

услуги объектов общественного питания. Либерализация цен позволила преодолеть дефицит товаров, что также повлияло на уменьшение объема товарооборота объектов питания.

Из года в год сеть объектов общественного питания в стране постоянно сокращается. Если на 1 января 1991 г. сеть объектов общественного питания Республики Беларусь насчитывала 13773 объектов с количеством посадочных мест в них 932,4 тыс., то на 1 января 2001 г. сеть сократилась на 5052 объектов или 298,3 тыс. посадочных мест и соответственно составила 8721 объектов с количеством посадочных мест 634,1 тыс.

Особенностью объектов общественного питания является многообразие их типов, которые классифицируются в зависимости от контингента обслуживаемого населения, ассортимента производимой продукции, форм обслуживания потребителей и других факторов. В Республике Беларусь, в основном, сеть объектов общественного питания связана с обслуживанием определенных контингентов населения (школьников, рабочих, служащих и др.).

Наибольший удельный вес в сети объектов общественного питания как по количеству объектов, так и по числу посадочных мест в республике занимают объекты питания при дневных общеобразовательных школах. Это, прежде всего, связано с государственной поддержкой школьного питания в Республике Беларусь. В республике предусмотрена целевая финансовая поддержка школьного питания. Из бюджета проводится частичная или полная компенсация стоимости питания школьников в отдельных районах, пострадавших от аварии на Чернобыльской АЭС.

Однако сокращается и сеть школьного питания, но в значительно меньшей степени, чем в целом по отрасли. При этом удельный вес объектов питания при общеобразовательных школах по количеству объектов питания в общей сети возрос за 1991—2001 гг. с 25,6 % до 32,9 %, по количеству посадочных мест — соответственно с 35,6 % до 48,0 %.

Кроме того, следует отметить, что обеспеченность учащихся посадочными местами на объектах школьного питания значительно выше (в три раза), чем в целом по стране. Однако данные показатели также из года в год снижаются. Если в 1991 г. на 1000 жителей Республики Беларусь приходилось 91 посадочное место на объектах общественного питания и 221 посадочное место на объектах школьного питания на 1000 учащихся, то на 1 января 2001 г. этот показатель снизился и составил соответственно 63 единицы и 203 единицы.

Школьное питание можно рассматривать как подсистему общественного питания Республики Беларусь. На это указывают удельный вес объектов школьного питания в сети общественного питания (более 30 %), удельный вес посадочных мест на объектах школьного питания в общем количестве посадочных мест (почти 50 %). При этом численность учащихся дневных общеобразовательных школ составляет всего лишь 15 % от общей численности населения страны.

*Л.Ф. Трацевская
ВГУ (Витебск)*

<http://edoc.bseu.by>

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ РЫНКА БЫТОВЫХ УСЛУГ ВИТЕБСКОЙ ОБЛАСТИ

Среди особенностей, определяющих развитие рынка бытовых услуг Витебской области, доминируют социально-экономические и демографи-

ческие. Ввиду того, что бытовое обслуживание населения в данном регионе относится к сопутствующим, обслуживающим отраслям, наибольшую концентрацию оно получило в городах, обусловив "очаговость" размещения предприятий-агентов рынка бытовых услуг. Исторические и природные условия предопределили преобладание в Витебской области небольших городов и поселков, что в сочетании с их значительной разбросанностью по территории региона, недостаточно налаженными коммуникациями сдерживает развитие регионодального рынка бытовых услуг, особенно в сельской местности. Разобщенность населенных пунктов вызывает дробление сети предприятий — агентов рынка, затрудняет их содержание, увеличивает себестоимость оказываемых услуг, что негативно сказывается на цене и спросе на последние.

Современные тенденции в развитии рынка бытовых услуг Витебской области связаны с расширением конкурентной среды, появлением новых видов и форм бытового обслуживания, повышением качества оказываемых услуг. Однако, несмотря на наметившиеся прогрессивные подвижки, заметных изменений здесь пока не наблюдается. Доминирующей тенденцией остается сокращение предложения бытовых услуг. Определяющую роль в этом сыграло изменение спроса на них в связи с общей сменой предпочтений населения. Кроме того, с насыщением потребительского рынка снизилась потребность в таких услугах, как пошив одежды, обуви, изготовление трикотажных изделий, что повлекло за собой структурные сдвиги в объеме предложения в сторону услуг ремонтно-восстановительного характера, доля которых составляет в настоящее время около четверти общего объема предложения на региональном рынке. Повышение качества и культуры обслуживания, открытие высококорядных предприятий по оказанию услуг личного характера (парикмахерских и косметических салонов, фотоателье, соляриев) привело их, наряду с ремонтно-восстановительными, в ряд приоритетов с увеличением удельного веса до 1/3 общего объема предложения. В то же время уровень фактического потребления бытовых услуг на душу населения значительно отстает от рациональных сред-недушевых нормативов, имеет тенденцию к снижению.

Недостаточная обеспеченность населения Витебской области услугами бытового характера объясняется слабостью маркетинговых исследований; повышением уровня цен и тарифов; недостаточным внедрением новых видов и форм бытового обслуживания; сокращением сети предприятий—агентов и недостаточно высокими темпами формирования конкурентной среды на рынке бытовых услуг; отсутствием прогрессивных технологий в этой отрасли; появлением на потребительском рынке большого количества товаров — заменителей бытовых услуг. Вышеобозначенное привело к тому, что бытовое обслуживание населения области осуществляется в условиях недостаточно сбалансированного потребительского рынка, имеющегося дефицита относительно доступных по цене одежды, обуви, мебели, неоптимальной организации быта большинства населения. Все это деформирует потребительский спрос на многие виды бытового обслуживания, формирует повышенную потребность заказчиков в данных предметах обихода, отсутствующих в торговой сети. Медленно развивается создание изделий неординарных, высокохудожественных, недостаточно полно учитываются запросы различных групп населения (детей, молодежи, пожилых людей) и направления современной моды.

Указанные обстоятельства в значительной мере затрудняют формирование и развитие рынка бытовых услуг в Витебской области.