

ВОПРОСЫ КОМПЛЕКСНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ

Важнейшими проблемами одиннадцатой пятилетки являются дальнейшее повышение научно-технического уровня производства, рост производительности труда, повышение качества продукции и эффективности использования трудовых ресурсов.

Одновременно возрастает необходимость увеличения свободного времени трудящихся, которое, по выражению К. Маркса, является мерой общественного богатства [1].

В решении проблемы увеличения свободного времени трудящихся значительное место отводится торговле, посредством которой удовлетворяется основная часть материальных потребностей общества.

Рассматривая пути сокращения времени на приобретение товаров в предприятиях сферы обслуживания, необходимо отметить, что в настоящее время в этом направлении еще не полностью используются имеющиеся резервы. Существует целый ряд факторов, сдерживающих этот процесс.

Так, по данным экономистов [2], покупатель затрачивает на дорогу в магазин и обратно от 31 до 46,6%, на ожидание в очередях, осмотр, отбор и расчет за товар от 53,4 до 69% времени, необходимого для приобретения товаров. Учитывая, что на покупку товаров население ежегодно затрачивает около 50 млрд. ч, на дорогу в магазин и обратно приходится более 19 млрд. ч. А это значит, что в среднем каждый житель страны затрачивает на дорогу в магазин около 72 ч в год.

Основными причинами этого являются нерациональное размещение предприятий сферы обслуживания на территории города, отсутствие научно обоснованного формирования товарного ассортимента в магазинах.

По данным опроса покупателей продовольственных магазинов г. Москвы, свыше 92% посещают более одного магазина в день, 64% — от 3 до 5 магазинов [2]. Большинство покупателей не удовлетворяет ассортимент товаров одного магазина, и они вынуждены затрачивать время на посещение других магазинов.

Таким образом, часть своего свободного времени население непроизводительно затрачивает на переходы от магазина к магазину в поисках необходимых товаров.

Это говорит о том, что существующая сеть предприятий сферы обслуживания не в полной мере удовлетворяет запросы населения. Необходимы новые направления в развитии этой сети.

Об этом четко сформулировано в «Основных направлениях экономического и социального развития СССР на 1981—1985 годы и на период до 1990 года», где указывается: «Особое внима-

ние уделить созданию универсамов, универмагов и крупных торговых центров» [3].

В настоящее время определилось направление на создание универмагов, универсамов и крупных специализированных магазинов. В ряде случаев эти предприятия размещаются в составе общегородских торговых центров. Положительный опыт работы общегородских и торгово-бытовых центров жилых зон Прибалтийских республик, Москвы и других городов показал, что организация таких центров позволила в значительной мере приблизить предприятия торговли и бытового обслуживания к потребителю и одновременно сконцентрировать в них широкий ассортимент продовольственных и непродовольственных товаров повседневного спроса, улучшить бытовое обслуживание проживающего в данном районе населения. Одновременно создаются предпосылки совершенствования обслуживания населения, увеличения числа и качества оказываемых населению дополнительных услуг. Так, концентрация магазинов и предприятий общественного питания в составе общегородского торгового центра «Дружба» г. Чернигова позволила расширить количество оказываемых населению услуг до 50 разновидностей, применить систему единого узла расчета и т. д.

Важным фактором, определяющим концентрацию торговых и бытовых предприятий в составе торгово-бытовых центров, является комплексное обслуживание населения. Это понятие в настоящее время в экономической литературе применяется довольно часто, однако оно используется только применительно к торговому обслуживанию. По нашему мнению, под комплексным обслуживанием следует понимать получение населением торговых, бытовых и ряда других услуг.

К. Маркс отмечал, что «...в каждый данный момент в числе предметов потребления, наряду с предметами потребления, существующими в виде товаров, имеется известное количество предметов потребления в виде услуг» [4]. Таким образом, получение населением предметов потребления в виде товаров и услуг следует рассматривать как процесс комплексного его обслуживания. Удовлетворение же отдельных потребностей населения (например, в товарах повседневного спроса) следует понимать как составную часть его комплексного обслуживания.

Проблема комплексного обслуживания населения тесно переплетается с проблемой снижения затрат времени трудящихся. Особенно актуальными становятся эти проблемы в связи с ростом городского населения и расширением границ городов.

Обследования показали [5], что на проезд к предприятиям бытового обслуживания и обратно в городах РСФСР приходится от 30 до 50% общих затрат времени для получения бытовых услуг.

Нами были изучены вопросы обслуживания населения в торгово-бытовых центрах жилых зон городов Литовской ССР. Опрос посетителей этих центров показал, что более 80% из них удовлетворены обслуживанием благодаря возможности приобретения то-

варов и получения услуг в одном месте, снижения затрат времени на переходы и т. д.

Проведенное обследование показало, что затраты времени на приобретение комплексной покупки в магазинах торгово-бытовых центров не превышают 10—11 мин (с учетом на дорогу в магазин), в то время как по отдельно стоящим магазинам эти затраты достигают 28 мин (табл. 1).

Табл. 1. Сравнение затрат времени на совершение комплексной покупки в магазинах торгово-бытовых центров и отдельно стоящих магазинах в городах Литовской и Белорусской ССР

Магазин, город	Среднее время на дорогу в магазин, мин	Среднее время на приобретение товаров, мин	Общие затраты времени на процесс обслуживания, мин
Магазины в составе торгово-бытовых центров:			
«Шалтинелис», г. Вильнюс	5	5,51	10,51
«Лаздинай», г. Вильнюс	5	5,40	10,40
«Жирмунай», г. Вильнюс	5	5,50	10,50
«Дебрецен», г. Клайпеда	5	4,45	9,45
«Вильнюс», г. Минск	5	5,40	10,40
Отдельно стоящие магазины:			
«Таллин», г. Вильнюс	10	7,30	17,30
Магазин № 127, г. Вильнюс	10	18	28
«Банга», г. Вильнюс	7	6,15	13,15
«Космос», г. Клайпеда	6	5,50	11,50
Магазин № 12, г. Минск	8	6,45	14,45

Вместе с тем в торгово-бытовых центрах появляется возможность одновременного привлечения населения к торговым и культурно-бытовым услугам. Так, 15% опрошенных посетителей универсамов торгово-бытовых центров жилых зон отметили, что они посетили их попутно, после предприятий бытового обслуживания, размещенных в составе торгово-бытового центра.

Таким образом, концентрация в составе торгово-бытовых центров предприятий торговли, общественного питания и культурно-бытового обслуживания позволит осуществлять комплексное обслуживание, регулировать покупательские потоки в пределах жилой зоны и города, что в конечном итоге даст возможность более рационально использовать площади предприятий обслуживания и снизить затраты времени населения на получение товаров и услуг.

Литература

1. Маркс К. и Энгельс Ф. Глава о капитале. Соч., т. 46, ч. II, с. 217.
2. Шиманский В., Орлов Я. Торговля и благо народа.— М., 1977, с. 157.

3. Экономическая газета, 1980, № 40, с. 11. 4. Маркс К. и Энгельс Ф. Теории о производительном и непроизводительном труде.— Соч., т. 26, ч. I, с. 151. 5. Козлова И. В. Пути повышения качества бытового обслуживания населения.— М., 1977, с. 9.

В. И. Молочко, канд. экон. наук,
ст. препод. (БГИНХ)

ЦЕЛЕВОЙ МЕТОД УПРАВЛЕНИЯ ТОВАРНЫМИ ЗАПАСАМИ В ТОРГОВЛЕ

В последнее время все большее внимание уделяется применению целевого метода в управлении торговлей и торговыми предприятиями. Здесь центральное место должно занимать программно-целевое управление. Однако на уровне первичных звеньев торговли, будь то объединение или предприятие, результаты применения программно-целевого метода еще довольно ограничены. Это обусловлено, с одной стороны, тем, что еще недостаточно программ, выполнение которых предлагает специальную перестройку организации и управления торговым предприятием, с другой — эти программы обычно выполняются без перестройки.

Небольшое количество программ или их отсутствие не означает, что нет необходимости применять принципы целевого метода в организации и совершенствовании управления внутри торгового предприятия, и в частности управления товарными запасами.

Рассматривая товарные запасы как сложную вероятностную систему, можно определить обстоятельства, которые обуславливают и оказывают влияние на применение целевого метода при совершенствовании организации и управления товарными запасами. Ими являются: множественность целей, изменение их во времени, одновременно объективный и субъективный характер целей и относительная противоречивость.

Применение программно-целевого метода к управлению товарными запасами обеспечивает выявление и углубленное научное обоснование важнейших целей и задач их развития в оптовой торговле республики, разработку системы взаимосвязанных мероприятий и адресных плановых заданий, позволяющих с учетом ресурсных возможностей своевременно и эффективно решать назревшие проблемы оптимального формирования товарных запасов.

Программно-целевое планирование товарных запасов последовательно включает их прогнозирование и нормирование, причём прогнозированию отводится важная роль в анализе целей. Поскольку осуществление программно-целевого планирования товарных запасов в торговле связано со сбором и обработкой информационных массивов, необходимо шире использовать экономико-математические методы, применять электронно-вычислительную технику и автоматизированную систему управления. Однако реальная возможность формализации задач управления товарными запаса-