

СТРАТЕГИЯ РЫНОЧНОГО УПРАВЛЕНИЯ В ПЕРЕХОДНОМ ПЕРИОДЕ STRATEGY OF MARKET MANAGEMENT IN THE TRANSITION PERIOD

Х.Ф. МАМЕДОВА¹, Ф.А. МАМЕДОВ², С.Ш. ТАШПУЛАТОВ³, Ш.Я. АЛИЕВА²,
Г.З. АБДИЕВА², Г.Р. МАМЕДОВА²

H.F. MAMMADOVA¹, F.A. MAMMADOV², S.S. TASHPULATOV³, SH.YA. ALIEVA²,
G.Z. ABDIEVA², Q.R. MAMEDOVA²

¹Гянджинский государственный университет, Республика Азербайджан,

²Азербайджанский технологический университет, Республика Азербайджан,

³Ташкентский институт текстильной и легкой промышленности, Республика Узбекистан)

(Ganja State University, Republic of Azerbaijan,
Azerbaijan Technological University, Republic of Azerbaijan,
Tashkent Institute of Textile and Light Industry, Republic of Uzbekistan)

E-mail: fizuli.ekonomist@gmail. comsht61@mail.rug.abdiyeva@mail.ru

В круг важнейших вопросов исследования потребительского рынка заложены принципы сбалансированности спроса и предложения, которые могут изменяться как в пространственном состоянии, так и во времени. К их числу можно отнести: изменение цен товаров; изменение вкусов потребителей; ожидание будущих изменений цен или нехватка товаров; изменение рыночных доходов; увеличение равенства в распределении доходов; изменение численности и состава населения; изменение факторов производства; изменение экономической политики государства; открытие новых источников сырья или истощение существующих; появление в отрасли новых фирм и многие другие.

The most important issues of consumer market research include the principles of balancing supply and demand, which can change both in the spatial state and in time. These include: changes in the prices of goods; changing consumer tastes; anticipation of future price changes or shortages of goods; changes in market incomes; increasing equity in the distribution of income; changes in the size and composition of the population; change in prices of factors of production; change in the economic policy of the state; discovery of new sources of raw materials or depletion of existing ones; the emergence of new firms in the industry and many others.

Ключевые слова: стратегия, рынок, управление, экономика, конкуренция, макроэкономика, государство.

Keywords: strategy, market, management, economy, competition, macroeconomics, the state.

Введение

Реформирование системы управления экономикой в переходный к рыночным отношениям период является самой сложной и неоднозначной задачей в странах, завоевавших свой суверенитет.

Данную проблему известный западный ученый П. Друкер понимает следующим образом: "Для того чтобы решить какую-либо из этих задач, не говоря уже о том, чтобы решить их все вместе, требуется понимание бизнеса (на рынке, – прим. авто-

ров) как экономической системы, ее способности к эффективному функционированию и взаимосвязей между доступными ресурсами и возможными результатами. Это понимание никогда не приходит само, его следует развивать отдельно для каждого бизнеса. Виды бизнеса различны, но бизнес как система остается одним и тем же, независимо от масштаба и структуры, товаров, технологий, рынков, от культуры и компетентности управления" [1].

Следовательно, по нашему мнению, необходимо проводить крупномасштабное реформирование не только на уровне отдельных рынков, но и всего государственного управления как объекта, занимающегося крупным бизнесом на всех ступенях. А главное, претворять его в жизнь своевременно. Об этом справедливо отмечает российский ученый в области менеджмента В.Р. Веснин: "Эффективное управление должно быть своевременным, что требует выбора наиболее удачного момента для начала соответствующей деятельности, оптимальной последовательности отдельных этапов, исключения неоправданных перерывов и потерь времени" [2].

Методы исследования

На Западе общий подход к реформированию системы управления сводился к тому, что в конце XX века реализовывался огромный объем крупномасштабных и комплексных программ реформирования государственного управления. Появление многих из этих программ было продиктовано необходимостью решения властями аналогичных проблем, особенно проблем повышения эффективности и качества услуг, гибкого реагирования на смену обстановки, рационализации аудиторской деятельности, улучшения налоговой системы. При этом следует указать на отсутствие общей парадигмы реформ. Одну из этих программ можно охарактеризовать как отмеченную крайним радикализмом, другие же предусматривают постепенный подход к их реализации. В целом стратегия реформирования часто проходила с точки зрения рассмотрения концепции "нового государственного управления". Преимущество такого подхода состоит в том, что он предусматривает наиболее последовательный комплекс мер в рамках проведения реформ с учетом внутренних условий той или иной страны [3].

Т а б л и ц а 1

	Австралия	Бразилия	Великобритания	Венгрия	Германия	Канада	Китай	Нидерланды	Новая Зеландия	Польша	США	Финляндия	Чили	Южная Корея	Азербайджан
1. Целевые реформы															
В сфере государственного управления	+	+	+		+	+			+		+	+			+
В сфере исполнительного управления	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+		+	+
В сфере организационных структур	+		+			+	+	+	+	+		+	+		+
В политической сфере	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
2. Прогрессивные реформы															
В сфере государственного управления	+		+			+		+	+		+	+			+
В сфере исполнительного управления	+	+	+	+					+			+			+
В сфере организационных структур	+		+			+			+			+	+		+
В политической сфере	+		+						+		+		+		+
3. Комплексные реформы															
Временные реформы		+			+			+		+					+
Этапные реформы	+		+	+		+	+		+		+	+	+	+	+
Реформы стратегического рыночного управления	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+

В табл. 1 Азербайджан представлен среди стран с более высокой степенью рыночного управления. И это неслучайно, так как наша республика за последние годы развивается весьма высокими темпами.

Все это, на наш взгляд, требует новой классификации стран взамен существующей на сегодняшний день. В частности, в условиях переходной экономики широко применяется двухчленная типология с подразделением всех стран на экономически развитые и развивающиеся. Основным критерием при такой типологии служит уровень социально-экономического развития государства, выраженный через показатель ВВП в расчете на душу населения. Наибольшее значение при изучении мирового хозяйства и его географии имеет типология, учитывающая уровень и характер социально-экономического развития страны. Уровень социально-экономического развития определяется рядом показателей, среди которых: размер валового внутреннего продукта (ВВП) или валового национального продукта (ВНП); размер ВВП на душу населения; доля в ВВП продукции сельского хозяйства, промышленности и сферы услуг; объем промышленной продукции; инвестиции в основной капитал; потребительские цены; доля занятых в отдельных секторах хозяйства; структура внешней торговли; уровень грамотности населения; продолжительность и качество жизни; потенциальные ресурсы и др. [4].

Практика показывает, что между экономическими субъектами существует состязательность, которая характерна для любой хозяйственной системы. Она является неизбежным следствием ограниченности экономических ресурсов. Поскольку эти ресурсы в любом обществе ограничены или редки, хозяйствующие субъекты вынуждены вступать в состязание, в борьбу за обладание ими. Однако формы такой борьбы специфичны для различных экономических систем. Для рыночных условий характерен принципиально новый тип состязательности – конкуренция, где местом состязания является рынок. Конкуренция между ком-

мерческими фирмами в производстве, в области инновационных процессов, в сфере продаж товаров и культурного обслуживания, несомненно, имеет целью получение выгоды на рынке. Наряду с фирмами, государство также может принимать непосредственное участие в рыночной конкуренции, но не через органы государственного управления, а как субъект рынка, в качестве покупателя или продавца товаров и услуг. В целом же конкуренция выступает как борьба производителей за потребителя товаров и услуг [5].

Иные принципы лежат в основе регулирования предпринимательских монополий, действующих на конкурентных рынках, например в отраслях с олигополистической структурой. Здесь государственное регулирование призвано не заменить, а защитить конкурентный рыночный механизм [6].

Однако в рыночных процессах иногда отдельные отрасли относят к естественным монополиям и пытаются их регулировать. Как отмечает К.Р. Макконнелл, "наиболее критические замечания в адрес отраслевого управления состоят в том, что иногда оно применялось в отраслях, которые не являются естественными монополиями и которые в отсутствие регулирования были бы полностью конкурентными" [7].

Марксистская парадигма диктует иной подход к задачам регулирования деятельности монополий. Поскольку образование монополий видится как чисто объективный, непреодолимый и необратимый процесс, единственный способ ограничения "вредных" последствий монополизации – это либо национализация монополий и управление ими в интересах всего общества, либо прямой и всесторонний контроль над ценами, прибылями и производством монополистов. Интересно, что во многих переходных экономиках антимонопольная политика, будучи по своим законодательным основам рыночной, в конкретных действиях принимала часто неосознанно марксистскую парадигму как более понятную и, казалось бы, более эффективную.

Говоря о конкурентных преимуществах, в качестве примера можно привести Японию. Ученые говорят, что на короткие сроки Япония, чтобы избежать западни ликвидности, должна сократить налоги или же усилить государственные капиталовложения. С учетом предельно низкого уровня официальной учетной ставки ослабление финансово-кредитных уз – не лучший выбор. Экономисты, поощряющие сокращение налогов, замечают, что Япония испытывает дефляцию в цене активов и что компании и домашние хозяйства сокращают свои расходы с целью возмещения ссуд. Они призывают к поддержанию долгосрочной цели по преобразованию финансовой структуры для снижения бюджетного дефицита, утверждая, что ключевым приоритетом является восстановление жизнеспособности частного сектора. С этой целью они ратуют не за временное, а за постоянное снижение налогов. В случае подходящих налогов они желают заглазить прогрессивные ставки, а в случае корпоративных налогов они утверждают, что компании будут более оживленно вкладывать капитал, если фактическая налоговая ставка будет понижена с существующих 46% приблизительно до американского уровня в 40% [8].

В последние два десятилетия макроэкономический подход к анализу в теориях международной торговли дополнился микроэкономическим, что проявляется в значительном интересе ученых к разработке различных моделей участия в международной торговле отдельных фирм и корпораций. Большинство авторов при этом решающую роль отводит реализации технологических преимуществ отдельных корпораций на рынках, максимально восприимчивых к нововведениям. Объектом международной торговли в данном случае является технология, как воплощенная в наукоемких товарах, так и чистая [9].

Наиболее известной из них является теория конкурентных преимуществ М. Портера. В ней последовательно проводится идея, что на международном рынке конкурируют фирмы, а не страны, в связи с чем важно понять, как фирма создает и

удерживает конкурентные преимущества, и уяснить роль страны в этом процессе. Конкурентоспособность страны в международном обмене определяется воздействием и взаимосвязью следующих четырех основных составляющих, называемых "конкурентным ромбом":

- 1) факторных условий (наличие в стране основных факторов производства);
- 2) условий внутреннего спроса, вызывающих эффект масштаба;
- 3) наличием смежных и поддерживающих отраслей;
- 4) стратегии структуры фирмы и ее места во внутриотраслевой конкуренции [10].

В условиях усиления конкурентности национальных экономик государство обязано участвовать в ряде сложных рыночных процессов, например, в лице государственного предпринимательства. Государственное предпринимательство является прямым вмешательством государства в воспроизводственный процесс. Оно особенно необходимо в малорентабельных отраслях, которые традиционно не представляют интерес для частного капитала, но их развитие определяет общие условия воспроизводства. Это прежде всего отрасли экономической инфраструктуры.

В общем плане государство может влиять на инвестиционную активность при помощи самых различных рычагов: финансово-кредитной и налоговой политики; предоставления самых различных льгот предприятиям, вкладывающим инвестиции на реконструкцию и техническое перевооружение производства; амортизационной политики; создания благоприятных условий для привлечения иностранных инвестиций; научно-технической политики и др. При этом государство должно всегда помнить, что будущее экономики страны в значительной степени зависит от того, какую оно проводит инвестиционную политику [11].

Экономические основы управления включают в использование названных объективно проявляющихся законов экономики и практической экономической деятельности, а смена управленческих подходов и теоретических моделей отражает за-

крепление новых, более совершенных производственных отношений соответственно требованиям эффективно развитых производительных сил [12].

Во многих развитых странах планирование на уровне государства принимает форму разработки и реализации определенных программ. Например, в Азербайджанской Республике за последние годы принят ряд существенных государственных программ в области социально-экономического развития регионов, в сфере развития бизнеса и поддержки предпринимательства и др.

Основой косвенного регулирования является политика ценообразования, которая включает наблюдение за ценами, косвенное влияние на них через таможенные ограничения, учетные ставки налогов, ускоренную амортизацию, регламентацию статей себестоимости, прямое воздействие через систему госзаказов, установление предельных цен. Государство должно проводить политику в области ценообразования с целью обеспечения его стабильности, что является основой борьбы с инфляцией, оживления инвестиций и подъема национальной экономики [13].

Наименее предсказуемое влияние на появление новых рыночных направлений оказывает окружающая среда. Современные компании Германии уже сегодня тратят половину своих расходов на защиту окружающей среды и обеспечение общей безопасности. Если еще несколько отраслей будут вынуждены заниматься этим же, это приведет, в конце концов, к тому, что и остальным организациям не удастся избежать воздействия растущей озабоченности общественности и политиков и им также придется заниматься устранением общих последствий, связанных с частным потреблением [14].

При совпадении общих стратегических направлений борьбы за лидерство существуют некоторые особенности в подходах ведущих японских и американских компаний к тому, как обеспечить свое преимущество в экономическом соперничестве на мировом рынке. Так, специфика японского подхода состоит в том, что автоматизация и компьютеризация производства не рас-

сматривается как самоцель и безусловная гарантия успеха. Более того, специальные усилия предпринимаются для того, чтобы при переходе на выпуск более сложных товаров снизить их техническую и технологическую сложность.

В Ы В О Д Ы

Исследования потребительского рынка должны осуществляться системно (методологически), комплексно (теоретически) и методично (специфично), по всем его направлениям, от частного до целостного и обратно.

В современных условиях необходима выработка стратегии рыночного управления в переходный период на уровне государства и рынка.

Л И Т Е Р А Т У Р А

1. *Питер Друкер*. Эффективное управление: [пер. с англ.]. М.: ФАИР-ПРЕСС, 2003. С. 12...13.
2. *Веснин В.П.* Менеджмент. М.: ТК Велби; Проспект, 2007.
3. *Мэннинг Н.* Реформа государственного управления: международный опыт: [пер. с англ.]. М.: Весь мир, 2003. С. 44...47.
4. *Куликов Л.М.* Экономическая теория. М.: ТК Велби; Проспект, 2006.
5. Теория переходной экономики Т.1 / под ред. В.В. Герасименко. М.: ТЕИС, 1997. С. 125...131.
6. *Егоров В.В.* Прогнозирование национальной экономики. М.: ИНФРА-М, 2001.
7. *Макконнелл К.Р., Брю С.Л.* Экономикс: принципы, проблемы и политика: [пер. с англ.]. Баку: Азербайджан, 1992. Ч. II. С. 228...229.
8. *Осаму Нарияни*. Современная японская экономика. Баку: Елм ве хаят, 2003.
9. *Пузанова Е.П.* Мировая экономика и международные отношения. М.: ФЕНИКС, 2004. С. 206...209.
10. *Портер М.* Международная конкуренция. М.: Международные отношения, 1993.
11. *Сергеев И.В., Веретенникова И.И.* Экономика предприятия. М.: Проспект, 2007. С. 24...26.
12. Менеджмент / под ред. М.М. Максимова и А.В. Игнатъевой. М.: Банки и биржи; ЮНИТИ, 1999.
13. *Крутик А.Б., Пименова А.А.* Введение в предпринимательство. СПб.: Политехника, 1995.
14. *Дей Дж.* Стратегический маркетинг. М.: Эксмо, 2003. С. 44...45.

REFERENCES

1. Peter Drucker. Effective management, trans. from English. M.: FAIR-PRESS, 2003. P. 12...13.

2. Vesnin V.P. Management. M.: TK Welby; Avenue, 2007.
3. Manning N. Public administration reform: international experience: [per. from English]. M.: Ves Mir, 2003. P. 44...47.
4. Kulikov L.M. Economic theory. M.: TK Welby; Avenue, 2006.
5. Theory of transitional economy T.1 / ed. V.V. Gerasimenko. M.: TEIS, 1997. P. 125...131.
6. Egorov V.V. Forecasting the national economy. M.: INFRA-M, 2001.
7. McConnell K.R., Bru S.L. Economics: Principles, problems and politics: [per. from English]. Baku: Azerbaijan, 1992. Part II. P. 228...229.
8. Osamu Nariani. Modern Japanese economy. Baku: Elm ve Hayat, 2003.
9. Puzanova E.P. World economy and international relations. M.: PHOENIX, 2004. P.206...209.
10. Porter M. International competition. M.: International relations, 1993.
11. Sergeev I.V., Veretannikova I.I. Enterprise economy. M.: Prospekt, 2007. P. 24...26.
12. Management / ed. MM. Maksimova and A.V. Ignatieva. M.: Banks and stock exchanges; UNITY, 1999.
13. Krutik A.B., Pimenova A.A. Introduction to Entrepreneurship. St. Petersburg: Polytechnic, 1995.
14. Day J. Strategic marketing. M.: Eksmo, 2003. P.44...45.

Рекомендована кафедрой административного управления и коммерции Азербайджанского технологического университета. Поступила 03.10.22.