А.С. Артемьев (канд. эконом. наук)

ПРОБЛЕМЫ ИНДУСТРИИ ПИТАНИЯ

В реализации главной экономической задачи Коммунистической партии по подъему материального уровня жизни трудящихся, намеченной XXУ съездом КПСС, большое место отводится расширению производства продуктов и улучшению питания советского народа.

Увеличение ресурсов продовольствия и доходов населения в нашей стране позволяет постоянно улучшать народное питание, приближая его к научно обоснованному уровню. Решив проблему обеспечения питанием населения с точки зрения калорийности пищи, наша партия и государство добиваются серьезных сдвигов в области улучшения структуры потребляемых продуктов, повышения в рационе доли биологически ценных, высококачественных изделий. Достаточно отметить, что за 10 лет (1966 - 1975) потребление мяса и мясопродуктов в расчете на душу населения возросло в стране на 16 кг, или на 39%; молока - на 64 кг, или на 26,7%; яиц на 91 штуку, или на 73,3%; сахара - на 6,6 кг, или на 19,3%, тогда как потребление хлеба сократилось почти на 6, а картофеля более чем на 13%. В стране интенсивно растет потребление овощей, фруктов, ягод, бахчевых культур - важных витаминных продуктов, способствующих лучшему усвоению организмом человека энергетических пищевых веществ.

По ряду продуктов питания (сахар, масло животное, масло растительное, рыба) душевое потребление населением страны уже достигло научно обоснованных норм или вплотную приблизилось к ним. Улучшение народного питания в СССР обеспечивается за счет того, что основные продукты реализуются в торговле и общественном питании по доступным и стабильным ценам при возрастающей массе товаров. При этом важно отметить, что не только увеличивается фонд личного потребления продуктов питания и улучшается структура, но и существенно изменяются источники его формирования. В настоящее время подавляющая часть потребностей трудящихся в продуктах питания удовлетворяется за счет государственных источников. Если в 1953 г. почти половина фонда личного потребления продуктов питания формировалась в стране за счет личных приусадебных участков и натуральной оплаты труда в колхозах, то теперь около 80% этого фонда составляют государственные ресурсы и покупки населением продуктов на колхозных рынках,

Причем в крупных и средних городах страны трудящиеся практически полностью обеспечиваются продовольствием за счет товарных источников.

Значительные мероприятия намечены партией и правительством в области улучшения питания народа в ближайшие годы. "С каждой пятилеткой, - говорил на XXУ съезде КПСС тов. Л.И. Брежнев, - будет расти обеспеченность советских людей высококачественными продуктами питания ..." [1].

Решение этой проблемы выдвигает две важнейшие социально-экономические задачи - обеспечение питанием трудящихся в соответствии с требованиями науки и сокращение затрат внерабочего времени населения, связанных с потреблением продуктов питания. Необходимость внедрения научного или сбалансированного питания приобретает в современных условиях особое значение. Дело в том, что ни один вид народного потребления не оказывает столь серьезного воздействия на здоровье человека. Отклонение от его рациональных основ - как излишества, так и голод и недоедание - подрывают здоровье человека, значительно снижают его работоспособность. С недоеданием и голодом в нашей стране давно покончено. Проблема же излишнего и нерационального питания становится все более острой. Рост потребления высококалорийной пищи в сочетании с продолжающимся процессом снижения физических и увеличения нервно-эмоциональных нагрузок как никогда раньше вызывает необходимость активного внедрения в практику научных основ питания, воздействия государства на потребление продуктов населением. Тот факт, что, согласно исследованиям советских медиков, в различных районах страны почти 30% населения имеет излишний вес, свидетельствует о необходимости проведения целого комплекса мероприятий в области рационализации питания.

В правильной организации рационального питания и связанного с ней увеличения свободного времени трудящихся все возрастающая роль принадлежит пищевой промышленности, общественному питанию и растущей кулинарной индустрии. В развитии этих отраслей уже видны значительные сдвиги. В настоящее время 87 млн. человек пользуются общественным питанием, а с учетом блоков питания социально-культурных учреждений - еще больше. В 1975 г. только в общественном питании государственной торговли страны было выработано и получено от промышленности полуфабрикатов и кулинарных изделий на 2,5 млрд. руб. Возрастает их реализация в розничной продовольственной торговле. Наблюдается ускоренное развитие ку-

линарной индустрии в системе Минрыбхоза СССР, где уже действует в разных крупных городах более 20 рыбокомплексов со 180 фирменными магазинами, ресторанами, кафе типа "Океан", а в текущей пятилетке, в соответствии с пятилетним планом будет введено еще около 100 таких кулинарных предприятий. Только за 1976 - 1978 гг. Минрыбхозом страны будет введено 330 фирменных магазинов, ресторанов и кафе, которые окажут существенное влияние на рост потребления рыбной кулинарной продукции. В последние годы значительно расширились мощности по выпуску кулинарной продукции в пищевой промышленности и общественном питании. Рост производства и потребления кулинарной продукции решает важные социально-экономические задачи по рационализации питания трудящихся в столовых, ресторанах и в домашних условиях, способствует сокращению затрат внерабочего времени населения на организацию питания.

В "Основных направлениях развития народного хозяйства на 1976 - 1980 гг.," утвержденных XXУ съездом партии, указывается: "Высокими темпами развивать производство разнообразных высококачественных продуктов детского и диетического питания, пищевых концентратов, полуфабрикатов и кулинарных изделий, свежезамороженных овощей и фруктов, консервированных блюд с повышенной степенью готовности... Увеличить использование рыбы и других продуктов моря для производства разнообразной пищевой продукции: рыбных колбас, сосисок и полуфабрикатов..." [1]. Речь, следовательно, идет о качественно новом этапе развития пищевой, мясо-молочной и рыбной промышленности, расширении кулинарной индустрии.

Необходимость ускоренного развития индустрии по выпуску готовых к потреблению продуктов питания диктуется следующими обстоятельствами:

1. Потребление пищевых продуктов характеризуется комплексностью. Именно в сочетании они удовлетворяют потребности организма человека в углеводных, жировых, белковых веществах, витаминах, микро- и макроэлементах, обеспечивая гармонию питания. Поэтому расширение приготовления комплексных обедов в столовых, ресторанах, продажи полуфабрикатов, кулинарных изделий следует рассматривать как важное средство рационализации питания.

2. В настоящее время в развитии производства и торговли четко прослеживается тенденция увеличения в обороте доли продукции повышенной степени готовности к непосредственному

потреблению. Однако это только начало. В перспективе благодаря росту кулинарной индустрии выпуск таких изделий будет возрастать. От выпуска полуфабрикатов и кулинарных изделий промышленность должна перейти к производству продуктов высшей степени готовности, комплексных видов пищи с целью снабжения ими предприятий общественного питания и для домашнего потребления. По нашему мнению, высшей формой организации производства в кулинарной индустрии должны стать пищевые потребительские комплексы – завтраки, обеды, полдники, ужины. Именно производство таких комплексов с учетом половозрастного состава населения, характера и условий труда, национальных и климатических условий позволит организовать народное питание на действительно научной основе с минимальными издержками потребления. Достижения научно-технического прогресса в СССР и за рубежом уже сейчас позволяют вплотную подойти к решению этих важнейших проблем народного питания.

3. Интенсивное развитие кулинарной индустрии в общественном питании и пищевой промышленности требует создания необходимых условий для реализации этой продукции населению. Между тем уже сейчас на пути движения к потребителям кулинарной продукции встречаются немалые трудности. Так, увеличивается диспропорция между ростом производственной мощности по выпуску кулинарии и возможностью ее реализации. В городах страны пока еще мало и слабо развивается сеть кулинарных магазинов и отделов продовольственных предприятий торговли, недостаточна она и в системе общественного питания.

Положение усугубляется еще и тем, что работники общественного питания экономически не заинтересованы в получении и реализации промышленных полуфабрикатов и кулинарии населению без технологической обработки. По действующей методике планирования и учета их оборот относится в состав товарооборота так называемых покупных товаров. В то же время издержкоемкость при реализации кулинарной продукции значительно выше издержкоемкости обычных покупных товаров. Таким образом, снижаются экономические показатели работы предприятий общественного питания и доля собственной продукции в товарообороте. Возникает противоречие: настоятельная необходимость расширения торговли промышленными полуфабрикатами сдерживается устаревшими методами планирования и учета.

В розничной торговле продовольственными товарами также не все сделано для такой реализации . Поэтому уже сейчас,

когда кулинарная промышленность интенсивно развивается, рыбокомплексы, мясоперерабатывающие и консервные заводы, а также столовые и рестораны, выпускающие полуфабрикаты и кулинарные изделия для домашнего потребления, испытывают затруднения со сбытом продукции, несмотря на повышенный спрос на нее населения.

Положение может еще больше усугубиться, если не пересмотреть действующую методику планирования развития торговой сети на перспективу. Речь идет о "Временных методических указаниях по составлению перспективных планов развития и размещения сети предприятий торговли и общественного питания ...", утвержденных совместным приказом Минторга СССР и Госгражданстроя при Госстрое СССР 27 октября 1972 г. [2]. В соответствии с этим документом перспективное планирование развития торговой сети осуществляется по 30 важнейшим группам товаров (включая 20 непродовольственных и 10 продовольственных). По этой методике определяется общая потребность в торговой площади в разрезе этих групп товаров и ее прирост за перспективный период.

Однако если в отношении непродовольственных товаров такой подход обоснован, так как даже в долгосрочной перспективе вряд ли произойдут какие-нибудь существенные изменения в функциональном их назначении, то в отношении продуктов питания эта методика вряд ли приемлема. Дело в том, что при расчете потребности в торговых площадях по реализации мяса, молока, рыбы, продуктов из них, а также овощей, бахчевых и других продуктов в перспективный план по-прежнему закладывается торговля пищевым сырьем. Тем самым развитию торговой сети по реализации кулинарной продукции и в перспективных планах не отводится должной роли. В утвержденной этим приказом номенклатуре основных и дополнительных типов продовольственных магазинов, столовых, ресторанов, кафе кулинарные магазины или отделы не предусмотрены. Они лишь включаются в комплексные предприятия общественного питания и торгово-общественных центров.

Учитывая все возрастающее значение торговли кулинарной продукцией, необходимо предусматривать в текущих и особенно в перспективных планах развития сети общественного питания площади для полуфабрикатов, кулинарных изделий, замороженных блюд, утвердить типы таких магазинов и всемерно расширять кулинарные отделы в составе гастрономов, универсамов В равной мере такие рекомендации должны быть реализованы и в общественном питании.

Проблема улучшения народного питания и сокращения затрат внерабочего времени трудящихся на его организацию требуют усиления комплексного развития общественного питания и розничной торговли продовольственными товарами. Это будет способствовать созданию целостной системы, призванной на более высоком уровне обеспечивать питанием население. Основные направления взаимоувязанного развития характеризуются расширением деятельности одной отрасли в сфере другой, укреплением экономических связей между ними в целях более эффективного воздействия на производство продуктов питания, комплексным ростом их материально-технической базы, совершенствованием форм и методов обслуживания трудящихся. В последние годы возросла значимость торговли продуктами питания на основе предварительных заказов, особенно по месту работы и учебы трудящихся. В расширении такой прогрессивной формы обслуживания должны активно участвовать предприятия как общественного питания, так и торговли. Необходимость более широкого использования предприятий общественного питания для продажи продуктов диктуется следующими обстоятельствами. Во-первых, эта отрасль предоставляет трудящимся продукты питания более высокой степени готовности к непосредственному потреблению. Во-вторых, общественное питание обладает развитой материально-технической базой на промышленных предприятиях, в учреждениях, организациях и учебных заведениях. Розничная торговля продовольственными товарами такой базой, как правило, не располагает. Для нее нужно создание магазинов заказов.

Не менее важные задачи встают и в области производства специализированного автотранспорта, оборудованного электрохолодильными электромармитными установками для перевозки скоропортящейся продукции. Между тем в автохозяйствах такого автотранспорта мало, что сдерживает развитие производства и торговли этими продуктами.

Вывод

Таким образом, рационализация питания и необходимость роста свободного времени трудящихся требуют ускоренного развития кулинарной индустрии в составе промышленности и общественного питания, создания всех условий, необходимых для расширения производства и потребления продуктов питания высокой степени готовности - пищевых потребительских комплексов.

Литература

1. Материалы XXУ съезда КПСС. М., Политиздат, 1976.
2. Артемьев А.С. Общественное питание и торговля продовольственными товарами. Минск, "Вышэйшая школа",1975, с.135.

Т.А. Калмычкова, А.И. Савинский

ПОТРЕБНОСТИ, СПРОС НАСЕЛЕНИЯ И ЗАЯВКИ ТОРГОВЛИ

В условиях развитой социалистической экономики исследователи насчитывают примерно 8 млн. потребностей в продуктах производственного потребления, до 1 млн. потребностей в непродовольственных товарах (по ассортименту), несколько десятков тысяч потребностей населения в услугах и социальных благах [1]. Нельзя не учитывать, что состав потребностей, их качественная и количественная определенность постоянно изменяются, обновляются и расширяются в соответствии с открытым В.И. Лениным экономическим законом возвышения потребностей [2]. Это осложняет задачу количественного измерения потребностей, порядка и степени их удовлетворения. К тому же до настоящего времени среди экономистов и рынковедов еще не выработано общепринятого определения самого понятия "потребность" [3].

В наиболее общем виде содержание понятия "потребности" в экономической литературе трактуется как исходный мотив, побуждающий к деятельности людей, как осознанная необходимость в осуществлении тех или иных социальных процессов и видов деятельности или как необходимость обладать определенными благами.

Важное теоретическое значение имеет классификация потребностей. В зависимости от субъекта потребности делятся на общественные и личные, от объекта – на материальные и духовные, от приложения труда – на экономические и неэкономические. Потребности всегда конкретны и находятся во всеобщей связи и взаимообусловленности. Однако, на наш взгляд, классификация потребностей не в полной мере отвечает требованиям рынковедения и изучения спроса.

Исходя из достигнутого уровня производства, Л.Ф. Столмов разграничивает конкретные экономические потребности на идеальные (рациональные), представляющие собой теоретически