

3. Сбалансированность за счет согласованности целей и управления, прав и обязанностей, объемов работ и ресурсов, затрат и результатов, критериев оценки и стимулов.

4. Рост делового потенциала руководителей, предоставление самостоятельности специалистам в выборе методов достижения цели.

В целом блочно-целевая структура управления может функционировать как переходная модель к наиболее активной в перспективе организационной структуре управления, ориентированной на потребителя.

Поэтому крупным предприятиям с государственной формой собственности можно рекомендовать развитие оргструктур управления в направлении усиления блоков научно-технического прогресса, маркетинговой деятельности и прогнозирования рыночной конъюнктуры.

Предприятиям с негосударственной формой собственности (организационно-правовым формам малого бизнеса и совместным предприятиям) следует обратить внимание на стабилизацию функций в блоках стратегического планирования, маркетинговой деятельности, развития информационной сети (подключения к "всемирной паутине" информации).

Е.В. ИЛЬЮЩЕНКО

ОСНОВЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОГО СПРОСА НА ТОВАРЫ НАРОДНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ

Вопросы определения платежеспособного спроса на товары народного потребления (ТНП) приобретают актуальность в условиях развивающихся рыночных отношений. В настоящее время доминируют конкретные прикладные исследования и расчеты, важность которых действительно велика. Однако их качество во многом зависит от уровня научной разработки проблемы прогнозирования спроса на ТНП. Кроме того, решение этих вопросов представляет научный интерес, предопределяемый как своеобразием, так и особой моделью анализа рынка ТНП. Назрела необходимость теоретических обобщений прогнозирования платежеспособного спроса на ТНП.

Методологические вопросы определения платежеспособного спроса. Платежеспособный спрос, являясь целостной экономической категорией, имеет двойственную природу. Он, с одной стороны, выражает *потребность*, с другой — *платежеспособность*, а в совокупности они порождают *спрос*. Но при этом *потребность*, *платежеспособность* и *спрос* могут функционировать как самостоятельные категории, образуя как бы параллельные взаимосвязи с *платежеспособным спросом*. Такое становится возможным потому, что *потребность* формируется вне рынка (скажем, на производстве), а *платежеспособность* и *спрос* проявляются (обнаруживаются) на рынке. Эта особенность категории платежеспособного спроса делает возможным и целесообразным исследование *потребности*, *платежеспособности* и *спроса* не только во всеобщей взаимосвязи, но и

Елена Викторовна ИЛЬЮЩЕНКО, аспирантка кафедры экономической теории и истории экономических учений БГЭУ

изолированно от нее. Выполнение такого анализа применительно к отдельным видам товаров позволяет установить их специфические методы определения платежеспособного спроса.

Потребность. Известно, что *потребность* определяется как побуждение, вызванное необходимостью или желанием купить тот или иной предмет, равно как и способность к его потреблению, имеющему в своей основе как производственную, так и биологическую природу.

Платежеспособность. Сущность платежеспособного спроса не исчерпывается его потребительской стороной. Существует, как уже отмечалось, и его платежеспособная сторона. Можно поэтому *платежеспособный спрос* определить как форму выражения потребности, обеспеченную денежным эквивалентом. *Платежеспособный спрос* — это выраженная в определенной сумме денег потребность. *Платежеспособный спрос* всегда представлен деньгами, т.е. платежными средствами, которыми располагает потребитель для приобретения товара. Но дело не только в платежных средствах. Платежеспособный спрос ограничен известными пределами: существующей товарной массой, прибылью предприятий, доходами населения, ценами на товары и др.

Специфика определения платежеспособного спроса на ТНП связана с особенностями образования потребности на них и *платежеспособности*. Обе эти стороны сущности *платежеспособного спроса* применительно к ТНП проявляются через инвестиции. В процессе общественного производства возникает поток инвестиционных намерений, подкрепленных определенными финансовыми ресурсами, расходовать которые предполагается в частности, на покупку ТНП.

Спрос. Важным элементом рыночных отношений является понятие *спрос*. Сущность *спроса* — это форма проявления *потребности* и *платежеспособности*. Во всех случаях, когда речь идет о *спросе*, подразумеваются платежеспособные потребности покупателей, а следовательно, *спрос* обладает теми же существенными чертами, что и *платежеспособный спрос*. Двойственный характер *спроса* заключается в том, что, с одной стороны, он является формой выражения потребности, и в этом случае приходится сталкиваться с потребительской стороной *спроса*, т.е. *спросом* на товары определенного ассортимента и качества, а с другой стороны, *спрос* представлен определенной суммой денег, предназначенной для оплаты приобретенного товара. Применительно к ТНП эта сумма денег выражается в форме текущих и перспективных инвестиционных ресурсов. В этом проявляется платежеспособная сторона *спроса*. На самом деле *спрос* не может быть не связанным с потребностью, ибо зачем предьявлять на рынке *спрос*, если нет потребности. Но *спрос* не может не выражать и *платежеспособности* по той же в сущности причине: если нет средств для удовлетворения потребности, то эта *потребность* не может сформироваться в форме *спроса*. *Спрос*, обладая теми же чертами, что и *платежеспособный спрос*, отличается от последнего большей конкретностью. Если *платежеспособный спрос* выражает потенциальные финансовые возможности, то *спрос* — это готовность реализовать платежеспособный *спрос* на локальном рынке, и здесь проявляются требования как к качеству товара, так и к его цене. *Спрос* на какой-то товар реагирует на изменение его цены, равно как и на качество.

Можно сказать, что *спрос* на ТНП — это такое их количество, которое субъекты хозяйствования и население готовы купить на локальном рынке при определенной цене.

Но не только перечисленные черты отличают *спрос* от *платежеспособного спроса*. Дело не только в том, что *спрос* ограничен *потребностью* в товарах и наличием средств на руках у потребителей для приобретения товара, — *спрос* ограничен составом товарного предложения.

Взаимосвязь потребности и спроса. Между потребностью и *спросом*

существуют сложные взаимосвязи. Потребность и спрос на ТНП находятся в процессе постоянного изменения и развития. Они едины, но главное в этом единстве — потребность. Потребность на ТНП порождает спрос. Потребность является основой, содержанием спроса, выражающим его сущность. Спрос — это способ реализации потребности.

В то же время, находясь в зависимости от потребности, спрос не является пассивной формой ее проявления. Он активно воздействует на потребность, способствует ее дальнейшему развитию. По мере появления товаров, обладающих новыми потребительскими свойствами, т.е. лучшими техническими (технологическими) и экономическими характеристиками, способными лучшим образом удовлетворить данную потребность, происходит переключение спроса на эти новые товары. Отрасли, производящие товары, обладающие новыми качественными свойствами, формируют предложение на рынке и спрос на них. Таким образом, проявляется потребность в новых товарах.

Будучи взаимосвязанными, потребность и спрос тем не менее развиваются под влиянием ряда специфических процессов и факторов. Эта специфичность предопределяется прежде всего различной природой формирования спроса и потребности (спроса на рынке, потребности вне его). Потребность в ТНП в условиях развивающейся экономики Республики Беларусь формируется достаточно стабильно, и поэтому она придает процессу формирования спроса направления поступательного развития.

Исходя из определенных выше описанных черт *спроса* и *потребности* можно сказать, что спрос — это платежеспособная потребность, т.е. спрос и потребность изначально количественно совпадают. Но спрос как элемент рынка менее стабилен в своем развитии. Рынок подчас приносит в процесс спроса значительные колебания, вызванные факторами конъюнктурного характера. Например, изменение цен на ТНП может привести к *неплатежеспособности*, когда при сохранении потребности средств на ее реализацию не будет хватать. *Потребность* и *платежеспособность* количественно не совпадут, т.е. сформированного инвестиционного фонда для осуществления производства ТНП окажется недостаточным. Производственная потребность в ТНП окажется неудовлетворенной со всеми неблагоприятными последствиями для инвестора.

Спрос по времени принято делить на текущий и перспективный, а по уровню удовлетворения потребности — на реализованный, неудовлетворенный и формирующийся. Реализованный спрос — это фактически предъявленный на локальном рынке спрос и совершенная сделка по купле-продаже товара, а поэтому правомерно считать, что потребность удовлетворена. К неудовлетворенному спросу относится часть действительного спроса. Которая в силу тех или иных причин не может быть реализована.

Формирующийся спрос возникает по мере появления ТНП с новыми качественными характеристиками. К числу важнейших мотивов развития формирующегося спроса следует отнести научно-технический прогресс, а также социальные изменения в составе населения.

Первые две формы спроса — реализованный и неудовлетворенный — определяют круг сформировавшихся платежеспособных потребностей субъектов хозяйствования и населения. В его пределах потребители обеспечены финансовыми средствами для приобретения ТНП. Однако при отсутствии или недостаточном количестве товаров на рынке потребитель не всегда может реализовать свой спрос. Данная ситуация порождает разрыв между величиной действительного платежеспособного спроса субъектов хозяйствования и населения и его реализованной частью, что приводит к появлению неудовлетворенного спроса. Особенностью формирующегося спроса является то, что он зачастую не имеет четко выраженных размеров и направлений применения (т.е. потребности), а пото-

му его трудно количественно правильно определить. Эта относительность в определении потребности может приводить к тому, что отдельные виды ТНП могут попасть в разряд неудовлетворенного спроса.

Неудовлетворенная потребность и неудовлетворенный спрос на ТНП означает затормаживание крупных финансовых средств, что в совокупности приводит к потере прибыли и может оказаться причиной банкротства. Поэтому в условиях рыночных отношений необходим прогноз на текущий и перспективный периоды платежеспособного спроса на ТНП.

Прогнозирование платежеспособного спроса. Изучение и прогнозирование платежеспособного спроса — это важный этап исследования конъюнктуры рынка, результаты которого находят применение в хозяйственной и коммерческой деятельности фирм и компаний, производящих ТНП. На основе исследования спроса делаются выводы относительно тенденций его развития и емкости рынка, разрабатывается маркетинговая политика и решаются другие вопросы. Но прогноз платежеспособного спроса на ТНП может предназначаться государственным структурам управления для принятия управленческих решений, содействующих развитию экономической реформы и предпринимательства, совершенствованию межрегиональных связей, структуры производства и т.п.

Нужно заметить, что исследование платежеспособного спроса необходимо при разработке федеральных программ развития отдельных регионов Республики Беларусь и отраслей общественного производства, которые должны завершаться оценкой способности предприятий ТНП обеспечить реализацию инвестиционных намерений этих программ и в необходимых случаях разработки предложений по развитию отрасли.

Анализ рынка ТНП и прогноз платежеспособного спроса на эти товары на микроуровне по существу является предмаркетинговым исследованием. Выводы и предложения такого анализа могут служить средством целенаправленного выбора региональных рынков для более тщательного исследования. На микроуровне исследование платежеспособного спроса на ТНП является частью маркетинговых исследований. Спрос на каждый ТНП удовлетворяется отраслью (подотраслью), его производящей. Спрос на какой-либо товар представляет собой по существу спрос в отношении существующей отрасли (подотрасли) экономики. Это положение следует подчеркнуть, поскольку оно имеет важное методическое значение в прогнозировании платежеспособного спроса.

Целью отраслевого анализа является расширение представлений о путях развития отрасли (подотрасли), что позволяет более определенно прогнозировать возможные перспективные объемы спроса и, следовательно, сбыта товаров. С отраслевыми исследованиями должны установить степень привлекательности отрасли (подотрасли), производящей ТНП, с точки зрения перспектив ее развития (возможного спада деятельности отрасли), структуры производства ТНП, текущих размеров реализации, динамики показателей прибыльности. Поэтому задачей исследования становится уточнение ситуации, в которой находится отрасль (подотрасль), производящая ТНП. Определяется влияние государственной политики и состояние экономики Республики Беларусь на развитие отрасли. Устанавливаются функциональные и технические параметры продукции, имеющие ключевое значение для отдельных групп потребителей, рассматриваются необходимость и возможность изменения качественных характеристик выпускаемой продукции.

Потребительская ценность товара тем выше, чем более соответствует по своим показателям качества требованиям, выявленным в результате изучения потребностей и других характеристик, определяющих спрос. Товары должны соответствовать стандартам, регламентирующим их потребительские свойства. Только на такой товар можно определить платежеспособный спрос.

Устанавливается качественная структура мощностей предприятий отрасли (доля физически и морально изношенного оборудования, доля морально устаревших технологических процессов и потребность их обновления). Дается характеристика спроса (понижается, стабилен, повышается) и факторов, его обуславливающих, приводится оценка долгосрочной динамики спроса-предложения на продукцию отрасли.

Успешное проведение этой работы обусловлено установлением механизма зарождения, развития и отмирания потребностей на отдельные виды ТНП, т.е. жизненного цикла товаров народного потребления.

Особенности жизненного цикла определяют одно из направлений анализа платежеспособного спроса.

Согласно концепции цикла жизни товара — это период экономически оправданного выпуска определенного вида продукции, в течение которого он пользуется спросом, приходится по приемлемым для производителя ценам и сохраняет свою конкуренцию. Каждый продукт за этот период проходит 4 фазы: внедрения, роста, зрелости и спада. Нахождение в той или иной фазе ТНП определяется прежде всего развитием технологии отраслей потребителей. Наиболее длительным циклом жизни обладают непродовольственные товары.

С позиции привлекательности отрасли и мотивов развития спроса все возрастающее значение приобретает достижение научно-технического прогресса. При исследовании платежеспособного спроса направления научно-технического прогресса рассматриваются в той мере, в какой он может влиять на спрос данного товара. Учитывая все признаки нового товара, отражающие потребительские предпочтения, технические параметры, удовлетворяющие запросы потребителей и их специфические предпочтения.

Прогноз платежеспособного спроса на ТНП не требует высокой точности результатов, к тому же ее практически невозможно достичь. Задача ограничивается выявлением основных тенденций изменения спроса на каждом региональном рынке и сегментацией рынков по динамике спроса отдельных видов товаров. Анализ, осуществляемый на макроуровне, поэтому выполняется на основе приближенных расчетов и охватывает период ближайших лет и перспективу на 10—15 лет.

Выбор объекта исследования на макроуровне должен происходить по укрупненному кругу номенклатуры. В отдельных случаях из укрупненной номенклатуры целесообразно выделять товары по тем или иным причинам — представляющие повышенный интерес (спрос).

Прогнозирование платежеспособного спроса на микроуровне осуществляется при помощи использования тех же методов, что и на макроуровне, но для получения более точного результата они могут дополняться более широким набором приемов изучения рынка применяемых маркетинговых исследований. Исследование рынка ТНП на микроуровне целесообразно осуществлять по рассмотренной номенклатуре с учетом местных сырьевых возможностей, а их потребность более точно определяется исходя из структуры инвестиций. Уточнению подлежит как объем спроса на ТНП, так и его структура (по номенклатуре и качеству). Уточнения основываются на предсказании (предвидении) будущих нужд и запросов отдельных групп потребителей, которые прежде всего делятся на фирмы и компании, осуществляющие производство ТНП, и население. Спрос на ТНП уточняется на основе ретроспективного анализа договоров, заключенных в текущем периоде и в предшествующие годы на поставку ТНП.

Изучение спроса и его прогнозирование является важной частью маркетинговых исследований, поскольку лишь оценка долгосрочной динамики спроса-предложения может дать ответ на вопрос о привлекательности рынка ТНП, о целесообразности внедрения предпринимателей в отрасли, производящие эту продукцию.