

Ткаченко О.В., к.социол.н.
tkachenko-lga85@yandex.ru

Волгоградский государственный
медицинский университет
Волгоград, Россия

РОЛЬ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ФОРУМОВ В ПРОЦЕССЕ МИНИМИЗАЦИИ РИСКА НА СОВРЕМЕННОМ РЫНКЕ ТОВАРОВ И УСЛУГ

Аннотация: Современный рынок товаров и услуг наполнен большим количеством некачественных, поддельных, контрафактных товаров. Такая ситуация связана с несовершенством законодательного регулирования, безответственным отношением предпринимателей, неумением обычных потребителей выявлять и минимизировать потенциальный риск. Наличие объективной информации и знаний являются главными ресурсами преодоления негативных последствий некачественной покупки, в связи с чем актуализируется роль потребительских форумов. Анализ потребительских форумов, выполненный методом «контент-анализ» показал, что потенциальные и реальные покупатели используют информацию, размещенную на потребительских форумах для поиска способов борьбы за качественную покупку, оставляя без внимания данные, способствующие предотвращению риска покупки некачественного товара или услуги.

Ключевые слова: потребительское поведение, риск, ситуация риска и неопределенности, минимизация риска в потреблении.

На современном российском рынке не редки ситуации, когда покупатель сталкивается с некачественным или поддельным товаром [2]. Это возникает по нескольким причинам. Во-первых, несовершенство законодательного регулирования взаимоотношений производителя и потребителя. Недостаточный контроль со стороны органов государственной власти [3], лояльный подход законодательства к нарушениям предпринимателей приводят к безответственному поведению со стороны бизнеса и восприятию некачественной покупки как нормы со стороны покупателя [4]. Во-вторых, введенные экономические санкции привели к увеличению на рынке поддельных, неоригинальных товаров в связи с отсутствием отечественных аналогов [3]. В-третьих, исторически сложившаяся неготовность современных потребителей к грамотной ориентации на современном рынке [1]. Отсутствие необходимых знаний и несовершенство информации, транслируемое бизнес сообществом актуализирует поиск возможностей потребителя самостоятельно предотвратить риск покупки некачественных товаров. Например, получить объективную информацию о качестве товаров и правильных способах выбора услуг можно с помо-

щью современных Интернет ресурсов на существующих потребительских форумах.

Для изучения роли потребительских форумов как способа минимизации рисков на рынке товаров и услуг в 2015 году (октябрь-декабрь) методом «контент-анализ» автором было изучено пять основных форумов, среди которых «Форум союза потребителей России», «Главный форум потребителей России», «Потребительский форум журнала Качество», «Закон ЗПП – мы поможем», и «Потребительский форум на ukt.ru».

Анализ производился на основе следующих индикаторов: частота обращения к представленным на форумах тематическим блокам, основные направления обсуждаемых тем, степень востребованность профессиональных и обывательских советов. Выбор представленных индикаторов связан с пониманием основной цели потребителей, которые обращаются к подобным источникам информации либо для мини-

мизации потенциального риска, либо для поиска способов дальнейшего действия при наличии факта неудачной покупки.

Очевидно, что пытаясь не допустить возникновения рисков, потребитель должен искать информацию о том, как правильно выбирать товары и услуги, на какие моменты обращать внимание и каких негативных последствий избегать. Анализ форумов показал, что данные темы являются менее популярными среди посетителей форумов (см. таблица 1). Так, «правила выбора товара» интересуют только 15,7% посетителей (7381 просмотров), а «популярные заблуждения» готовы развеять только 13,6% потребителей (6409 просмотров). Тем не менее, именно данные информационные блоки содержат максимально объективные данные, позволяющие приобрести необходимые знания и чувствовать себя уверенно при посещении магазина.

Таблица 1.

Популярность тематических блоков современных потребительских форумов

Темы	Количество просмотров	Количество просмотров (в %)
Тематические блоки, направленные на предотвращение риска		
Популярные заблуждения	6409	13,6
Правила выбора товара	7381	15,7
Отрицательные отзывы	30607	65,2
Положительные отзывы	2578	5,5
Итого	46975	100
Тематические блоки, посвященные поведению при наличии факта неудачной покупки		
Правила оформления претензии	105351	39,8
Действия покупателя при возврате товара	21759	8,2
Полномочия менеджера по продажам	122319	46,2
Права потребителя	15184	5,8
Итого	264613	100

По результатам проведенного «контент-анализа» выявляется интерес современных покупателей к тематическому блоку – «отрицательные отзывы», где посетители делятся своим опытом неудачных покупок. В рамках данной темы доминируют такие товары как бытовая техника (8673 просмотров), обувь (5427 просмотров), одежда (4098 просмотров), парфюмерия (2372 просмотра), ювелирные украшения (1429 просмотров) и др. В связи с этим, можно сказать, что потребители задумываются о негативных последствиях и рисках, когда речь идет о покупке дорогих товаров. Кроме того для минимизации рисков выбирают не объективную информацию экспертов, а субъективные представления обычных потребителей.

Стоит отметить отсутствие интереса потребителей к блоку «положительные отзывы» (2578 просмотров) (см. таблица 1). Только 5,5% потребителей ориентируются на реальные примеры высокого качества обслуживания в тех или иных торговых точках, что не только минимизирует риски, но повышает уровень, как потребительских ожиданий, так и потребительской культуры в целом.

Таким образом, потребители, осознающие потенциальные риски и готовые их минимизировать не в полной мере используют информационный потенциал потребительских форумов, оставляя без внимания объективные данные.

Теперь обратимся к покупателям, которые посещают подобные сайты при наличии факта неудачной покупки, где их интерес ограничивается следующими разделами: «полномочия продавцов» (122319 просмотров), «правила оформление претензии» (105351 просмотров), «действия покупателя при возврате товара» (21759 просмотров).

Опираясь на представленные данные можно сказать, о неуверенности современных потребителей при необходимости общения с продавцом или администрацией по поводу неудачной покупки. Это проявляется не только в интересе к определенным темам, но и просьбах в поэтапном описании своих будущих действий. Стоит отметить популярность темы «полномочия менеджеров по продажам». В противоположность этому, интерес к собственным правам крайне низок. Так, за изучаемый период, к блоку «потребительские права» обратились только 5,8% потребителей (см. таблица 1). Нерешительность и доминирование чувства неопределенности потребителей проявляется в использовании таких выражений как «объясните, пожалуйста, еще раз», «не могли бы рассказать подробнее», «а, что мне делать, если.....».

Стоит особенно отметить тот факт, что потребители, пытающиеся заранее минимизировать риски, так и потребители, которые уже попали в ситуацию риска, пренебрегают советами профессиональных экспертов. Не используя потенциал потребительских форумов, и ориентируясь на опыт непрофессионалов, покупатели подвергаются дополнительному риску потери значимых ресурсов: денег, здоровья и душевного равновесия [9].

Итак, являясь наиболее доступным источником информации, потребительские форумы могут обеспечить потребителя профессиональным советом, объективными данными, новыми знаниями, ориентируя покупателя на активную личностную позицию в отношении процесса и последствия покупки. Результаты проведенного автором «контент-анализа», продемонстрировали интерес потребителей к дополнительной информации исключительно при наличии факта неудачной покупки. Ориентация посетителей форума на субъективные, непрофессиональные советы и пренебрежение консультацией экспертов снижает личные возможности потребителя минимизировать риск на современном рынке товаров и услуг.

Tkachenko O.V.

THE ROLE OF CONSUMPTION FORUMS IN THE PROCESS OF MODERN MARKET RISK MINIMIZATION

The modern market of goods and services is filled with lots of substandard, fake, counterfeit goods. This situation is connected with the imperfection of legislative regulation, the irresponsible attitude of entrepreneurs, the inability of ordinary consumers to identify and minimize potential risks. The availability of objective information and knowledge are key resources in overcoming the negative consequences of poor purchases, in connection with what actualization the role of consumer forums. Analysis of consumer forums, made by "content analysis" showed that the potential and real buyers use the information posted on consumer forums to find ways to fight for a quality purchase, while ignoring data that would help to prevent the risk of buying faulty goods or services.

Keywords: consumer behavior, risk, situation of risk and uncertainty, minimization of consumption risk.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Гордон Л.А., Клопов Э.В. Потери и обретения в России девяностых. М.: Эдиториал УРСС, 2000. - Т. 1. - Очерк 4. - С. 118.
2. Косатая О.А. Изучение потребительских рисков // Потребление как коммуникация. – СПб.: Интерсоцис, 2005. – С. 38.
3. Радаев В.В. Социологи рынков: к формированию нового направления. – М.: ГУ ВШЭ, 2003. - С. 262.
4. Радаев В.В. Кому принадлежит власть на потребительских рынках: отношения розничных сетей и поставщиков в современной России. – М.: ГУ ВШЭ, 2011. – С. 219.
5. Эклунд К. Эффективная экономика – шведская модель: Экономика, 1991. –349 с.
6. Энгертссон Т. Экономическое поведение и институты. Пер. с англ. – М.: Дело, 2001. – 408 с.
7. Эрроу К. Дж. Коллективный выбор и индивидуальные ценности. Пер. с англ. – М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2004. – 204 с.
8. Юрьев П. С. Модель homo socioeconomicus: возможно ли это? Социология и общество: глобальные вызовы и региональное развитие – <http://www.isras.ru/files/File/congress2012/part1.pdf>. - С. 285-293.
9. Яницкий О.Н. Россия: риски и опасности «переходного» общества. – М.: Изд-во Института социологии РАН, 1998. – С. 128.
10. Яницкий О.Н. Социология риска. – М.: Издательство LVS, 2003. – 192 с.