

*Демченко Е.В., Флерко С.Л.  
БГЭУ (Минск)*

## **ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПРИОРИТЕТА ТОВАРОВ ДЛИТЕЛЬНОГО ПОЛЬЗОВАНИЯ**

Разработка перечня требований и определение состава потребительских свойств зависят от назначения изделий и выполняемых ими потребительских функций. Наиболее обширный и вместе с тем сложный круг требований предъявляется к товарам длительного пользования. Можно выделить ряд признаков, которые наиболее существенно сказываются на формировании требований к ассортименту и качеству товаров длительного пользования.

Образ жизни - наиболее общая социальная характеристика жизнедеятельности обширных групп населения, включая как специфические социальные показатели, так и характеристики способа жизнедеятельности и организации труда. Данная характеристика требует учета потребительских требований отдельных групп населения, предъявляемых к ассортименту и качеству товаров.

Уровень образования и квалификация потребителей также оказывают значительное влияние на определение требований к изделиям. В одних случаях при потреблении товаров длительного пользования необходимы лишь самые элементарные знания и навыки, а в других их использование предполагает необходимость проведения специальной подготовки, причем уровнем профессиональной квалификации потребителей зачастую определяется ассортиментный ряд данных товаров.

Культурные запросы потребителей существенным образом сказываются на требованиях, предъявляемых к изделиям различных групп. Это, в свою очередь, обуславливает необходимость группировки потребителей в соответствии со сложившимися местными и национальными традициями, с учетом их отношений к товарам длительного пользования, с характерными требованиями стиля, моды, престижа, социально-психологическими установками, выделяющих среди потребителей «лидеров и аутсайдеров», «новаторов и консерваторов» и т.п.

Еще одним важным признаком группировки потребителей товаров длительного пользования служат социально-экономические факторы, в числе которых важное место занимает показатель, позволяющий выявить потребность в изделиях различного потребительского класса и находящий отражение в ценах на эти изделия. С одной стороны, класс изделия определяется техническими возможностями производства или достигнутой полнотой удовлетворения потребности данной группы потребителей, а с другой, — ценой изделия, возрастающей с повышением его сложности и качества. Поэтому для отдельных групп потребителей должны быть установлены разумные комбинации потребительских свойств, качества и цены, которые в совокупности определяют разделение изделий определенного вида на несколько потребительских классов для всестороннего удовлетворения потребностей различных групп населения.

Существенными характеристиками, определяющими потребительские свойства товаров длительного пользования, являются также среда, условия и способы потребления. В зависимости от того, где и в каких конкретных условиях потребляются данные товары, разрабатываются их ассортиментные разновидности. Состав требований групп потребителей к товарам длительного пользования различен и эти различия должны учитываться при характеристике потребительских свойств и разработке их оптимальных номенклатурно-ассортиментных рядов.

Можно выделить два подхода к изучению потребностей. Первый заключается в познании объективных законов развития общественных потребностей, которая дает возможность заранее предвидеть, какая структура потребления и производства в будущем окажется для общества более эффективной.

Второй подход состоит в изучении субъективных форм проявления объективных законов развития потребностей. При этом составляются прогнозы развития потребностей на основе изучения реального поведения потребителей с последующим агрегированием полученных данных.

С этой целью изучаются оценки отдельными потребителями системы предпочтений, а также планы покупок на будущее, спрос на отдельные товары и услуги и его изменение под воздействием различных факторов, величина имущества населения, структура и объем реализованных товаров и услуг.

Наиболее интересным представляется второй подход. Рассмотрим предпочтение потребителей на основе панельного метода опроса. Панельный метод опроса имеет преимущества по сравнению с обычными одноразовыми опросами: он дает возможность сравнить результаты последующих опросов с итогами предыдущих и устанавливать тенденции и закономерности развития изучаемых явлений; обеспечивает более высокую репрезентативность выборки по отношению к генеральной совокупности.

Потребители выделяют большое количество качественных параметров, характеризующих товар. При описании потребительских характеристик товара встает вопрос о количестве параметров, описывающих изделие. Дело в том, что большое количество анализируемых параметров повышает результативность опроса, но усложняет задачу опрашиваемого. Поэтому необходим компромисс между объемом информации в анкете и шириной анализа потребительских характеристик.

На первом этапе определяется объем панели.

На втором этапе оценивается компетентность экспертов. Значение весового коэффициента, оценивающего компетентность  $i$ -ого эксперта, можно интерпретировать как вероятность выдачи экспертом достоверной оценки. Существуют различные приемы оценки компетентности экспертов, выбор которых определяется как характером решаемой задачи, так и возможностями проведения конкретного экспертного опроса.

Оценку компетентности эксперта следует строить на основе определенной шкалы, каждый балл которой определяется с помощью выбора соответствующих характеристик, оценивающих квалификацию эксперта. При

этом должен быть учтен уровень квалификации эксперта в узкой области специализации, его практический опыт и широта кругозора. Перечисленные характеристики лучше всего оценивать по десятибалльной шкале, разработанной специально к конкретному экспертному опросу. Полученные характеристики следует свести в один показатель, характеризующий объективную оценку компетентности эксперта.

Кроме того, целесообразно определить показатель относительной самооценки эксперта.

На третьем этапе составляется дерево комплексной оценки технического уровня товара. При построении дерева учитываются все возможные связи исходных характеристик второго уровня (потребительская оценка свойств товара) с обобщающими показателями первого уровня (обобщенные показатели потребительской оценки свойств товара).

В результате проведенного ранжирования получается матрица рангов, данных каждому  $j$ -му параметру  $i$ -ым экспертом.

Характеристика с наименьшей суммой рангов имеет наибольшее значение и, наоборот, характеристика с наибольшей суммой рангов оценивается экспертами как наименее важная.

На четвертом этапе эксперты дают оценки значимости характеристикам первого уровня дерева комплексной оценки технического уровня товаров длительного пользования.

Таким образом, с помощью этого показателя можно оценить технический уровень различных товаров одного класса.

На пятом этапе необходимо сформировать матрицу вариантов потребительских свойств товара. Матрица строится по принципу улучшения характеристик при движении слева направо по ее строкам.

Для описания количественно неформализуемых характеристик вводится либо описание их наличия (да, нет), либо градация этой характеристики (низкая, средняя, высокая). Таким образом, технический уровень товара возрастает при движении слева направо по строкам матрицы.

*Дерябин А.О.  
БГЭУ (Минск)*

## **УПРАВЛЕНИЕ ОБОРОТНЫМИ СРЕДСТВАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

К оборотным средствам относятся:

- запасы (сырье и материалы, незавершенное производство, готовая продукция, товары);
- дебиторская задолженность;
- авансы выданные;
- денежные средства.

Оборотные средства - это средства, инвестируемые компанией в свои текущие операции во время каждого операционного цикла. Одним из критериев эффективности использования оборотных средств является величина оборотных средств, которая зависит от: