

РАЗВИТИЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВОЙ СЕТИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ

По мере повышения уровня платежеспособного спроса населения будут изменяться объем и структура потребления, возрастать требования потребителей к качеству торгового обслуживания. Это в свою очередь будет обуславливать необходимость периодического уточнения нормативных показателей обеспеченности населения розничной торговой сетью.

Разработанные групповые потоварные средние нормативные показатели обеспеченности населения торговой площадью магазинов для городских населенных пунктов с разной плотностью населения и для сельской местности должны корректироваться в конкретных регионах (в частности, отраслевыми структурными подразделениями местных государственных органов исполнительной власти) в зависимости от уровня их среднедушевого товарооборота по номенклатуре товаров потребительской корзины. Этот показатель является аккумулятором уровня денежных доходов жителей данного населенного пункта, объема денежных затрат на покупку товаров приезжими, роли в удовлетворении потребителем своих потребностей продуктами питания из личного подсобного хозяйства, садов, огородов и др. Такой подход позволит государственным органам власти выполнять надлежащим образом регулируемую функцию развития розничной торговой сети, реализующей товары массового спроса, а потребителям обеспечить удовлетворение самых насущных потребностей в приемлемых для обслуживания условиях.

Кроме того, следует отметить, что на Украине, где уровень доходов значительной части населения ниже прожиточного минимума и ценовой фактор преобладает при покупке товаров, необходимо иметь разветвленную сеть магазинов, которые реализуют товары по низким ценам (розничные типа западных дискаунтов, оптово-розничные магазины типа "Кеш энд Кери"), со скидками (скидки предоставляются в определенные часы работы магазина или в зависимости от количества приобретаемых единиц товаров, сезонные скид-

ки), по льготным ценам (для отдельных контингентов потребителей — ветеранов войны, инвалидов, многодетных семей, одиноких пенсионеров и других беднейших слоев населения), а также комиссионные магазины, которые торгуют бывшими в употреблении товарами.

Для стимулирования развития магазинов, реализующих товары по более низким ценам, целесообразно за счет местных бюджетов предоставлять им определенные льготы. Для расширения возможностей субъектов хозяйствования относительно снижения цен на товары массового потребления и обеспечения заинтересованности в обслуживании этого сегмента рынка необходимо ввести дифференцированную систему налогообложения, которая стимулировала бы производство и торговлю товарами для детей, людей преклонного возраста, инвалидов, в особенности товарами лечебно-профилактического назначения. Более высокие налоги следует устанавливать на товары не первой необходимости, в особенности на предметы роскоши, деликатесные продукты питания, а также на алкогольные и табачные изделия. Это позволит улучшить торговое обслуживание населения, полнее удовлетворять его спрос на доброкачественные товары, экономить время на поиск и приобретение более дешевых товаров, уменьшить объем теневого сектора (купля товаров на “стихийных” рынках и в других местах с рук физических лиц существенно сократится) и увеличить размер поступления средств в бюджет, а в целом это будет одним из важных направлений реализации стратегии преодоления бедности и постепенного утверждения современных европейских стандартов качества жизни.

*В.А. Гончаров, канд. техн. наук
БГЭУ (Минск)*

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ТРУДООХРАННОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Анализ важнейших личностных качеств человека и современных производственных условий дает возможность ус-