

экономическом смысле такой вариант является наиболее приемлемым, так как всегда можно рассчитать постоянный или средний минимальный размер заказов. Со временем формируется «постоянный пакет заказов», что дает возможность эффективнее работать с постоянными покупателями. Абонементное обслуживание хорошо применять, если распространять через Сеть товары, которые необходимы периодически и в более или менее одинаковом составе. Можно использовать его также для стимулирования постоянных клиентов приобретать товар только в данной фирме.

Экономический анализ и оценка инновационного проекта требуют учета множества различных факторов, связанных с его реализацией, в частности источников финансирования проекта, налоговых платежей и др.

*Г.Г. Шиханцов  
Академия управления при Президенте  
Республики Беларусь*

### **ПОТРЕБИТЕЛЬ В СИСТЕМЕ РЫНОЧНЫХ ОТНОШЕНИЙ**

Происходящий в Республике Беларусь процесс трансформации экономического и социального уклада жизни так или иначе связан с деятельностью всех участников потребительского рынка: торгующих структур, товаропроизводителей, системы обслуживания их интересов (реклама, банки, транспорт и другие). Но центральное место в механизме таких преобразований объективно занимает потребитель. Изначально логично, что декларируемые цели, задачи и способы их достижения как государственных институтов, так и субъектов хозяйствования, направлены на удовлетворение запросов потребителей. В случае эффективного функционирования такой системы потребитель является центральным ее звеном и объективно получает максимум удовлетворения имеющихся потребностей в соответствии с индивидуальной системой ценностей. Положительные результаты деятельности производственного сектора, торговли и государства в качестве активного участника социально-экономических отношений мультиплицируются, и обеспечивают удовлетворение индивидуальных потребностей. В случае серьезных нарушений механизма взаимодействия всех участников потребительского рынка, что может выражаться в экономической несостоятельности субъектов хозяйствования, перенасыщении рынка товарной массой, не соответствующей потребностям и возможностям потребителя, высокими издержками, доминированием вертикальных (административных) связей над горизонтальными и другими явлениями, это прямо сказывается на экономическом и социальном комфорте потребителя. Через потребительский рынок сбой в экономическом механизме опять же в мультиплицированном виде деформирует объем и структуру не только удовлетворяемых, но и формирующихся потребностей. В обоих реально возможных альтернативных сценариях потребитель оказывается в их центре. Но если первый вариант социально и экономически не только целесообразен, но и является идеальной моделью взаимодействия участников потребительского рынка, то второй сценарий нежелателен, хотя в силу объективных и субъективных факторов в период социальных трансфо-

рмаций он неизбежен. Потребитель оказывается самым уязвимым звеном в механизме функционирования потребительского рынка. Сложившаяся ситуация на потребительском рынке Республики Беларусь является в высшей степени иллюстративной для подобного утверждения. Анализируя причины этого, можно утверждать:

1. Каждый из резидентов потребительского рынка имеет систему своих корпоративных, главным образом, экономических интересов. С этих позиций потребитель такой же равноправный участник, как торговля, промышленность и государство.
2. В идеальном сценарии государство должно выступать в роли независимого арбитра в случае несовпадения экономических или иных интересов других агентов рынка. Однако, имея свои цели на потребительском рынке, которые по своей сути и методам реализации могут не совпадать с целями и задачами других, государство объективно не может выполнять арбитражные функции. Скажем, необходимость пополнения бюджета в реальных условиях связана с ужесточением фискальной политики, что в итоге через цену отражается на потребителе.
3. Неконкургентоспособность некоторых белорусских товаров на внешних рынках из-за высоких издержек их производства в конечном счете сказывается на объемных и структурных показателях спроса населения. Для товаропроизводителя затоваривание неходовой продукцией ведет к экономической несостоятельности предприятия, сокращению объемов производства продукции, которая остается невостребованной. В этих условиях товаропроизводители вынуждены искать способы собственного выживания, оставляя потребителя вне зоны своих интересов.
4. Торговля как посредник между товаропроизводителем и потребителем должна играть роль своеобразного амортизатора имеющихся осложнений между ними. Но приходится констатировать, что и торгующие структуры вынуждены ориентироваться на выполнение не социальной функции, а экономической. Как и товаропроизводители, они нередко поставлены перед жесткой проблемой выживания.

Перечисленные факторы отрицательно сказываются на потребителе. Оценивая ситуацию как достаточно сложную, можно предложить:

1. Несмотря на объективность существования на потребительском рынке экономических и других интересов государства, оно должно взять на себя функции независимого координатора, а в ряде случаев и арбитра в обеспечении интересов потребителя. Взаимодействие государства и потребителя должно осуществляться в четырех стратегических направлениях:
  - удовлетворении существующих потребностей;
  - формирование потребителя;
  - развитие потребителя;
  - защита потребителя.

Ни государство, ни хозяйствующие структуры в более или менее полной мере не решают перечисленные задачи, одной из причин чего является отсутствие специальных структур и скоординированной политики в этой области.

2. Полноценная реализация названных направлений работы с потребителем означает организацию специализированной информационно-исследовательской структуры, которая создаст организационно-методологическую основу для форми-

рования реального рынка покупателя. Наиболее актуальными направлениями для практического менеджмента потребительского рынка являются:

- создание информационно-аналитической системы мониторинга потребительского рынка как основы для обоснования конкретных управленческих решений;
- разработка достаточно простого и адаптированного к изменениям внешней среды прогностического инструментария, позволяющего обеспечивать научное предвидение поведения потребителя и других участников рынка;
- разработка методологии и конкретных методов оценки эластичности спроса и потребностей от основных факторов и степени настоятельности существующих потребностей;
- создание системы методов типологизации потребителей на основе учета особенностей их поведения на потребительском рынке в современных условиях;
- проектирование информационных систем отслеживания процессов реализации, полного и своевременного учета объема и структуры продаж и товарного предложения.

3. Необходим механизм реальной защиты прав потребителей, что предусматривает модернизацию действующих в этой сфере структур на основе строгого и неуклонного соблюдения официально декларируемых законодательных и нормативно-правовых актов. Это соответствующие целям реальные полномочия Министерства торговли в сфере защиты прав потребителя.

4. Должна быть пересмотрена государственная политика в области формирования товарного предложения на рынке. Во-первых, оценку деятельности промышленности на внутреннем рынке товаров народного потребления следует проводить не по объему продаж торговли, а по конечным показателям спроса потребителей в общем объеме и его структуре; во-вторых, механизм формирования производственных программ должен быть основан не на валовых показателях, а по развернутому ассортименту в соответствии с запросами потребителей; в-третьих, при выполнении выше выдвинутых предложений экономическую ответственность за поставку на рынок невостребованных товаров должна нести не только промышленность, но и торговля; в-четвертых, защита отечественного товаропроизводителя должна быть экономически и социально обоснованной. Последнее означает, что протекционистские меры органов государственного регулирования по поощрению выпуска той или иной продукции отечественными товаропроизводителями могут применяться лишь в случае ее востребованности на внутреннем рынке. В обратном случае естественным будет рост товарных запасов в промышленности, в торговле, неудовлетворенность потребителя, что характерно для потребительского рынка в последнее время и может привести к серьезным дисфункциональным явлениям.