

Иррациональные категории подобны иррациональным числам в математике. Это реальные величины, реальные явления. Алогичность их в том, что они не выводятся логически из описываемых отношений, а как бы привнесены из другого круга отношений и отражают практику решения трудных задач. В условиях господства товарно-денежных отношений могут покупаться и такие далекие от товаров духовно-нравственные ценности, как совесть и честь, когда мерки стоимостных отношений (деньги) переносятся на моральные устои людей.

Представляется, что предложенная нами классификация дает возможность точнее определять сущностные свойства и место категорий в системе политической экономии, содействует плодотворности научного поиска, а значит, и адекватных форм использования полученных знаний в практической политике.

¹ Маркс К., Энгельс Ф. Соч. Т. 31. С. 275—276 (подчеркнуто мной — С. Я).

² Там же. Т. 12. С. 711.

³ Там же. С. 714.

И. С. БЛАГУШ

О ЗНАЧЕНИИ АНАЛИЗА РЕГУЛИРУЕМЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ

Изучение рыночного механизма становится одним из наиболее популярных и активно разрабатываемых направлений отечественной экономической науки. Движение от социальной системы, в которой свободный рынок не играл сколько-нибудь значительной роли, к экономике рыночного типа заставляет обращаться к западному опыту, осваивать уже существующие теоретические разработки.

Ощутимое влияние на ориентацию отечественной экономической мысли, бесспорно, оказывают сегодня работы американских ученых, в научных публикациях и учебниках которых «почти единодушно поддерживается мнение, что конкуренция — основная регулирующая сила капиталистической рыночной экономики»¹.

На создание конкурентной среды здесь направлено действующее законодательство и государственная экономическая политика. Малый и средний бизнес являются основой американской экономики: около 99 % предприятий относятся именно к этой категории². Причем их число резко возросло за последнее десятилетие в немалой степени благодаря той поддержке, которую правительство, руководствуясь принципом свободной конкуренции, оказывает этому сектору экономики. Управление малого бизнеса при Министерстве торговли США до настоящего времени выделило в рамках программы инвестиций свыше 11 млрд. долл. более чем 70 тысячам малых предприятий. С 1988 по 1990 г. Управлением были выданы гарантии по коммерческим кредитам для малых предприятий на сумму свыше 31 млрд долл.³

Ситуация на рынке может изменяться сегодня необычайно быстро: снижение издержек производства благодаря информационным технологиям не на десятки процентов, а в десятки раз позволяет повысить уровень конкурентоспособности любой фирмы и выходить в число лидеров практически с любых стартовых позиций. Малый и средний бизнес, более гибкий и более подвижный, позволяет быстро реагировать на появление новых потребностей, становится важным источником нововведений, обеспечивая при этом достаточно высокий уровень качества продукции и услуг. Тенденция к устранению торговых барьеров на Западе, создание «открытых рынков» расширяет сферу конкуренции, усиливает ее, делает еще более жесткой, стремительной, непредсказуемой.

Многочисленные публикации приветствуют возрождение «духа предпринимательства» и «власти рынка», доказывая эффективность конкурентной экономики, преимущества малого бизнеса, благотворное действие неограниченной экономической свободы. Процессы, характерные для развитых стран, и доминирующие экономические идеи, казалось бы, не оставляют сомнений в том, на каких принципах следует строить современную национально-хозяйственную систему, отвечающую новейшим тенденциям мирового развития. Ориентация на создание экономики, построенной на свободной конкуренции, представляется естественной и органичной. Тем не менее критика этого принципа со стороны ряда американских экономистов в последние десятилетия требует осмысления.

Макроэкономические последствия дерегулирования в Соединенных Штатах оказались далеко не однозначными. Устранение правительственных регламен-

таций в трех базовых отраслях (финансы, телекоммуникации, транспорт), последовательно осуществленное в 70—80-е гг., должно было оживить эти отрасли и стимулировать экономический рост в целом в соответствии с классическим принципом: чем активнее конкуренция между экономическими агентами, тем выше их продуктивность и, следовательно, богаче общество.

Оживление конкуренции между банками и ссудо-сберегательными ассоциациями в результате дерегулирования действительно произошло и привело к установлению более высокого уровня процента по вкладам. Однако, стремясь привлечь вкладчиков высоким процентом, ссудо-сберегательные ассоциации были вынуждены инвестировать значительные суммы в рискованные операции с высокой скоростью оборота. В результате с 1980 по сентябрь 1990 г. около тысячи ассоциаций обанкротились. Коммерческие банки в результате расширения рискованных операций ежегодно списывают около 20 млрд долл. непогашенных задолженностей, что в пять раз превышает уровень 1980 г.⁴

По мере возрастания конкуренции между банками на внутреннем рынке США, считает профессор Калифорнийского университета К. Йошида, их конкурентоспособность на мировом рынке падает. Только один американский банк находится среди двадцати мировых лидеров, хотя по количеству банков на миллион жителей Соединенные Штаты занимают первое место. Этот показатель достигает здесь 53, в то время как в Великобритании он составляет 11, в Германии — 5, Канаде — 3, Японии — 1. Однако 40 % совокупных активов 100 крупнейших банков мира принадлежит Японии, а США — только 11 %⁵.

Дерегулирование было призвано максимизировать благосостояние потребителей: оживление конкуренции в банковской сфере должно было устранить неэффективные операции, увеличить процентные ставки. Однако под давлением конкуренции банковские управляющие были вынуждены обеспечивать высокую оборачиваемость инвестиций, а не максимизировать долгосрочные доходы. Это в равной степени справедливо и по отношению к промышленности. Краткосрочное мышление, ориентированное на максимизацию ежеквартальных выплат акционерам, по оценке экспертов, не оказалось благоприятным в долгосрочном плане. За 1969—1985 гг. рыночная цена американских акций лишь удвоилась, а японских возросла в шесть раз⁶.

Важной составной частью политики поддержания конкуренции является антимонопольная практика. Один из примеров — разделение «Америкэн Телефон энд Телеграф» на несколько самостоятельных компаний в январе 1984 г. Уже спустя 11 месяцев в ее системе произошло снижение цен на телефонное оборудование и тарифов на ряд услуг. Однако конкуренция между поставщиками оборудования привела к значительному сокращению рабочих мест, что увеличило нагрузку на одного работающего и в результате снизило качество технического обслуживания установок. Снижение качества услуг негативно повлияло на спрос в долгосрочной перспективе.

Существенно и то, что «Лаборатории Белла» — один из ведущих научно-исследовательских институтов мира, на который приходится семь нобелевских премий и тысячи патентов в фундаментальных исследованиях, прежде доступных на основе лицензионных соглашений любой компании, — после раздела компании «Америкэн телефон энд телеграф» значительно сократили фундаментальные исследования, ориентируясь прежде всего на сиюминутные финансовые результаты. В итоге лаборатории покинули многие ученые. В долгосрочном плане общество и экономика, бесспорно, проиграла.

Принцип свободной конкуренции, определявший до сих пор процветание американской экономики, по мнению ряда экономистов, в современных условиях не может более играть роль основной экономической доктрины. «Промышленность Соединенных Штатов уступает свои позиции на мировом рынке не подвижным малым фирмам, а крупным индустриальным комплексам, опирающимся на стабильную, подчиненную единой, скоординированной стратегии систему компаний-союзников, часто поддерживаемых государством, т. е. тем экономическим структурам, которые, с точки зрения сторонников свободного рыночного предпринимательства, порождают застойные картели», — считает Ч. Фергусон⁷. Другой американский исследователь, К. Йошида, приходит к следующему выводу: «Мы переживаем эру высоких технологий, которые требуют крупных и непрерывно возрастающих вложений капитала, времени, трудовых ресурсов, научных исследований и разработок для производства высокотехнологичной продукции, имеющей решающее значение для национальной экономики. Перед лицом мировой конкуренции такого рода необходима широкомасштабная координация крупных инвестиций. Может ли неограниченная конкуренция обеспечить требуемые условия? Ответ однозначен — нет. Нам необходима национальная политика, которая координировала бы промышленность на американ-

ском рынке так, чтобы каждая компания в любой отрасли росла, обеспечивая одновременно рост всей экономики Соединенных Штатов»⁸.

Таким образом, ориентация исключительно на создание системы свободной конкуренции, необходимой для нее правовой и экономической среды, как показывает опыт развитых стран, является далеко не бесспорной. Наиболее эффективной многими экономистами признается модель, в которой конкурентный механизм «встроен» как одна из форм экономической регуляции в систему кооперации, сотрудничества экономических агентов, не являясь господствующим принципом организации экономики.

Лидирующие позиции Японии на мировом рынке американские исследователи связывают именно с особенностями ее экономической системы, «рассчитанной на то, чтобы минимизировать конкуренцию и поддержать кооперацию»⁹. Западный принцип широкомасштабной конкуренции не был заимствован Японией в чистом виде. Он не вытеснил традиционную для этой страны идею кооперации, а был адаптирован к особенностям национальной экономики и национального менталитета, так что оба, казалось бы, взаимно исключающих принципа были восприняты. Японская экономика стала примером отлаженного взаимодействия различных механизмов экономической регуляции — свободной конкуренции, корпоративного регулирования («монополистической плановости» в традиционной для нас терминологии), государственного капитализма.

Прагматический подход к экономической политике требует признания того факта, что различные формы априорной экономической регуляции (монополистическая плановость, государственный капитализм) — не отклонение от «совершенного рынка», а естественно развивающиеся, объективные экономические связи, существенное разрушение которых по идеологическим мотивам ведет к ощутимым издержкам. В качестве центрального объекта отечественных политико-экономических исследований поэтому было бы правомерно рассматривать не рынок сам по себе, а регулируемую экономическую систему, т. е. оптимальные, с позиций основных параметров функционирования национального хозяйства, варианты взаимодействия, сочетания различных механизмов экономической регуляции, известных современной экономике.

Понятие «регулируемая экономическая система» позволяет охватить регулирующий механизм в его целостности, но не указывает на те конкретные формы, которые этот механизм образует.

При определении типов регулируемых систем становятся значимыми роль отдельных элементов и соотношение между ними. Так, промышленный капитализм определяют обычно как «эпоху свободной конкуренции», хотя регулируемая система этого периода включала различные формы государственного капитализма. Но они играли подчиненную роль, не оказывая существенного влияния на функционирование системы в целом. С появлением различных форм монополистического регулирования и расширением государственного вмешательства в экономику функции экономической регуляции перераспределяются между государственным капитализмом, монополистической плановостью и рыночным механизмом. Складывается корпоративно-государственная регулируемая система, или система «смешанной экономики».

Кризис 70—80-х гг., который часто оценивают как кризис государственной экономики, нерыночной регуляции вообще, в действительности привел к изменению форм взаимодействия государственного и конкурентного механизмов, перераспределению функций между ними, дав начало периоду так называемой «контрактной экономики». Для него характерно расширение форм сотрудничества частных и государственных предприятий в области капиталовложений, привлечение частного капитала для финансирования государственных предприятий, создание смешанных государственно-частных компаний и т. п.

Разнообразие связей, форм взаимодействия между государственным капитализмом (как экономической формой, объективной основой государственного регулирования) и рынком делает современную регулируемую систему очень подвижной, изменчивой, способной адаптироваться к непрерывно меняющимся условиям. Распространение государственных акционерных компаний делает границы между государственным и частным сектором более подвижными, «все более неясными и неопределенными»¹⁰. Государство проникает в новые сферы и одновременно уходит из отраслей, не оцениваемых более как стратегические, использует новые, чисто экономические, финансовые формы контроля. Благодаря тесной интеграции, сращиванию тех элементов, которые ее составляют, регулируемая экономическая система в целом стала более эффективной.

Характеристика современного состояния регулируемой экономической системы — одна из наиболее сложных проблем, которая требует пристального внимания отечественных экономистов, ибо затрагивает принципы создания эффек-

тивной национально-хозяйственной системы, отвечающей тенденциям мирового развития.

¹ Аuerbach P. Competition: The Economics of industrial Change. New York, 1988. P. 7.

² См.: Леонидов Б. // Деловая орбита. 1992. № 19(32). С. 5.

³ Там же.

⁴ См.: Беарак В., Furlong T. // Los Angeles Times. 1990. 16 Sept. P. 3.

⁵ См.: Bates J. // Los Angeles Times. 1990. 23 Sept. P. 2.

⁶ См.: Berget J. // Business Week. 1986. 3 March. P. 82.

⁷ Ferguson Ch. // Harvard Business Review. 1988. № 3. P. 57.

⁸ Yoshida K. // The Columbia Journ. of World Business. 1992. № 4. V. 26. P. 35.

⁹ Ibid. P. 36.

¹⁰ Garner M. Enterprises in the Public Sector: The State's control. Maastricht, 1985. P. 22.

Н. В. ЧЕРЧЕНКО

МАРКЕТИНГ В СОВРЕМЕННОЙ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Последние десятилетия для промышленно развитых стран характеризуются дальнейшим товарным перенасыщением рынков сбыта, быстрым расширением и обновлением ассортимента выпускаемой продукции. Актуальной для корпораций стала проблема ограничения объема производства. Сама жизнь вынуждает фирмы искать эффективные средства, с помощью которых эти ограничения можно было бы в значительной степени снять. В этих условиях закономерным является то, что своеобразной формой регулирования рыночных процессов корпорациями стал маркетинг.

Руководство фирм рассматривает маркетинг как ядро процесса сбалансирования потребительского спроса и производственных ресурсов компании, как фундамент внутрифирменного планирования и всей многопрофильной управленческой деятельности. Маркетинг стал необходимым условием функционирования и конкурентоспособности предприятий, в их организационной структуре один из ключевых постов в системе принятия решений обязательно отдается вице-президенту по маркетингу или аналогичному по уровню иерархии менеджеру.

Претерпело изменения и толкование самого понятия «маркетинг». Если в довоенный период под ним подразумевалась функция сбыта или, другими словами, экономическая деятельность по продвижению товаров и услуг от производителя к потребителю, то, начиная с 50-х годов, маркетинг рассматривают уже как «новую философию бизнеса», суть которой заключается в том, что компания в своей деятельности в первую очередь должна исходить из учета рыночной конъюнктуры, ставить рынок во главу угла, подчинять ему все стадии производственного процесса, включая разработку и проектирование новой продукции.

Деятельность в области маркетинга начинается с комплексного изучения рынка, причем последнее — не самоцель, а источник информации для принятия ответственных решений. Следует учитывать, что, по некоторым оценкам, потери, вызванные неправильным решением, обычно бывают в десятки раз большими, чем расходы на исследования. В целом же расходы на маркетинговые исследования, например, у крупных западноевропейских компаний достигают 0,5 % оборота.

В настоящее время изучение рынков ведется практически всеми частными фирмами, многими университетами и научными организациями, правительственными ведомствами и учреждениями, специализированными исследовательскими фирмами и агентствами. Так, в США функционирует более 400 независимых исследовательских и коммерческих фирм, которые изучают структуру и динамику потребительского спроса, разрабатывают прогнозы рыночной конъюнктуры, составляют рекомендации в области рыночной стратегии и тактики для своих клиентов — промышленных и торговых компаний. В Японии функционирует Международная экономическая информационная служба, связанная с Министерством торговли и промышленности. Ее цель — сбор информации и исследований о соответствующих рынках, представляющих интерес для японских концернов. В ФРГ при Министерстве экономики и финансов учреждены две службы — коммерческая и юридическая, готовящие справки для экспортеров (они получают ежегодно примерно 80 тыс. запросов) и занимающиеся подбором для них заграничных торговых агентов. Обычная маркетинговая практика предполагает проведение изучения рынка в таком объеме, который позволит доста-