

**TARTU LINNA JAEKAUBANDUSVÕRK ELANIKKONNA
TEENINDAMISE EFEKTIIVSUSE TÕSTMISEL**

H. Lindre, T. Mauring, M. Miljan

Lähtudes NLKP XXVII kongressi suunistest ning konkreetsetest ülesannetest meie maa sotsiaal-majandusliku arengu kiirendamisel on XII viisaastakuks kaubanduse ette seatud ulatuslikud ülesanded, eeskätt kaubanduse efektiivsuse ja elanike teenindamise parendamises.

Nüüdisajal peaks linna jaekaubandusvõrk välja kujunema ühtse süsteemina, milles üksikud kaubandusettevõtted eksisteerivad vastastikku seotud elementidena /1/. Sõltuvalt kaubandusvõrgu funktsionaalsusest elanike teenindamise protsessis (kaupade sortiment, teenindamise vormid, ajakulu eri kaupade ostmisel, teenuste eripära jms.) võib kaubandust vaadelda kohaliku ja ülelinnalise tähtsusega kaubandusvõrguna.

Kohaliku tähtsusega kaupluste paigutuse ja kaupluste tüüpide valikul lähtutakse minimaalse ajakulu kriteeriumist elanike vajaduste rahuldamisel põhiliste toidukaupade ja sagedamini nõutavamate tööstuskaupade järele. Seepärast on soovitatav kohaliku tähtsusega kaupluste paigutamine nende tänavate äärde, mida mööda kulgevad elanike peamised liikumisteed (töölt koju, ühiskondliku transpordi peatuskohad jne.). Nende kaupluste teenindustseenid määratakse kindlaks raadiusega kuni 500 m /2/, mis vastab 7 - 10-minutilisele jalgsikäigule. Hõreda asustuse puhul (1 - 2-korruselised elamud, õue-alamaaga majad jt.) lubatakse teenindusraadiust suurendada 800 meetrini.

Ülelinnalise tähtsusega jaekaubandusettevõtete planeerimisel loetakse primaarseks paljude erinevate kaupade ja teenuste valikut, mis rahuldaksid inimeste mitmesuguseid nõudmisi ja maitseid. Need kauplused teenindavad kogu linna elanikkonda ning ka transiitartbijaid.

Järelikult on otstarbekas paigutada ülelinnalise tähtsusega kauplused sellistesse kohtadesse, kuhu juurdepääs kõikidest linnaosadest oleks kerge nii ühiskondliku kui isikliku transpordiga (peatänavad ja magistraalid, transpordisõlmed).

Näiteks Tartu linn on ajalooliselt välja kujunenud monotsentrilise linnana. Linna äärest kesklinna tulek ei võ-

ta üle 30 - 35 minuti aega. Seetõttu on siin arenenud kahestmeline kaubandusvõrk, kus ülelinnalise tähtsusega kauplused paiknevad peamiselt linna keskel, kohaliku tähtsusega kauplused on aga hajutatud erineva tihedusega üle kogu linna. Kesklinnas ja sellega külgnevates linnaosades on viimaste tihedus suur, mistõttu kaupluste teenindusraadiused seal isegi osaliselt kattuvad. Samal ajal aga mitmes kaugemas linnaosas on kohaliku tähtsusega kauplusi ebapiisavalt. Ka ei ole kaubandusvõrgu planeerimisel alati õigesti arvestatud elanike juurdekasvu. Nii on Tartu ühes uuemas ja arvukaima elanikkonnaga linnaosas - Annelinnas - kujunenud olukord, et kõigest 7 - 8 aastat tagasi ehitatud 300 m²-se kaubanduspiaaaga toidukauplused on praeguseks väikesed ning ostjate teenindamisel tekivad pikad järjekorrad.

1986. a. oli Tartu elanike jaekaubandusvõrguga kindlustatuse tase 65,8 %, sellest toidukaupadel 65,5 % ja tööstuskaupadel 67,5 %. Toidukaupade normatiivsest kaubanduspinnast jäi vajaka 3140 m², tööstuskaupadel 4154 m². Toidukaupadest oli kõige suurem pinna puudujääk gastronoomiakaupadel (-956,3 m²), liha- ja lihatoodetel (-586,9 m²), piimal ja piimatoodetel (-556,5 m²) ning juurviljal (-394,7 m²). Tööstuskaupadest oli kaubanduspinna puudujääk valmisriietel (-1053,9 m²), eperdikaupadel (-445,1 m²), kodumasinatel (-372,7 m²) ja majapidamistarvetel (-279 m²).

Kohaliku tähtsusega kaubanduspinna puudujääk, võrreldes normatiivsega, oli toidukaupadel 1922 m² ja tööstuskaupadel 1307 m², ülelinnalise tähtsusega kaubanduspinna puudujääk vastavalt 1217,3 m² ja 2842,9 m².

Jaekaubandusvõrgu areng ja elanike kaubandusteeninduse parandamine on seotud vahetult kaubandusvõrgu spetsialiseerimisega ja kaupade kontsentreerimisega. Spetsialiseerimine peegeldab kaubandusettevõtetevahelist tööjaotust sõltuvalt kauba sortimendist. Seda on võimalik teha kahel viisil /3/:

1) kaubalise tunnuse järgi, kus kaupluste tegevus on piiritletud üksikute kaubarühmade või allrühmade müügiga;

2) kaupade tarbimisliku tunnuse järgi, kus orienteerutakse elanikkonna teatud kindlate vajaduste komplekssele rahuldamisele või teatud ostjaskonna vajadustele.

Spetsialiseerimistaseme järgi jaotatakse kauplused sega-, spetsialiseeritud, kitsalt spetsialiseeritud, kombineeritud ja universaalse sortimendiga kauplusteks. Segakauplustes ei ole spetsialiseeritud sektiioone, nad kauplevad

mitmesuguste kaubarühmadega. Spetsialiseeritud kauplustes on müügil üks konkreetne kaubarühm (jalatsid, rõivad, kangad jne.). Kitsalt spetsialiseeritud kaupluste kaubasortimendiks on teatud kaubarühma osa (näiteks mingi allrühma kujul: lastejalatsid, meeste peakatted jne.). Kombineeritud kaupluste sortimendis on ühendatud ligilähedase kasutusfunktsiooni ja nõudlusega kaubarühmade liigid (sukad-sokid-pesu, parfümeeria-pudukaubad, kellad-juveelitooted jne.). Kõige mitmekülgsem (nii laiuti kui sügavuti) on universaalkaupluste sortiment.

Spetsialiseerimise ja kaupade kontsentreerimise võimalused ja vajadused on toidu- ja tööstuskaupadel väga erinevad, mida linna kaubanduse organiseerimisel tuleb ka arvestada.

Tartu linna iseloomustab suhteliselt suur väikeste kaupluste osatähtsus. Tabelist 1 selgub, et enamikul toidu- ja tööstuskauplustel on kaubanduspinda kuni 100 m^2 - 69,2 ja 67,1 % vastavate kaupluste üldarvust. Nende kaubanduspind on vaid 29,6 % toidu- ja 32,2 % tööstuskaupluste kogupinnast. Vastavalt kaupluste uuele tüüpomenklatuurile on kaupluse minimaalseks kaubanduspinnaks linnades kehtestatud $250 \text{ m}^2 / 2$. Sellele nõudele vastab vaid 10,8 % toidu- ja 3,9 % tööstuskauplustest.

Spetsialiseerituse järgi on linna 65 toidukauplusest universaalse sortimendiga 17, spetsialiseeritud 24, spetsialiseerimata 22 ja toiduainete ettetellimise kauplusi 2. Kaubapinnas ja -käibes on suurim osatähtsus universaalse sortimendiga toidukauplustel, kus vastavad näitajad ulatuvad 61,9 ja 57,7 %-ni. Kaubanduspinna osatähtsuse poolest järgnevad spetsialiseerimata kauplused (22,4 %) ning spetsialiseeritud kauplused (14,4 %). Esimete suurem osatähtsus on tulenenud eeskätt vajadusest varustada linnaosa elanikke kaubanduspinna defitsiidi oludes võimalikult laiemaga toidukaupade sortimendiga.

Linna elanikkonna hulgas on võitnud erilise populaarsuse selvehallid, s.o. universaalse sortimendiga toidukauplused, kus kaubanduspinda on vähemalt 400 m^2 . Lisaks toidukaupadele kaubeldakse neis ka esmatarbetööstuskaupadega, mis hoiab kokku ostjaskonna aega erinevat liiki kaupade muretsemisel. Tartus on selvehallide ja nendega võrdsustatud kaupluste (kaubanduspind vähemalt 300 m^2) osatähtsus toidukaupluste kaubanduspinnas 39,5 % ja kaubakäibes 30,5 %.

T a b e l 1

Tartu linna jaekaubanduse struktuur

Kaupluste suurus- grupid (m ²)	Toidukaupade kauplused				Tööstuskaupade kauplused				Kauplused kokku						
	kaub.- pind (m ²)	osatähtsus % arvust kaub.- pinnast	ühe kpl. keskm. kaub.- pind (m ²)	kpl. arv	kaub.- pind (m ²)	osatäht- sus % arvust kaub.- pinnast	ühe kpl. keskm. kaub.- pind (m ²)	kpl. arv	kaub.- pind (m ²)	osatäht- sus % ar- vust	ühe kpl. keskm.- kaub.- pind (m ²)	kpl. arv			
Kuni 50	764	38,46	11,11	30,6	25	803	32,69	9,88	32,1	50	1567	35,46	10,44	31,3	
51 - 100	1274	30,77	18,53	63,7	26	1812	34,21	22,29	69,7	46	3086	32,62	20,57	67,1	
101 - 200	9	13,85	17,08	130,4	18	2336	23,68	28,74	129,8	27	3510	19,15	23,40	130	
201 - 400	9	2538	13,85	36,92	282	5	1131	6,58	13,91	226,2	14	3669	9,93	24,45	262,1
401 - 700	2	1125	3,07	16,36	562,5	1	450	1,32	5,54	450	3	1575	2,13	10,50	525
üle 1000	-	-	-	-	1	1596	1,32	19,64	1596	1	1596	0,71	10,64	1596	
Kokku	65	6875	100	105,8	76	8128	100	106,9	141	15003	100	106,4	100	106,4	

Kuigi Tartu linnas on enamik toidukauplusi väikesed spetsialiseerimata kauplused (22) keskmise kaubanduspinnaga 50,2 m² ühe kaupluse kohta või spetsialiseeritud kauplused (24) keskmise kaubanduspinnaga 31,3 m², paraneb toidukaupluste struktuur pidevalt. 1984. a. anti eksploatatsiooni selvehall "Rukkilill" kaubanduspinnaga 400 m². XII viisaastakul ehitatakse 3 uut selvehalli kaubanduspinnaga kokku 2050 m². Ka järgnevateks viisaastakuteks on planeeritud uute selvehallide ehitamine, mis peavad kujunema vastavates linnaosades jaekaubandusvõrgu aluseks.

Selvehallide (ja nendega võrdsustatud toidukaupluste) ostjaskonna nõudluse paremaks rahuldamiseks esmatarbetööstuskaupadega on oluliselt tähtis nendes optimaalse sortimendi kujundamine. Tartus korraldatud uurimus näitas, et müügil olevate esmatarbetööstuskaupade sortiment on tunduvalt laiem ja sügavam (2 - 3 korda), kui näeb ette ENSV Kaubandusministeeriumi kehtestatud nomenklatuur. Samal ajal oli neis kauplustes toodete valik aga sedavõrd õnnestunud, et seismajäänud kaupu oli suhteliselt vähe. Kaubarühmadest kõige rikkalikum (keskmiselt ühe kaupluse kohta) oli mänguasjade valik - 189 nimetust; järgnesid majapidamistarbed - 167, kantselei-koolitarbed - 130, pudukaubad - 129, parfümeeria - 78, tarbekeemiakaubad - 66 ja suveniirid - 58 nimetust.

Esmatarbetööstuskaupade müügi veelgi paremaks organiseerimiseks ja läbimüügi suurendamiseks on siiski veel terve hulk reserve. Eelkõige tuleks selvehallides tööstuskaupadele eraldada ettenähtud normatiivne kaubanduspind (400 m²-se üldpinna korral 120 m², 650 m²-se korral 200 m²). Oluline on ka igale sellisele kauplusele kindla esmatarbetööstuskaupade sortimendi kehtestamine, lähtudes kaupluse teeninduspiirkonna ja ostjate kontingendi eripärast. Otstarbekas oleks kaubabaasis spetsiaalse vahelao organiseerimine kaupluste paremaks varustamiseks esmatarbetööstuskaupadega. Sinna võiks koondada ka nende kaupluste hooajakaupade ülejäägid.

Võrreldes toidukaupadega on tööstuskaupade puhul suuremad võimalused kaubandusvõrgu spetsialiseerimiseks. Seda tingib viimaste keerulisem sortiment, millest valiku tegemine spetsialiseerimata kauplusesse oleks raskendatud. Seepärast on tööstuskaupade teaduslikult ja majanduslikult põhjendatud spetsialiseerimine küllaltki tähtis linna kaubanduse organiseerimisel ja elanikkonna teenindamise täiustamisel.

Tartu linnas on valdav osa (66) tööstuskauplustest spetsialiseeritud. Spetsialiseerimata kauplusi on 9, neist 4 on komisjonikauplused. Spetsialiseeritud kaupluste kaubanduspinna ja -käibe osatähtsus on vastavalt 67,4 ja 64,8%. Universaalse sortimendiga kaupleb üks kauplus - Tartu Tarbijate Kooperatiivi Kaubamaja. Viimase osatähtsus linna tööstuskaupluste kaubanduspinnas on 26,7% ja käibes 30,7%.

Linna tööstuskaupluste võrgu edasisel arendamisel peaks esmaseks eesmärgiks olema ülelinnalise tähtsusega kaubamaja ehitamine (kaubanduspinnaga 4500 - 6500 m²) ja spetsialiseeritud tööstuskaupluste võrgu lõplik väljakujundamine. Kaubamajal on mitmeid eeliseid võrreldes teiste kauplustega. Seal on suurem kaubavalik ja paremad võimalused nii põhi- kui täiendavate teenuste osutamiseks. Ka on võimalik kaubamajas korraldada kaupade müük tarbimiskompleksidena, mis loob ostjatele soodsaid tingimusi komplekssete ostude sooritamiseks ja aja kokkuhoiduks. Võrreldes teiste kauplustega on kaubamaja käibekulude tase madalam. Tema ehituskulud tasuvad end harilikult 2 - 3 aastaga /4/.

Äärelinnaelanike nõudlust esmatarbötööstuskaupade järele tuleks rahuldada nii olemasolevate kui ka ehitatavate selvehallide ning nendega võrdsustatud kauplustega. Seal, kus tööstuskaupadele kaubanduspinda ei jätku, on otstarbekas püstitada põhikaupluse lähedusse monteeritavaid kergeid paviljone esmatarbötööstuskaupadega kauplemiseks.

KIRJANDUS

1. Lindre H. Linna kaubandusvõrgu arendamine ja paigutus // Совершенствование коммерческой работы в торговле: Труды по экономическим наукам. - Tartu, 1985. - Вып. 697. - С. 55.
2. Об утверждении номенклатуры типов магазинов и номенклатуры типов общественного питания для городов и поселков городского типа; методических указаний по составлению перспективных планов развития и размещения сети предприятий торговли и общественного питания для разработки генеральных планов городов // Приказ Министерства торговли СССР от 1 июля 1982 г. - Таллин, 1982. - С. II.
3. Организация торговли. - М.: Экономика, 1984. - С. 45.
4. Орлов М.А., Вержбитский В.В., Федосеева И.Р. Организация и размещение городской торговой сети. - М.: Экономика, 1980. - С. 13.

РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВАЯ СЕТЬ В ПОВЫШЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТОРГОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ ГОРОДА

Х. Линдре, Т. Мауринг, М. Мильян

Резюме

В основных направлениях социально-экономического развития нашей страны, разработанных на XXVII съезде КПСС, перед торговлей поставлены обширные задачи, заключающиеся в повышении уровня торгового обслуживания населения и увеличении эффективности работы торговых предприятий. Для успешного выполнения этих задач потребуются создание новых торговых центров и их рациональное размещение в городе, совершенствование материально-технической базы торговли, а также специализация и концентрирование розничной торговой сети со сложным ассортиментом товаров.

В данной работе рассматривались проблемы размещения, концентрирования и специализации торговой сети как непродовольственных, так и продовольственных товаров на примере города Тарту.

Тарту - моноцентрический город с расстоянием его краев от центра не более 5-6 км. Поэтому рекомендуемой формой организации торговли является двухступенчатая торговая сеть, состоящая из магазинов городского и местного назначений.

В начале 1986 г. уровень обеспечения населения г. Тарту торговой сетью составлял 65,8 %, в том числе по продовольственным - 65,5 % и непродовольственным магазинам - 67,5 %. Дефицит торговой площади местного назначения составлял 1922 м² по продовольственным и 1307 м² по непродовольственным магазинам, а недостаток торговой площади городского назначения - соответственно 1217,3 и 2842,9 м².

В зависимости от уровня специализации различают магазины со смешанным, специализированным, узкоспециализированным, комбинированным и универсальным ассортиментом товаров. Большинство продовольственных магазинов г. Тарту торгует смешанным ассортиментом товаров, непродовольственные магазины в основном специализированные или узкоспециализированные.

Особую популярность среди городских жителей приобрели универсамы, торгующие добавочно к продовольственным товарам. Число таких магазинов растет, в частности, и в Тарту. В 1984 г. сдан в эксплуатацию универсам "Руккилилл" торговой площадью 400 м², а в XII пятилетке планируется еще 3 универсама (с суммарной торговой площадью 2050 м²) и центральный универсам. 85