

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ СУЩНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА

Рынок потребительских товаров и услуг является сложной социально-экономической системой и составляет основу формирования и развития товарного рынка в целом — именно на потребительском рынке сочетаются интересы производителей, потребителей и торговой сферы.

Управление потребительским рынком невозможно без четкого определения сущности категории «потребительский рынок». Проведенный анализ экономической литературы, посвященной проблемам развития рынка как экономической категории, показал, что в современных работах авторов понятие «потребительский рынок» имеет множество трактовок, выделяющих различные социально-экономические особенности данного элемента рыночной экономики. Отсутствие единообразной и идеальной дефиниции категории «потребительский рынок» обусловлено не только разными научными позициями авторов, но и сложностью самой категории.

Отдельные авторы исходят из предположения, что потребительский рынок — это территориальная сфера товарного обращения, призванная обеспечить население товарами на основе развития товарно-денежных отношений при минимальных расходах на их реализацию. Другие рассматривают потребительский рынок как основную составляющую рыночной экономики. В рамках данного подхода под потребительским рынком понимают систему товарно-денежных и организационно-экономических отношений, складывающихся между субъектами хозяйствования, производящими и реализующими товары и услуги, и конечными потребителями, приобретающими эти товары для личного использования [1].

Современные ученые представляют рынок потребительских товаров не только как экономическую, но и как правовую категорию. Данное положение исходит из того, что рынок потребительских товаров является сферой товарного обмена и выражается в экономико-правовых связях производителей и потребителей. В последние годы многие исследователи все чаще придерживаются мнения о том, что рынок потребительских товаров в его экономико-правовом аспекте должен базироваться на сбалансированности спроса и предложения. По их мнению, сбалансированный спрос и предложение на потребительском рынке способствуют не только рациональному развитию производства товаров, но также регулируют ряд рыночных процессов как в сфере производства, так и потребления товаров.

Кроме перечисленных подходов многие авторы в зависимости от плоскости своего исследования рассматривают потребительский рынок с позиции институционального, воспроизводственного, экономического, поведенческо-экономического, отраслевого, смешанного и иных подходов.

Таким образом, можно констатировать, что в настоящее время имеет место множество подходов к пониманию сущности категории потребительского рынка. Безусловно, каждый из представленных подходов имеет право на существование, поскольку раскрывает отдельные аспекты функционирования потребительского рынка. Однако ни один из них не дает четкого толкования, наиболее полно отражающего его экономическую сущность как объекта экономических исследований и управления. Учитывая сложную структуру потребительского рынка и то обстоятельство, что в последние годы ведется серьезная дискуссия по определению понятия рынка в целом, стоит обратить особое внимание на необходимость комплексного и системного подхода к определению сущности

и трактовки потребительского рынка и проведения более глубоких исследований с выявлением составляющих его элементов.

Литература

1. Зверева, Е. В. Понятие потребительского рынка / Е. В. Зверева // Безопасность бизнеса. — 2015. — № 3. — С. 3–7.

*О. В. Мясникова, канд. экон. наук, доцент
ИБ БГУ (Минск)*

ФОРМИРОВАНИЕ ИНТЕГРИРОВАННЫХ СИСТЕМ ПРОИЗВОДСТВА И ПОСТАВОК В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Четвертая промышленная революция («Индустрия 4.0») затрагивает проблему тесной интеграции систем производства и поставок в условиях цифровой трансформации. Развитие получают цифровое производство (Digital Manufacturing), цифровая логистика и управление цепями поставок (Digital Logistics/Digital Supply Chains). Цифровое производство подразумевает интеграцию цифровых технологий по всей цепочке создания продукта, включая разработку продукта, создание технологии производства, подготовку производства, само производство и его сервис. Цифровизация затрагивает не только производственные процессы, но и более ранние этапы — разработку изделия и технологическую подготовку производства, и более поздние — процессы сбыта и обслуживания.

На смену отдельным цифровым технологиям пришли интегрированные технологии управления жизненным циклом изделия. На управленческом уровне интеграция обеспечивает синхронизацию работы всех звеньев в цепочке создания ценности в течение всего жизненного цикла изделия. Это подход, связанный с интегрированным планированием и адаптацией всей цепочки бизнес-процессов к выпуску кастомизированных уникальных продуктов, требует активной автоматизации. Использование технологий цифрового моделирования и проектирования, создание цифровых двойников продукта и процессов его производства на всем протяжении жизненного цикла требует вовлечения в цепочки формирования ценности потребителя. Он становится элементом системы создания новых товаров с высокой потребительской ценностью. Именно цифровое взаимодействие ритейла и производства на базе таких технологий, как Big Data («большие данные»), IoT («Интернет вещей»), blockchain, облачные сервисы, e-SCM, 3D Printing, смешанная и дополненная реальность, искусственный интеллект, позволяет прогнозировать тенденции и предпочтения потребителей. Ритейл обеспечивает кастомизацию продуктов, например, на основе использования смешанной реальности (mixed reality), позволяющей клиентам при помощи устройств манипулировать с виртуальным объектом, 3D-сканом реального объекта. Оцифрованное видение продукта задает исходные требования его разработчикам, позволяет использовать параллельное проектирование и организацию быстрой передачи знаний с применением технологий быстрого прототипирования (Rapid Prototyping) методом 3D-печати. Концепции интеллектуального производства и объединения встроенных систем на платформах индустриального Интернета вещей (IoT) предполагают, что станки, объединенные на базе цифровых технологий в Сети, полностью автоматизируют и оптимизируют производство. Связь производства, бытовых и сервисных звеньев цепей поставок на основе облачных платформ и активном развитии IoT на базе получения и обработки информации с датчиков, RFID-меток,