

Er. 6.1
641

ISSN 0136-3549
0320-3409

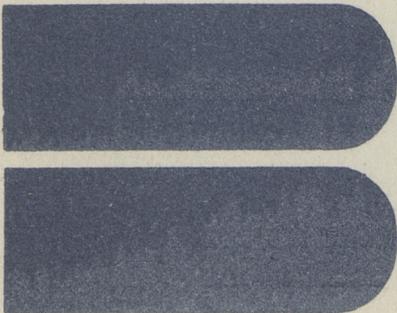
TALLINNA
POLÜTEHNILISE INSTITUUDI
TOIMETISED

ТРИ
'87

641

ТРУДЫ ТАЛЛИНСКОГО
ПОЛИТЕХНИЧЕСКОГО
ИНСТИТУТА

ПРОБЛЕМЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ
СФЕРЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ



641

УДК 9(2)44
ТРИ
'87

TALLINNA POLÜTEHNILISE INSTITUUDI TOIMETISED

ТРУДЫ ТАЛЛИНСКОГО ПОЛИТЕХНИЧЕСКОГО ИНСТИТУТА

УДК 658.513



ПРОБЛЕМЫ
ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ
СФЕРЫ
ОБСЛУЖИВАНИЯ

Труды экономического факультета LXI

1978

148

ТАЛЛИНСКОГО ПОЛИТЕХНИЧЕСКОГО ИНСТИТУТА

УДК 688.818

ПРОБЛЕМЫ
ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ
СФЕРЫ
ОБСЛУЖИВАНИЯ

ТАЛЛИНСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ

Труды ТПИ № 641

ПРОБЛЕМЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СФЕРЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ

Труды экономического факультета LX1

На русском языке

Отв. редактор: А. Халлинг

Техн. редактор: А. Андриевская

Сборник утвержден коллегией Трудов ТПИ 17.04.87

Подписано к печати 25.11.87

МВ-08489

Формат 60x90/16. Печ. л. 5,5+0,25. Уч.-изд. л. 4,6

Тираж 300

Зак. № 530

Цена 90 коп.

Таллинский политехнический институт,

200108 Таллин, Эхитаяте тээ, 5.

Ротапринт ТПИ, 200006 Таллин, ул. Коскла, 2/9



Таллинский политехнический институт, 1987

1987

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ХОЗЯЙСТВЕННОГО МЕХАНИЗМА КАК ПРЕДПОСЫЛКА ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ТОВАРОВ И УСЛУГ

Понятие хозяйственного механизма в экономических исследованиях имеет в настоящее время более полутора десятка определений. Причем в любом из них подчеркивается сложность и многоаспектность хозяйственного механизма. Утверждается, что "... хозяйственный механизм как категория есть отражение хозяйственного механизма как объективной реальности, включающее объективный механизм взаимодействия экономических законов, конкретные формы их проявления, а также те объективно требующиеся надстроечные решения, которые воздействуют на базис" [1, с. 6]. Также подчеркивается, что хозяйственный механизм охватывает именно отношения управления экономикой и поэтому "... обязательным условием хозяйственного механизма является управляющая и управляемая система" [2, с. 6-7]. С этой точки зрения хозяйственный механизм рассматривается как единство управления, планирования и материального стимулирования в органическом единстве.

Иными словами, хозяйственный механизм — это совокупность элементов и явлений производства, а также реализации товаров и услуг, развивающихся под влиянием объективных экономических законов.

Функционирование хозяйственного механизма как системы представляет собой совокупность действий (процессов) этих явлений (элементов), направленных на достижение социально-экономических целей. Помимо этого хозяйственный механизм включает в себя ряд неопределенностей, выступающих в виде действий объективных экономических законов, а также неуправляемых поведенческих факторов человека.

Под совершенствованием экономического механизма понимается в данной статье увеличение информационной обеспечен-

ности системы, обеспечивающей увеличение точности планирования качественных параметров, а также учет некоторых поведенческих факторов для введения элементов саморегулирования.

Совершенствование хозяйственного механизма рассматривается в качестве предпосылки повышения качества в связи с тем, что все произведенные и реализуемые товары и услуги выступают как единства стоимости и потребительной стоимости, из которых ни одна, ни другая сторона не поддается управлению отдельно в отрыве от совершенствования всего хозяйственного механизма.

Для хозяйственного механизма характерен тот факт, что во многих случаях прямое влияние на отдельные показатели методами планового воздействия с целью максимизации невозможно. Управление ими представляется возможным только косвенным путем с помощью экономических рычагов и стимулов, посредством системы интересов.

Однако чаще всего в моделях хозяйственного механизма ограничиваются лишь отношениями в пределах производственного процесса по схеме продвижения ресурсов до образования выручки от реализации готовой продукции и распределения прибыли. "Устаревшая психологическая установка на самоцель производства объясняет силу инерции, которая толкает к наращиванию объемов продукции..." [3, с. 8]. Но, как известно, планирование объема производства товаров и услуг ведет к нарушению параметров качества. Отсюда и возникла необходимость повышения качества в директивном порядке, последствием которого является отчуждение показателей качества от действительных потребительских свойств. В результате часть товаров с несоответствующими потребительскими свойствами остаются нереализованными. Поскольку это происходит из-за неудовлетворительного качества, то часть потребителей не могут совершить намеченные покупки (то есть, образуется как бы "излишек покупателей"). В качестве конкретного примера в таблице приведены данные о динамике розничного товарооборота и остатков на складах торговой сети. Из таблицы видно, что острый прорыв между ростом розничного товарооборота и товарных запасов возник в XI пятилетке. В связи с этим при росте розничного товарооборота на 189 % по сравнению с 1970 годом товарные запасы в розничной торговой се-

ти образовали 92 дня товарооборота против 88 в 1970 г. При этом их рост по объему в миллиардах рублей составляет 207 %.

Т а б л и ц а
Динамика розничного товарооборота и товарных запасов в розничной торговой сети СССР [4, с. 472-273].

	1970	1975	1980	1984
Розничный товарооборот в млрд. руб.	155,2	210,4	270,5	316,1
То же в процентах к 1970 г.	100	136	169	189
Товарные запасы в млрд. руб.	35,3	45,4	53,8	73,1
То же в днях товарооборота	88	84	77	92

Еще более остро эти проблемы возникли в Эстонской ССР.

В 1981-1984 гг. товарные запасы увеличились на 58 % вместо 20 % в предыдущей пятилетке, т.е. быстрее, чем розничный товарооборот. По непродовольственным товарам неудовлетворенный спрос в Эстонской ССР составляет 90 млн. руб., т.е. 3,5 % от розничного товарооборота республики. По состоянию на 1 октября 1985 г. по данным единовременных учетов сумма неходовых и залежалых непродовольственных товаров в оптовой и розничной торговой сети составила 2773 млн. руб. против 1521 млн. руб. в 1980 г. При этом самое большое количество их образуется за счет остатков одежды и белья, шерстяных и шелковых тканей, кожаной обуви, трикотажных изделий.

В то же время вклады населения в сберкассах росли в несколько раз быстрее. Их сумма на конец 1984 г. превысила уровень 1970 г. в 4,32 раза и составила 202,1 млрд. руб. [4, с. 462].

"С ростом сбережений их ценность падает и, когда они превышают определенный уровень "насыщения", полезность денег падает до нуля" [II, с. 3II]. Одним из существенных факторов роста вкладов является неудовлетворенный спрос на товары и услуги.

В связи с этим возникает проблема целеполагания системы ресурсы — производство — реализация — доходы с точки зрения управления именно качеством продукции. Сейчас уже нет необходимости говорить о том, что т.н. комплексные системы управления качеством продукции и бытовых услуг очевидных результатов не дали, поскольку через десять с лишним лет на совещании в Центральном комитете КПСС тов. М.С. Горбачев должен был констатировать, что "технология и документация или не та, или не соблюдается, не стыкувается техническая документация с технологией, инструмент, оказывается не тот, и квалификация требует, так сказать, повышения и т.д." [5]. И это, конечно, присуще не только одному из московских заводов. О бессилии хозяйственного механизма обеспечить изготовление качественной продукции свидетельствует и применение в последние годы стопроцентного контроля продукции со Знаком качества органами Госкомитета стандартов. По данным "Экономической газеты" территориальные органы Госстандарта проверили все промышленные изделия, отнесенные к высшей категории качества. В результате проверки 28851 наименования изделия, которому по состоянию на 1 января 1986 года был присвоен Знак качества, лишены его были 547 изделий. При этом количество предприятий, нарушающих установленные к качеству требования, практически не уменьшается [6, с. 5]. В целом по промышленности удельный вес продукции со Знаком качества на конец 1985 г. составил 16,4 %.

В исключительных случаях применяются особые условия проверки. Ужесточение контроля является прямым следствием неудовлетворительного управляющего влияния хозяйственного механизма на качественные параметры продукции и услуг. Однако только контролем проблем не решить. Академик Т.И. Заславская отмечает, что контрольные функции возлагаются на людей, у которых также есть свои интересы. "... лица, обязанные по долгу службы контролировать соблюдение государственных интересов, не всегда оказываются на высоте положения и в иных случаях способны принести общественные интересы в жертву личным. Значит, их деятельность и поведение тоже нужно контролировать" [7, с. 16]. Наличие многоступенчатой системы контроля приведет в свою очередь к углублению бюрократизма.

Самые существенные шаги в совершенствовании хозяйственного механизма сделаны в области углубления хозяйственного расчета и самофинансирования. По мере перехода к управлению с помощью длительных нормативов создаются условия для возникновения ответственности и самостоятельности, а что еще важнее — организации гибкого процесса производства на основе договоров. Система с едиными отраслевыми или групповыми нормативами распределения чистой продукции на потребляемую и накапливаемую части "создает сравнительно замкнутый хозрасчетный фиксированный кругооборот, заставляя работать творчески, улучшать качества изделий, заключать договора и строго соблюдать их, обновлять и удешевлять продукцию, ускоряя НПП" [8, с. 15].

С применением экономических нормативов образования фонда заработной платы и фондов экономического стимулирования, а также с применением нормативного метода распределения прибыли зависимость источников стимулирования от качественных результатов стала несколько теснее. В легкой промышленности примерно половина прироста фонда материального поощрения (ФМП) была получена за счет роста объема выпуска товаров с индексом "Новинка" и особо модных товаров. Однако увеличение ФМП за счет улучшения показателей качества в самом деле является лишь половинчатым решением проблемы стимулирования качества. Образование ФМП из прибыли само по себе обусловлено слабой ориентацией хозяйственного механизма на понижение себестоимости. От этого и необходимость дополнительного стимулирования роста прибыли.

Подобная ситуация складывалась и в системе Минбюта. Как известно, плановая сумма ФМП задана (базовый уровень) и ее лишь корректируют на прирост объема бытовых услуг, оплачиваемых населением в соответствии с утвержденными нормативами при выполнении требований качества обслуживания. Сумма ФМП уменьшается в случае увеличения жалоб.

Схема движения финансовых ресурсов хозрасчетного предприятия бытового обслуживания показана на рисунке I.

Из рисунка видно, что от показателей качества обслуживания одновременно зависит и ФМП и оплачиваемая из этого фонда премия. Это обусловлено тем, что источник премирования (ФМП) лишь косвенно зависит от результатов труда. По-

этому и размер премий поставлен в зависимость от показателя качества обслуживания – жалоб, заявлений, потребительских оценок. В то же время надо отметить, что результаты экономического эксперимента в бытовом обслуживании показывают неэффективность таких мер. Так, число жалоб на тысячу услуг в системе Минбыта Эстонской ССР в 1984 г. составило 1688, а в 1985 г. (т.е. на конец первого года эксперимента) – 1701. Причины надо искать опять в системе управления, в хозяйственном механизме.

Если за жалобой обязательно следует наказание (лишение премии и т.п.), то работники бытового обслуживания, естественно, пытаются скрыть случаи жалоб.

Помимо того, в швейных отраслях бытового обслуживания показателями, от которых зависит премия, служат потребительские оценки, учитывающие время ожидания, время и качество обслуживания и др. параметры качества труда. Однако ощутимых результатов эта система не дала. Потребительские оценки далеко не полностью отражают существующее положение. Нередко клиенты не хотят портить отношения с мастером, оканчиваясь в конфликтной ситуации. Поэтому и возникает возможность получать премию и за некачественную работу.

В то же время надо отметить, что на услуги, оказанные работающими на договорных началах, не было предъявлено ни одной жалобы. Общественное мнение сегодня определенно склоняется к тому, что поднять качество услуг в сфере быта можно в основном за счет здоровой конкуренции, в которой способен выиграть тот, кто лучше других сумеет покорить сердца своих клиентов добрым обхождением, готовностью прийти по первому зову. Такой конкуренции способствуют договорные формы организации труда, Закон об индивидуальной трудовой деятельности, образование кооперативов.

Можно привести еще ряд примеров по поводу того, что экономические эксперименты с точки зрения повышения качества ощутимых результатов не дали. Так, в легкой промышленности при проведении экономического эксперимента для улучшения управления процессами повышения качества товаров вместо аттестации по двум категориям качества были использованы другие, более активные формы градации, а именно – выделение из объема товарной продукции товаров с индексом "Новинка" и "Особо модная", поскольку расширение их выпуска стимулируется

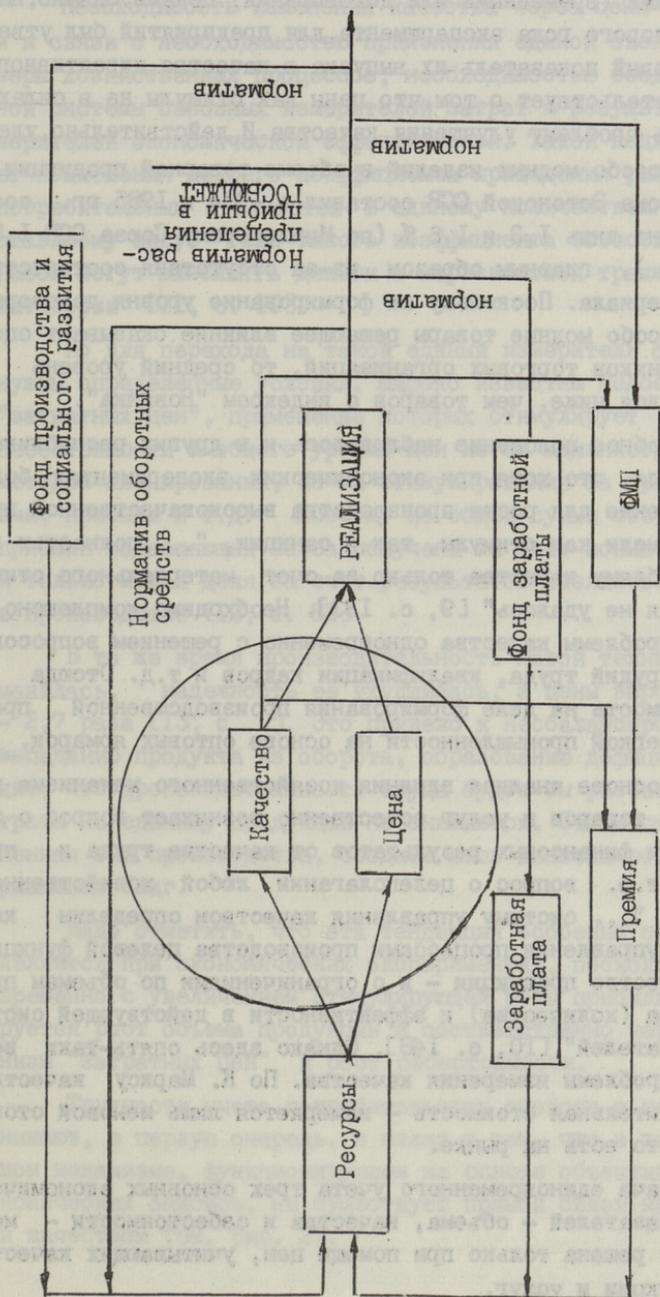


Рис. 1. Функционирование финансовых ресурсов хозяйственного предприятия.

повышенными (временными или договорными) ценами. Однако, начиная со второго года эксперимента, для предприятий был утвержден плановый показатель их выпуска в качестве директивного. Это свидетельствует о том, что цены как стимулы не в силах были решить проблему улучшения качества. И действительно, удельный вес особо модных изделий в объеме товарной продукции Минлегпрома Эстонской ССР составил в 1984 и 1985 гг. соответственно лишь 1,3 и 1,6 % (по Минлегпрому Союза ССР 1,5 % в 1985 г.), главным образом из-за отсутствия соответствующего материала. Поскольку на формирование уровня договорных цен на особо модные товары решающее влияние оказывают оценки работников торговых организаций, то средний уровень их складывался ниже, чем товаров с индексом "Новинка".

Подобное положение наблюдалось и в других республиках. Отмечается, что хотя при экономических экспериментах большое значение для роста производства высококачественной продукции имели как стимулы, так и санкции, "... полностью решить проблему качества только за счет материального стимулирования не удалось" [9, с. 133]. Необходимо комплексно решать проблемы качества одновременно с решением вопросов сырья, орудий труда, квалификации кадров и т.д. Отсюда и необходимость на деле формирования производственной программы легкой промышленности на основе оптовых ярмарок.

На основе анализа влияния хозяйственного механизма на качество товаров и услуг естественно возникает вопрос о зависимости финансовых результатов от качества труда и продукции, т.е. вопрос о целеполагании любой хозяйственной единицы. "... систему управления качеством определим как систему управления процессами производства целевой функцией - качество продукции - и с ограничениями по объемам производства (количества) и эффективности в действующей системе показателей" [10, с. 148]. Однако здесь опять-таки возникают проблемы измерения качества. По К. Марксу качество - потребительная стоимость - измеряется лишь меновой стоимостью, то есть на рынке.

Задача одновременного учета трех основных экономических показателей - объема, качества и себестоимости - может быть решена только при помощи цен, учитывающих качество продукции и услуг.

Необходимость изменения качества через цены возникает и в связи с необходимостью применения единой экономической меры хозяйственных процессов, необходимостью создания единой системы сквозных измерителей затрат и результатов, измерителей экономической эффективности. Такой подход требует применения некоего коэффициента приведения разнородных потребительных стоимостей к единому количественно сопоставимому виду. "Роль такого коэффициента естественным образом могут выполнять деньги в марксистской трактовке этой категории" [II, с. 19].

Но для перехода на такой единый измеритель опять-таки нужны определенные условия. Широко известны недостатки т.н. "затратных цен", применение которых стимулирует повышение себестоимости и общего уровня цен из-за административных методов планирования, из-за стимулирования за прирост объема, прибыли и т.д. Поэтому из общей суммы сверхплановой прибыли подавляющая масса получена за счет повышения цен и только малая доля за счет результатов хозяйствования, т.е. в производстве [12, с. 83].

В то же время производительность новой техники не изменилась, надежность ее ухудшилась, а цены выросли в 2,5 - 2,7 раза [13, с. 9]. Это привело к несбалансированности, выпаданию продукта из оборота, образованию дефицита. Выходит, что производительность труда будто бы растет, а затраты на единицу продукции не снижаются. Стоимость, увеличенная вне производства, создает лишь иллюзию роста материальных благ.

Надо отметить, что эта тенденция особенно остро проявляется при экономических экспериментах, поскольку одновременно с увеличением стимулирующей роли прибыли стимулируется рост объема продукции и соответственно через механизм "затратных цен" и рост себестоимости.

Трудности учета потребительских свойств в ценах возникают, в первую очередь, в связи с тем, что в хозяйственном механизме, функционирующем на основе объективных экономических законов, не существует прямой связи между ценой и качеством (см. рис. 2).

На рисунке показано, что связь между качеством и ценой складывается через рыночные отношения. Рисунок, конечно, упрощенный, поскольку между производством и рынком существует ряд промежуточных звеньев, усложняющих и модифицирующих эти связи. Но в любом случае, на рынке оценки общественной

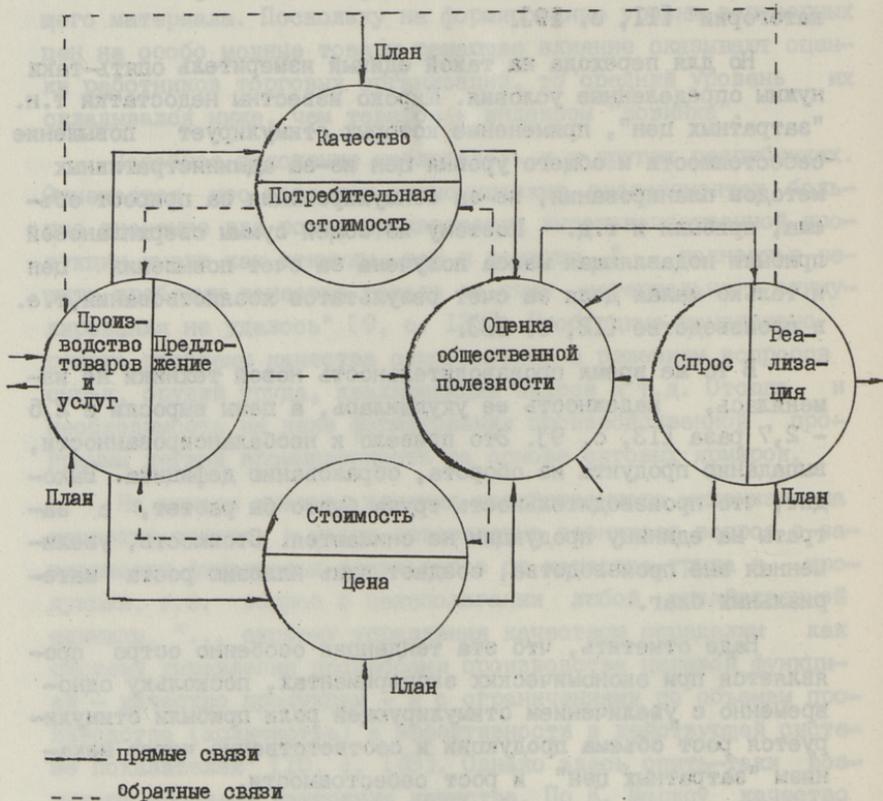


Рис. 2. Связи между качеством и ценой товаров и услуг в цикле производство-реализация.

полезности будут тем выше, чем лучше качество изготовления, надежность, эстетические свойства, новизна и т.п. Однако по мере насыщения рынка эти оценки понижаются. Одновременно на оценки общественной полезности на рынке влияет ряд других факторов — уровень цен, уровень платежеспособного спроса, совокупность факторов, зависящих от форм и методов продажи, рекламы и т.д. Несмотря на это, основой планирования качественных параметров на предприятиях должна служить информация о рыночных оценках полезности. Этим подчеркивается необходимость учета социальных (поведенческих) факторов при принятии экономических решений.

На схеме изображена роль плана для регулирования стихийных рыночных процессов. Однако если при планировании мало учитывается рыночная информация, некачественные товары накапливаются на складах оптовой и розничной торговой сети.

Если с течением времени "... они не вступают в сферу производительного или индивидуального потребления, смотря по тому, каково их назначение, если, другими словами, они не будут проданы в течение определенного времени, то они портятся и вместе со своей потребительной стоимостью утрачивают свойство быть носителями меновой стоимости. Заключаясь в них капитальная стоимость вместе с приростом к ней прибавочной стоимостью утрачивается" [14, с. 145].

Поскольку экономические и социальные процессы имеют самую тесную связь, то экономические процессы также, как и социальные, не подчиняются прямому влиянию. На этой основе возникает ряд проблем совершенствования хозяйственного механизма с точки зрения целеполагания, совершенствования планирования, информационной обеспеченности, учета и управления поведенческих факторов.

Рассмотрим решение этих проблем на основе маркетинга, широко применяемого сегодня в капиталистических странах [15].

Основной целью фирмы, обеспечивающей рост прибыли, является снижение уровня затрат. Проанализировав схему маркетинга, можно предположить, что основными факторами, влияющими на уровень затрат фирмы, помимо внешних факторов и расходов на рекламу, выступает объем продукции, в котором реализуется и поведение покупателей, рыночные отношения.

При выборе маркетинговой стратегии фирмы, помимо информации о поведенческих факторах покупателей, широко используют информацию о маркетинговой стратегии конкурентов. Поэтому выбор качественных характеристик товара, при разработке новых товаров и при совершенствовании потребительских свойств, зависит и от качества взаимозаменяемых товаров на рынке, от уровня цен на рынке, помимо собственного уровня затрат. Поскольку поведение покупателей на рынке глубоко анализируется, то при выборе маркетинговой стратегии особую важность приобретает обстоятельство, реализуются ли товары в специализированных магазинах, просто в розничной торговой сети или через торговые автоматы. От этого, естественно, зависит и уровень затрат. Политика рекламы разрабатывается с учетом психологии покупателей. Интересно отметить, что, поскольку вся маркетинговая стратегия так четко разработана, она применима (в такой конкретной форме) именно для товаров. Это вызвано фактором времени, то есть тем, что производство и потребление разделены друг от друга по времени. Поэтому принципы и методы маркетинга считают невозможными к применению в сфере обслуживания. "Поскольку производство и потребление являются, хотя бы частично, одновременными процессами, нельзя подчинять связи между фирмой обслуживания и клиентом только маркетингу... Отношения продавец - покупатель охватывают также и ресурсы и действия, которые являются заметными и покупателям, и которые поэтому повлияют и на оценки по поводу услуги и фирмы" [16, с. 57].

Очевидно, одной информационной обеспеченности для обеспечения сбалансированного регулирования процесса производство - потребление мало. Известно, что при стихийном производстве нерегулируемые отношения в блоке товар-покупатель вызывают перепроизводство товаров, в том числе и вполне качественных. Результатом, как известно, является освобождение "ненужной" рабочей силы. Эти процессы попытаются регулировать плановыми заказами со стороны государства и увеличением рабочих мест.

Однако конечной целью производства является не уменьшение затрат, не увеличение объема производства или прибыли, а удовлетворение потребностей населения. Основной экономический закон сформулирован В.И. Лениным как достижение "полного благосостояния и свободного всестороннего развития всех членов общества" [17, с. 232].

Поэтому производственный процесс не заканчивается реализацией. Реализация производственных товаров и услуг является лишь предпосылкой удовлетворения потребностей, на которой основываются воспроизводственные процессы населения. Единство процессов производства и потребления наглядно показано К. Марксом.

Связывая процесс производства с конечной целью, нетрудно заметить, что потребности удовлетворяются именно конкретными потребительскими стоимостями, т.е. товарами и услугами в материально-вещественной форме. С этой точки зрения стоимостная форма (в т.ч. и цена товаров и услуг) рассматривается как превращенная форма.

При анализе причин нарушения закона распределения по труду в экономической литературе подчеркивается, что материально-вещественный аспект этого закона выражается в распределении по труду материальных благ, стоимостный же реализуется по принципу распределения по труду денежных доходов. "Можно утверждать, что распределение товаров народного потребления и платных услуг первично по отношению к распределению денежных доходов" [II, с. 3II].

На основе сказанного можно заключить, что поскольку процессы удовлетворения потребностей являются первичными по отношению к производству, а потребности удовлетворяются именно конкретными потребительскими стоимостями (т.е. товарами и услугами, обладающими конкретными качественными параметрами), то для совершенствования управления качеством надо следить за движением товаров и услуг в натурально-вещественной форме (см. рис. 3).

Из рисунка видно, что проблема качества (противоречие) разрешается в блоке выбора, то есть на рынке, где встречаются товар и покупатель. Противоречие разрешается при завершении покупки, т.е. через реализацию спроса.^X При отсутствии покупателей или товаров и услуг с подходящими потребительскими свойствами, образуется очередь или товаров, или потребителей. Из очереди товаров и услуг быстрее реали-

^X В качестве факторов, определяющих спрос, обычно рассматривается наличие товарного покрытия и доходов.

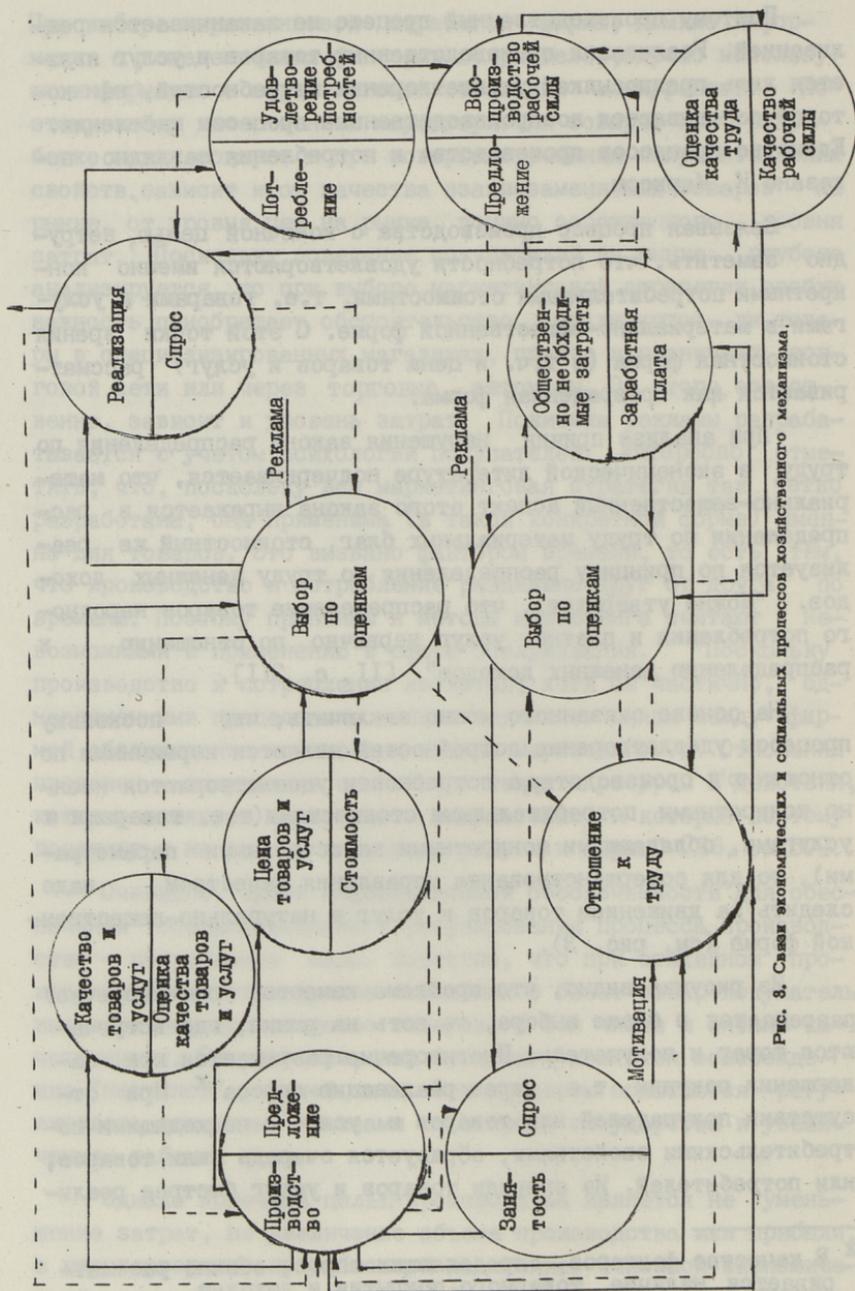


Рис. 3. Связь экономических и социальных процессов хозяйственного механизма.

зуются товары и услуги с лучшими качественными параметрами — то есть критерием качества является время их реализации. Поэтому, хотя бы теоретически, но можно исчислять достоверность реализации товаров и услуг. Поскольку от скорости оборота зависят показатели экономической эффективности, то очередь стимулирует не только повышение качества, но и снижение затрат. Из рисунка видно, что с увеличением предложения (товарного покрытия взаимозаменяемых товаров и услуг) уменьшаются потребительские оценки на рынке. Основой увеличения этих оценок служит опять-таки улучшение качественных параметров.

Поскольку процессы в блоке выбора производят не непосредственно, а посредством продавца, то разрешение этих противоречий усложняется. Помимо ряда обязательств это зависит и от системы хозяйствования (от экономических стимулов) на уровне предприятий торговли, от поведенческих факторов не только покупателя, но и продавца. Поскольку уценка неходовых и залежалых товаров происходит в значительной части за счет государственных средств, отсутствует заинтересованность торговых организаций в акте продажи. Поэтому необходимо при переводе организаций и предприятий торговли на новые условия хозяйствования внедрять принципы полного хозяйственного расчета, требующего покрытия всех затрат за счет результатов. Одновременно требуется решение вопроса увеличения торговых скидок с розничных цен, укрепления зависимости заработной платы продавцов от результатов их труда.

При нехватке товаров и услуг соответствующего качества в очередь становятся потребители. Выбор их также происходит через качественные параметры. Предпочтительнее оказываются более качественные клиенты по привилегиям, по доходности и т.д. Эта очередь также имеет стимулирующий выход. Если выбор происходит по критерию доходов, то стимулируется достижение большого дохода, что может вызывать отчуждение феномена заработной платы или доходов от фактических трудозатрат. Для ослабления этих процессов, по видимому, необходимо делать труд более привлекательным.

Одновременно, в соответствии с законом стоимости, стимулируется рост рыночных цен (цены на товары с индексом

"Новинка", устанавливающиеся директорами предприятий, имеют постоянную тенденцию к росту).

С точки зрения повышения качества труда решающее значение (см. рис. 3) имеют поведенческие отношения в блоке выбора. Ведь при превышении спроса над предложением рабочей силы предпочтительнее оказываются те рабочие места, где условия труда лучше, заработная плата выше. Эти связи имеют стимулирующий выход на повышение заработной платы с минимальными трудовыми затратами.

По мере увеличения предложения или уменьшения спроса оценки повышаются. Имея выход на качественные параметры рабочей силы, можно стимулировать повышение качественных параметров трудящихся — более квалифицированные работники становятся предпочтительнее.

Отсюда видно, что повышение квалификации трудящихся, хотя и является предпосылкой повышения качества труда и продукции, реализуется не прямо, а через сложную систему поведенческих факторов. Поэтому отдача затрат на повышение квалификации в большой мере зависит от блока выбора.

Решающим обстоятельством для повышения качества труда (обслуживания), товаров и услуг являются отношения трудящихся к процессу труда. Хотя эти отношения прямо зависят от условий труда и заработной платы, обратную связь на качественное выполнение трудовых обязанностей они не имеют. Поэтому и эффективность дополнительных затрат на заработную плату (в том числе в виде премий за качество) реализуется через блок выбора.

В эту схему логически входят и методы ограничения поведения работающих в виде предписаний, законов и т.п., в случае, если поведение людей не соответствует государственным интересам. Сюда входят и жесткие методы контроля, в том числе применяемые при госприемке продукции. Однако эффективность их применения также реализуется через блок выбора.

Конечно, все эти условия выбора по отношению к человеку являются внешними условиями. В качестве источника активности человека выступают потребности, на основе которых формируются интересы, установки, мотивы, ценностные ориентации, цели и т.д. "Определенные аспекты внешнего

мира выступают как средство достижения цели". [18, с. 72]. Поведение активного элемента определяется стремлением к реализации своих целей.

Итак, на основе вышесказанного можно заключить, что качество товаров и услуг не подчиняется прямому воздействию. Весь хозяйственный механизм управления экономикой должен функционировать в целях повышения качества товаров и услуг. Однако цель повышения качества может быть достигнута опосредованно, через механизм экономических интересов и принуждений, стимулов, отношений. С этой точки зрения интерес к повышению качества товаров и услуг возникает через механизм экономического принуждения. Последний возникает в условиях социалистической конкуренции, способствующей снижению затрат или повышению качества. Через такой механизм должен возникать интерес к рыночной информации, служащей основой планирования параметров качества товаров и услуг.

При этом должно быть обеспечено движение цен в соответствии с динамикой качественных параметров. Кроме того, такие цены содержат огромную информацию об уровне качества товаров и услуг. Только через подвижность цен может быть обеспечена связь между результатами труда коллектива и источниками стимулирования.

С точки зрения управления процессами повышения качества труда, надо учитывать, что материальные стимулы реализуются через внешнюю социально-экономическую среду, через систему адаптации к внешним условиям. То есть их эффективность реализуется через систему отношений, поведенческих факторов, склонностей.

Л и т е р а т у р а

1. Хозяйственный механизм управления социалистической экономикой / Под ред. П.Г. Бунича - М.: Экономика, 1984.
2. Проблемы совершенствования хозяйственного механизма / Под ред. Г.А. Егиазаряна. - М.: Изд-во МГУ, 1986.
3. Стержень экономической жизни // ЭКО, 1986, № 9.
4. Народное хозяйство СССР в 1984 г. Статистический ежегодник. - М., 1985.

5. Речь товарища Горбачева М.С. на совещании в ЦК КПСС // Правда, 16 ноября 1986 г.

6. Изделия с государственным Знаком качества // Экономическая газета, - 1986. - № 44.

7. З а с л а в с к а я Т.М. Экономика сквозь призму социологии // ЭКО, - 1985. - № 7.

8. Хозяйственный механизм и повышение эффективности производства / Отв. ред. П.Г. Бунич - М.: Наука, 1986.

9. Хозяйственный механизм в двенадцатой пятилетке / Под ред. Р.Г. Белоусова - М.: Экономика, 1986.

10. Социально-экономические проблемы совершенствования хозяйственного механизма / Под ред. М.М. Долишнего - Львов; Вища школа, 1982

11. Хозяйственный механизм в системе оптимального функционирования социалистической экономики / Под ред. Н.П. Федоренко и Н.Я. Петракова. - М.: Наука, 1985.

12. И г н а т о в с к и й П. Потребительная стоимость, стоимость - продукт труда. // Плановое хозяйство. - 1986. - № 10.

13. Г р и т к я в и ч у с П. Резервы увеличения производства товаров народного потребления в республике // Плановое хозяйство. - 1986. - № 7.

14. Маркс К. Капитал. Т. I. // Маркс К., Энгельс Ф. Соч. - Т. 24.

15. К о т л е р Ф. Управление маркетингом. - М.: Экономика, 1980.

16. G r ö n r o o s Ch. Strategic management and marketing in the service sector. - Helsingfors, 1982.

17. В.И. Ленин Замечания на второй проект программы Плеханова // Полн. собр. соч. - Т. 6.

18. Б у р к о в В.Н., К о н д р а т ь е в В.В. и др. Теория активных систем и совершенствование хозяйственного механизма. - М.: Наука, 1984.

H.-A. Reisenbuk

Perfecting Economic Mechanism - a Prerequisite
for Higer Quality of Products and Services

Abstract

Quality management by direct economic management methods has not given the expected results. Reasons must be searched in economic mechanism. Economic mechanism must function in order to guarantee the high quality of products and services.

To improve the quality of work it is to be considered that stimuli (e.g. the quality premium) are not realizing directly but by a concrete social-economical environment. Therefore the problems of perfecting economic mechanism - enlarging the effectiveness of the prices (which corresponds to the qualifications), quality premiums and other stimuli - have been examined.

РАЗВИТИЕ ПЛАТНЫХ УСЛУГ В ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ
ЗАВЕДЕНИЯХ

В основных направлениях экономического и социального развития СССР на XII пятилетку отмечается: "Одна из важнейших задач всех без исключения отраслей, республик и районов страны — увеличение вклада в решение многообразных задач, связанных с подъемом благосостояния советских людей, последовательное осуществление Комплексной программы развития производства товаров народного потребления и сферы услуг на 1986—2000 годы" [1, с. 51]. Комплексная программа, наряду с другими задачами, предусматривает создание развитой и эффективно работающей системы платных услуг. Одновременно с предприятиями сферы обслуживания оказанием платных услуг должны заниматься предприятия и организации других отраслей народного хозяйства, для которых эти работы не являются основной деятельностью — это с одной стороны.

С другой стороны, в основных направлениях перестройки высшего и среднего специального образования страны [2] перед высшими учебными заведениями поставлена задача осуществлять комплексное кадровое обеспечение всех общесоюзных комплексных программ, в том числе Комплексной программы развития производства товаров народного потребления и сферы услуг, а также осуществлять комплексное развитие всей системы высшего образования, коренное повышение эффективности использования научно-педагогического потенциала вуза и существенное улучшение его материально-технической базы.

Научно-педагогическому потенциалу Таллинского политехнического института характерен высокий уровень развития. В 1985 г. в институте работало 652 преподавателя: из них 38 докторов наук и 395 кандидатов наук [3, с. 149]. Число док-

торов и кандидатов наук, работающих в Таллинском политехническом институте, составляет 12 % и 16 % от общей численности работников республики, имеющих соответствующую научную степень (рассчитано на основе Статистического ежегодника "Народное хозяйство Эстонской ССР в 1985 году" [4, с. 29]). Все эти преподаватели, как правило, занимаются и научной работой, кроме того, в институте работают 600 научных работников и инженеров. Можно сказать, что вместе со студентами научно-исследовательской работой занимается около 3000 человек [3, с. 149].

В 1985 г. в институте проведены научные исследования по 164 темам (из них 74,4 % тем были координированы). Объем научно-исследовательских разработок за последние 25 лет увеличился в II раз (1960-1985 гг.) и составил около пяти миллионов рублей [5, с. 27].

Все это позволяет институту оказывать различные платные услуги интеллектуального характера населению, а также консультационные услуги предприятиям. Д.э.н. В.М. Рутгайзер указывает, что развитие платных услуг "должно обеспечивать в предстоящей перспективе крупные позитивные сдвиги во всем потребительском секторе экономики. ... продолжается опережающий рост расходов населения на платные услуги по сравнению с покупками товаров..., предполагается намного более существенное, чем в предшествующем периоде, абсолютное расширение масштабов платного обслуживания населения. ..., обеспечиваются структурные изменения в пользу платного обслуживания в общем объеме услуг..." [6, с. 79].

Решение этих задач связано также с оказанием вузами платных услуг населению и некоторых услуг предприятиям и организациям, поскольку преимущественное внимание при реализации Комплексной программы развития товаров народного потребления и сферы услуг должно уделяться расширению тех видов платного обслуживания, которые, как правило, не связаны с крупными затратами ресурсов, а в первую очередь реализуются через совершенствование хозяйственного механизма оказания платных услуг [6, с. 79].

Ниже предлагается один теоретический вариант построения системы платных услуг на примере Таллинского политехнического института.

Виды и схема организации системы платных услуг

1. Оказание таких специфических для деятельности вуза платных услуг населению (предприятиям и организациям), как индивидуальные и групповые консультации, репетиторские и другие курсы, проведение экспертиз, переводы с различных языков и др.

Для организации указанных услуг необходимо разрабатывать ряд методических основ и положений. Сюда относятся ключевые вопросы организации и оплаты труда, ценообразования, а также формирования и использования прибыли.

Помимо услуг консультационного характера большую техническую помощь народному хозяйству можно оказать также путем внедрения в малосерийное производство разработанных вузом аппаратов, механизмов, строительных конструкций, технологических процессов и других разработок. Осуществление этих работ требует создания специальных хозрасчетных и временных бригад.

2. Оказание платных услуг своим работникам и другим гражданам со стороны строительных участков, автотранспортных хозяйств, опытных мастерских (участков) экспериментально-полиграфических баз, научных библиотек и др. структурных подразделений. Сюда относятся также услуги на базе спортивных сооружений (баз), актовых залов, общежитий и др. объектов вуза. Эти работы целесообразно развивать на основе подрядных и договорных форм организации и стимулирования труда, которые используются в системе бытового обслуживания населения или на основе кооперативных начал.

3. Оказание платных услуг населению совместно с другими министерствами и ведомствами республики на основе долгосрочных договоров.

Можно определить следующие направления совместной работы:

3.1. Использование студентов и служащих института как дополнительной рабочей силы в форме совместительства на предприятиях бытового обслуживания в свободное от учебы время.

3.2. Открытие при институте стационарных пунктов обслуживания других предприятий и организаций республики.

Принципиальная структура и система управления платных услуг приведена на рис. 1. и 2.

Оказываемые платные услуги			
по видам	своим работникам	населению	предприятиям
1. Консультационные услуги		×	X
2. Репетиторские курсы		X	
3. Платные услуги научных лабораторий			X
4. Проведение экспертиз		×	X
5. Бытовые услуги различ. подразд.			
- строительных подразделений	X	×	
- транспортных подразделений	X	×	
6. Платные услуги структурных подразд. других предприятий, находящихся в ТПИ	X	×	
7. Услуги научных библиотек	×	X	
8. Услуги спортивных сооружений	×	X	×

Рис. 1. Принципиальная структура платных услуг в ТПИ.

Хозяйственный механизм оказания вузами платных услуг

Расширение платных услуг населению, представляемых высшими учебными заведениями, должно способствовать созданию дополнительных удобств для трудящихся, более полному удовлетворению возросшего платежеспособного спроса населения на различные услуги. В то же время развитие платных консультационных и специфических для деятельности вузов производственных видов услуг (перечень услуг зави-

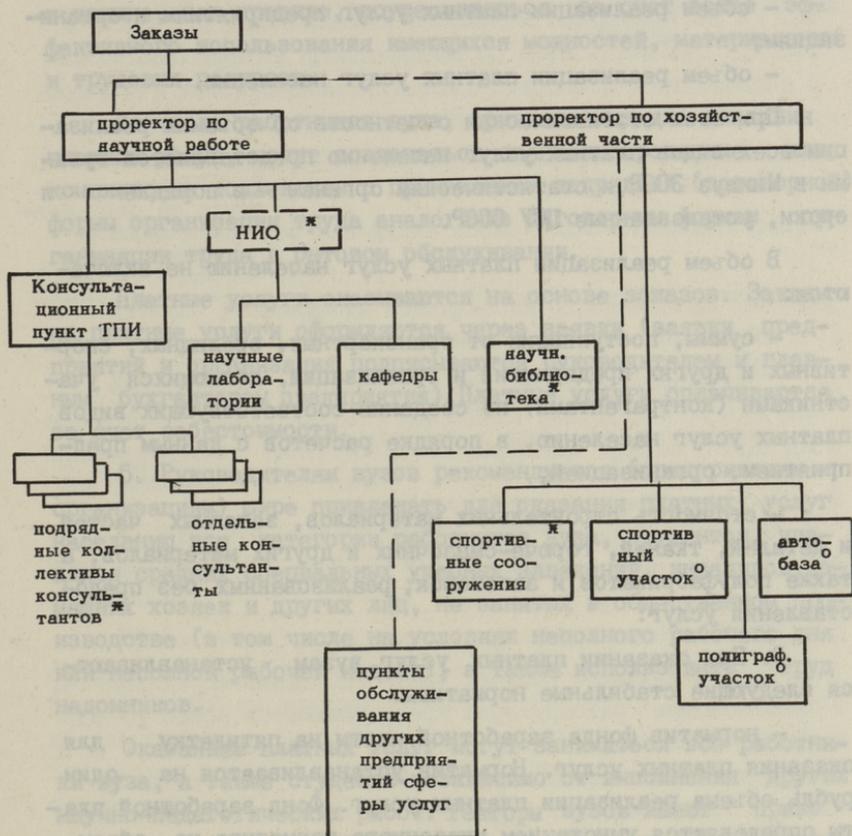
сит от профиля вуза и утверждается вузом) предприятиям и организациям, оказание этих услуг способствует повышению эффективности использования научно-педагогического потенциала вуза и созданию оперативной связи науки с производством. Необходимо отметить, что, по нашему мнению, оказание платных консультационных услуг населению (предприятиям и организациям) по профилю вуза является профильной деятельностью высших учебных заведений в области обслуживания.

В настоящее время до конца не решены проблемы построения хозяйственного механизма целевой системы сферы платных услуг (в отдельных министерствах и ведомствах существует определенное количество экономических положений, специальных методик организации труда, систем заработной платы и др. только для предприятий этих систем). Поэтому в настоящей статье делается попытка сконструировать некоторые элементы универсального хозяйственного механизма для оказания вузами платных услуг.

1. Все структурные подразделения (отдельные работники) вуза, оказывающие платные услуги, используют для своей деятельности помещения, оборудования и др. материальные ресурсы вуза, действуют по принципу самокупаемости и финансируются из спецсредств. Учет доходов от оказания услуг и расходов на обслуживание производится отдельно от других видов деятельности вуза.

2. В последнее время в экономической теории и практике выделяются две основные тенденции в формировании принципов планирования: создание стабильных основ планирования, таких, как типовые методические указания, стабильные нормативы и др.; формирование плановых заданий на основе стабильных нормативов с нижнего до верхнего уровня управления.

Нами предлагается, чтобы высшим учебным заведениям планы реализации платных услуг населению вышестоящими органами не утверждались. Планы реализации платных услуг разрабатываются вузами самостоятельно, при согласовании их с рай(гор)исполкомами Советов народных депутатов. Разработанные и согласованные планы сообщаются вузами Министерству высшего и среднего специального образования ЭССР, которое выделяет вузам в установленном порядке необходимые материальные ресурсы. В планах реализации платных услуг самостоятельно планируются два показателя:



* Имеются работники, которые организуют оказания платных услуг (назначаются доплаты к должностным окладам)

° Коллективные договорные формы организации труда

Рис. 2. Принципиальная система управления оказания платных услуг в ГПИ.

- объем реализации платных услуг предприятиям и организациям;
- объем реализации платных услуг населению.

При этом статистическая отчетность об объемах реализации всех видов платных услуг населению представляется вузами в Минвуз ЭССР и статистическим органам - в порядке и сроки, установленные ЦСУ СССР.

В объем реализации платных услуг населению не включаются:

- суммы, поступившие от транспортных, зрелищных, спортивных и других предприятий и организаций, являющихся участниками (контрагентами) по созданию соответствующих видов платных услуг населению, в порядке расчетов с данным предприятием, организацией;
- стоимость строительных материалов, запасных частей и деталей, тканей, горюче-смазочных и других материалов, а также полуфабрикатов и заготовок, реализованных без представления услуг;

3. При оказании платных услуг вузам устанавливаются следующие стабильные нормативы:

- норматив фонда заработной платы на пятилетку для оказания платных услуг. Норматив устанавливается на один рубль объема реализации платных услуг. Фонд заработной платы определяется умножением указанного норматива на объем платных услуг;
- норматив расхода или лимиты основных материалов;
- норматив накладных расходов.

4. Высшие учебные заведения должны иметь право при оказании платных услуг населению (предприятиям и организациям) использовать все нормативные документы по организации, оплате и стимулированию труда, действующие в министерствах и ведомствах, на которые возложены функции головных по оказанию платных услуг.

Расширение видов и увеличение объемов платных услуг населению (предприятиям и организациям) в вузах предполагает максимальное использование научно-педагогического потенциала имеющейся в вузах материально-технической базы

и должно, как правило, осуществляться за счет более эффективного использования имеющихся мощностей, материальных и трудовых ресурсов.

Из числа работников вуза, привлекаемых для оказания платных услуг, могут создаваться специализированные или комплексные коллективы с применением подрядной (договорной) формы организации труда аналогично договорным формам организации труда в бытовом обслуживании.

Платные услуги оказываются на основе заказов. Заказы на платные услуги оформляются через заявки (заявки предприятий и организация подписываются руководителем и главным бухгалтером предприятия). Платные услуги оплачиваются за счет себестоимости.

5. Руководителям вузов рекомендуется (предприятиям и организациям) шире привлекать для оказания платных услуг населению все категории работников вуза, студентов, учащихся средних специальных учебных заведений, инвалидов, домашних хозяек и других лиц, не занятых в общественном производстве (в том числе на условиях неполного рабочего дня или неполной рабочей недели), а также использовать труд надомников.

Оказанием платных услуг могут заниматься все работники вуза, а также студенты независимо от выполнения других научно-педагогических работ. Ректоры вузов имеют право ограничить или запретить оказание платных консультаций некоторым категориям работников (отдельным работникам), а также студентам вуза.

Оплата труда работников, непосредственно связанных с оказанием платных услуг, производится в порядке и на условиях, предусмотренных действующим законодательством для работников предприятий и организаций соответствующих отраслей и видов деятельности за фактически выполняемый объем работ (отработанное время). При этом целесообразно использовать в качестве основной системы оплату труда в процентах от выручки.

Выплата заработной платы за оказание платных услуг производится в полном объеме независимо от других выплат и премий. Необходимо установить следующие тарифы оплаты тру-

да за оказание платных консультаций населению (предприятиям и организациям):

Т а б л и ц а

Тарифы на оплату труда консультантов

Категория консультантов	Тарифная оплата труда за один академический час консультации (45 мин) (в руб.)
1. Академики - действительные члены АН СССР	15
2. Члены-корреспонденты АН СССР, действительные члены республиканских и отраслевых АН	12.50
3. Члены-корреспонденты республиканских и отраслевых АН	10
4. Доктора наук и профессора	7.50
5. Кандидаты наук и доценты	5
6. Другие специалисты	3.25

При организации платных услуг населению (предприятиям и организациям) ректору вуза предоставляется право установить, по согласованию с профсоюзным комитетом за счет и в пределах экономии фонда заработной платы, для оказания платных услуг надбавки в размере до 50 процентов должностного оклада конкретного работника за высшие достижения или за выполнение организационных работ по оказанию платных услуг. Разрешается также привлекать на эту работу штатных преподавателей вуза на основе внутривузовского совместительства.

Оплата труда всех этих работников производится за счет средств, поступающих за оказание платных услуг.

Выдача высшим учебным заведениям средств на заработную плату для оказания платных услуг производится учреждениями Госбанка СССР на основе норматива фонда заработной платы и фактического объема реализации платных услуг населению (предприятиям и организациям).

6. Оплата бытовых, транспортных, коммунальных и других услуг, предоставляемых населению (предприятиям и организациям) вузами производится по прейскурантам (ценам, тарифам), утвержденным органами, которым в соответствии с действующим законодательством СССР и союзных республик предоставлено право устанавливать цены и тарифы на соответствующие виды услуг.

Высшие учебные заведения имеют право оказывать услуги по калькуляции.

Порядок утверждения калькуляции определяется ректором вуза.

Калькуляции составляются на основе определенных по нормативам прямых затрат, накладных расходов и утвержденной нормативной рентабельности оказания платных услуг высшими учебными заведениями.

Нормативная рентабельность оказания платных услуг вузами должна устанавливаться в размере 20 % от себестоимости услуг.

Оплата используемых при оказании услуг материалов, сырья и запасных частей, стоимость которых не включена в цены (тарифы) на соответствующие виды услуг, производится по действующим розничным ценам (а в случае их отсутствия - в порядке, установленном для определения розничных цен на такие материалы).

Оплата услуг по обучению на платных курсах и в кружках производится в размерах, установленных исполкомами местных Советов народных депутатов на основании согласованных с финансовыми органами расчетов и смет, обосновывающих размеры платы за соответствующие виды услуг. При этом расходы на зарплату определяются в соответствии с нормативами, приведенными в таблице.

7. Прибыль от оказания платных услуг населению (предприятиям и организациям), предоставляемых высшими учебными заведениями, определяется как разница между суммой выручки, полученной от оказания услуг, и расходами на обслуживание.

Прибыль и ее прирост от реализации услуг высшими учебными заведениями полностью остается в их распоряжении как

прибыль, имеющая целевое назначение. Средства в размере до 30 % прибыли (конкретный размер устанавливается ректором вуза) направляются в фонд поощрения.

Средства фонда поощрения используются для премирования работников вуза, которые связаны с оказанием платных услуг. Премирование работников может производиться одновременно за разработку и осуществление мероприятий, направленных на развитие платных услуг, а для занятых непосредственно оказанием услуг – за прирост объема реализации платных услуг в отчетный период и за высокую культуру обслуживания (качество услуг).

Показатели премирования, круг премируемых работников, размеры премии устанавливаются ректором вуза, а в отношении руководящих работников вуза – руководителем вышестоящей организации по согласованию с соответствующим профсоюзным комитетом.

Выплата премий производится независимо от других выплат и премий.

Оставшаяся после отчисления фонда поощрения часть прибыли используется на финансирование затрат по развитию материально-технической базы вуза (в том числе на мероприятия по расширению платных услуг), на производственное и социально-культурное строительство, на погашение кредитов банков и уплату процентов, социально-культурные и бытовые нужды трудовых коллективов и других нужд вуза.

Размеры средств, направленных на эти нужды, определяются руководителем вуза по согласованию с профсоюзным комитетом.

Накопленные вузом средства фонда поощрения и фонда производственного и социального развития изъятию не подлежат.

Предлагаемая принципиальная схема хозяйствования при оказании платных услуг в вузах должна воздействовать и на улучшение финансового положения вузов, перестройку их материально-технической базы и развитие научно-исследовательских, а также конструкторско-технологических разработок.

Л и т е р а т у р а

1. Основные направления экономического и социального развития СССР на 1986-1990 годы и на период до 2000 года. - М.: Политиздат, 1986.

2. Проект ЦК КПСС. Основные направления перестройки высшего и среднего специального образования в стране // Правда, 1 июня 1986 г.

3. Tallinna Polütehniline Instituut / Koost. M. Graf. - Tln.: Valgus, 1986 (на эстонском языке).

4. Народное хозяйство Эстонской ССР в 1984 году: Статистический ежегодник // Таллин: Ээсти раамат, 1985.

5. Т а н н е р J. Tallinna Polütehnilise Instituudi teadusorganisatsioon aastail 1957-1975 // Tehnikauuringute areng Eesti NSV-s: Vabariikliku konverentsi ettekannete teesid. Tallinn, 15.-16. oktoober 1986. - Tallinn, 1986 (на эстонском языке).

6. Р у т г а й з е р В.М. Программа развития платных услуг // Известия АН СССР. Серия экономическая. - 1986. - № 3.

A. Kamratov

Development of Paid Services in Higher School

Abstract

This article deals with some problems of the formation of the system of services in higher school. A theoretical variant of paid services system in higher school (consultations for enterprises and people; some paid services for enterprises; paid services for the staff of higher school) is proposed. A new economic mechanism for the system has been constructed.

This new approach to the problems of improvement of the system of paid services and its economic mechanism can probably be used in some other unproductive branches.

К.Ю. Малмстейн, Р.Х. Малмстейн

О ПОНЯТИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ В БЫТОВОМ ОБСЛУЖИВАНИИ
НАСЕЛЕНИЯ

Высшей целью общественного производства при социализме является наиболее полное удовлетворение все возрастающих потребностей людей [1, с. 10]. Потребность — это "нужда или недостаток в чем-либо необходимом для поддержания жизнедеятельности организма, человеческой личности, социальной группы, общества в целом; внутренний побудитель активности." [2, с. 518]. Потребности отдельных людей, социальных групп и общества в целом зависят от уровня развития данного общества, а также от специфических социальных условий их деятельности. Источником развития потребностей является взаимосвязь между производством и потреблением материальных и духовных благ. При этом, как указано К. Марксом и Ф. Энгельсом, "... сама удовлетворенная первая потребность, действие удовлетворения и уже приобретенное орудие удовлетворения ведут к новым потребностям..." [3, с.27]. Этот процесс В.И. Ленин, развивая положения о потребностях, характеризовал как "закон возвышения потребностей" [4, с. 101].

В настоящее время этот процесс характеризуется все возрастающими темпами потребления. Например, в период с 1970 по 1984 год в Эстонской ССР розничный товароборот в расчете на душу населения увеличился на 160 %, за тот же период объем реализации бытовых услуг на одного жителя увеличился на 219 % [5, с. 27 и 211], а в 2000 г. прогнозируется рост этого объема еще примерно в 2 раза.

Основной социальной функцией социалистической системы бытового обслуживания считают: удовлетворение материальных, социальных и бытовых потребностей членов общества, по-

вышение уровня жизни народа, создание для трудящихся благоприятных условий для работы, отдыха, воспитания детей, для всестороннего физического и умственного развития личности. Вторая экономическая функция — создание ("производство") дополнительных "жизненных благ", потребляемых населением в форме услуг. Третьей функцией, производной от первых двух, является все возрастающее воздействие системы на повышение эффективности и улучшение экономических показателей развития материального производства [6, с. 31].

Эффективность, как известно, определяется как соотношение ожидаемого эффекта к применяемым ресурсам или затратам.

При определении понятия эффективности и ее величины в какой-то сфере человеческой деятельности необходимо исходить из того, какие потребности удовлетворяются этой сферой и какие социально-экономические функции она выполняет. Бытовое обслуживание населения играет особую роль в системе отраслей народного хозяйства. Ведь одной из главных целей бытового обслуживания должно быть освобождение населения от непроизводительного домашнего труда. Уже К. Маркс обращал внимание на весьма важную связь между свободным временем и общественным производством, указывая, что свободное время как величайшая производительная сила воздействует обратно на производительную силу труда. Показательно, что снижение нерациональных затрат вне рабочего времени на 1% при прочих равных условиях сопровождается ростом производительности труда на 0,16% [7, с. 51].

Учитывая своеобразие результатов и затрат труда в непроизводственной сфере, необходимо сформулировать специфическое для нее понятие эффективности.

До настоящего времени эффективность деятельности бытового обслуживания оценивалась в основном по двум показателям: объему продукции и прибыли. Значит, оценка работы отрасли производится по критерию отраслевой внутрипроизводственной эффективности. Под влиянием этой основной оценки в отрасли стала увеличиваться т.н. нецелевая деятельность. А именно, в настоящее время, когда производство товаров массового спроса характеризуется товарно-денежной несбалансированностью, бытовое обслуживание призвано удовлетворять общественные потребности двух видов.

Удовлетворение потребностей первого вида связано с решением отрасли целевых, только перед ней стоящих задач, которые заключаются в удовлетворении индивидуальных запросов, воспитания эстетического вкуса, увеличения свободного времени населения и т.д. Данные потребности можно определить как индивидуальные потребности в предметах потребления.

Потребности второго вида — это массовые потребности, которые должна удовлетворять промышленность и которые трансформировались в потребности в бытовых услугах. Удовлетворение этих потребностей является нецелевой деятельностью бытового обслуживания и направлено на смягчение последствий товарно-денежной несбалансированности, на обеспечение более полного соответствия структуры предложения структуре спроса [8, с. 39].

Вследствие этого значительное количество изделий изготавливается т.н. мелкими партиями. Вместо необходимого развития нужных, но малоэффективных ремонтных работ, пытаются внедрить новые, более рентабельные, но не свойственные бытовому обслуживанию, виды услуг (например, изготовление мелкими партиями и продажа украшений, поздравительных открыток и т.д.).

С 1979 г. Проектно-технологическим институтом Минбыта ЭССР проведен целый ряд социологических обследований (опросов) населения городов и районов республики для выявления их отношения к бытовому обслуживанию, пользованию услугами, степени удовлетворенности и причины необращения и неудовлетворенности. Выяснилось, что неудовлетворенность бытовым обслуживанием довольно высокая. Например, пошивом одежды недовольны около 30 % опрошенных, вязкой и пошивом трикотажных изделий — 16 %, услугами прачечных — около 15 %, ремонтом обуви — около 20 %, ремонтом бытовых машин — 34 %, ремонтом радио и телевизоров — 61 %. Основными причинами неудовлетворенности как в нашей, так и в других республиках, где проведены соответствующие исследования, является низкое качество изделий, долгие сроки исполнения заказов, высокая цена. Интерес представляет и способ удовлетворения потребностей. Например, около 35 % опрошенных заказывают одежду у частного портного, примерно половина из них шьют сами, 22 % опрошенных сами осуществля-

ют ремонт радио и телевизоров, бытовых машин — 38 %, знакомые помогли соответственно 14 и 12 % опрошенных. Отношение населения к бытовому обслуживанию характеризует и то, что около 80 % опрошенных желали бы сами научиться делать все нужные работы.

Даже на основе этого очень краткого анализа данных, полученных при опросах населения, можно сделать вывод, что в настоящее время бытовое обслуживание оценивается общественным мнением довольно низко и направляет удовлетворение спроса в сторону самообслуживания или пользования услугами частных лиц. Такое общественное мнение сформировалось в ситуации, когда сама отрасль продолжала развиваться по экстенсивному пути, причем работники отрасли не обращали особого внимания на качество (а значит и социальную эффективность) обслуживания. В то же время потребности и желания потребителей услуг стали развиваться именно в сторону качества, и отсутствие качественных услуг мешает населению пользоваться ими. С другой стороны, в интересах народного хозяйства полезно заменить домашнее хозяйство общественно организованным, оставить людям больше времени для отдыха, для развития личности и, тем самым, для повышения производительности труда в народном хозяйстве. Следовательно, перед бытовым обслуживанием в настоящее время стоит сложная задача — повысить качественный уровень до способности формировать потребности населения в нужном для общества направлении. Для достижения такого уровня развития необходимо переформулировать и критерии оценки деятельности отрасли:

Таким критерием, по мнению многих авторов, является социальная эффективность. Социальный и экономический аспекты эффективности нередко оказываются в обратно пропорциональной зависимости. Так, В. Келлик пишет, что между экономической и социальной эффективностью производственной деятельности людей существует диалектическое противоречие [9, с. 20]. По мнению большинства экономистов, повышение качества обслуживания населения зачастую сопряжено с увеличением затрат. Но повышение социальной эффективности ведет к некоторому ухудшению эффективности только с точки зрения ведомственных показателей. Дело в том, что повышение социальной эффективности одновременно и неизбежно влечет за собой улучше-

ние экономической эффективности в масштабах всего народного хозяйства, хотя и с некоторым лагом. Таким образом, социально-экономическая эффективность -- главный критерий, промежуточные же результаты экономической деятельности ведомства играют подчиненную роль [10, с. 141].

Формирование социально-экономической эффективности определено в основном двумя аспектами:

1) имеющимися ресурсами (материальными, трудовыми, денежными);

2) экономическим механизмом, влияющим на использование ресурсов.

Следовательно, влиять на социально-экономическую эффективность можно или вовлечением дополнительных ресурсов, или изменением экономического механизма. Но так как социальную эффективность можно направлять, то на наш взгляд, при определении понятия "социальная эффективность" нужно исходить из основного экономического закона, который указывает в самом общем виде социальную направленность процесса.

Начиная с 1980 г. разные авторы пытаются разработать критерии и методики оценки социальной эффективности бытового обслуживания. В основном социальную эффективность пытаются выразить через экономию времени и денег населения. На наш взгляд, такое выражение является слишком узким по следующим причинам:

1. На настоящем этапе развития социалистического общества для потребителей услуг системы бытового обслуживания одинаково важными являются несколько факторов, основным из которых, по данным проведенных в республике опросов, является качество самой получаемой услуги, затем сроки, цены и др.

2. При изготовлении изделий по индивидуальным заказам, на наш взгляд, важнейшим должно являться соответствие полученного изделия индивидуальным потребностям заказчика, затрачиваемое время здесь имеет второстепенное значение; несмотря на то, что каждый заказчик, естественно, желает получить свой заказ с наименьшими затратами времени, на первое место им все-таки выдвигается соответствие изделия индивидуальным потребностям заказчика.

3. На настоящем уровне развития нашего общества у разных групп заказчиков потребности и материальные возможности существенно различаются, следовательно, социальная эффективность бытового обслуживания выражается для них в различных показателях. Одни заказчики требуют особо изящных изделий, несмотря на высокую цену и затраты времени; другим важно как качество изделия (услуги), так и скорость его изготовления (реализации услуги), затраты при этом не имеют существенного значения; для третьей группы наиболее важным является только экономия времени; для четвертой – возможность сэкономить деньги и т.д.

Критерий социальной эффективности должен быть таким, чтобы выражать полезность бытового обслуживания для всех заказчиков, независимо от принадлежности их к той или иной группе потребителей.

На наш взгляд, социальная эффективность бытового обслуживания выражается через степень удовлетворенности населения.

Исходя из этого, критерий социально-экономической эффективности должен выражать все основные стороны влияния бытового обслуживания на человека и общество в целом, а именно:

- 1) экономические показатели;
- 2) изменения настроения заказчика (психологический показатель);
- 3) влияние бытового обслуживания на все население (социологический показатель).

Следовательно, критерием социально-экономической эффективности бытового обслуживания, с точки зрения всего народного хозяйства, является степень удовлетворенности населения при оптимальном использовании имеющихся ресурсов.

Л и т е р а т у р а

1. Конституция (Основной закон) Союза Советских Социалистических Республик. – Таллин: Ээсти Раамат, 1985. – 46 с.
2. Философский энциклопедический словарь. – М.: Советская энциклопедия, 1983. – 837 с.

3. К. Маркс и Ф. Энгельс. Соч. - 2-е изд. - Т. 3. - С. 7-544.

4. В.И. Ленин // ПСС, -5-е изд. - Т. I. - С. 67-123.

5. Народное хозяйство Эстонской ССР: Статистический ежегодник 1984. - Таллин: Ээсти Раамат, 1985. - 283 с.

6. Комаров В.Е., Улановская В.Д. Социально-экономическая эффективность сферы услуг. - М.: Наука, 1980. - 127 с.

7. Супрун П.И. Бюджет времени трудящихся. - М.: Экономика, 1972. - 175 с.

8. Сульповар Л.Б., Аникин В.И. Вопросы оптимизации уровня качества продукции, производимой предприятиями бытового обслуживания населения // Стандарты и качество. - 1985. - № 2. - С. 39-40.

9. Келлик В. Основной экономический закон и социальная эффективность производственной деятельности // Экономические науки. - 1972. - № 7. - С. 18-23.

10. Развитие и структура отраслей непроизводственной сферы. - Киев: Наукова Думка, 1979. - 259 с.

K. Malmstein, R. Malmstein

About the Notion of Efficiency in Service

Abstract

The article deals with the following notions of efficiency: social efficiency in service, social-economical efficiency in service. The special criterion of social efficiency is given: the satisfaction level of population.

НЕКОТОРЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ УВЕЛИЧЕНИЯ ОРИЕНТИРОВАННОСТИ
НА ПОТРЕБИТЕЛЯ В БЫТОВОМ ОБСЛУЖИВАНИИ

В развитии общественного производства как такового возрастает удельный вес сферы бытового обслуживания. Социальное благополучие людей становится определяющим при дальнейшем развитии общества. Спрос на бытовые услуги возрастает быстрее, чем спрос на товары. Происходит постепенный переход от экономики в условиях дефицита на уравновешенную экономику. Создание перевеса спроса и предложения предполагает создание бытового обслуживания, ориентированного на потребителя. Если учесть, что интересы потребителя игнорировались, то становятся очевидными трудности в решении этой задачи.

Управление бытовым обслуживанием (в т.ч. планирование) мы можем разделить, с одной стороны, на управление, ориентированное на работников бытового обслуживания (изготовителей), и, с другой стороны, на управление, ориентированное на потребителя.

При управлении, ориентированном на работников бытового обслуживания, на первый план выдвинуты интересы предприятия. Интересы потребителя и клиента являются второстепенными или учитываются настолько, насколько они соответствуют интересам работников бытового обслуживания.

В бытовом обслуживании, которое ориентировано на потребителя, первичным является качественное и количественное удовлетворение потребительского спроса. Переход на бытовое обслуживание, ориентированное на потребителя, дополнительно к обширным практическим мероприятиям допускает и переоценку многих теоретических точек зрения. Рассмотрим наиболее важные из них:

Учет особенностей бытовых услуг

Управление и планирование нельзя автоматически перенести из промышленности, так как конечный продукт бытового обслуживания — услуга — существенно отличается от конечного продукта промышленности — товара. До сих пор не существует исчерпывающего определения термина — бытовые услуги. Затруднение при определении термина — бытовые услуги — связано с многообразием услуг и более сложным их определением, чем товаров. По нашему мнению, бытовые услуги от товаров можно отличать по следующим признакам: худшая измеримость (т.е. бытовые услуги не подчиняются характеристике при помощи точных параметров), преобладание процесса обмена над процессом производства, процесс распределения происходит параллельно с процессом производства, конечный продукт является нематериальным, эластичность спроса очень велика. Мы не согласны с теми исследователями, которые считают бытовые услуги продуктом непроизводственного труда и делают из этого вывод, что применяемый в сфере бытового обслуживания труд является непроизводственным, т.е. трудом, который не принимает участие в создании совокупного общественного продукта и национального дохода. Различие между бытовой услугой и товаром заключается в их различных ролях при удовлетворении потребительского спроса. Можно сказать, что бытовая услуга ближе к конечному потреблению, чем товар, удовлетворяющий аналогичный спрос. Сравним, например, индивидуальную машину для пола и отшлифованный паркетный пол. Шлифовальная машина для пола интересует нас как носитель выгоды, т.е. рассматривается качество, внешний вид, упаковка, расход электроэнергии, цена, производительность машины. При шлифовке пола нас не интересует, каким средством труда мы выполняем эту услугу, существенным не является при этом ни краска, ни внешний вид шлифовальной машины, а гладкость отшлифованного пола и отношения между шлифовщиком и клиентом. В отличие от товара бытовая услуга не носитель выгоды, а сама выгода.

Изменение системы плановых показателей. При переходе на новые условия хозяйствования заметно уменьшилось число плановых показателей. Целью перехода на новую систему было большее ориентирование предприятия бытового обслуживания

на рынок, т.е. на удовлетворение потребительского спроса и на прибыль, т.е. через хозрасчет на удовлетворение потребностей трудящихся. Новыми показателями эта цель частично достигнута.

Выдвижение на первое место экономически не обоснованного и часто довольно напряженного плана реализации по объему (объем реализации бытовых услуг, объем бытовых услуг, оказываемых населению за наличные деньги и объем бытовых услуг, реализуемых сельскому населению) ставило основной целью достижение любой ценой количественного роста объема бытовых услуг. При напряженном плане предприятие вынуждено понижать качество бытовых услуг и ухудшать обслуживание, скрывать внутренние резервы при легко выполняемом плане и переносить часть заказов на следующий период, что приводит к уменьшению ориентированности бытового обслуживания на заказчика и удовлетворения спроса населения.

В том случае, когда бытовое обслуживание ориентируется на потребителя, отношения между потребителем и работником бытового обслуживания должны являться начальным пунктом планирования и стратегических решений.

Сложилось ошибочное мнение, что, увеличивая в плановом порядке в каждый определенный плановый период объем оказываемых населению бытовых услуг, мы лучше удовлетворяем потребительский спрос. Выполнение плана любой ценой несет с собой нерациональные расходы на предприятиях бытового обслуживания и скрытое повышение цен. Факторы, влияющие в отдельные месяцы на спрос (погодные условия, распродажа товаров в торговой сети) ранее не прогнозировались. В условиях экономического эксперимента прибыль не являлась утвержденным плановым показателем. На рост прибыли косвенно воздействовали через стабильные нормативы несмотря на то, что не было плана прибыли, рост прибыли в 1985 г. был больше, чем в предыдущие годы пятилетки. Аналогично придется, по нашему мнению, подходить и к планированию объемов бытовых услуг. В первую очередь придется отказаться от месячных и квартальных планов и, как следствие, от стимулирования предприятий. Целесообразнее стимулировать лучшую работу предприятия на основе прироста объема, причем удельный вес показателя объема при стимулировании, в сравнении с имеющимся, дол-

жен уменьшаться и должен быть заменен показателями эффективности. Для обеспечения оптимальных соотношений при обслуживании населения и учреждений можно пользоваться нормативным планированием — при бытовых услугах, оказываемых населению за наличные деньги, пользоваться более высоким нормативом фонда заработной платы и более низким нормативом отчисления от прибыли.

Оказание необходимых сельскому населению бытовых услуг через директивное планирование, тоже не дало ожидаемого эффекта. Сельский житель в большинстве случаев вынужден ездить в город за необходимой ему услугой. Неэффективные связи кооперирования не развивались даже при условиях строгого администрирования. Специализированные предприятия города предпочитают увеличивать объем не на основе договоров кооперирования в сельской местности, а прежде всего в городских мастерских и приемных пунктах. Такая централизация объема бытовых услуг по регионам становится еще более сложной, тем более, что наряду с предприятиями бытового обслуживания потребительский спрос населения будут удовлетворять и лица, обслуживающие по индивидуальным договорам, и кооперативные организации. Данных по потребительскому спросу населения министерство не имеет. Освобождая Министерство бытового обслуживания от планирования объема бытовых услуг и контроля за выполнением плана, ему предоставляется возможность заниматься стратегическими проблемами развития бытового обслуживания, стратегическим управлением и планированием. Задачей министерства могла бы остаться разработка плановых нормативов, выбор же конкретных плановых показателей и их использование должен оставаться в компетенции предприятий бытового обслуживания. Если мы понимаем планирование как процесс, то этот процесс является развивающимся. Настоящий порядок формирования плана достаточно субъективен. Однако на уровне министерства трудно знать, в чем реально нуждаются потребители. Всех поставленных перед бытовым обслуживанием целей нельзя достичь прямым директивным планированием. Директивный план бытовых услуг ориентирован ни на прибыль, т. е. на хозяйственные интересы предприятия бытового обслуживания, и ни на рынок, т. е. на потребителя. Директивный краткосрочный план заставляет стремиться к быстрому успеху любой ценой и является залогом будущих затруднений.

Учет потребительского спроса на бытовые услуги

Иногда бытовое обслуживание, ориентированное на потребителя, рассматривается исходя из потребностей людей, но слишком узколинейно [1, с. 7]. Потребности, конечно, формируют спрос на бытовые услуги, но не определяют его. Самым решающим фактором спроса является доход. На спрос людей наряду с доходом, влияет их уклад жизни, который зависит от природно-климатических и региональных условий, национальной самобытности, религиозных предрассудков.

Для того, чтобы узнать, как удовлетворен спрос, не всегда нужны сложные специальные обследования. Это можно, по вероятности, определить и на основе экспертных оценок. Если мы имеем дело с дефицитом товаров и неудовлетворенностью бытовыми услугами, то спрос имеет в какой-то мере деформированный образ. Например, отсутствие в магазинах запасных частей к автомашинам и бытовым машинам увеличивает спрос на соответствующие виды бытовых услуг. Фактический спрос в таких условиях трудно, даже невозможно, определить.

На спрос воздействуют не только внутренние факторы бытового обслуживания, но и внешние, такие, как капитальные вложения в другие отрасли и их развитие, обеспечение населения товарами длительного пользования и их надежность. Данные, отражающие их влияние на систему бытового обслуживания, в большинстве случаев отсутствуют.

Не всегда можно установить с научной точки зрения требования потребителя, т.к. часть требований хранится под "сукном". Для выяснения их целесообразно использовать экспериментальный метод. Если на какую-нибудь бытовую услугу имеется большой спрос, то нужно дать мелким кооперативам, работникам, занятым в договорных формах труда, и работникам, занятым индивидуальным трудом, возможность оказывать услуги в этой сфере. Если возникнет конкуренция между работниками бытового обслуживания, то предприятия бытового обслуживания будут вынуждены ориентироваться на рынок и потребителя. Если потребитель не делает заказ на бытовую услугу, то нет возможности оказать эту услугу. В нынешних условиях спрос при ценообразовании учитывается минимально, обычно только в случаях затоваривания (снижение цен на ковры и трикотажные изделия). Даже если снижение цен не влия-

ет на увеличение спроса какой-то конкретной категории потребителя, оно может привлечь новых потребителей.

Привлечение новых ресурсов и увеличение числа работников бытового обслуживания не всегда обеспечивает равновесие рынка, так как возникает необходимость в повышении цен на бытовые услуги. Опыт многих развитых капиталистических стран также показывает, что в сфере бытового обслуживания рост производительности заметно медленнее, чем в таких сферах материального производства, как промышленность и сельское хозяйство. Большая трудоемкость бытового обслуживания при медленном росте производительности труда не способствует заметному сбережению ресурсов. В бытовом обслуживании чистый доход реализуется заметно в меньшем количестве, чем в народном хозяйстве в целом. Из этого вытекает необходимая потребность в повышении цен на бытовые услуги. С точки зрения уравнивания спроса и предложения лучшим вариантом является не произвольное повышение цен, а их более тщательное дифференцирование. Цену мы можем рассматривать как норматив, который помогает рационально разделить ограниченные ресурсы. Когда цена повышается, она ограничивает нерациональное потребление и увеличивает предложение. Если цена понижается, она стимулирует потребление, заставляет уменьшить нерациональное производство, помогает избавиться от излишних запасов. В ценообразовании на бытовые услуги должна расширяться децентрализованность [2].

Не всегда низкая цена становится благом для потребителя, т.к. низкая цена препятствует получению бытовой услуги и увеличивает дополнительные расходы к пользованию услугой.

Предложение, конечно, можно увеличить за счет расширения сферы кредита: предоставлять кредит как работникам, работающим на договорных началах, так и создаваемым кооперативам для внедрения новых видов бытовых услуг. В этом случае надо установить предельные уровни кредитов и ответственность. Было бы неправильным возложить ответственность на предприятия бытового обслуживания, получатель кредита мог бы быть договорным коллективом или отдельным работником. При выдаче кредитов придется решить вопрос обеспеченности кредита.

Если мы имеем дело с рынком бытовых услуг, то нельзя устанавливать цену без учета спроса и предложения, потому что цена зависит только от этих двух факторов. Возникает вопрос, не придется ли нам в таком случае учитывать производственные расходы. Конечно, придется, но через предложение. В таком случае производственные расходы влияют на объем предложения: хозрасчетный коллектив или индивидуальный работник бытового обслуживания решит, целесообразно ли при имеющейся цене и существующих производственных расходах оказывать услуги.

Спрос на рынок бытовых услуг формируется как сумма спроса отдельных потребителей. На этот спрос влияют и цены на товары или бытовые услуги, взаимно заменяемые, а также цены на дополнительные бытовые услуги и товары. На увеличение спроса на бытовые услуги, конечно, влияет уменьшение употребления алкогольных напитков, потому что остается больше денег для удовлетворения иных потребностей семьи, такое же влияние должно иметь уменьшение числа покупок ковров и хрусталя.

Увеличение или уменьшение зарплаты, увеличение или уменьшение реальных доходов населения также влияет на спрос на бытовые услуги. Однако это чисто внешние факторы, на которые система бытового обслуживания не может влиять. Оценивая работу предприятий главным образом на основе объемов бытовых услуг, мы можем дать неправильную оценку. При планировании трудно учитывать влияние общей экономической ситуации на спрос на бытовые услуги отдельных предприятий. Очень часто в бытовом обслуживании копируют производственные методы планирования. На наш взгляд, необходим пятилетний план по стабильным капиталовложениям, техническому прогрессу или внедрению предельных уровней обслуживания. В настоящее время, пока происходит централизованное распределение ресурсов, также нужен такой план объема бытовых услуг, но в связи с расширением торговли, в бытовом обслуживании должно уменьшаться значение центрального планирования и увеличиваться влияние рынка. Потребителя не удовлетворяет услуга как таковая, а услуга с определенным качеством. Бытовое обслуживание, ориентированное на потребителя, требует нового подхода к качеству.

Повышение качества бытовых услуг. До сих пор у нас отсутствует единая концепция качества, разные исследователи подходят к вопросу качества по-разному, в большинстве случаев с точки зрения предприятия бытового обслуживания. Для того, чтобы оценить бытовое обслуживание, нужно знать, что потребители реально ищут и что они оценивают в отношениях потребитель - предприятие бытового обслуживания. В.В.Мамико-нян и В.В. Курицына считают, что единственный путь оценки уровня качества - это аттестация мастеров, мастерских, ателье, приемных пунктов [3, 68]. Оценка качества уравнивается с аттестацией, что в какой-то мере является самооценкой бытового обслуживания, но более важной является оценка потребителя. Однако потребитель не дает высокую оценку работе аттестированным ателье.

Придется согласиться с А.И. Гораниным, который считает целесообразным пользоваться термином "качество бытовых услуг", а не термином "качество бытового обслуживания", потому что термин "услуга" определяет продукт, результат труда, тогда, как термин "обслуживание" - лишь процесс труда [4, с. 10]. Аналогично выделяют в бытовой услуге две части и другие исследователи [3, с. 20]. Финский ученый-экономист К. Грёнроос в своем основательном исследовании в бытовых услугах выделяет: техническое качество (technical quality) и функциональное качество (functional quality) [5, с. 62]. В нашей литературе этим терминам очень часто соответствуют качество бытовых услуг и качество бытового обслуживания [6, с. 57]. Нам представляется правильным определение А.И. Горанина, который качество бытовых услуг определяет как качество предмета и работы, выполняемой по индивидуальному заказу, так и качество обслуживания. Качество бытовых услуг формируется при взаимодействии этих двух частей. Не всегда эти компоненты качества называют техническим и функциональным качеством. Ф. Бленель подразумевает под функциональным качеством организацию бытового обслуживания, т.е. обслуживание, которое должно превращать плохой продукт в хороший и хороший продукт в отличный [7, с. 15]. Техническое качество бытовых услуг отвечает на вопрос, что потребитель получает. Функциональное качество отвечает на вопрос, как он это получает.

Техническое качество бытовых услуг можно определить довольно объективно как технические параметры продукта. Выход работника бытового обслуживания к потребителю, его поведение, выполнение своих обязанностей работниками предприятия, как и что они говорят, также влияет на взгляды потребителя при оценке бытовых услуг — эту размерность качества называют функциональной или качеством обслуживания. Функциональное качество нельзя оценивать также объективно, как техническое, его восприятие довольно субъективно.

К. Грёнроос привел в своем исследовании два понятия качества: ожидаемое качество (*expected quality*) и воспринятое качество (*perceived quality*) [5, с. 58]. Восприятие качества потребителем может быть результатом процесса оценки, при котором потребитель сравнивает свои надежды о бытовой услуге с тем, что он осознал после оказания ему услуги. Результатом этого процесса может быть качество воспринятой бытовой услуги. Конфликт наступает в том случае, если эффективность бытовой услуги не отвечает представлению о ней. Чтобы оценить качество бытовых услуг, мы должны ответить на следующие вопросы: 1) как качество бытовой услуги воспринято потребителем; 2) что влияет на качество бытовой услуги и какие ресурсы и деятельность воздействуют на качество услуги.

Как уже было сказано, оценка потребителя зависит от того, какое у него представление о получаемой услуге. Одну и ту же бытовую услугу могут оценить совсем по-разному житель глухого места и большого города. Поэтому мы должны считаться с субъективными оценками потребителя, принять их в качестве оценки нельзя. Отсюда трудность измерения и оценки качества обслуживания. Имевшиеся попытки стандартизации обслуживания, т.е. функционального качества, не дали ожидаемого эффекта, хотя некоторые исследователи считают это возможным и необходимым [8, с. 108], предлагается расширение круга стандартизации [6, с. 56]. Одним из критериев оценки предлагается время ожидания потребителей. По мнению А.И. Горанина нужно ввести в действие нормативы обслуживания. Показатель время емкости услуг характеризует затраты времени потребителя на единицу полученной им услуги [9, с. 37]. В существующих условиях заказчик тратит в 5–6 раз больше времени, чем это надо для получения услуги [10, с. 5].

В таких условиях нормирование затрат времени означает планирование очереди в бытовом обслуживании. Очередь в бытовом обслуживании должна быть исключительным случаем, нет никакой необходимости ее узаконивать. Измерение эффективности бытового обслуживания экономией свободного времени тоже нельзя считать за универсальный показатель, так как в последнее время бытовое обслуживание организует, например, спортивные и культурные услуги, которые помогают организовать свободное время и при оказании которых не возникает экономии свободного времени. По нашему мнению, так как в бытовом обслуживании очень часто имеется дело с удовлетворением индивидуальных потребностей людей, то стандартизировать услуги не представляется возможным. В новых условиях хозяйствования ввели центрально планируемые показатели качества. Теперь регистрируются и сравниваются по предприятиям и республикам число жалоб по следующим причинам: нарушение срока исполнения заказов, порча или потеря вещей, низкое качество исполнения заказов, несоблюдение предписаний, отказ от принятия заказов. Приходится согласиться с выводами Х. Рейзенбук, что планирование уровня качества как по региону, так и по отрасли производства, таит в себе опасность, что через планирование воздействуют на исправление показателей, а не на исправление качества [11, с. 110]. Здесь опять полагаются на административные методы, на веру, что сверху предписанные показатели заставят лучше обслуживать потребителя. До тех пор не наступит существенного улучшения качества в удовлетворении потребительского спроса, пока не возникнет конкуренция и возможность выбора у потребителя. В то же время мы не отрицаем необходимости государственного контроля над объективными параметрами качества, также предварительной проверки факторов, влияющих на качество (используемые материалы, оборудование, производственные помещения, рабочая сила).

Качество бытовых услуг определяется как видимой для потребителя частью предприятия бытового обслуживания (поведение приемщиков заказов, приемные помещения), так и скрытой частью (производственные помещения и оборудование). Если в невидимой для заказчиков части (например, на фабрике химической чистки) мы можем применять те же самые методы рационализации, что и на производстве, то в видимой части

мы должны относиться к этому вопросу с учетом специфики обслуживания. С переходом на новые условия оплаты труда, не всегда оправданным является увеличение нагрузки приемщиков и уменьшение их числа. Увеличение нагрузки приемщиков заказов может привести к увеличению ожидания клиентов и уменьшению поступления заказов, что повлечет за собой уменьшение доходов и прибыли. Ожидаемая экономия в таком случае дает совершенно противоположный эффект. Следует обратить особое внимание на улучшение обучения приемщиков заказов. Приемщик заказов, который непосредственно общается с клиентами, играет большую роль в формировании репутации предприятия. Репутация работника сферы обслуживания самого ателье и предприятия значительно выше, чем мы иногда полагаем. Информация о предприятиях распространяется не столько по официальным каналам, сколько часто в устном виде. По нашему мнению, в нынешних условиях дефицита услуг, средства рекламы не дадут нужного эффекта, а часто дезинформируют потребителя. Лучший путь для завоевания доверия потребителя — сближение качества услуги, предлагаемой работником бытового обслуживания, с качеством, ожидаемым заказчиком. Деловое и доброжелательное обсуждение потребителя предполагает обязательное упрощение документации, связанной с оформлением заказов.

К потребителю придется относиться не как к объекту, а как к субъекту, который принимает участие и влияет на процесс обслуживания. Роль потребителей в процессе обслуживания неоднозначна. Потребители могут увеличивать (посещение лекций, участие в работе кружков) или уменьшать (появление очередей) доступность услуг. Доступность услуг потребителю должна быть под контролем предприятия бытового обслуживания. Доступность услуг потребителю можно увеличить путем рационального распределения капитальных вложений и улучшения регионального планирования бытового обслуживания.

При планировании капитальных вложений должна увеличиться роль предприятий бытового обслуживания. Большею частью предприятия бытового обслуживания остаются в стороне при планировании капитальных вложений, которые распределяются Министерством бытового обслуживания ЭССР, и поэтому до сих пор на оплачиваемость капитальных вложений обращали мало внимания. Но капитальные вложения с малой эффек-

тивностью ограничивают возможности сферы обслуживания в будущем. Строительство с малой экономической эффективностью, но особо важных объектов бытового обслуживания должно быть финансировано предприятиями, работникам которых оказывают бытовые услуги.

Для строительства новых больших объектов бытового обслуживания местные советы должны накапливать и концентрировать разные финансовые ресурсы, причем отраслевые промышленные министерства и ведомства должны были бы в зависимости от распределяемой или получаемой ими жилплощади также участвовать в развитии инфраструктуры этого региона. Видимо, местному исполкому следует выделять промышленным предприятиям денежные средства, фонды материалов и лимиты капитальных вложений для строительства социальных объектов. При невыполнении этого местный исполком должен иметь право отказать от выделения квартир или земельных участков для строительства и расширения предприятия.

Долгое время развитие экономики в целом и бытового обслуживания в том числе, характеризовалось централизацией предприятий и их сосредоточением в городах республиканского подчинения, в первую очередь в Таллине. Создание больших предприятий бытового обслуживания не приближало обслуживание к потребителю, и тем ослабило связи между работниками бытового обслуживания и потребителями. Работник бытового обслуживания стал в глазах потребителя анонимным. Опыт стран, в которых уровень обслуживания выше, чем в СССР и соответственно в Эстонской ССР, показывает, что в сфере обслуживания наибольший успех имеют мелкие фирмы. В Швеции, где 70 % из всех фирм относится к сектору обслуживания, в 80 % из них меньше чем 5 работников [5, с. 13]. В подразделениях бытового обслуживания, в которых меньше 10 человек (в США 96 % из общего числа предприятий), нет вообще работников, которые занимаются только конторской работой. Большое преимущество этих предприятий в том, что они ориентированы на потребителя, потребитель имеет прямой контакт с работником бытового обслуживания, услуги потребитель получает с меньшей затратой времени прямо дома; неслучайно, в США среднее число наемных работников в расчете на одно предприятие бытовых услуг за последние 30 лет осталось неизменным — 5 человек [12, с. 23]. Очевидно, что нам придется взяться за определенную

децентрализацию обслуживания, а именно создавать мелкие кооперативы, использовать семейный подряд и индивидуальный труд [13, с. 148], которые в настоящее время получили официальное одобрение в виде соответствующих постановлений правительства СССР. Переход к мелким предприятиям вызывает опасение, что они в таком случае перейдут в низкий разряд и уменьшатся доходы руководства. Нынешние возможности регулирования зарплаты должны устранить это препятствие, потому что расширяются возможности для применения коллективных форм зарплаты и для связывания величины зарплаты с конкретными результатами работы. Создание мелких предприятий и увеличение их числа дает возможность для определения потребительского спроса. Если окажется, что спрос на новую услугу заметно больше, чем ожидали, и она перспективна, тогда могут эту бытовую услугу оказывать и большие предприятия бытового обслуживания, это уменьшит меру риска при внедрении новых услуг.

Сейчас при предприятиях создаются кооперативы для развития бытового обслуживания. По нашему мнению, это не лучший способ организации бытового обслуживания, а лишь средство для определенного перехода. Производственные кооперативы могут стать самостоятельными предприятиями параллельно с государственными предприятиями бытового обслуживания. Только в таком случае они могут реализовать свои преимущества, причем государственное регламентирование их деятельности должно быть меньшим, чем у государственных предприятий, а материальная ответственность за свою деятельность должна быть большей.

Ориентированности на потребителя, несомненно, можно способствовать совершенствованием управления. Предпосылки для этого имеются. Расширение самостоятельности предприятий невозможно без ограничения прав вышестоящих органов. Министерству бытового обслуживания целесообразно было бы передать часть функций местным исполкомам. Планирование, финансирование и контроль за финансами можно было бы передать отделам местных исполкомов, причем число директивно утверждаемых показателей должно быть минимальным, а снабжение должно быть передано органам снабжения и т.д. И если тогда еще останется надобность в министерстве, то в его компетенции могли бы быть перспективные вопросы, технический про-

гресс, организационное усовершенствование бытового обслуживания, разработка нормативной документации, регулирующей развитие бытового обслуживания и другие вопросы. Для дальнейшего улучшения бытового обслуживания и комплексного обслуживания потребителей целесообразно соединить все целое управление сферой бытового обслуживания в одно единое министерство. Работа такого сводного министерства может быть эффективной только в том случае, если оно совершенно свободно от повседневного оперативного управления. Создание бытового обслуживания, ориентированного на потребителя, невозможно рассматривать изолированно от развития общества в целом. До сих пор другие отрасли народного хозяйства не освобождали рабочую силу для сферы бытового обслуживания, и в самом бытовом обслуживании существует дефицит рабочей силы, поэтому переход на бытовое обслуживание, ориентированное на потребителя, очень медленный процесс. Определенные надежды в этой связи дает принятый Закон о государственном предприятии (объединении).

Л и т е р а т у р а

1. R a i t v i i г Т. Teeninduse uurimise probleeme // Tehnika ja Tootmine. - 1982. - N 10, - Lk. 7-8.
2. Л у м и с т е Р.Р. Назревшие вопросы управления финансами и ценообразованием на бытовые услуги // Вопросы развития обслуживания населения. Производительные силы и хозяйственный механизм бытового обслуживания. - Таллин, 1985. - С. 92-106.
3. М а м и к о н я н В.В., К у р и ц ы н В.В. Разработка и внедрение комплексной системы управления качеством продукции и услуг в бытовом обслуживании населения. - М., 1982. - 79 с.
4. Г о р а н и н А.И. Управление качеством бытовых услуг. // Легкая и пищевая промышленность.-М., 1984. - 144 с.
5. G r ö n g o o s С. Strategic management and marketing in the service sector. Swedish School of Economics and

Business Administration // Research Reports 8. - Helsingfors, 1982. - 222 p.

6. К а л и т а П.Я. Состояние и перспективы развития стандартизации в сфере бытового обслуживания населения / УкрНИИТИ. - Киев, 1976. - 64 с.

7. В л е н е л W.H., В е н д е р Н.Е. Product service planning: Service-Marketing-Engineering Interaction. - New-York, 1980.

8. С и л л а с т е Ю. Хозяйственный механизм бытового обслуживания // Вопросы экономики. - 1985. - № 9. - С. 103-122.

9. Г о р а н и н А.И. Служба быта Белоруссии: Резервы и перспективы.-Минск; Белорусское гос. изд-во. - 1982, 80 с.

10. Совершенствование управления службой быта в СССР. Экспресс-информация / ВНИИТИ Госплана СССР. - Минск, 1983. - 21 с.

11. R e i s a n b u k Н.-А. Kvaliteedi juhtimise mõningaid aspekte teeninduses seoses uute majandamistingimustega // Eritarbelise teeninduse arenguperspektiivid. Vab. tead.-pr. konverentsi ettek. teesid (Tallinn, 17. aprill 1985. a.). - Tallinn 1985. - Lk. 110-113.

12. З а г л а д и н а С.М. Тенденции развития бытового обслуживания за рубежом в условиях технического прогресса: Сб. тезисов докл. "Теоретические и научно-практические проблемы сферы бытовых услуг." - М. - 1984. - 38 с.

13. Л у ш и н а Н.Л. Мелкое производство в социалистической экономике // ЭКО. - 1984. - № 5. - С. 147-157.

Some Possibilities of Increasing the
Orientation to Consumers in Services

Abstract

The influence of planning on the development of services is observed. Proposals are made how to simplify the planning with the purpose of increasing the orientation of services to consumers. The factors influencing the quality of services and the part of consumers in the process of forming the quality of services are analysed.

ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ АВТОТЕХНИЧЕСКОГО
ОБСЛУЖИВАНИЯ В ЭСТОНСКОЙ ССР

В течение последних трех пятилеток в нашей стране число легковых автомобилей увеличилось в восемь раз. Количество машин на 1000 человек населения приближается к 50. По мнению специалистов, оптимальным является 100 личных автомашин на 1000 человек населения, т.е. столько, сколько в настоящее время имеется их в Эстонской ССР. Резкое увеличение числа легковых автомобилей привело к росту потребностей в их техническом обслуживании и ремонте. Хотя соответствующая отрасль сферы обслуживания — автотехобслуживание — развивается ускоренными темпами, предложение значительно отстает от спроса: по оценкам, организованное автотехобслуживание удовлетворяет соответствующую потребность лишь на 30 %. Вместе с тем, согласно Комплексной программе развития производства товаров народного потребления и сферы услуг на 1986—2000 годы, предусмотрено существенное расширение сети станций автотехобслуживания, что позволит к концу XII пятилетки в основном удовлетворить потребности людей в этом виде услуг [1]. По нашему мнению, эта задача во многом нереальна, поскольку даже трех- или четырехкратное увеличение объема бытовых услуг по автотехобслуживанию не обеспечивает удовлетворения спроса, так как автомобильная промышленность развивается быстрее, чем автотехобслуживание и в настоящее время наблюдается хроническое его отставание, по сравнению со спросом [2].

С другой стороны, парк автомобилей стареет с каждым годом, поскольку первоначально срок их эксплуатации был запланирован в 8—10 лет, но в действительности он составляет в среднем 15—20 лет. Развитие автотехобслуживания было запланировано на основе первого срока службы автомобиля и

поэтому каждая машина старше 10 лет является как бы "внеплановым клиентом" для автосервиса. Хотя в названной Комплексной программе сказано, что к 1990 г. выпуск запасных частей для легковых машин удовлетворит полностью потребности по техобслуживанию и ремонту как соответствующих предприятий, так и заказы розничной торговли, тем не менее список дефицитных деталей для автомобилей составляет более ста наименований. В то же время, по мнению специалистов, в настоящее время запасных частей для автомобилей можно было бы произвести неограниченное количество, но тем не менее полностью спрос (из-за длительного срока эксплуатации автомашин и низкого их качества) не будет удовлетворен [3].

Поскольку в нашей республике число автомобилей приближается к оптимальному, анализ ситуации на месте является очень актуальным с точки зрения разработки перспектив развития автотехобслуживания.

Для автосервиса как в СССР в целом, так и в Эстонской ССР характерна ведомственная разобщенность. Одновременно отсутствует единое его планирование. В нашей республике предприятия автотехобслуживания принадлежат трем ведомствам: Минбыту ЭССР, Минавтошосдор ЭССР и Министерству автомобильной промышленности СССР. Ведущую роль при этом играет Министерство бытового обслуживания республики, предприятия которого выполняют 86 % от общего объема услуг данного вида (в 1985 г.), в том числе более 80 % - на станциях технического обслуживания производственного объединения "Автотехобслуживание". С учетом высокой доли последнего в автосервисе республики, последующие примеры взяты из этого объединения. Отдельно следует исследовать индивидуальную трудовую деятельность в автотехобслуживании, поскольку по разным оценкам, до 40-60 % всех услуг по техническому обслуживанию и ремонту выполняются здесь нелегально. В то же время в финансовых органах зарегистрировалось только около 50 человек, занимающихся индивидуальным обслуживанием.

Основным элементом организационной структуры автотехобслуживания являются станции технического обслуживания (СТО), размеры которых характеризует количество рабочих постов. Под последним понимается производственная площадь размером в 120 кв. м, на которой обеспечивается одновременная работа в одну смену трех основных производственных ра-

бочих, оснащенная оборудованием, оргтехоснасткой и специн-струментом. Объектом дискуссии является размер СТО. В настоящее время в нашей стране в основном развивается строительство крупных СТО, имеющих до 100 рабочих постов. Самым крупным СТО в Эстонской ССР является Ярвская СТО в Таллине - 51 рабочих постов. Но хозяйственная практика показывает, что в крупных СТО затраты труда и ресурсов, а также качество выполняемых услуг ниже.

Рассмотрим показатели экономической деятельности ПО "Автотехобслуживания". Судя по трем показателям, приведенным в таблице I, из 19 станций автотехобслуживания названного производственного объединения 10 являются средними и крупными.

Т а б л и ц а I

Структура станций технического обслуживания
ПО "Автотехобслуживание" по числу рабочих постов,
численности работающих и объему оказываемых услуг

Группа СТО	Количественные параметры			Общее число СТО	%
	число рабочих постов	численность работающих (чел)	объем услуг (тыс. руб.)		
Крупные	более 15	более 51	более 300	3	15,8
Средние	7-15	21-50	101-300	7	36,8
Мелкие	до 6	до 20	до 100	9	47,4
Всего				19	100,0

Экономическую эффективность их работы рассмотрим на основе данных о расходах на один рубль оказываемых услуг, производительности труда и показателях фондоотдачи (см. таблицу 2).

Согласно данным таблицы 2, производственные расходы на один рубль оказываемых услуг наименьшие в мелких СТО - в среднем 80,93 коп., наивысшие в крупных СТО - 94,78. Производительность труда наивысшая в мелких СТО - 9610,9 рублей в год, в то время как в крупных СТО этот показатель в среднем 7881,4 рублей. Показатели фондоотдачи также более благоприятные в мелких СТО. Отсюда можно сделать вывод, что расходы уменьшаются, а производительность труда и фондоотдача уве-

Т а б л и ц а 2

Показатели экономической эффективности работы крупных, средних и мелких СТО ПО "Автотехобслуживание" в 1985 году (в расчете на одну СТО)

Группа СТО	Число ра- бочих постов	Численность работающих (чел)	Объем ока- зываемых услуг (тыс. руб.)	Производи- тельность труда (руб. на одного ос- новного ра- бочего)	Расходы на один рубль оказываемых услуг (коп.)	Фондоотдача	
						(руб. / руб)	руб./м ² общей площади
I	2	3	4	5	6	7	8
Крупные	32,2	101,0	535,9	7881,4	94,78	0,31	151
Средние	12,7	23,0	191,3	8316,1	92,77	0,10	183
Мелкие	3,0	9,0	50,8	9610,8	80,93	1,32	211
Всего	12,2	37,4	194,3	8772,5	88,25	0,64	189

личиваются при уменьшении размеров СТО. Неодинаковой является и структура расходов: в крупных СТО выше доля цеховых расходов и расходов на содержание оборудования, в мелких СТО выше доля расходов на вспомогательное производство и общезаводские расходы.

Один рабочий пост рассчитан на обслуживание 200-250 автомобилей в год. С учетом их количества в нашей республике, СТО с 50 рабочими постами должна обслуживать регион с населением в 125 тыс. человек. Но как известно, таких городов в республике только один. Для средних сельских районов (или городов) республики с населением в 20 тыс. человек подходит по нормативам СТО с восьмью рабочими постами.

СТО могут быть двух типов: узкоспециализированные (при высокой концентрации автомобильного парка) или универсальные. Для автотехобслуживания нашей республики характерны последние. В перспективе целесообразно перейти к специализации крупных СТО и оставить мелкий ремонт, особенно диагностику, в компетенции мелких СТО. Обследования свидетельствуют, что 85 % обращений в СТО связаны с мелким ремонтом, который в свою очередь составляет всего 15 % от общего объема оказываемых услуг по автотехобслуживанию [4].

В то же время ограничены возможности строительства большого числа необходимых для удовлетворения потребностей (спроса) новых СТО из-за нехватки средств на капитальное строительство. Ведь возведение каждого рабочего поста обходится по нормативам в 50 тыс. рублей.

В ходе развития нетрадиционных путей в бытовом обслуживании (особенно в связи с экономическим экспериментом в системе Минбыта ЭССР) в автотехобслуживании существенно увеличилось число работающих по договорам. Начиная с 1985 года было заключено 25 договоров на общую сумму 637 250 рублей, в том числе 17 договоров по первой форме на сумму 92 450 рублей и 8 договоров на сумму 544 800 рублей. Договорными формами было охвачено 108 человек (на 01.12.1986), включая 82 основных рабочих и 11 - по совместительству. На договорных началах работают два подразделения - слесарные участки в Племисте и Ярве.

В начале 1987 г. были созданы первые кооперативы в бытовом обслуживании, в том числе кооператив "Иирис" в авто-

техобслуживании с числом членов в 102 человек. Уже в ближайшем будущем число таких кооперативов должно значительно увеличиться.

Таким образом, организационная структура автотехобслуживания будет включать крупные, средние и мелкие СТО, работающие на договорных формах, производственные кооперативы и обслуживающие индивидуально. Такая многогранная структура создает не только реальные возможности для более полного удовлетворения потребностей населения, но и предпосылки для оптимального территориального размещения предприятий автотехобслуживания. Ближе к местожительству владельцев легковых машин должны находиться мелкие станции автотехобслуживания (в первую очередь для диагностики и мелкого ремонта), крупные специализированные СТО целесообразно разместить в больших центрах.

Совершенствование организационной структуры автотехобслуживания (как и бытового обслуживания в целом) необходимо еще и потому, что расходы времени, с точки зрения клиентов, связанного с поиском и получением услуг весьма значительны и необходимо их сокращение. Как показывают даже самые приблизительные подсчеты, каждый работник автосервиса отвлекает из сферы производства в течение года по меньшей мере одного работника [1].

Таким образом, развитие автотехобслуживания играет немаловажную роль в удовлетворении возросших потребностей населения.

Л и т е р а т у р а

1. Комплексная программа развития производства товаров народного потребления и сферы услуг на 1986-2000 годы. - Таллин, 1985. - С. 13.

2. Болдырева Т. Куда же завезли нас "Жигули"? // ЭКО. - 1985. - № 5. - С. 124.

3. Марков О.Д. Автосервис - задачи и проблемы // ЭКО. - 1986. - № 5. - С. 127-128.

4. Фастовцев Г.Ф., Большие, малые ... разные // ЭКО. - 1985. - № 5, - С. 138.

Ways of Development of Car Services
in the Estonian SSR

Abstract

The system of car services and repair in the Estonian SSR is analysed. New service forms are observed. Proposals how to develop the organisational forms of car services and repair are made on the basis of the analysis made in this article.

ПРОБЛЕМЫ МЕЛКОГО ПРОИЗВОДСТВА В БЫТОВОМ ОБСЛУЖИВАНИИ

Все возрастающую роль в удовлетворении потребностей населения в решении социальных проблем вообще играет в долгосрочных планах народного хозяйства сфера обслуживания. Согласно Комплексной программе развития производства товаров народного потребления и сферы услуг на 1986-2000 годы, к 1990 г. предусмотрено увеличить объем реализации бытовых услуг в нашей стране не менее чем на 40 %, а к 2000 г. - в 2,4-2,5 раза. К концу XII пятилетки планируется полностью удовлетворить потребности людей в услугах по ремонту и техобслуживанию радиоэлектронной аппаратуры, бытовых машин и приборов, мебели и других предметов домашнего обихода. В основном предполагается удовлетворить потребности по техобслуживанию автомобилей, в три раза увеличить объем услуг по ремонту и возведению жилищ и других строений.¹

Рассмотрим основные социально-экономические факторы, влияющие на развитие бытового обслуживания.

Во-первых, постоянный рост реальных доходов населения. В Эстонской ССР они увеличились в течение XI пятилетки более чем на 9 %, на XII пятилетку запланирован рост реальных доходов населения на 11,5 %. Вместе с тем необходимо учитывать, что с ростом благосостояния и уровня культуры происходит не просто механическое увеличение потребностей людей, а их расширение и обогащение. Таким образом, при разработке перспектив развития сферы бытового обслуживания необходимо учитывать увеличивающийся, все более индивидуализирующийся и дифференцирующийся платежеспособный спрос населения.

¹ См.: Комплексная программа развития производства товаров народного потребления и сферы услуг на 1986-2000 годы. - Таллин, 1985. - С. 12-13.

Во-вторых, необходимо принять во внимание, что возможности экстенсивного развития сферы бытового обслуживания преимущественно исчерпаны. Так, например, в Эстонской ССР в течение X пятилетки число работающих в бытовом обслуживании увеличилось на прирост бытовых услуг на один миллион рублей на 192 человек, в XI пятилетке – всего на 19 человек, т.е. в 10 раз меньше. А на XII пятилетку соответствующий прирост работающих на один миллион рублей прироста бытовых услуг запланирован еще в меньшем количестве.^I Аналогичная ситуация и с материальными ресурсами. Следовательно, удовлетворение возросших потребностей населения в услугах увеличением традиционных ресурсов обслуживания уже не представляется возможным.

В-третьих, действующий хозяйственный механизм пока еще не стимулирует предприятия службы быта расширить сферу обслуживания населения. Хотя в порядке эксперимента с 1 января 1980 г. была изменена система планирования бытового обслуживания, в результате чего увеличилась самостоятельность Министерства бытового обслуживания и его предприятий при планировании объемов бытовых услуг, а в течение 1985 г. был проведен крупномасштабный эксперимент в системе Минбыта ЭССР и с 1986 г. все предприятия бытового обслуживания работают в новых экономических условиях, все же в конце 1986 г. в республике еще 11 предприятий работали убыточно. Уровень рентабельности предприятий бытового обслуживания республики составляет в среднем 7–8 % вместо 15 % по нормативам.

В-четвертых, потребности населения в услугах в значительной степени удовлетворяются в настоящее время через неорганизованную систему бытового обслуживания – или путем традиционного самообслуживания или нелегального обслуживания. По данным проведенного в 1985 г. в ЭССР социологического обследования ("Домашнее хозяйство Вашей семьи") значительная часть семей ответила, что удовлетворяют свои потребности сами: по ремонту и изготовлению обуви – 23,3 %, по ремонту и изготовлению швейных изделий – 69,8 %, по ремонту автомашин – 35,2 %, по стирке белья – 94,9 %, по ремонту квартир – 87,3 %, по изготовлению и ремонту трико-

^IСм.: Некоторые основные результаты экономического эксперимента в области применения договорных форм организации труда и вопросы его дальнейшего развития. – Таллин, 1986. – С. 4.

тажных изделий — 57,8 %, по ремонту телевизоров и радио — 18,6 % и т.д. В то же время, как свидетельствуют многочисленные обследования, в зависимости от вида услуг это т.н. нелегальное обслуживание выполняет 40–50 % от общего объема бытовых услуг.

В-пятых, после перестройки структуры управления и создания производственных объединений в начале 1980-х годов в бытовом обслуживании все больше стало проявляться противоречие между индустриализацией производства по оказанию услуг и индивидуализацией потребностей в услугах. Если на первых этапах развития сферы обслуживания еще можно было ориентироваться на увеличение объемных показателей в услугах, что стимулировало развитие крупнопроизводственного подхода к службе быта, то в настоящее время на первый план выдвигается существенное улучшение качества и условий оказания бытовых услуг. В системе Минбыта ЭССР имеется 28 предприятий, которые должны оказывать приблизительно 800 видов услуг. Но по видам услуг примерно в половине случаев оказание услуг населению является убыточным.

Вышеуказанные причины и обусловили необходимость поиска новых нетрадиционных путей развития бытового обслуживания. Логическим продолжением явились и названные экономические эксперименты в бытовом обслуживании Эстонской ССР. Много полезной информации для обобщений дадут и эксперименты в Новосибирске, Ульяновске, Челябинске и в других регионах страны, а также опыт других социалистических стран.

При поиске нетрадиционных путей развития бытового обслуживания одним из основных направлений его совершенствования является совершенствование организационной структуры посредством новых мелких организационных форм бытового обслуживания. Анализ имеющегося опыта свидетельствует, что одним из наиболее узких мест при дальнейшем развитии бытового обслуживания является именно негибкость его организационных форм.

Хотя за последнее время проблемам мелкого производства в экономической литературе уделено достаточного много внимания, из-за их новизны многие вопросы остались на уровне постановки вопроса. Например, что считать мелким производством в системе бытового обслуживания? Использование тради-

ционных количественных показателей позволяет лишь констатировать, что в бытовом обслуживании Эстонской ССР доминируют крупные предприятия: из 28 предприятий в 24 из них число работающих превышает 300 человек и в 25 — объем оказываемых услуг выше 1 млн. рублей в год. В то же время в мировой практике мелким предприятием считают, как правило, семейное бытовое предприятие. Также не приемлемо использование количественного показателя — числа наемного персонала, как это делается в ряде стран. По всей видимости, необходимо искать ответ в качественном анализе работы предприятий бытового обслуживания, например, в исследовании внутренней организации производства, отделенности управленческих функций, способах оказания услуг и др.

Рассмотрим сложившуюся к настоящему времени организационную структуру в бытовом обслуживании Эстонской ССР. Как известно, основой формирования этой структуры являются три формы собственности: государственная, кооперативная и индивидуальная и соответствующие им организационные формы. Основной формой было и будет социалистическое предприятие бытового обслуживания. Как уже было сказано, в настоящее время в системе Минбыта ЭССР имеется 28 предприятий бытового обслуживания, которые выполняют 86 % от общего объема оказываемых услуг (в 1985 г.). В ходе экономического эксперимента были внедрены новые формы организации и стимулирования труда: во-первых, бригадные формы труда, при которых используется (на основе принципов хозрасчета) система оплаты по конечному результату по единому наряду и распределение общей суммы оплаты с использованием коэффициента трудового участия; во-вторых, договорная форма для коллективов или отдельных работающих предприятий бытового обслуживания. В этом случае фиксированная сумма от выручки передается предприятию бытового обслуживания, из которой в свою очередь определенная фиксированная часть идет на оплату труда (т.н. первая договорная форма); в-третьих, договорная форма для коллективов или работающих, на основе которой фиксированная часть выручки передается предприятию, а остальная часть остается непосредственно для оплаты труда (т.н. вторая договорная форма); в-четвертых, форма трудового участия для рабочих, служащих и инженерно-технических работников, работающих дополнительно вне их основного рабочего

времени; в-пятых, более широкое использование труда пенсионеров, инвалидов, домохозяек, студентов неполный рабочий день или неполную рабочую неделю; в-шестых, работа на дому. Из названных форм предпочтение отдается договорным формам труда. Если к концу первой половины 1985 г. на основе договоров работали 339 человек (из них по второй форме договора 261), к концу 1985 г. 692, то к концу 1986 г. таким образом работали уже 1600 человек. Наблюдается тенденция сокращения работающих по первой договорной форме и увеличение — по второй. Первую договорную форму используют 10, вторую — все 28 предприятий бытового обслуживания. По расчетам автора, по договорам работают 9 % работающих, причем доля работающих по договору в общем объеме реализованных услуг превышает уже 12 %. Рентабельность у работающих по договорной форме превышает нормативные показатели, составляя более 15 %. Последнее является необходимым условием заключения договора.

За последние годы увеличилось также число зарегистрированных в финансовых органах работающих на дому — с 400 в 1980 году до 757 в марте 1985 г. С учетом принятия закона "Об индивидуальной трудовой деятельности" можно говорить о новом подходе к этой сфере экономической деятельности. Согласно статье 17 Конституции СССР, индивидуальная трудовая деятельность разрешалась и ранее, но действующее законодательство и общее отношение к ней не способствовали развитию этой формы трудового участия, что создало почву для нелегальной деятельности. Подавляющее большинство работающих на дому не желает вступить в договорные отношения с предприятием бытового обслуживания. Проведенное в 1983 г. их анкетирование Институтом бытового обслуживания ЭССР показало, что 70 % из них отрицательно относятся к предложениям о вступлении в договорные отношения с предприятием бытового обслуживания. Следовательно, актуальным является правовое регулирование экономических отношений в этой сфере деятельности. Согласно указанному опросу, только 11,5 % из опрошенных не хотели бы оказывать индивидуальные услуги, но договорных отношений с предприятием бытового обслуживания не желали 78,6 % респондентов. Препятствиями, мешающими развитию оказания услуг в индивидуальном порядке, считают плохую рекламу (42,1 % респондентов), сложности де-

лопроизводства с финансовыми органами (40,8 %), нехватку материалов и оборудования (42,5 %), большие налоги (31,0 %), невысокий престиж индивидуального обслуживания (14 %) и т.д. В то же время нелегально работающие оказывают практически все виды услуг, поскольку в официальном порядке такие услуги не оказываются (23,9 %), качество услуг там выше (26,7 %), обслуживание более вежливое (22,4 %), сроки более короткие (42,2 %), ближе к месту жительства (21,2 %). Таким образом, предпосылки и потребности использования индивидуальных форм оказания услуг в бытовом обслуживании имеются. Необходимо создать систему по организации, управлению и контролю за их трудом. Нецелесообразно сосредоточить всю сферу обслуживания в ведение одного ведомства (например, в подчинение Министерства бытового обслуживания), с другой стороны, при развитии индивидуальной трудовой деятельности в сфере услуг финансовым органам оказывается не под силу контроль и управление всей ее системой. Самостоятельной проблемой является еще проверка профессионального мастерства работающих в индивидуальном порядке в сфере услуг. Пока не требуется со стороны работающих доказательство своих навыков и умений, но неправомерно также допустить, чтобы услуги оказывались, так сказать, под риск. Расширение сферы индивидуальной трудовой деятельности потребует, наверняка, создание специального органа управления этой деятельностью, например, союза мелких производителей, в компетенцию которого входит контроль за квалификацией членов союза.

Только на начальной стадии находится создание кооперативов по оказанию услуг. Первый такой кооператив Минбыта ЭССР "Комплекс" был создан в феврале 1987 г. Этот кооператив специализируется на оказание строительных услуг.

Таким образом вся потребность в услугах удовлетворяется предприятиями системы Министерства бытового обслуживания ЭССР, подразделениями других ведомств, оказывающих те или иные услуги населению, зарегистрированными в финансовых органах работающими на дому, нелегальным бытовым обслуживанием и традиционным самообслуживанием. Какая часть из них принадлежит к мелкому производству? По нашему мнению, это договорные формы, кооперативы по оказанию услуг, индивидуальная трудовая деятельность и та часть традиционного самообслуживания, которая выполняется вне семьи с помощью

организованного обслуживания (например, самообслуживание в автотехстанциях). О нелегальном бытовом обслуживании можно говорить только в аспекте сокращения сферы его влияния и в перспективе его ликвидации. В определенной мере традиционное самообслуживание остается, по крайней мере в ближайшем будущем, в компетенции каждой отдельной семьи.

Рассмотрим критерии, на основе которых можно отделить мелкие организационные формы бытового обслуживания от крупных. Во-первых, это относительная самостоятельность по отношению к указаниям от вышестоящих органов (все условия оговорены до начала работы или в договоре, или они известны, и в течение рабочего периода их менять уже нельзя), которая сопровождается полной самокупаемостью, хозрасчетом. Ни одна из этих организационных форм не может существовать в условиях убыточности, причем условием их существования можно считать повышенные показатели (например, превышение нормативного уровня рентабельности в системе Минбыта). При невыполнении этих условий договор или разрешение на работу может быть признаны недействительными или не будут продлены на последующий период. Во-вторых, при всех этих формах работа возможна и по совместительству или в форме т.н. вторичной занятости. В нашей республике, с учетом напряженного баланса трудовых ресурсов, это направление (развитие мелких форм) должно основываться именно на развитии вторичной занятости. В-третьих, в этих формах имеется определенная свобода для внутренней организации производства: определение времени работы и ее объема, распределение труда (включая выделение управленческих функций), использование договорных цен и определенная свобода в реализации продукции (услуг).

При развитии мелких организационных форм бытового обслуживания необходимо учитывать следующие обстоятельства:

1. Проявление определенной стихийности в развитии бытового обслуживания. В перспективе необходимо преимущественное развитие определенных видов услуг (путем предоставления дополнительных договоров или разрешений). Иначе будет более быстрое развитие прибыльных видов (причем не всегда самых необходимых) услуг. Только при превышении предложения над спросом будет действовать механизм саморегуляции и сформируются оптимальные пропорции между отдельными видами услуг.

Исходя из этого, крайне важна выработка организационных структур по отраслям бытового обслуживания, учитывающая их специфику.

2. Система налогообложения и займов должна обеспечить контроль над доходами работающих и их определенное соотношение с доходами работающих в других отраслях народного хозяйства, чтобы предотвратить отток рабочей силы и негативные социальные явления. Одновременно нельзя бояться того, что при более высоком трудовом вкладе доходы работающих будут выше среднего.

3. Необходимо предотвратить нерациональное, с точки зрения всего народного хозяйства, использование трудовых и материальных ресурсов. В отношении трудовых ресурсов, как было сказано, необходимо отдать предпочтение вторичной занятости, а снабжение материальными ресурсами должно быть организовано на законных основаниях (прокат, право на приобретение списанного оборудования, покупка материалов и др.). Иначе развитие мелкого производства ведет к нецеленаправленному использованию социалистической собственности.

4. Необходимо предотвратить всякие проявления кампании при развитии мелких организационных форм.

Решение названных проблем должно проходить по трем направлениям. Во-первых, правовые аспекты, которые создадут, с одной стороны, основу для развития мелкого производства и, с другой, обеспечат уверенность и стабильность мелким производителям. Меры экономического порядка должны обеспечить жизнеспособность этой экономической сферы (как через ограничения, так и через стимулы), ее результативность. Меры идеологического порядка должны обеспечить соответствующий социализму социально-психологический климат.

Из причин, требующих развития мелкого производства в сфере услуг, можно назвать следующие:

1. Современное крупноорганизованное бытовое обслуживание не может полностью удовлетворить все возрастающую и дифференцированную потребность населения в услугах.

2. Объем бытовых услуг необходимо увеличить в условиях ограниченности производственных и иных ресурсов. Мелкое производство не претендует на дополнительные ресурсы,

оно должно в основном базироваться на незанятой части трудоспособного населения или на вторичной занятости. Аналогично необходимо ориентироваться и на материальные ресурсы, не использованные в крупном производстве, а также и на привлечение личной собственности.

3. Основой мелкого производства является полный хозяйственный расчет.

4. Бытовому обслуживанию свойственно индивидуальное производство, которое в значительной степени базируется на ручном труде. С точки зрения качества труда разделение его не имеет столь большого значения, последнее в большинстве случаев даже нецелесообразно, а также концентрация труда не дает особого эффекта.

5. Мелкое производство может обеспечить большую индивидуальность труда и более высокое его качество в результате непосредственного контакта заказчика с исполнителем.

6. Для спроса характерна определенная неритмичность, колебания во времени и в пространстве. Потребность в ресурсах бытового обслуживания необходимо определить на основе периода наивысшего спроса. Но если создание резервов материальных ресурсов теоретически еще возможно, то формировать резервы рабочей силы нельзя. Именно этот дополнительный спрос на услуги и может покрывать мелкое производство за счет незанятого в народном хозяйстве контингента населения, а также за счет вторичной занятости населения.

7. С помощью мелких предприятий бытового обслуживания можно оптимально разместить пункты приема и оказания услуг населению, особенно в сельской местности, в небольших населенных пунктах, где соответствующая потребность невысока или распределяется неравномерно в течение года, месяца и т.д. Они имеют значение даже в новых микрорайонах крупных городов, где развитие социальной инфраструктуры отстает от темпов жилищного строительства.

8. Одним из преимуществ мелкого производства является и то, что оно более склонно к выполнению таких работ, которые невыгодны для крупных предприятий. К примеру, последние часто предпочитают ремонту замену деталей, что в итоге ведет вместо экономии к расходованию средств как населения, так и всего народного хозяйства.

9. Развитие мелкого производства в сфере бытового обслуживания создает условия для исчезновения нелегальной деятельности в этой сфере.

10. Целесообразность развития мелкого производства связана также с рядом социально-психологических аспектов - таких, как возможность большего самовыражения, проявления способностей и склонностей в трудовой деятельности, повышение заинтересованности в конечных результатах труда.

11. Мелкому производству характерны лучшие условия обслуживания - доступность, быстрое выполнение заказов, более высокая культура обслуживания и т.д.

Споры о необходимости развития мелкого производства (в том числе и в бытовом обслуживании) затихают. В настоящее время перед экономистами стоит задача, как использовать возможности этого сектора экономики в целях лучшего удовлетворения потребностей населения, в том числе и в услугах. Это является составной частью программы повышения благосостояния населения, выработанной на XXVI съезде КПСС.

M. Link

Problems of Small-scale Production in Consumer Services

Abstract

In this article the problems of optimal proportions of large-scale and small-scale production in consumer services are observed.

At present large-scale enterprises are characteristic of the system of consumer services. Lately interest in small production has increased. For consumer services as a branch of high labour content the use of small-scale production is economically beneficial and perspective.

ИДЕАЛЬНАЯ МОДЕЛЬ БАЗЫ ДАННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ
БЫТОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

В двенадцатой пятилетке будет организовано массовое производство персональных ЭВМ. Общее количество таких машин в нашей стране может в следующей пятилетке достигнуть такого уровня, что их широкое использование в бытовом обслуживании станет реальностью. На первых порах доступными будут персональные ЭВМ первого уровня, имеющие оперативную память 64 килобайта. В дальнейшем будут доступны также персональные ЭВМ второго уровня с оперативной памятью до одного мегабайта. Уже сейчас имеются примеры использования таких мощных персональных ЭВМ на некоторых промышленных предприятиях. Авторы настоящей статьи ознакомились с опытом и перспективами использования таких мощных персональных ЭВМ.

Под влиянием этого знакомства родилась идея формирования идеальной базы данных предприятия. Отсутствие общей модели не может не привести к созданию комплекса программ, отдельные части которых трудно стыкуются. Могут ли такую модель создать специалисты вычислительной техники без участия специалистов бытового обслуживания? Такие попытки не могут быть плодотворными. Надо искать целесообразные пути сотрудничества специалистов обоих направлений.

На первом этапе такого поиска речь должна идти о постановке простейших задач для персональных ЭВМ первого уровня. Лишь после приобретения некоторого опыта в постановке взаимосвязанных задач человек начинает осознавать необходимость в создании какой-то общей базы данных. Если поставить целью сразу же объяснять все на уровне обработки баз данных, практическое осуществление которых в ближайшие годы еще нереально, то это неминуемо приведет к потере ин-

интереса читателя. По этой причине вводная часть настоящей статьи рассматривает обстоятельства, характерные для периода, предшествующего появлению первой персональной ЭВМ на предприятиях бытового обслуживания.

На каждом предприятии должен быть хотя бы один человек, которому поручено следить за всеми новыми возможностями использования ЭВМ. Сразу надо оговориться - на первых порах не следует стараться использовать персональную ЭВМ для совершенствования делопроизводства. Этих машин все равно не будет столько, чтобы преобразить сразу всю организацию делопроизводства. Прогресс на отдельном участке может потерять свое значение, если на соседнем участке все остается без изменения.

В сравнении с этими ограничениями возможности использования персональной ЭВМ как средства усиления эффективности мышления человека поистине безграничны. Прежде всего это касается подготовки управленческих решений. Проблема обостряется, когда возникает многовариантность в процессе принятия управленческого решения.

Какая конкретная задача может представлять наибольший интерес для решения на этапе приближения к персональной ЭВМ? С точки зрения познавательного интереса наиболее целесообразно сосредоточиться на приобретении опыта выполнения имитационного моделирования. Принцип такого моделирования очень прост, надо постараться получить ответ на два вопроса:

- 1) насколько изменятся выходные параметры процесса, если в определенных пределах менять входные параметры;
- 2) насколько надо менять входные параметры, чтобы получить желаемые выходные параметры.

В то время, когда готовилась эта статья внимание всех работников различных отраслей народного хозяйства было сосредоточено на реорганизации условий оплаты труда некоторых категорий работников. Главная особенность этой реорганизации состоит в том, что средства для повышения тарифных ставок и должностных окладов должны обеспечиваться самими предприятиями.

Предприятие получит возможность изменить расчетные условия отдельным категориям работников. Чтобы фонд зар-

платы не превысил допустимый уровень, надо идти на определенных участках на сокращение численности работников. Как найти эти участки при большом множестве объектов? Здесь имитация на ЭВМ может оказать большую услугу важному делу.

Для проверки нашей идеи мы посетили одно периферийное предприятие бытового обслуживания на острове, где общие перспективы получения персональной ЭВМ заметно меньше, чем в больших промышленных центрах и сельскохозяйственных районах. На вопрос, имеются ли на острове персональные ЭВМ, вначале никто не сумел ничего ответить. Но скоро выяснилось, что одна персональная ЭВМ уже имеется на одном предприятии. С помощью специалистов этого предприятия было рассмотрено несколько вариантов задач. Наиболее простой вариант предусматривал создание файла со следующей структурой записи:

- код профессии,
- признак профессий,
- наименование профессий,
- разряд или категория,
- ставка,
- первый фактор премирования,
- второй фактор премирования,
- третий фактор премирования,
- количество людей.

Проводя диалог с ЭВМ, человек может менять расчетные условия - ставки и количество занятых в данной профессии. Сама постановка этой проблемы подсказала путь более детального решения. В условиях интенсивного развития приходится вести расчет на каждого человека. Люди могут временами брать без сохранения заработной платы отпуск, работать на полставки. Часть зарплаты работника, находящегося в отпуске без сохранения заработной платы, надо распределять между другими работниками. В этом случае запись файла будет иметь следующую структуру:

- код рабочего,
- фамилия рабочего,
- код профессии,
- количество запланированных часов работы в данном месяце.

Обработка такого файла позволит получить уже значительно более точную картину о резервах экономии фонда зарплаты.

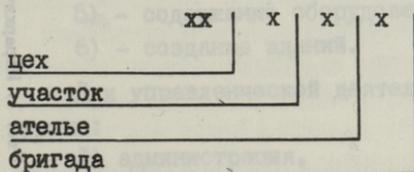
После приобретения некоторого опыта по созданию и обработке указанных файлов предлагается перейти на решение более емкой и в то же время универсальной задачи по расчету показателей подразделений предприятия бытового обслуживания. Замысел задачи сформировался у авторов в связи с попыткой найти некоторую общую основу для будущего развития идей бригадного хозрасчета.

Необходимой универсальности задачи можно достичь лишь при использовании понятия фиктивного подразделения. Это позволит значительно уменьшить количество типов инфообъектов предприятия бытового обслуживания. Фиктивность не будет отражаться в выходных документах. Там будут фигурировать обычные наименования.

Приведем примеры фиктивных обозначений:

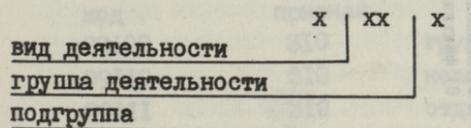
- фиктивный цех - аппарат управления предприятием;
- фиктивный участок - группы отделов в аппарате управления;
- фиктивное ателье - отдел в аппарате управления;
- фиктивная бригада - группа сотрудников в отделе.

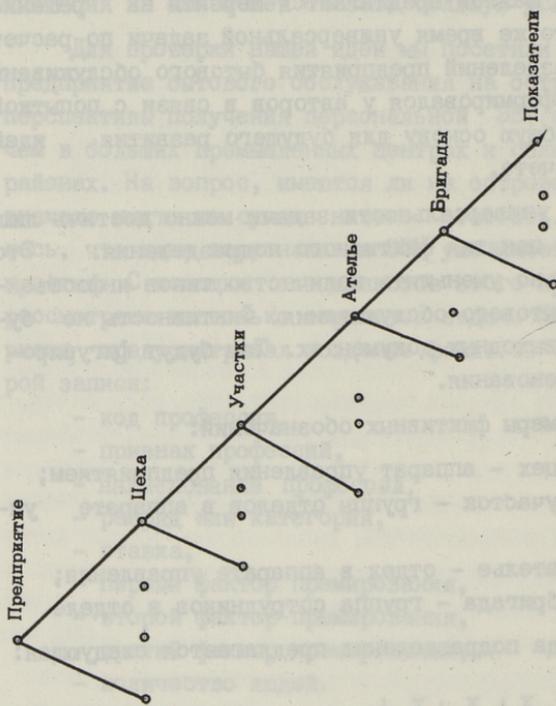
Структура кода подразделения предлагается следующая:



Может возникнуть вопрос, зачем выделять для обозначения кода цеха два знака. Речь идет не только о цехах основной деятельности. Здесь должны найти свое отражение все подразделения, которые хотя и не называются цехами, но находятся на первом уровне подчинения.

Структура признака подразделения:





Показатели:

- 1) плановая реализация,
- 2) фактическая реализация,
- 3) плановая численность работников,
- 4) фактическая численность работников,
- 5) плановый фонд заработной платы,
- 6) фактический фонд заработной платы.

Рис. 1. Иерархическая схема формирования основных показателей подразделений бытового обслуживания.

Предлагается три вида деятельности:

- 1) основная деятельность - бытовое обслуживание;
- 2) вспомогательная деятельность;
- 3) управление.

В этой классификации еще не все отработано. Пример предлагается лишь для обсуждения. Трудно провести четкую границу между всеми типами объекта. Подразделения управления находятся во всех подразделениях основной деятельности. В то же время основная деятельность вклинивается и в область управления. Это проявляется на примере комплексных приемных пунктов. Эти пункты находятся в подчинении диспетчерского бюро, которое по существу является фиктивным участком фиктивного цеха - аппарата управления. В состав комплексного приемного пункта могут входить отдельные работники, выполняющие заказы на месте.

Обозначение групп и подгрупп основной деятельности должно совпадать с общесоюзной классификацией.

Для вспомогательной деятельности предлагаются следующие группы:

- 1) - транспорт,
- 2) - складское хозяйство,
- 3) - ремонт оборудования,
- 4) - ремонт зданий,
- 5) - содержание оборудования,
- 6) - создание зданий.

Для управленческой деятельности предлагаются следующие группы:

- 1) администрация,
- 2) планирование,
- 3) организация труда,
- 4) учет,
- 5) диспетчеризация,
- 6) инженерно-эстетическое обеспечение основной деятельности.

Примеры обозначений:

код	признак	содержание
99100	310	группа подчиненных отделов
99110	310	непосредственно директору
99111	310	отдел кадров

код	признак	содержание
99III	310	инспектор по кадрам
99200	370	группа отделов, подчиненных непосредственно главному инженеру,
99000	300	аппарат управления в целом
01000	100	первый цех в целом,
01900	300	аппарат управления первого цеха
01100	100	первый участок первого цеха
01110	110	первое ателье того же участка, обувное обслуживание
01111	111	первая бригада того же ателье,
01112	112	вторая бригада, ремонт обуви,
80000	220	центральный склад предприятия

Имея такую структуру данных, каждый желающий может составить несколько простейших программ для имитационного расчета. При выполнении этой работы ее исполнитель может уже осознать т.н. фактор избыточности данных. Это будет его первым шагом к проблематике баз данных.

В чем отличие обработки данных на уровне отдельных файлов и на уровне единых баз данных?

Файлом называем снабженную именем логически связанную совокупность данных на внешнем носителе. Ввод и вывод данных происходит по отдельным записям файлов. Операции ввода являются наиболее медленными операциями в вычислительном процессе. Многократные обращения к внешней памяти значительно замедляют весь процесс обработки данных. При обработке баз данных в основную память вводится сразу вся совокупность данных, необходимых для решения целого комплекса задач. Если не удастся разместить сразу всю базу, то придется ее дробить на отдельные части так, чтобы все одновременно используемые данные были в оперативной памяти.

Чем больше задач будут решать с помощью ЭВМ, тем больше будет давать о себе знать возрастающая избыточность информации.

Структура данных, используемых при решении других задач, может значительно отличаться от необходимой структуры для данной задачи. Это обстоятельство вносит значительные помехи в процесс программирования. Порой проще создать

новый файл, нежели использовать данные из файлов, созданных исходя из требований других задач. В таком случае возникает проблема одновременности изменений одних и тех же данных в разных файлах.

Работа позволяет решить перечисленные и другие проблемы на уровне баз данных, при которой между структурой обработки и структурой хранения нет жесткой связи. Доступ ко всем данным осуществляется определенной системой поиска. В базе данных не может быть двух одноименных инфообъектов.

Имеется два типа баз данных:

- 1) с древовидной структурой,
- 2) реляционного типа.

Первый тип имеет пока более широкое распространение, поскольку он может быть реализован на ЭВМ с меньшим объемом оперативной памяти. По мере роста вычислительных возможностей новых ЭВМ будут расти перспективы применения баз данных реляционного типа. Главным преимуществом этого типа баз данных является хорошая обзорность манипуляции данными. Рассмотрим структуру некоторых реляционных объектов приведенной на рисунке модели базы данных предприятия бытового обслуживания.

БЫТ	корень базы
НАИМ	наименование предприятия
ДИР	фамилия директора

Реляционный объект БЫТ не имеет алгоритмического значения. Он используется для хранения реквизитов предприятия, а также необходимых констант, например, тарифных коэффициентов.

БРЕС	вид ресурса
КОД	общий код
ВКОД	код вида
НАИМ	наименование вида

Пример:

1	ОСНОВНЫЕ СРЕДСТВА	
2	ОБОРОТНЫЕ СРЕДСТВА	
ГРЕС		группа ресурсов
КОД		
ВКОД		
ГКОД		код группы
НАИМ		

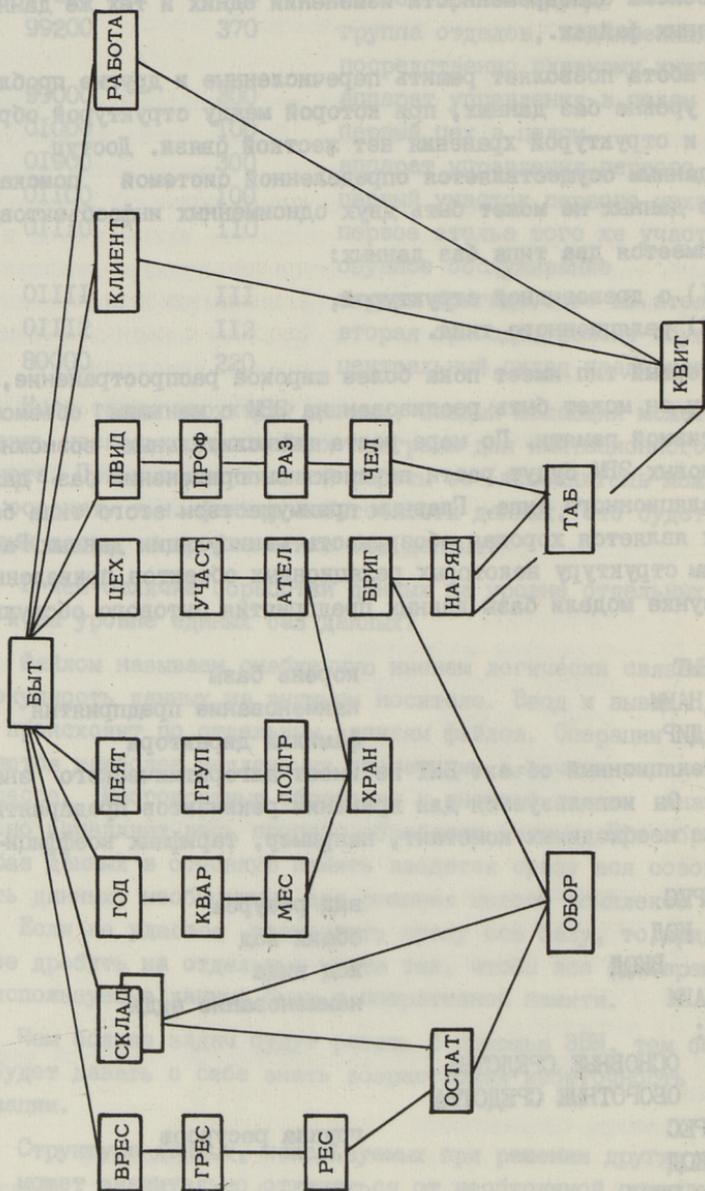


Рис. 2. Идеальная модель базы данных предприятия бытового обслуживания.

Пример:

101	ЗДАНИЯ	
201	МАТЕРИАЛЫ	
РЕС		ресурс
КОД		
ВКОД		
ГКОД		
РКОД		код ресурса
НАИМ		
ПРИЗ		признак
ЦЕНА		единица измерения
СУМ		свободный член для хранения при необходимости результата промежуточного расчета
СКЛАД		
КСД		код склада
ПОД		код подчинения
НАИМ		
ПРИЗ		признак склада

Признаки складов:

01	- склад материалов	
02	- склад топлива	
03	- склад запасных частей	
04	- склад полуфабрикатов	
05	- склад готовой продукции	
06	- фиктивный склад, действующее оборудование	
07	- фиктивный склад, эксплуатируемое здание	
08	- фиктивный склад - задолженность поставщику	
09	- фиктивный склад - счет получателя	
10	- фиктивный склад - расчетный счет в банке	
11	- фиктивный склад - класс предприятия	
ОСТАТ		остаток ресурса на складе
КОЛ		количество
ОБОР		оборот ресурса
НОМ		номер документа
ДАТА		признак документации
ПРИЗ		
КОЛ		сумма оборота

ЦЕХ		
КОД		общий код
ЦКОД		код цеха
ПРИЗ		признак цеха
НАИМ		наименование цеха
УЧАСТ		
КОД		
ЦКОД		код цеха
УКОД		код участка
ПРИЗ		признак участка
НАИМ		наименование участка
АТЕЛ		
КОД		
ЦКОД		код цеха
УКОД		код участка
АКОД		код ателье
ПРИЗ		признак ателье
НАИМ		наименование ателье
БРИГ		
КОД		
ЦКОД		код цеха
УКОД		код участка
АКОД		код ателье
БКОД		код бригады
ПРИЗ		признак бригады
НАИМ		наименование бригады
РАБ		плановое количество работников
ЗАР		плановый фонд зарплаты
МАТ		плановая сумма стоимости материалов
ДЕН		плановые денежные расходы
АМОР		плановая сумма амортизации
НАРЯД		
ПРИЗ		признак наряда
НОМ		номер наряда
ДАТА		
СУМ		сумма по наряду
ТАБ		
ЧАС		количество отработанных часов
КОЭФ		коэффициент трудового участия

ПВИД	
КОД	
ВКОД	код вида профессии
НАИМ	наименование вида
ПРОФ	
КОД	
ВКОД	код вида профессии
ПКОД	код профессии
ПРИЗ	признак профессии
НАИМ	наименование профессии
РАЗ	разряд или градация должности
КОД	
ВКОД	кода вида профессии
ПКОД	код профессии
РКОД	код разряда
РУБ	ставка за единицу времени
ЧЕЛ	работник
КОД	
ВКОД	код вида профессии
ПКОД	код профессии
РКОД	код разряда
ЧКОД	код человека
ФАМ	фамилия
ПРОШЛ	заработок за прошлый месяц
АВАН	начислен аванс
ИСЛ%	процент по исполнительному листу
КРЕД	месячный взнос по кредиту
ПРОФ	член профсоюза
НАЛОГ	признак начисления подоходного налога
ДЕТ	признак начисления налога за бездетность
ПРЕМ 1%	% премии по первому признаку
ПРЕМ 2%	% премии по второму признаку
ПРЕМ А	сумма премии по признаку А
ПРЕМ Б	сумма премии по признаку Б

ДЕЯТ	вид деятельности
КОД	
ВКОД	код вида деятельности
ГКОД	код группы
ПКОД	код подгруппы
НАИМ	наименование вида
ГРУП	группа деятельности
КОД	
ВКОД	код вида деятельности
ГКОД	код группы деятельности
НАИМ	
ХРАН	данные для долговременного хранения
РЕАЛ	реализация
РАБ	количество работающих
ЗАР	фонд зарплаты
СУМ	сумма затрат
КЛИЕНТ	
КОД	
ФАМ	фамилия
АДР	адрес клиента
РАБОТА	
КОД	
ПРИЗ	
НАИМ	
ЕД	единица измерения
ЦЕНА	тариф или расценка
КВИТ	квитанция
НОМ	номер
ДАТА	
СУМ	стоимость выполненной работы

Подробное описание схемы обработки данных базы не может уместиться в рамки этой статьи. Приведем лишь пример расчета фактического фонда заработной платы иерархической лестницы подразделений предприятия.

$$\Phi_{\text{ПРЕД}} = 0;$$

$$A1: \text{ВСЕ ЦЕХ};$$

$$\Phi_{\text{ЦЕХ}} = 0;$$

$$A2: \text{ВСЕ УЧАСТ};$$

$\PhiУЧАС = 0;$
 А3: ВСЕ АТЕЛ;
 $\PhiАТЕЛ = 0;$
 А4: ВСЕ БРИГ;
 $\PhiБРИГ = 0;$
 А5: ВСЕ НАРЯД;
 $\PhiБРИГ = \PhiБРИГ + НАРЯД СУМ$
 КОНЕЦ А5;
 $\PhiАТЕЛ = \PhiАТЕЛ + \PhiБРИГ;$
 КОНЕЦ А4;
 ХРАН В АТЕЛ;
 КОНЕЦ А3
 $\PhiУЧАТ = \PhiУЧАС + \PhiАТЕЛ;$
 КОНЕЦ А2;
 $\PhiЦЕХ = \PhiЦЕХ + \PhiУЧАС;$
 КОНЕЦ А1;
 $\PhiПРЕД = \PhiПРЕД + \PhiЦЕХ$

Из приведенного примера видно, что нет необходимости хранить цифровые данные подразделений, расположенных выше первичного уровня. Все первичные данные касаются лишь текущего месяца. В течение трех месяцев сохраняются данные ателье. После этого должна быть выполнена операция уплотнения данных в квартальном разрезе. В течение пятилетки должны сохраняться лишь итоговые показатели по годам работы ателье.

Заключение

Работа по составлению идеальной модели базы данных предприятия бытового обслуживания продолжалась в течение длительного времени. Были составлены различные варианты модели. При каждом новом варианте не сразу удавалось найти целесообразную структуру реляционных объектов и все связи между этими объектами. Расширение круга решаемых задач потребует ввода в структуру объектов новых элементов. Идеализированная целостная модель базы данных предприятия бытового обслуживания может быть полезной для тех, кто приступит к решению более узких практических задач.

Ideal Model of Data Base of Service
Enterprises

Abstract

A description of the ideal model of data base is given. The model consists of 26 objects of relation. The structure of the object and the scheme of data manipulation are also given.

С о д е р ж а н и е

1. А.-А.П. Рейсенбук. Совершенствование хозяйственного механизма как предпосылка повышения качества товаров и услуг..... 3
2. А.А. Камратов. Развитие платных услуг в высших учебных заведениях. 22
3. К.Ю. Малмстейн, Р.Х. Малмстейн. О понятии эффективности в бытовом обслуживании населения..... 34
4. Р.Р. Лумисте. Некоторые возможности увеличения ориентированности на потребителя в бытовом обслуживании..... 41
5. М.Л. Линк. Пути совершенствования автотехнического обслуживания в Эстонской ССР..... 57
6. М.Л. Линк. Проблемы мелкого производства в бытовом обслуживании. 64
7. П.Р. Лагеда, Э.А. Лагеда. Идеальная модель базы данных предприятий бытового обслуживания..... 74



№ 64I

TALLINNA POLÜTEHNILISE INSTITUUDI TOIMETISED

ТРУДЫ ТАЛЛИНСКОГО ПОЛИТЕХНИЧЕСКОГО ИНСТИТУТА

ПРОБЛЕМЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СФЕРЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ

Труды экономического факультета LXI

УДК 9(2)442.0-80I

Совершенствование хозяйственного механизма как предпосылка повышения качества товаров и услуг.

Рейсенбук Х.-А.П. - Труды Таллинского политехнического института, 1987, № 64I, с. 3-2I

В статье освещены закономерности функционирования хозяйственного механизма управления экономикой как предпосылки повышения качества товаров и услуг. Вопросы совершенствования хозяйственного механизма связывают с совершенствованием хозяйственного расчета, ценообразования и возникающей на этой основе потребности информационного обеспечения потребителемскими оценками. Рассматривается влияние внешней социально-экономической среды на формирование поведенческих факторов, реализуемых в качестве труда; на эффективность стимулов качества труда.

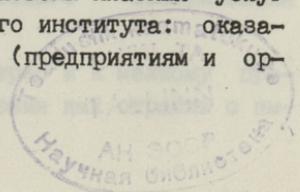
Таблиц - I, рисунков - 3, библиографических наименований - I8.

УДК 658.5I3

Развитие платных услуг в высших учебных заведениях.

Камратов А.А. - Труды Таллинского политехнического института, 1987, № 64I, с. 22-33.

В статье рассматривается проблема построения системы оказания платных услуг высшими учебными заведениями. Предлагается один теоретический вариант системы платных услуг на примере Таллинского политехнического института: оказание консультационных услуг населению (предприятиям и ор-



ганизациями); оказание платных услуг населению совместно с другими министерствами и ведомствами.

Выработаны основные принципы хозяйственного механизма оказания вузами платных услуг.

Таблиц - I, рисунков - 2, библиографических наименований - 6.

УДК 658.513

О понятии эффективности в бытовом обслуживании населения. Малмстейн К.Ю., Малмстейн Р.Х. - Труды Таллинского политехнического института, 1987, № 64I, с. 34-40.

В статье рассматриваются проблемы определения социальной и социально-экономической эффективности бытового обслуживания населения. Учитывая своеобразие результатов и затрат труда в неприпроизводственной сфере, необходимо сформулировать специфическое для нее понятие эффективности.

В настоящее время эффективность бытового обслуживания оценивается по критерию отраслевой внутрипроизводственной эффективности. На базе данных социологических обследований населения можно сделать вывод, что сейчас общественное мнение о бытовом обслуживании довольно низкое, поэтому удовлетворение спроса направлено в сторону самообслуживания или пользования услугами частных лиц. Следовательно, перед бытовым обслуживанием стоит сложная задача - повысить качественный уровень до способности формировать потребности населения в нужном для общества направлении. Критерием оценки деятельности отрасли должна быть социальная эффективность. По мнению авторов, социальная эффективность выражается через степень удовлетворенности населения, и критерием социально-экономической эффективности бытового обслуживания является степень удовлетворенности населения при оптимальном использовании имеющихся ресурсов.

Библиографических наименований - 10.

УДК 9(2)442.0-801

Некоторые возможности увеличения ориентированности на потребителя в бытовом обслуживании. Лумисте Р.Р. - Труды Таллинского политехнического института, 1987, № 64I, с. 4I-56.

В статье рассматривается влияние планирования на развитие бытового обслуживания. Рекомендуется усовершенствовать планирование с целью увеличения ориентированности на потребителя. Анализируются факторы, влияющие на качество бытовых услуг и рассматривается роль потребителя в процессе образования качества услуг.

Библ. наименований - 14.

УДК 9(2)442.0-801

Пути совершенствования автотехнического обслуживания в Эстонской ССР. Линк М. - Труды Таллинского политехнического института, 1987, № 64I, с. 57-63.

В статье анализируется состояние системы технического обслуживания и ремонта автомобилей населения в Эстонской ССР. Рассматриваются новые формы обслуживания. На основе проведенного в статье анализа рекомендуются пути совершенствования организационных форм технического обслуживания и ремонта автомобилей населения.

Таблиц - 2, библ. наименований - 4.

УДК 9(2)442.0-801

Проблемы мелкого производства в бытовом обслуживании. Линк М. - Труды Таллинского политехнического института, 1987, № 64I, с. 64-73.

В статье рассматриваются проблемы оптимальных соотношений между мелким и крупным производством в бытовом обслуживании населения.

В настоящее время для системы бытового обслуживания характерны крупные предприятия.

В последнее время повышается интерес и к мелкому производству. Бытовое обслуживание населения как отрасль с вы-

сокой степенью трудоемкости относится к числу таких отраслей, где использование мелкого производства является экономически целесообразным и перспективным.

УДК 658.513

Идеальная модель базы данных предприятий бытового обслуживания. Лагеда П., Лагеда Э. - Труды Таллинского политехнического института, 1987, № 64I, с. 74-88.

Показывается общий характер будущего развития машинной обработки данных предприятия бытового обслуживания. Для эффективного решения проблемы необходимо ориентироваться на уровень обработки единой базы данных предприятия. Это будет возможным лишь при получении персональных ЭВМ второго уровня. Оперативная память таких машин уже сейчас достигает одного мегабайта.

В предложенной модели базы данных имеется 26 реляционных объектов. Показана рекомендуемая структура этих объектов.

Приведена принципиальная схема расчета конкретных показателей.

Рисунков - 2.

EESTI AKADEEMILINE RAAMATUKOGU



1 0200 00082379 3

Цена 90 коп.