: 1) pakraštiniuose rajonuose atskirų gatvių gyventojai, norėdami nusipirkti kai kurių kasdieninės paklausos prekių, turi įveikti gana didelį nuotolį (iki 1000 m ir daugiau); 2) pirkėjui, norint apsirūpinti kasdieniniais maisto produktais, paprastai tenka apeiti 4–5 parduotuves, kurios išdėstytos gana nekompaktiškai; 3) pakraštiniuose rajonuose gana dažnai nebūna nė vienos parduotuvės, prekiaujančios platesniu periodinės paklausos maisto prekių asortimentu.

Todėl, norint rasti platesnį, pavyzdžiui, gastronominių prekių, asortimentą, reikia vykti į centrinį miesto rajoną; 4) gana dažnai visame gyvenamajame rajone nebūna nė vienos parduotuvės, dirbančios ilgesnį laiką (po 21—21,30 val.).

Zymių trūkumų esama ir pramoninių prekių parduotuvių išdėstyme.

Dauguma pramoninių prekių yra periodinės ir retos paklausos prekės, todėl jų pardavimą tikslinga koncentruoti miesto centre ir gyvenamųjų rajonų centruose. Tačiau, be šių, yra visa eilė tokių pramoninių prekių (batams tepalas, batams raišteliai, skutimosi reikmenys, mokyklinės-rašymo prekės, siūlai, adatos, šukos ir t. t.), kurias būtina priartinti prie gyventojų. Tokios pramoninės prekės turi būti pardavinėjamos ne tik miesto centre bei kiekviename gyvenamajame rajone, bet ir kiekviename mikro-rajone.

Esamas pramoninių prekių prekybos tinklo išdėstymas toli gražu to neužtikrina. Daugumoje atvejų mikrorajonuose negalima nusipirkti paprasčiausių pramoninių prekių, o gyvenamuosiuose rajonuose tėra labai ribotas pramoninių prekių asortimentas. Beveik visa prekyba pramoninėmis prekėmis dažniausiai esti sutelkta miestų centruose. Pavyzdžiui, Vilniaus Centro-Senamiesčio rajone 1000-ai gyventojų tenka pramoninių prekių parduotuvėse 125 m² prekybos salės ploto, o už geležinkelio esančiame rajone, kuriame gyvena apie 23 tūkst. gyventojų, — vidutiniškai tik 3 m², Žvėryne — 5 m². Kaune, Aleksoto rajone, 1000-ai gyventojų tenkantis prekybos salės plotas pramoninių prekių parduotuvėse siekia tik 5 m², Viliampolėje — 6 m², Zaliakalnyje — 8 m². Šiauliuose 37 iš 40 ten buvusių 1961 m. sausio mėn. 1 d. pramoninių prekių parduotuvių buvo sutelktos centrinėje miesto dalyje (įskaitant turgavietę).

Tolygaus prekybos tinklo išdėstymo principas reikalauja, kad vieno tipo parduotuvės turėtų maždaug vienodus veiklos rajonus. Tuo tarpu Kaune trys iš penkių mieste esančių specializuotų avalynės parduotuvių yra Laisvės alėjoje. Be to, šioje gatvėje yra dar dvi parduotuvės, turinčios stambias avalynės sekcijas (po 5 darbo vietas), kurias sąlyginai taip pat galima laikyti avalynės parduotuvėmis.

Vienas iš pagrindinių esamo prekybos tinklo išdėstymo trūkumų yra sistemos nebuvimas. Prekybos įmonės neturi aiškiai nustatytų veiklos rajonų, neaiškios atskirų parduotuvių funkcijos, vykdančios gyventojų prekybinį aptarnavimą. Taip yra todėl, kad nesilaikoma koncentrinio (pakopinio) prekybos tinklo išdėstymo principo ir prekybos tinklo išdėstymas nesusiejamas su miestų struktūra.

Kuo galima paaiškinti tokius didelius prekybos tinklo išdėstymo trūkumus svarbiausiuose Lietuvos TSR miestuose?

Reikia pastebėti, kad žymi šių trūkumų dalis yra susijusi su objektyviomis prekybos tinklo vystymosi pokariniu laikotarpiu sąlygomis. Vertinant esamą prekybos tinklo išdėstymą, reikia atsižvelgti į tai, iš kokių šaltinių susidarė dabartinis prekybos tinklas.

Kaip buvo minėta, didžiąją prekybos tinklo dalį sudaro parduotuvės, atidarytos buvusiose buržuazinės Lietuvos prekybos įmonių patalpose ir naujų bei pokario metais atstatytų gyvenamųjų namų pirmuose aukštuose išskirtose patalpose. Gaudami prekybines patalpas tiek iš vieno, tiek iš kito šaltinio, prekybos organai susidurdavo jau su fiksuotu prekybinių patalpų išdėstymu, todėl, esant bendram prekybos įmonių trūkumui, sunku buvo padaryti žymesnių pakeitimų.

Turint galvoje, kad buržuazinės Lietuvos prekybos įmonės (ypatingai tos, kurių patalpos galėjo būti pritaikytos darbui tarybinės prekybos sąlygomis) daugiausia buvo sutelktos centrinėse miestų dalyse ir kad karo metu eilėje miestų (Šiauliai, Klaipėda, Vilnius) smarkiai nukentėjo kaip

tik centriniai rajonai, o pokariniu metu juos atstatant, pirmieji aukštai daugumoje atvejų buvo išskiriami prekybinių organizacijų žiniai, darosi beveik aišku, kodėl prekybos įmonių koncentracija minėtųjų miestų centruose rajonuose yra tokia didelė.

Kartu reikia pastebėti, kad pokariniu laikotarpiu nagrinėjamų miestų pakraštiniuose rajonuose, naujai užstačius ištikus kvartalus (pvz., Vilniuje — Antakalnis, Pietvakarių rajonas, Klaipėdoje — Pietinis rajonas ir t. t.), o taip pat pastačius naujų didelių namų, pirmuose jų aukštuose buvo įrengta stambių parduotuvių, ir tai, be abejo, suvaidino labai teigiamą vaidmenį gerinant prekybos įmonių išdėstymą.

Pastebimai pagerėjo nagrinėjamuose miestuose prekybos įmonių (ypač maisto prekių parduotuvių) išdėstymas pastaraisiais metais, pastačius prekybinėms organizacijoms — bendrąja taisykle, pakraštiniuose rajonuose — eilę parduotuvių specialios paskirties pastatuose.

Tačiau būtų visiškai neteisinga esamus parduotuvių išdėstymo minėtuose miestuose trūkumus motyvuoti tik priežastimis, nepriklausančiomis nuo prekybos organų darbo. Kaip rodo turimi duomenys, kuriant tinklą iš minėtų šaltinių, visos eilės esamų trūkumų būtų išvengta arba jie būtų sumažinti, jeigu, vystant prekybos tinklą ir ypač parenkant atskiroms parduotuvėms vietą, būtų remiamasi miestų bei prekybos tinklo plėtimo perspektyvomis, būtų daromi nors nedideli apskaičiavimai — kokį veiklos rajoną turės ta ar kita parduotuvė, ar jis bus pakankamas, kad užtikrintų rentabilaus darbo sąlygas, kokiame nuotolyje yra panašaus tipo parduotuvės, ir pan.

Kaip matyti iš pateiktos medžiagos, svarbiausiųjų respublikos miestų prekybos tinklo būklės negalima laikyti patenkinama. Prekybos tinklo šiuose miestuose labai trūksta, nemaža trūkumų yra esamo tinklo struktūroje ir ypatingai jo išdėstyme.

Pastaruoju laikotarpiu buvo imtasi veiksmingų priemonių susidariusiai padėčiai pagerinti. TSKP Centro Komiteto ir TSRS Ministrų Tarybos 1960 m. rugpjūčio mėn. 8 d. nutarimo „Dėl priemonių prekybai toliau gerinti“ pagrindu Lietuvos KP Centro Komitetas ir Lietuvos TSR Ministrų Taryba 1960 m. spalio mėn. 10 d. priėmė analogiško pavadinimo nutarimą, kuriame numatyta 1961—1965 metais nagrinėtuose Lietuvos TSR miestuose pastatyti 439 naujas parduotuves su 1542 darbo vietomis. Įvykdžius šią statybą, 1965 m. pabaigoje prekybos tinklo pajėgumas išaugs palyginti su 1960 m. apie 41%.¹⁰

Tokia didžiulė naujų prekybos įmonių statyba sudaro palankias sąlygas jau artimiausioje ateityje padaryti žymių pataisų prekybos tinklo plėtimo, jo struktūros ir išdėstymo srityje.

Tačiau būtina dar kartą pabrėžti, kad ateityje, sparčiai augant nagrinėjamuose miestuose mažmeninio prekybos tinklo apyvartai, vien tik statant naujas prekybos įmones, nebus galima artimiausiu laikotarpiu išspręsti prekybos tinklo trūkumo klausimą. Todėl, kaip vienas iš svarbiausių uždavinių toliau vystant minėtuose miestuose prekybos tinklą, iškyla uždavinys padidinti prekybos tinklo pralaidumą.

Kartu reikia neužmiršti, kad, vystant mažmeninį prekybos tinklą, negalima apsiriboti tik esamais arba netolimos ateities poreikiais, bet būtina atsizvelgti ir į perspektyvinius komunistinės statybos uždavinius. Statant parduotuves, jau šiuo metu yra kuriama komunistinio paskirstymo aparato materialinė-techninė bazė. Tai kelia organizacijoms, atsakingoms už prekybos tinklo vystymą, labai didelius uždavinius.

Sprendžiant šiuos uždavinius, reikia skirtingai traktuoti kiekvieną naujai užstatomą gyvenamąjį rajoną ir jau susiformavusias miestų dalis.

¹⁰ Skaičiuojant vienai darbo vietai vidutiniškai 15 m² prekybos salės ploto.

Naujai užstatomuose gyvenamuose rajonuose bei mikrorajonuose galima organizuoti gyventojų prekybinį aptarnavimą pačiu racionaliausiu būdu, o sprendžiant šį klausimą jau užstatytuose miesto rajonuose, šios galimybės yra ribotos.

Ateityje, sutinkamai su partijos ir vyriausybės nurodymais, gyvenamosios statybos didžioji dalis miestuose bus vykdoma laisvose, neužstatytose teritorijose. Tačiau kartu bus rekonstruojami ir senieji miestų rajonai. Tačiau iškilos uždavinys surasti optimalią prekybinio aptarnavimo organizavimo mieste sistemą, kurią pilnai galima būtų taikyti užstatant naujus gyvenamuosius rajonus ir į kurią reikėtų orientuotis, rekonstruojant prekybos tinklą jau užstatytuose gyvenamuosiuose rajonuose.

Tokios optimalios prekybinio aptarnavimo organizavimo sistemos sudarymas iškelia visą eilę klausimų. Visų pirma reikia išspręsti prekybos tinklo normatyvo klausimą, jo paskirstymą tarp atskirų miesto dalių (mikrorajonas, gyvenamasis rajonas, miesto centras), prekybos įmonių tipų, parduotuvių išdėstymo klausimus ir kt.

Sėkmingas šių klausimų išsprendimas gali būti pasiektas, tikrai remiantis plačiai išvystytą mokslinių tyrinėjimų išdavomis.

Vilniaus Valstybinis
V. Kapsuko vardo universitetas
Liaudies ūkio ekonomikos
katedra

Įteikta
1962 m. vasario 2 d.

ВОПРОСЫ СОСТОЯНИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВОЙ СЕТИ В ВАЖНЕЙШИХ ГОРОДАХ ЛИТОВСКОЙ ССР

А. ПАЮОДИС

Резюме

В статье рассматриваются вопросы, связанные с обеспеченностью, структурой и размещением розничной торговой сети в пяти важнейших городах Литовской ССР (Вильнюс, Каунас, Клайпеда, Шяуляй и Паневежис).

Автор подвергает сомнению применяемые в настоящее время показатели для определения обеспеченности торговой сетью и выдвигает новый показатель — площадь торгового зала на 1000 жителей. При сравнении обеспеченности торговой сетью отдельных городов принимается во внимание различие в объеме товарооборота розничной торговой сети в расчете на одного жителя. Сравнительная обеспеченность торговой сетью анализируемых городов показана в диаграмме (стр. 83).

По приблизительным расчетам автора в важнейших городах республики на 1 января 1961 года было только около 66% требуемой площади торгового зала, в том числе: в Вильнюсе — 66%, Каунасе — 59%, Клайпеде — 71%, Шяуляй — 78%, Паневежисе — 74%.

Структура розничной торговой сети в анализируемых городах сложилась, в основном, под действием объективных причин — структуры товарооборота розничной торговой сети, исторически сложившегося фонда торговых помещений и т. д. Имеющиеся различия в отдельных городах связаны, главным образом, с особенностями, имевшими место в развитии этих городов в послевоенный период. В статье приведены данные о распределении магазинов по площади торгового зала (табл. 3, 4, 8), по специализации (табл. 5, 7).

На конкретных примерах отдельных городов выявляются характерные недостатки в размещении торговой сети (чрезмерное сосредоточение торговых предприятий в центральных районах городов, бессистемность размещения магазинов и т. д.), указываются причины.

В заключение автор выдвигает некоторые проблемы, связанные с дальнейшим развитием розничной торговой сети, в частности — необходимость экономически обоснованного планирования дальнейшего развития торговой сети, проблему создания оптимальной системы организации торгового обслуживания в городах путем правильного сочетания и размещения различных видов и типов торговых предприятий, дифференцированного подхода при проектировании развития торговой сети в старых и вновь застраиваемых жилых районах и т. д.
