

цифические производственные навыки. От потенциала успеха следует отличать стратегические факторы успеха, такие, как наличие определенной продукции, ее качество, имидж, сервис, цена, благодаря которым потребитель извлекает для себя непосредственную пользу. Эти факторы оказывают непосредственное влияние на успех предприятия.

Основная задача стратегического менеджмента наряду с созданием потенциала успеха заключается в превращении его в стратегические факторы успеха. Однако для решения этой проблемы ресурсный подход не несет с собой ничего существенного или нового.

Для повышения конкурентоспособности особое значение имеют так называемые метаресурсы, которые позволяют предприятию адаптировать свой набор ресурсов к меняющейся обстановке и трансформировать потенциал успеха в стратегические факторы успеха.

Задача маркетинга в аспекте проблем стратегического менеджмента заключается в том, чтобы путем систематического учета рыночных потребностей и рамочных условий предприятие должно так использовать свои ресурсы и возможности, чтобы выгода потребителя оказалась наибольшей. Другими словами, задача маркетинга в том, чтобы объективные конкурентные преимущества предприятия опирались на субъективное восприятие потребителем предлагаемой ценности.

*М.В. Петрович*

Академия управления при  
Президенте Республики Беларусь (Минск)

## **ОПТИМИЗАЦИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ НОРМАТИВОВ В МЕХАНИЗМЕ РЕГУЛИРОВАНИЯ РЫНКА**

Непосредственное отношение к проблеме регулирования рынка имеют нормативные показатели потребления по широкому кругу материальных благ. Совокупность потребительских нормативов образуют: физиологические нормы потребления продуктов питания; рациональный гардероб одежды и обуви; рациональные нормы обеспеченности товарами длительного пользования; нормативы годового потребления; средние сроки износа (эксплуатации).

Нормативы рационального потребления и обеспеченности (гардероба) по непродовольственным благам имеют существенные особенности по сравнению с физиологическими нормами потребления продуктов питания. Во-первых, в отличие от продуктов питания, здесь не имеется достаточно четких исходных критериев, как питательная ценность и энергетический эквивалент, что затрудняет процесс разработки нормативов. Применительно к непродовольственным благам доля субъективной составляющей при оценке рациональности потребления значительно больше. В данном случае определяющими являются не столько физиологические потребности, сколько критерии разумности и экономические возможности. Во-вторых, в отличие от продуктов питания цикл потребления непродовольственных товаров в большинстве случаев значительно больше, достигая несколько десятков лет. В-третьих, потребление более половины непродовольственных благ носит или может носить коллективный (чаще общесемейный) характер. Все эти особенности определяют механизм проектирования социальных ориентиров в сфере спроса и потребления непродовольственных благ, а также их использование в практике регулирования потребительского рынка.

Совокупность нормативных показателей потребления непродовольственных благ включает:

1. рациональный гардероб одежды и обуви по половозрастным группам потребителей в расчете на одного человека;
2. средние сроки носки предметов одежды и обуви;
3. нормы рационального потребления предметов одежды и обуви, рассчитанные путем деления рационального гардероба на средний срок службы;
4. нормативы рациональной обеспеченности предметами общественного пользования в расчете на 100 семей или 1000 человек населения;
5. средние сроки службы предметов общесемейного пользования;
6. нормативы рационального потребления благ общесемейного пользования на одну семью в год, рассчитанные путем деления нормативов рациональной обеспеченности на средний срок службы.

Перечисленные количественные параметры могут выступать в качестве критерия оценки реальной ситуации, т.е. фактической обеспеченности (потребления) и фактических сроков службы (носки), имеющегося парка (гардероба) изделий у населения. По предметам общесемейного пользования культурно-бытового назначения, кроме того, применяется показатель распространенности изделия, рассчитываемый как доля семей, имеющих хотя бы одно изделие, в общем их количестве. Этот показатель в большей степени характеризует обеспеченность семей, но в меньшей степени «плотность» обеспеченности, так как не учитывает наличие нескольких изделий в некоторых семьях. Его использование эффективно в случаях, когда благо еще недостаточно распространено в семьях или его наличие в больших, чем один экземпляр, количество – достаточно редкий случай (автомобили и др.). Но такая оценка скрывает фактический парк изделий у населения, занижая его.

Расчет нормативных показателей потребления и обеспеченности по непроизводственным благам достаточно трудоемкая и ответственная задача. Технология установления социальных нормативов в сфере потребления сложна методологически, что связано с уточнением сущности и роли потребительских нормативов в механизме регулирования потребительского рынка. В частности, в первую очередь нужно выяснить, что есть норматив по своей сути: или это научно обоснованный идеал потребления, практически не связанный с реальными возможностями его достижения (экономическими, культурными, техническими), или это есть практический, реальный ориентир, строго привязанный к возможностям производства и не зависящий от желаний потребителя. Если следовать первой установке, социальные нормативы в сфере потребления и спроса могут так и остаться несбыточной радужной картинкой, не имеющей управленческого значения. Крайность второго подхода к оценке роли социальных нормативов заключается в субъективизме и использовании социального нормирования в качестве удобного инструмента реализации своих собственных интересов и возможностей. В данном случае истина лежит между этими крайними позициями. Нормативные показатели потребления должны носить, прежде всего, ориентированно-стимулирующий характер, быть определенными ориентирами по пути реализации стратегических целей управления потребительским рынком. В этой связи важнейшей установкой в ходе разработки нормативных показателей потребления и спроса должна быть оптимизация величины интервала достижения и имеющихся для этого возможностей. Важно, чтобы норматив был не слишком отдаленным ориентиром и поэтому малореальным, но и не являлся легко достижимой ступенькой в достижении прогнозируемых параметров рынка.

В настоящее время применительно к непроизводственным благам система социальных ориентиров, предназначенных для регулирования социально-экономических процессов включает: прожиточный минимум → минимальная потребительская корзина → фактическое потребление → рациональные нормы потребления. Эта система критериев выстроена по возрастающей.

Прожиточный минимум есть нижний предел существования человека как биологической единицы. Уменьшение набора прожиточного минимума ведет к угрозе существования человека или же его здоровью. Минимальная потребительская корзина – более высокая планка материального достатка, где в какой-то мере учитывается и социальные аспекты человеческого существования. В настоящее время в Республике Беларусь прожиточный минимум семьи из четырех человек включает 207 наименований материальных благ и услуг, а потребительская корзина около 300 наименований. Если прожиточный минимум должен гарантироваться государством, то минимальная потребительская корзина по своему составу зависит от общественных возможностей и конкретных условий. Это снижает управленческое значение потребительской корзины и рассчитываемых на ее основе минимальных потребительских бюджетов для воздействия на социально-экономические процессы. Минимальная потребительская корзина и минимальный потребительский бюджет как ее стоимостной эквивалент в таком случае могут легко трансформироваться в зависимости от условий. Отсюда высокая степень субъективизма в механизме составления потребительских корзин и минимальных потребительских бюджетов. Возникает необходимость в другом социальном ориентире, который был бы в максимальной степени свободен от субъективной составляющей и служил бы инструментом для проведения эффективной социально-экономической политики на потребительском рынке. Таким социальным ориентиром может служить *оптимальный потребительский бюджет*, рассчитываемый на основе оптимальных потребительских корзин (наборов) и соответствующих розничных цен.

Природа оптимальных потребительских наборов или корзин заключается в следующем. Пусть мы имеем социальные нормативы потребления:

$\Pi_{\min}^j$  – минимальный уровень потребления  $i$ -го материального блага  $j$ -ой группы потребителей, соответствующий норме прожиточного минимума;

$\Pi_{\text{факт}}^j$  – фактический уровень потребления  $i$ -го материального блага  $j$ -ой группы потребителей;

$\Pi_{\max}^j$  – рациональный уровень потребления  $i$ -го материального блага для  $j$ -ой группы потребителей.

Общий вид формулы расчета оптимальных уровней потребления будет следующим:

$$\Pi^j(\text{опт})_t = \Pi^j(\text{факт})_n + \left( \frac{\Pi^j(\text{max})_k - \Pi(\phi - \tau)_n^j}{k - n} \right) (t - n), \text{ где:}$$

$\Pi^j(\text{опт})_t$  – оптимальный уровень потребления  $i$ -го блага  $j$ -ой группой в году  $t$ ;

$\Pi^j(\text{max})_k$  – рациональный уровень потребления  $i$ -го блага  $j$ -ой группой, рассчитанный на достижение в году  $k$ ;

$\Pi^j(\text{ф-т})_n$  фактический уровень потребления  $i$ -го блага  $j$ -ой группой в базисном году  $n$ .

Таким образом, оптимальный потребительский набор на  $t$  год для  $j$ -ой группы потребителей будет включать какое-то количество материальных благ с определенными уровнями оптимального потребления, находящимися между  $\Pi_{\text{факт}}$  и  $\Pi_{\text{max}}$ .

Пространство, находящееся между точкой ( $\Pi_{\text{факт}}$ ) и точкой ( $\Pi_{\text{max}}$ ) является *зоной оптимизации потребления*, т.е. полем деятельности, которое нужно заполнить для достижения рационального характера потребления. Проведенные исследования позволяют сделать некоторые оценки количественных параметров потребления, заложенных в прожиточный минимум ( $\Pi_{\min}$ ). Как показали результаты исследований, нормы прожиточного минимума по таким товарам, как плащи, носки, перчатки, ботинки демисезон-

ные, кроссовки находятся в зоне оптимизации, т.е. они не отвечают своей «минимальной» сущности, т.к. они завышены. В то же время нормы прожиточного минимума занижены на трусы, шарфы, джемперы, свитеры.

Все это говорит в пользу пересмотра не только перечня включенных в прожиточный минимум материальных благ, но и всей методологии их проектирования. Оптимальные потребительские наборы достаточно просто трансформируются в оптимальные потребительские бюджеты на основе фактора цен. При этом розничные цены могут прогнозироваться или же использоваться из базисного периода. В любом случае общий объем оптимального потребительского бюджета для  $j$ -ой группы в формализованном виде будет равен:

$$(\text{ОПБ})_t^j = \sum_{i=1}^n \Pi_{(\text{опт})t}^{i0} \cdot C_t^i, \text{ где}$$

$(\text{ОПБ})_t^j$  – объем оптимального потребительского бюджета для  $j$ -ой группы потребителей в  $t$  году.

$\Pi_{(\text{опт})t}^{ij}$  – оптимальный уровень потребления  $i$ -го блага  $j$ -ой группой в году  $t$ ;

$C_t^i$  – средневзвешенная розничная цена  $i$ -ого блага в году  $t$ .

Оптимальные потребительские наборы в отличие от рациональных, достижение которых рассчитано на достаточно определенную перспективу (10-15 лет), имеют конкретно ориентирующий характер. В отличие от минимальных потребительских корзин они объективны по своей сути, так как не привязаны к конкретным обстоятельствам, сиюминутным желаниям и возможностям производства. Отсюда вытекает их управленческая значимость. Наконец, их значимость несомненна в чисто социальном управлении (оценках уровня жизни, дифференциации материального достатка, социальной помощи и т.д.).

*Л.Плевако, Т. Плевако*  
БРИ (Рига)

## КЛАССИФИКАЦИЯ ИНВЕСТИЦИЙ

С общетеоретической точки зрения инвестиции - это вложения в капитал с целью получения прибыли. Такое определение, на наш взгляд, поверхностно и часто вызывает споры между экономистами.

В реальной жизни под инвестициями понимают вложения на приобретение оборудования, технологических машин, транспортных средств и т.д., нематериальные долгосрочные вложения, вложения в банки или в ценные бумаги других предприятий и т.п. В банковской сфере с инвестициями связывают сделки с ценными бумагами, с финансовыми ресурсами; за инвестиции принимают также деньги, которые получены по продажным акциям за рубежом.

Формирование рыночной экономики способствует образованию новых финансовых операций и инструментов, которые влияют на инвестиционные процессы. Между предприятиями существует свободная продажа (или перепродажа) основных средств и ценных бумаг. Финансовое посредничество в нашей стране в последние годы развивалось достаточно быстро. Для предприятия любые вложения (в оборудование, транспортные средства, в ценные бумаги своего или другого государства или в ценные бумаги других предприятий) считаются инвестициями. Для государства же в целом вложения одних предприятий в ценные бумаги или в уставный капитал других предприятий или в государственные ценные бумаги инвестициями считать спорно, так как эти дру-