

Э. Я. Мамедов,
д. э. н., профессор, Азербайджанский Государственный Экономический Университет (UNEC)

DOI: 10.32702/2306-6814.2019.4.37

НАУЧНО-ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СИСТЕМНОГО ПОДХОДА К УПРАВЛЕНИЮ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИМ РЫНКОМ

Е. Mamedov,
Doctor of Economics, professor of the Azerbaijan State Economic University (UNEC)

SCIENTIFIC AND THEORETICAL BASIS OF A SYSTEMATIC APPROACH TO THE MANAGEMENT OF THE CONSUMER MARKET

Статья посвящена изучению научно-теоретических основ системного подхода к управлению потребительским рынком. Кроме того, в статье проанализированы ключевые особенности потребительского рынка, выявлены существующие реалии и перспективы. Анализ показывает, что в последние годы принимаются экономические меры для повышения конкурентоспособности мирового потребительского рынка.

Несмотря на существующие научные проблемы в исследованиях потребительского рынка товаров и услуг, в настоящее время практически отсутствуют фундаментальные разработки в этой сфере, а имеющиеся носят в основном отраслевой характер и ограничиваются решениями интересов отдельных товаропроизводителей или субъектов торговли.

Для научного решения проблем потребительского рынка нужен достаточно широкий и системный подход, охватывающие исследования продовольственных и непродовольственных рынков товаропроизводителей, диверсификации и конкурентной среды в переходный период, организационного механизма управления потребительским рынком, оптового рынка и системы управления каналами товародвижения, розничного рынка и управления продажами, рынка питания и услуг, рыночного управления субъектами потребительского рынка и другие.

Все это в целом вызывает необходимость научных разработок и комплексного исследования потребительского рынка товаров и услуг в переходный период с учетом мирового опыта.

Современный рынок потребительских товаров – многогранное явление со сложной структурой, подчиняющееся закону спроса и предложения. Действие рыночного механизма проявляется в сложных процессах, определяющих состояние рынка, темпы и основные пропорции его развития. Поскольку рынок суть определенная система, обладающая определенной внутренней структурой, а также иерархией отдельных элементов, в основу его анализа должен быть положен именно комплексный, системный подход.

Кроме того, отсутствует необходимое теоретическое и методологическое обеспечение рыночных процессов на потребительском рынке, включая их изучение, формирование и прогнозирование. В статье также указаны существующие проблемы на потребительском рынке, были выдвинуты предложения и рекомендации по устранению имеющихся недостатков.

The article is devoted to the study of scientific and theoretical basis of a systematic approach to the management of the consumer market. Moreover, in article analyzes the main features of the consumer market, reveals the existing realities and prospects. The analysis shows that in recent years realized economic measures for to increase the competitiveness of the consumer market throughout the world.

Despite the existing scientific problems in the research of the consumer goods and services market, at present there are practically no fundamental developments in this area, and the existing ones are mainly industry-specific and are limited to resolving the interests of individual producers or traders.

For a scientific solution to the problems of the consumer market, a sufficiently broad and systematic approach is needed, covering research of food and non-food markets of commodity producers, diversification and competitive environment during the transition period, organizational mechanism for managing the consumer market, the wholesale market and the distribution channel management system, the retail market and sales management, the market food and services, market management of the subjects of the consumer market and others.

All of this generally necessitates scientific research and a comprehensive study of the consumer market for goods and services during the transition period, taking into account international experience.

The modern consumer goods market is a multifaceted phenomenon with a complex structure, obeying the law of supply and demand. The action of the market mechanism is manifested in complex processes that determine the state of the market, the pace and basic proportions of its development. Since the market is a certain system with a certain internal structure, as well as a hierarchy of individual elements, its analysis should be based on an integrated, systematic approach.

Moreover, there didn't necessary theoretical and methodological support for market processes in the consumer market, including their study, formation and forecasting. The article identifies different problems in the consumer market, also put forward suggestions and recommendations for to solve existing shortcomings.

Статтю присвячено вивченю науково-теоретичних основ системного підходу до управління споживчим ринком. Крім того, в статті проаналізовано ключові особливості споживчого ринку, виявлено наявні реалії і перспективи. Аналіз показує, що в останні роки приймаються економічні заходи для підвищення конкурентоспроможності світового споживчого ринку.

Незважаючи на існуючі наукові проблеми в дослідженнях споживчого ринку товарів і послуг, нині практично відсутні фундаментальні розробки в цій сфері, а наявні мають в основному галузевий характер і обмежуються рішеннями інтересів окремих товаровиробників або суб'єктів торгівлі.

Для наукового вирішення проблем споживчого ринку потрібен досить широкий і системний підхід, що охоплює дослідження продовольчих і непродовольчих ринків товаровиробників, диверсифікації та конкурентного середовища в перехідний період, організаційного механізму управління споживчим ринком, оптового ринку і системи управління каналами руху товарів, роздрібного ринку і управління продажами, ринку харчування і послуг, ринкового управління суб'єктами споживчого ринку та інші.

Все це загалом спонукає до наукових розробок і комплексного дослідження споживчого ринку товарів і послуг в перехідний період з урахуванням світового досвіду.

Сучасний ринок споживчих товарів – багатогранне явище зі складною структурою, що підкоряється закону попиту і пропозиції. Дія ринкового механізму проявляється в складних процесах, що визначають стан ринку, темпи і основні пропорції його розвитку. Оскільки ринок є певною системою, що має певну внутрішню структуру, а також ієрархію окремих елементів, в основу його аналізу має бути покладеним саме комплексний, системний підхід.

Окрім того, відсутнє необхідне теоретичне і методологічне забезпечення ринкових процесів на споживчому ринку, включаючи їх вивчення, формування та прогнозування. У статті також зазначено наявні проблеми на споживчому ринку, висунуто пропозиції і рекомендації щодо усунення цих недоліків.

Ключевые слова: экономическая интеграция, национальная экономика, макроэкономика, государственная политика, интеграция, инвестиции.

Key words: economic integration, national economy, macro-economy, state policy, integration, investment.

Ключові слова: економічна інтеграція, національна економіка, макроекономіка, державна політика, інтеграція, інвестиції.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ

Для научного решения проблем потребительского рынка нужен достаточно широкий и системный подход, охватывающие исследования продовольственных и непродовольственных рынков товаропроизводителей, диверсификации и конкурентной среды в переходный период, организационного механизма управления потребительским рынком, оптового рынка и системы управління споживчим ринком.

равления каналами товародвижения, розничного рынка и управления продажами, рынка питания и услуг, рыночного управления субъектами потребительского рынка и другие.

Все это в целом вызывает необходимость научных разработок и комплексного исследования потребительского рынка товаров и услуг в переходный период с учетом мирового опыта.

Однако сложившаяся ситуация в мировой экономике (финансовый кризис), частью которой является экономика Азербайджанской Республики, и ряд сложных проблем социального, экономического и организационного аспектов потребительского рынка товаров и услуг привели к недостаточно эффективным решениям в данной сфере [1]. К ним следует отнести наличие деформаций в структуре расходов населения по отдельным товарам и услугам: структурную и объемную несбалансированность спроса и предложения потребительских товаров; неэффективный механизм защиты прав потребителей и обеспеченности населения товарами и услугами; отсутствие экономико-организационного механизма взаимодействия товаропроизводителей промышленности, сельского хозяйства и торговли; снижения конкурентоспособности отечественных товаров на внешних рынках; отсутствие рационального соотношения в экспорте и импорте потребительских товаров.

АНАЛИЗ ПОСЛЕДНИХ ИССЛЕДОВАНИЙ И ПУБЛИКАЦИЙ

Все эти перечисленные проблемы являются прежде всего следствием отсутствия в республике единого механизма промышленно-торговой политики, неразработанности реальных органов управления и регулирования потребительским рынком; недостаточного соответствия законодательной и нормативно-правовой базы задачам регулирования рыночных процессов на потребительском рынке, слабого внедрения передовых рыночных структур в торговую сферу, практического отсутствия программы защиты социально-экономических интересов потребителей и глубоких научных разработок в области исследования потребительского рынка.

Для научного решения проблем потребительского рынка нужен достаточно широкий и системный подход, охватывающие исследования продовольственных и непродовольственных рынков товаропроизводителей, диверсификации и конкурентной среды в переходный период, организационного механизма управления потребительским рынком, оптового рынка и системы управления каналами товародвижения, розничного рынка и управления продажами, рынка питания и услуг, рыночного управления субъектами потребительского рынка и другие [2].

Все это в целом вызывает необходимость научных разработок и комплексного исследования потребительского рынка товаров и услуг в переходный период с учетом мирового опыта.

Современный рынок потребительских товаров — многогранное явление со сложной структурой, подчиняющееся закону спроса и предложения. Действие рыночного механизма проявляется в сложных про-

цессах, определяющих состояние рынка, темпы и основные пропорции его развития. Поскольку рынок — это определенная система, обладающая определенной внутренней структурой, а также иерархией отдельных элементов, в основу его анализа должен быть положен именно комплексный, системный подход.

Поэтому, по нашему мнению, нужны глубокие исследования рынка потребительских товаров, выявляющие его сущность, основные понятия и категории.

В западной, российской и отечественной научной литературе существуют различные определения рынка как экономической и правовой категории, сущность которых состоит в следующем. Рынок представляет собой сферу товарного обмена, форму экономических связей производителей и потребителей. Рынок существует со времени возникновения и развития товарного хозяйства, разделения труда, появления обособленных и самостоятельных производителей. Для рынка характерна свободная купля-продажа, выбор партнера-поставщика или покупателя, преобладание свободных цен, свободный доступ к производственным ресурсам [5].

ЦЕЛЬ СТАТЬИ

Объективный экономический закон спроса и предложения, законы стоимости и денежного обращения через рыночный механизм приводят предложение в соответствие со спросом и обеспечивают полное его удовлетворение через цены, увеличение или уменьшение объема производства, изменение его структуры. На рынке в процессе купли-продажи происходит акт общественного признания затрат труда на данный товар. Если он не продается, значит, труд, затраченный на его производство, обществом не признается и приносит убытки товаропроизводителю. Чтобы возместить издержки и получить прибыль, товаропроизводитель должен предложить на рынок такой товар, который соответствует потребностям общества, удовлетворяет качеством и ценой покупателя. Рынок устанавливает равновесие между спросом и предложением, формирует пропорции общественного производства, распределяет труд по отраслям и территориям и как саморегулятор восстанавливает нарушенные пропорции, так как четко реагирует на всякое изменение, независимо от того, касается ли это средств производства или предметов потребления.

ИЗЛОЖЕНИЕ ОСНОВНОГО МАТЕРИАЛА ИССЛЕДОВАНИЯ

Развитие рынка и рыночных отношений способствует оздоровлению и укреплению экономики, финансовой системы, покупательской способности национальной валюты, воздействию на товаропроизводителей, более полному удовлетворению общественных и личных потребностей. Рынок средств производства и потребления позволяет и заставляет производить высококачественную продукцию и реализовывать ее в условиях конкуренции по доступным ценам. Только постоянное совершенствование производства, повышение технического уровня и качества продукции, организация сервисного обслуживания и снижение издержек

гарантируют предприятию устойчивое положение на рынке.

Несмотря на глубокие исследования рынка как классиками экономической теории, так и современными учеными, в настоящее время нет единого однозначного определения рынка [3].

Нормальное состояние экономики обеспечивает возможность осуществления процесса, включающего смену как товарной формы общественного продукта на денежную, так и денежной на товарную. Очевидно, что неотъемлемым элементом товарного хозяйства является рынок.

Согласно положениям современной экономической теории, рассматривающей рынок как экономическую категорию, рынок — это "совокупность конкретных экономических отношений и связей между покупателями и продавцами, а также торговыми посредниками по поводу движения товаров и денег, отражающая интересы субъектов рыночных отношений и обеспечивающая обмен продуктами труда". В "узком" смысле рынок — сфера товарного обращения, обмена денег на товары и товаров на деньги.

Определение рынка связано с целью исследования, а именно идентификации рынка, т.е. будет зависеть от широты или узости задания его границ. Следует выделять несколько типов границ рынка: продуктовые границы, отражающие способность товаров заменять друг друга в потреблении, временные границы, локальные границы.

Необходимая широта или узость границ в каждом конкретном случае зависят, во-первых, от особенностей товара, во-вторых, от целей анализа. Так, для товара длительного пользования временные границы рынка будут гораздо шире и менее определенны, чем для товара текущего потребления. Для потребительских товаров к одному рынку будет относиться большее число наименований продукции, чем для товаров производственно-технического назначения. Определение локальных границ рынка зависит от фактической остроты конкуренции продавцов на общенациональном или мировом рынке, во-первых, и от высоты барьеров проникновения на региональный рынок "внешних" продавцов, во-вторых [4].

Здесь же можно отметить, что географические границы рынка теоретически определяются экономическими, технологическими и административными барьерами, ограничивающими участие потребителей в приобретении исследуемых товаров на рассматриваемой территории.

С дальнейшим развитием товарного обмена, появлением денег, товарно-денежных отношений возникает возможность разрыва купли-продажи во времени и пространстве. Характеристика рынка только как места торговли уже не отражает реальность, ибо формируется новая структура общественного производства — сфера обращения. В результате возникает новое понимание рынка как формы товарно-денежного обмена.

С появлением товара — рабочая сила рынок приобретает всеобщий характер, он проникает во все большей степени в самопроизводство — покупка не только средств производства, но и рабочей силы становится

условием производства и определяет форму соединения факторов производства в условиях высокоразвитого товарного производства и рынка.

Воспроизводственный аспект характеристики рынка весьма важен. Понятие рынок расширяется до понимания его как элемента воспроизводства совокупного общественного продукта, как формы реализации движения составных его частей. В результате появляются такие определения рынка, как совокупность экономических отношений, с помощью которых осуществляется обращение общественного продукта в товарно-денежной форме или как сфера реализации части совокупного общественного продукта, в процессе которой проявляются присущие данному способу производства экономические отношения по поводу производства и потребления материальных благ.

Можно выделить другое понимание рынка как способа организации и функционирования экономических связей хозяйствующих субъектов, основанного на принципах свободной купли-продажи, и как общественной формы функционирования экономики, при которой обеспечиваются взаимодействие производства и потребления, прямое и обратное воздействие на производство и потребление.

При изучении рыночной экономики прежде всего необходимо четко уяснить, каким образом определяется рыночная цена. Ясно одно — это определение происходит на рынке. Сам же рынок в экономической науке принято определять как совокупность всех тех покупателей и продавцов данного блага, которые влияют на его цену. В рамках определенного рынка обычно наблюдается тенденция к установлению единой цены за товар одного и того же качества.

Отсюда цена товара во многом зависит от следующих типов рынка: совершенные и несовершенные рынки.

Всякая цена, установившаяся на товар в какой-то одной части рынка, оказывает влияние на его цену в другой части рынка. Со временем проявляется тенденция к выравниванию этих цен. Если различия в ценах в разных частях рынка устраняются быстро, говорят, что рынок "совершенен".

Для того чтобы рынок стал совершенным, необходимо также соблюдение некоторых условий. Прежде всего покупатели и продавцы должны точно знать, сколько платили за товар в других точках того же рынка. Развитие современных средств связи и телекоммуникации существенно упростило эту задачу. Далее, покупатели и продавцы должны действовать исходя исключительно из складывающихся цен, не совершая сделок по инерции или из верности старым партнерам, если кто-то другой предлагает сделку на более выгодных условиях [5].

Если цены на один и тот же товар различаются в пределах одного рынка, то рынок называют "несовершенным", к числу таковых можно отнести розничную торговлю.

С точки зрения предприятия-товаропроизводителя рынки существуют в виде: рынков продаж; рынков закупок; финансовых рынков; посредников рыночных сделок; рынков труда.

Данная функциональная структуризация рынков обеспечивает весь спектр рыночных отношений предприятия. Именно такая структура находит полное адекватное отражение в структуре органов управления. Сами же рынки делятся не по функциональным, а по предметно-отраслевым и продуктовым признакам.

В экономической литературе имеются исследования рынка через призму его основных категорий. В частности, отмечается, что основные категории рынка — спрос и предложение. Говоря о спросе, нужно помнить, что спрос не тождествен потребностям, а предложение — не адекватно произведенным товарам. Спрос действительно зависит от потребностей, но потребностей, обеспеченных деньгами, т.е. платежеспособных. Помимо потребностей спрос зависит от уровня дохода, от нормы сбережений и уровня цен на товары и услуги. Предложение — это не вся произведенная продукция, а только та, которая доставлена на рынок и предлагается для покупки. Соответствие предложения спросу обеспечивает состояние рыночного равновесия.

Рыночное равновесие достигается через колебания цен вокруг стоимости. Покупатель приходит на рынок за товаром и предлагает за него цену спроса, т.е. ту максимальную цену, которую он согласен заплатить за данный товар. Что касается продавца, то он выносит товар на рынок с целью получения за него прибыли и назначает цену предложения, т.е. ту минимальную цену, за которую он может отдать товар. И та и другая цена образуются под влиянием множества факторов, но в каждом случае они являются теми ориентирами, в пределах которых формируется цена равновесия, т.е. та цена, в которой совпадают в данный период интересы продавца и покупателя.

ВЫВОДЫ

Глубокое исследование теоретических аспектов рынка потребительских товаров и услуг показало, что он является сложной экономической категорией, которая занимает особое и ведущее место в системе товарного рынка в целом.

Основные законы, закономерности и принципы товарного рынка в целом оставляют свой глубокий след на рынке потребительских товаров и услуг, с одной стороны, в то же время, имеющие свои характерные особенности и черты потребительского рынка, с другой стороны.

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

Только совокупность методологических, теоретических и методических исследований потребительского рынка может способствовать его развитию и повышению эффективности.

В современных условиях необходимо определение четкого соотношения и выработка стратегии рыночного управления в переходной период на уровне государства и рынка [6].

Данное соотношение должно выражаться оптимальным уровнем централизации и децентрализации в области государственного управления, в разграничении

принимаемых управленческих решений, как на уровне государства, так и на уровне рынка в целом, и потребительского рынка, в частности.

Только гибкое изменение системы управления на государственном уровне может привести к эффективной работе всего рыночного процесса.

В решении многих проблем управления потребительским рынком в диссертации предлагается использовать, с одной стороны, комплексный подход, который отражает организационно-методический подход в исследовании проектирования, производстве, с другой стороны подход системный — чисто методологический, всесторонний, характеризует более высокий теоретический уровень, частью которого является комплексный подход. Системный подход имеет дело с объектами, как системными, состоящими из закономерно структуризованных и функционально организованных элементов. Если системный подход применяется только для системных объектов, то комплексный подход — не обязательно для таковых. Объект может быть целостным, но не системным, ибо не обладает структурой.

Література:

1. Шакаралиев А.Ш. Экономическая политика государства: торжество устойчивого и стабильного развития. — Баку, Изд. Victory, 2011.— 542 с.
2. Мищенко В.В. Экономика регионов. — Москва: ИК Аналитика, 2012. — 290 с.
3. Колесов В.П., Кулаков М.В. Международная экономика. — Москва: Инфра-М, 2009. — 345 с.
4. Ширай В.И. Мировая экономика и международные экономические отношения. — Москва: Издательских дом Дашков и К., 2003.— 528 с.
5. Иванов Г.Г. Экономика торговли. — М. Академия. 2007. — 354 с.
6. Кузьмин Д.В. Национальная конкурентоспособность, глобальная нестабильность и макроэкономическое равновесие. — Москва: Наука, 2015. — 222 с.

References:

1. Shakaraliyev, A.Sh. (2011), Ekonomiceskaya politika qosudarstva: torjestva ustoycivoqo i stabilnoqo razvitiya [Economic policy of state: triumph of sustainable and stable development], Victory, Baku , Azerbaijan
2. Mishenko, V.V. (2012), Ekonomika regionov [Economy of regions], IK Analitika, Moscow, Russia.
3. Kolesov, V.P. and Kulakov, M.B. (2009), Mejdunarodnaya ekonomika [International economics], Infra-M, Moscow, Russia.
4. Shiray, V.I. (2003), Mirovaya ekonomika i mejdubarodnie ekonomiceskie otnosheniya [World economy and international economic relations], Dashkov and K, Moscow, Russia.
5. Ivanov, Q.Q.(2007), Ekonomika torqovli [Trade economy], Akademiya, Moscow, Russia.
6. Kuzmin D.V. (2015) Nasionalnaya konkurentosposobnost, qlobalnaya nestabilnost i makroekonomiceskie ravnovesii [National competitiveness, global instability and macroeconomic balance], Nauka, Moscow, Russia.

Стаття надійшла до редакції 11.02.2019 р.