

личилась. Это объясняется тем, что расширилась подготовка руководителей и специалистов по вопросам эксплуатации и внедрения АСУ и ВТ, а также по вопросам организации работы в новых условиях хозяйствования.

Вместе с тем необходимо повысить заинтересованность специалистов в постоянном обновлении профессиональных знаний, что позволит улучшить качество торгового обслуживания населения.

М. А. Бусел

СПРОС НА ТОВАРЫ КУЛЬТУРНО-БЫТОВОГО И ХОЗЯЙСТВЕННОГО НАЗНАЧЕНИЯ

По мере повышения благосостояния советских людей неуклонно возрастает спрос населения на товары культурно-бытового и хозяйственного назначения (КБХН), которые облегчают труд в домашнем хозяйстве, способствуют рациональному использованию свободного времени, росту культурного уровня советских людей. Доля этих товаров в общем розничном товарообороте Белорусской ССР увеличилась с 24,7 % в 1980 г. до 28,8 % в 1987 г. При этом в 11-й пятилетке ежегодный прирост продажи товаров КБХН на 1,6 пункта опережал реализацию продовольственных товаров и изделий легкой промышленности, а в 12-й пятилетке — на 6 пунктов.

По обеспеченности населения предметами длительного пользования Белорусская ССР значительно отстает от среднесоюзного уровня и уровней обеспеченности в соседних союзных республиках (табл. 1).

*Табл. 1. Обеспеченность населения товарами КБХН
длительного пользования в 1987 г.*

(штук на 100 семей)

Товары культурно-бытового и хозяйственного назначения	СССР	БССР	ЛитССР	ЛатвССР	ЭССР
Часы всех видов	546	569	653	728	727
Радиоприемные устройства	96	81	112	110	156
Телевизоры	101	90	99	109	97
Магнитофоны	43	35	40	48	57
Фотоаппараты	35	45	44	53	52
Холодильники и морозильники	92	85	91	112	106
Стиральные машины	70	52	64	76	69
Мотоциклы и мотороллеры	14	14	13	16	12
Велосипеды и мотовелосипеды	57	68	82	70	75
Электропылесосы	42	36	53	56	60
Швейные машины	65	66	49	54	60

Особенно низкой является обеспеченность населения республики радиоприемными устройствами, телевизорами, строительными материалами.

Развитие рынка товаров КБХН отличается в последние годы

усилением комплексного характера потребления. Это обусловлено двумя причинами: с одной стороны, происходит процесс дифференциации товарной массы, с каждым годом появляется все больше разновидностей уже известных потребителю товаров; с другой стороны, наблюдается процесс интеграции в потреблении, когда потребление одних товаров обуславливает необходимость приобретения других [1. С. 43]. На смену предметной направленности спроса приходят потребительские комплексы, рассматриваемые как совокупность функционально взаимосвязанных в процессе потребления благ, обеспечивающих удовлетворение определенной социально-экономической потребности. Это вызывает необходимость такого же подхода в анализе тенденций развития спроса на исследуемые товары. Структурные сдвиги, происходящие в последние годы в развитии спроса населения на товары КБХН, наиболее полно характеризуют данные, представленные в табл. 2.

Табл. 2. Динамика продажи товаров культурно-бытового и хозяйственного назначения в Белорусской ССР в 1980—1987 гг.

Товары культурно-бытового и хозяйственного назначения	Среднегодовые темпы роста (снижения, %)		Удельный вес, % к итогу		Продажа в расчете на душу населения, р.	
	1981—1985 гг.	1986—1987 гг.	1980 г.	1987 г.	1980 г.	1987 г.
Всего	105,3	107,3	100	100	261	373
В том числе по потребительским комплексам:						
«Товары для устройства быта и ведения домашнего хозяйства»	108,7	107,4	22,9	26,7	60	100
«Образование, воспитание и отдых»	105,3	111,9	19,4	21,0	51	78
«Средства передвижения»	108,0	104,1	13,9	14,8	36	55
«Украшения, предметы туалета»	97,6	107,6	23,9	16,4	62	61
«Санитария и гигиена»	106,9	115,4	3,8	4,7	10	18
Прочие товары КБХН	107,6	102,6	16,1	16,4	42	61

Наиболее важное значение имеют комплексы «Товары для устройства быта и ведения домашнего хозяйства», «Образование, воспитание, отдых» и «Средства передвижения». Доля товаров первого комплекса составила в 1987 г. 26,7 % в общем объеме реализации товаров КБХН. Она включает в себя предметы обстановки и интерьера, электробытовые приборы и машины, а также ряд товаров хозяйственного назначения, с помощью которых осуществляются бытовые процессы. Реализация товаров данного потребительского комплекса за 1981—1987 гг. увеличилась в 1,6 раза, или в среднем ежегодно возрастала на 7,9 %. При этом опережающими темпами по группе в целом росла реализация строительных материалов и электротоваров.

Увеличение спроса на строительные материалы было обусловлено расширением индивидуального жилищного и дачного строительства. В одиннадцатой пятилетке среднегодовой прирост продажи стройматериалов составлял 15 млн р., или 14,6 %, а в 1986—1987 гг. он возрос до 39,4 млн р., или на 23,1 %. Несмотря на это, ресурсы, выделяемые рынку строительных материалов, не обеспечивают спрос населения. Заявка Министерства торговли БССР (1989 г.) на древесноволокнистые плиты и печные изразцы обеспечена на 36 %, древесностружечные плиты — на 42, ванны чугунные и стальные эмалированные — на 62, садовые домики и блоки силикатные — на 70 % и т. д. Во многих местах отсутствуют в продаже мел, известь, цемент, гипс строительный и другие товары в удобной мелкой расфасовке. Поступающие в торговлю лесоматериалы требуют существенной доработки древесины.

В этих условиях необходима взаимоувязанная технологическая цепочка, включающая в качестве самостоятельных звеньев промышленное изготовление деталей и целых построек усадебного типа, отделочных материалов, отопительного и иного оборудования, их транспортировку и строительство жилья по заказам или силами населения.

В последние годы заметно ускорились темпы роста реализации электротоваров. Если в 70-е годы среднегодовые темпы роста составляли 104,5 %, то в 1981—1987 гг. — 108 %. Рост продаж обусловлен активным обновлением парка электробытовых машин в потреблении населения и увеличением в ассортименте дорогостоящих предметов (средние цены на холодильники, например, за два первых года двенадцатой пятилетки возросли на 10 %, стиральные машины на 6 %). В то же время уровень обеспеченности населения холодильниками, электропылесосами, стиральными машинами еще недостаточен и составляет соответственно 63, 48 и 55 %. Остается низким этот показатель и по другим видам электробытовых изделий.

Решение проблемы удовлетворения спроса населения на электротовары зависит в первую очередь от наращивания выпуска уже освоенных изделий на предприятиях республики, усовершенствования их конструкции в части снижения энергопотребления и металлоемкости и повышения комфортности. Кроме этого, следует предусмотреть в производственных программах предприятий союзной промышленности группы «А» освоение и выпуск стиральных машин типа «Малютка», электрокофемолок, электропечей, посудомоечных машин и других бытовых приборов массового спроса.

Повышение образовательного и культурного уровня населения, развитие активных форм отдыха оказывают существенное влияние на формирование потребностей в сфере свободного времени, на увеличение потребления соответствующих групп товаров: фотокиноаппаратуры, радиотоваров, музыкальных инструментов, книг, игрушек, спортивного и туристского инвентаря. Однако реализация указанных товаров, входящих в потребительский комплекс

«Образование, воспитание, отдых», в 80-е годы росла недостаточно высокими темпами. Прирост их продажи обеспечивался в основном за счет удорожания изделий. Так, средние цены на телевизоры увеличились с 386 р. в 1980 г. до 432 р. в 1987 г., радиоприемные устройства — со 105 до 130 р., магнитофоны — с 230 до 271 р. за штуку и т. д.

Расходы на душу населения на покупки товаров комплекса «Образование, воспитание, отдых» составили в 1987 г. лишь 78 р. (на алкогольные напитки в этот же период — 165 р.). Преобладание иррациональных форм потребления в сфере свободного времени во многом определяется недостаточной развитостью рекреационной среды.

По степени важности в структуре свободного времени населения следует различать пассивные и активные формы отдыха. Первенство, к сожалению, удерживают пассивные формы. Так, около 50 % свободного времени занимает просмотр телепередач. Тем не менее обеспеченность населения телевизорами еще далека от рациональной (65 % нормы). Выделяемые республике фонды на протяжении ряда лет остаются на одном уровне при одновременном увеличении производства телевизоров в регионе.

Удовлетворению потребностей населения в пассивных формах отдыха будет способствовать увеличение поставки на рынок республики телевизоров преимущественно высокого технического уровня и качества, многофункциональных предметов, располагающих блоками воспроизведения теле-, радио- и кинофотозаписи.

Одной из форм активного отдыха, получившей массовое развитие в последнее время, стало увлечение спортом и туризмом. Об этом, в частности, свидетельствует интенсивный рост реализации спортивного и туристского инвентаря. Ежегодный прирост продажи спорттоваров в первые два года двенадцатой пятилетки на 10,8 пункта опережал соответствующий показатель в предыдущей пятилетке. Однако, ни промышленность республики, ни торговля не оказались к этому готовыми. До сих пор не создана необходимая производственная база для увеличения выпуска спортивных изделий. Более 70 % наименований товаров спортивного назначения ежегодно ввозится из-за пределов республики. Не отвечает предъявляемым требованиям организация торговли этими товарами. Обеспеченность в республике специализированными магазинами, секциями по торговле товарами спортивного назначения составляет около 40 % от норматива.

Для более полного удовлетворения спроса в изделиях для спорта и туризма в республике целесообразно освоить производство и расширить выпуск стенок гимнастических, тренажеров здоровья, гирь спортивных, гантелей литых, приспособлений для самомассажа, гамаков, чехлов для лыж и удилещ, мешков спальных, палаток туристических, рюкзаков пионерских и др.

Увеличение потребности населения в активном отдыхе, развитие коллективного садоводства и огородничества, рост денежных доходов большинства социально-экономических групп и низ-

кий уровень обеспеченности обусловили возрастание спроса на товары комплекса «Средства передвижения». И если продажа мотоциклов и велосипедов росла относительно невысокими темпами (3—5 % ежегодно), то усилившееся переключение спроса на автомобили, особенно малого класса, дешевые и удобные в эксплуатации, обеспечило опережающее развитие реализации данного комплекса по сравнению с другими. Достигнутый уровень обеспеченности населения республики легковыми автомобилями (в 1987 г. составил 33 %) еще далек от рациональной нормы и значительно отстает от уровня развитых капиталистических и социалистических стран. Поэтому при увеличении поставки на рынок республики легковых автомобилей тенденция развития комплекса «Средства передвижения» сохранится.

Для решения проблемы обеспечения спроса населения на товары КБХН необходимо осуществить меры по увеличению объема и дальнейшему совершенствованию структуры товарного предложения. Главное внимание при этом необходимо обратить на освоение производства и расширение выпуска на предприятиях республики недостаточных товаров преимущественно высокого технического уровня и качества, а также обеспечение формирования производственных программ в соответствии с предъявляемыми потребностями определенных групп населения (спортсменов, туристов, автолюбителей, владельцев дач и садово-огородных участков и т. д.).

Наиболее острые проблемы на рынке товаров КБХН, а также усилившиеся деформации в спросе и потреблении могли бы быть решены в рамках перестройки системы планирования и управления производством и реализацией товаров в регионе.

Литература

1. Соловьев Б. А. Потребности, рынок, спрос. М., 1982.
2. Народное хозяйство БССР в 1987 г. Мн., 1988.
3. Народное хозяйство Литовской ССР в 1987 г. Вильнюс, 1988.
4. Народное хозяйство Латвийской ССР в 1987 г. Рига, 1988.
5. Народное хозяйство Эстонской ССР в 1987 г. Таллинн, 1988.