

УПРАВЛЕНИЕ ПОКУПАТЕЛЬСКИМИ ПРЕДПОЧТЕНИЯМИ В РАМКАХ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ

Тенденции развития системы потребительского рынка на современном историческом этапе диктуют необходимость перехода внимания с его количественной составляющей на качественную. Это означает, что востребованы к применению некоторые оптимизационные меры, предполагающие в качестве структурного элемента макровоздействие на совокупность розничных потребителей в рамках формирования и трансформации культуры потребления. Традиционными конструктами такой культуры можно считать исторические особенности быта народонаселения: они должны быть заложены в основу корректировок. Совокупность экономических насущных предпосылок (общественных надстроек) данных корректировок можно разделить на группы:

- производственные (связаны с особенностями внутрисистемного (регионального) производства);
- логистические (связаны с особенностями доставки продукта от производителя к потребителю при стремлении к минимизации затрат);
- политические (связаны с общеполитической риторикой, определяющей воплощение курса развития системы в экономической сфере);
- коммерческие (связаны с ведением пропаганды определенного характера потребления);
- объемные (связаны с размерами (масштабами) управляемых экономических систем);
- ценностные (связаны со структурой ценностей лиц, принимающих системообразующие решения, а также с приобретенными общественными ценностями);
- международные (связаны с местом, которое занимает национальная экономическая подсистема в системе международных экономических отношений).

Для системы потребительского рынка Республики Беларусь высокую значимость играет направленность на импортозамещение в целях обеспечения национальной экономико-политической безопасности. При этом уровень развития некоего усредненного отечественного потребителя с позиций восприятия маркетинга достаточно высок. Следовательно, управление потребительскими предпочтениями должно основываться на совокупности ориентиров, предполагающих косвенное стимулирование (в первую очередь — чистую экономическую пропаганду) потребления белорусской продукции. Косвенное сти-

мулирование может быть основано на субсидировании мероприятий по повышению связи с общественностью через участие производителей и дистрибьюторов импортозамещающей продукции в выставках, ярмарках, мероприятиях в местах продаж, использование информационных сетевых технологий (в том числе выхода в социальные сети), фирменной торговли, маркетингового партнерства государства и бизнеса и т.д.

Общэкономическая эффективность потребительского рынка в данных условиях будет определяться соотношением затраченных ресурсов (с учетом неявных затрат) и прироста объемов конечной реализации отечественного продукта в структуре розничных продаж.

Следовательно, концептуальную значимость приобретут инновационные механизмы управления общественным экономическим сознанием — в первую очередь с использованием сети Интернет, что требует активной пропаганды импортозамещающего потребления. С учетом динамизма современного развития всей мировой экономической системы и рынков Беларуси как ее зависимой части, в целях оперативного управления им приведенные мероприятия и (или) их аналоги должны иметь место в ближайшей перспективе.

*Ю. Е. Климова
МГУП (Могилев)*

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ В АПК

На современном этапе развития экономики риск-менеджмент призван быть неотъемлемой составляющей системы управления организацией, с внедрением в нее общего управления всеми сторонами деятельности и внутреннего контроля. Но риск-менеджмент — это не просто управленческий инструмент для перерабатывающих организаций АПК, а руководство для любых действий, как в краткосрочном, так и в долгосрочном разрезе жизненного цикла организации. В рамках осуществления риск-менеджмента необходимо на постоянной и регулярной основе проводить анализ и оценку сильных и слабых сторон организации в самом широком смысле.

Сегодня управление риском должно осуществляться на различных уровнях управления: советом директоров, руководителями предприятий и организаций, менеджерами верхнего и среднего звена и другими сотрудниками. Данный процесс начинается при разработке стратегии на долгосрочную перспективу и затрагивает всю деятельность организации. Он направлен на определение событий, которые могут влиять на организацию, и управление связанным с этими событиями риском, а также контроль того, чтобы разумный риск в органи-