

горням работников показывает, что доля премий из фонда материального поощрения, выплачиваемых работникам массовых профессий, повысилась в Центральном райпищеторге с 6,5 в 1980 г. до 8,1 % в 1981 г., в Московском РПТ с 6,2 до 6,7 %. Однако сумма их остается еще низкой. Например, для продавцов и кассиров в 1980 г. без единовременных вознаграждений по итогам работы за год они составили всего 1 р. 25 к. в месяц, в 1981 г. — 1 р. 65 к., в 1982 г. (по данным 9 месяцев) — 1 р. 53 к.

Вполне понятно, что такие размеры премий из фонда материального поощрения не могут играть существенной стимулирующей роли в повышении эффективности хозяйственной деятельности.

Для стимулирования роста товарооборота целесообразно в торговых, переведенных на эксперимент, премировать работников за прирост товарооборота по сравнению с фактическим его объемом (в сопоставимых условиях). При этом размеры премий должны быть дифференцированы, как уже отмечалось, по магазинам с учетом объема товарооборота или уровня производительности труда.

Премирование за прирост товарооборота соответствует одному из основных требований — соизмерения оплаты труда с фактическим вкладом каждого в достигнутые результаты.

С. В. Жук (Бел. филиал ВНИИКСа)

О ХАРАКТЕРЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО СПРОСА В ОБЩЕСТВЕННОМ ПИТАНИИ

В решении многообразных задач, выдвинутых Продовольственной программой, немаловажная роль отводится общественному питанию как отрасли, занимающейся переработкой продовольственного сырья, а также взаимоувязывающей производство пищевых продуктов с организацией их потребления. Тем самым достигается возможность координировать производство и потребление.

Между тем общественное питание способно взять на себя решение более серьезных задач, в частности организацию питания населения с учетом сбалансированности потребления пищи.

Правильно организованное и построенное на научной основе питание, с учетом соблюдения режимов и рационов, есть один из факторов, способствующих сохранению и укреплению здоровья трудящихся, росту производительности труда в общественном производстве и т. д. Причем здесь на первый план выдвигается удовлетворение потребностей в пище не за счет увеличения ее объема и энергетической ценности, а за счет использования в приготовлении более широкого набора продуктов как растительного, так и животного происхождения.

Известно, что сбалансированное питание базируется на физиологической сочетаемости продуктов — компонентов пищи. От этого зависит степень усвояемости их организмом. К примеру, наиболее рациональное сочетание молочных и мясных продуктов — со злако-

выми и крупяными, а мучных — с творогом и мясом и т. п. Таким образом, нехватка некоторых элементов в одном продукте компенсируется за счет другого. Умело подбирая ассортимент продуктов и их количество в рецептуре, можно создать меню или комплексы блюд, сбалансированные по содержанию веществ, наиболее полезных и необходимых человеческому организму.

К сожалению, на практике разработка меню в предприятиях общественного питания производится исходя из наличия тех или иных продуктов; причем за основу берется прежде всего стоимость блюда. Кроме того, немаловажна роль издержкоемкости сырья. Чем она выше, тем ниже заинтересованность у предприятия в его переработке и, следовательно, уже ассортимент выпускаемой продукции. Здесь налицо преобладание коммерческого фактора в формировании меню и полное игнорирование социально-экономического, биологического и других; нет научно обоснованного подхода к составлению рациона питания.

Так, за 1977—1981 гг. в общем расходе продуктов в общественном питании республики доля мяса возросла на 23,3 %, муки — 21,6, сыра — 33,7, яиц — на 17,8 % и т. д. В то же время удельный вес овощей увеличился лишь на 11,9 %, круп и бобовых — на 7, вес рыбы — на 7,2 % и даже сократилась доля фруктов и ягод.

Ориентация на величину и состав, источники и уровни доходов семей-посетителей обслуживаемых зон, вкусы, диетическую направленность с учетом профессиональных заболеваний позволит оптимально формировать ассортимент выпускаемой продукции, удовлетворять спрос на нее. Кроме того, более полный учет факторов рационального питания даст возможность значительно увеличить оборот продукции собственного производства.

Как показало исследование, существует тесная взаимозависимость между среднедушевым оборотом собственной продукции, товарооборотом розничной торговой сети и денежными доходами населения БССР. (Коэффициент линейной корреляции составил 0,97 и 0,96). При этом наблюдается следующая закономерность: с увеличением денежного среднедушевого дохода на один рубль товарооборот розничной торговой сети на душу населения возрастает в 2,5—3 раза быстрее, чем среднедушевой оборот по собственной продукции (коэффициент регрессии составил 0,131 и 0,440). Здесь функция торговли заключается не только в том, чтобы подать товар на рынок, но и в том, чтобы путем научного изучения потребительского спроса воздействовать на промышленность и формировать товарный ассортимент, необходимый покупателю.

К сожалению, в общественном питании не могут, а иногда и не хотят считаться с растущими и постоянно изменяющимися потребностями в той или иной продукции.

Известно, что в последние годы из-за неблагоприятных погодных условий ощущается недостаток в ряде сельскохозяйственных продуктов, и в первую очередь животноводства. Но нельзя постоянно выполнять плановые задания по выпуску собственной продукции лишь за счет мясных, рыбных и других дорогостоящих продуктов.

Необходимо более активно вовлекать в производство овощные, крупяные, молочные, фруктовые и другие продукты. Назрела необходимость на основе тщательно продуманной организации изучить конкретные потребности, что, безусловно, будет способствовать максимальной реализации изготавливаемой продукции.

Существенную роль здесь должно сыграть улучшение снабжения промышленностью предприятий общественного питания широким набором полуфабрикатов и кулинарных изделий высокой степени готовности, а в будущем и готовыми изделиями, подвергнутыми быстрой заморозке. Это позволит предприятиям специализироваться на дготовке продуктов, совершенствовать ассортимент выпускаемой продукции и улучшать ее качества.

Чтобы изучить и проанализировать все факторы и степень их влияния на формирование потребностей в ассортименте выпускаемой продукции, необходима широкая, научно обработанная информация. Проводимые в настоящее время в предприятиях общественного питания потребительские конференции и различного рода выставки продукции собственного производства дают далеко недостаточные сведения об удовлетворенном спросе покупателей. В этой связи важным фактором становится улучшение работы органов изучения спроса в общественном питании. Причем в силу того что потребности на продукцию строго индивидуальны и подвижны, эта система должна быть маневренной и гибкой.

Н. М. Любина, Р. Н. Устинова, канд. экон. наук (БГИНХ)

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРЕМИРОВАНИЯ РАБОТНИКОВ ПРЕДПРИЯТИЙ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ ТОРГОВЛИ

Премирование работников торговли — одна из форм поощрения их труда.

Формы премирования работников в предприятиях Октябрьского и Ленинского райпищеторгов определяются в соответствии с новым временным положением, утвержденным в 1980 г., с учетом дополнений, внесенных в 1982 г.

Прежде всего следует обратить внимание на различия в выплатах премиальных в этих двух торгах.

Так, в Октябрьском райпищеторге руководящие работники магазинов, их заместители, администраторы, зав. отделами и их заместители, товароведы, экономисты премируются за выполнение плана товарооборота, прибыли в размере 20 % оклада. Затем за перевыполнение плана товарооборота в пределах до 2 % премии выплачиваются за каждый процент в размере 5 % оклада, а за каждый последующий процент в размере 0,5 % оклада. По Ленинскому РПТ эта цифра составляет 0,2 %.

Продавцы, кассиры, фасовщики с оплатой по повременно-премиальной системе премируются из фонда заработной платы в Октябрьском РПТ за 100 % выполнения плана товарооборота в раз-