

3. Конкурентная стратегия. Успех на рынке требует, чтобы при предполагаемых ценах существовал достаточный спрос; чтобы предприятие имело возможность для удовлетворения спроса потребителей; и, наконец, чтобы оно обладало преимуществами перед конкурентами для достижения достаточных показателей на рынке.

4. Одна из задач маркетинга – сегментирование. На основе ее решения разрабатывается комплекс маркетинга.

5. Стратегическое обоснование. Именно формулировка стратегического обоснования предлагает эмпирическое доказательство или теоретическую поддержку для каждого элемента стратегии, ее состояния в целом. Данное обоснование должно показывать, что стратегия является связной и исчерпывающей. Под связностью понимается не просто логическая последовательность, а то, как отдельные элементы стратегии взаимосвязаны, чтобы взаимно поддерживать друг друга.

Успешная экономическая деятельность невозможна без эффективного управления в условиях рыночной нестабильности. Успех или провал стратегий определяется следующими факторами:

\* адекватность внешней среде – основной фактор, определяющий результативность деятельности предприятия и правильность выбора номенклатуры продукции;

\* эффект времени заключается в том, что нет ничего более непостоянного, чем успех. Изменение рыночной среды и, следовательно, спроса – главный источник проблем менеджмента предприятия;

\* производительность и эффективность. Производительность определяют как измеримый внутренний показатель, а эффективность является внешним показателем, для повышения которого требуется длительное время;

\* Оперативность реагирования на изменения рынка. В условиях рыночной динамики время становится основным инструментом для опережения конкурентов.

\* Эффективность ОСУ. Умение выстоять в условиях международной конкуренции зависит, во-первых, от стержневых компетенций предприятия, т.е. уникального сочетания квалификации в области технологий и маркетинга его сотрудников.

*А. А. Праневич, БГЭУ (Минск)*

## **ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ПРЕОБРАЗОВАНИЯ В ОБЕСПЕЧЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЫНОЧНЫХ ТРАНСФОРМАЦИЙ**

Процесс институциональных изменений представляющий собой необходимый компонент рыночных реформ, по своей сути есть процесс преобразования институциональных форм, образующих конкретную институциональную среду общества, как эволюционным, так и революционным путем, исходя из особенностей основных институтов экономической системы.

Основная задача институциональных преобразований заключена в создании новых и реформировании действовавших ранее институтов в целях

обеспечения эффективного проведения рыночных реформ направленных на достижение экономической стабильности и устойчивого роста.

Объектами институциональных изменений являются три группы институтов: инфраструктурные – система рыночных учреждений; нормативно – правовые; психологические, определяемые природной средой и условиями жизнедеятельности.

Необходимость создания институтов, степень их развитости зависят от последовательности проведения реформ, состояния экономики, национальных традиций и обычаев. Создать эффективную институциональную политику намного сложнее, чем реализовать стабилизационную и либерализованную политику.

Процесс создания нового института в переходной экономике можно рассматривать как процесс институционального проектирования. Естественные институты считаются более прочными и социально целесообразными, так как они изначально фиксируются в традициях, неформальных правилах, а лишь затем — в писаном Праве. Сознательное формирование нового института – разновидность планируемой культурной инновации.

Процессы формирования и трансформации экономических институтов (как и других общественных институтов) связаны с системно-социальной динамикой как исторически закономерными для данного общества процессами возникновения новых социальных форм коллективной деятельности. Можно выделить два направления реформирования институтов: направление, основанное на преобразовании рыночных и государственных структур; направление, при котором реформирование институциональной системы связано со свободной деятельностью институциональных субъектов экономики.

В развитии институциональных преобразований можно выделить две наиболее характерные тенденции. Первая проявляется в хронической необеспеченности проводимых реформ соответствующими рыночными институтами и инфраструктурой. Новые экономические и организационно-управленческие структуры возникают и формируются в этом случае скорее стихийно, во многом хаотично, с запозданием. В своей деятельности они слабо ориентированы на национальные интересы, цели и приоритеты экономической политики, не имеют устойчивой и стабильной правовой базы. И как результат цели правительственной политики не достигаются. Суть второй тенденции — формирование новой институциональной структуры экономики, отражающей ее реальные потребности, расстановку сил в структуре новых групп (элит) и соотношение их интересов.

Причины институциональных изменений делятся на две группы: внутренние и внешние. Главной внутренней причиной является обострение системы противоречий экономической системы. Внешние причины институциональных изменений проявляются в определенной зависимости государства от более развитой страны (стран). Если эти государства характеризуются разным типом основных институтов, то содержанием таких изменений становится навязывание более слабому государству тех институциональных моделей, которые привычны для более сильного. Таким

образом сильная сторона унифицируя экономическое, социальное и политическое пространство, с большей эффективностью реализует собственные задачи в поле своего влияния.

Другой порядок реализации институциональных изменений существует между государствами, в основе которых лежат однотипные основные, но различающиеся дополнительные институциональные структуры. В этом случае институциональные изменения не предполагают замещения основных институтов. В ходе таких изменений, тем более в случае свободного, а не вынужденного процесса, заимствуются отдельные элементы, готовые институциональные формы, конкретные способы организации экономической или политической жизни.

Критерием успешности и завершенности институциональных сдвигов выступает установление устойчивых связей между заимствованными институциональными формами и собственной институциональной средой данного общества. На деле, это означает, как правило, существенную модификацию внедряемого элемента, при которой может даже сохраниться привнесенное название, но изменяется его суть, что диктуется объективными требованиями основных институциональных структур.

Реализация целей институциональных преобразований требует системного подхода и разработки концептуальной модели. Рациональная модель институциональных реформ предполагает оптимальное сочетание экономических, политических, правовых, социальных компонентов институциональной политики государства. Каждый компонент в отдельности без взаимосвязи с другими видами системы институциональных преобразований не способен стать конструктивным фактором общественной стабилизации. Наличие согласованной взаимосвязи структурных элементов институционального процесса оказывает положительное влияние на функционирование частной собственности. Основным условием адаптации частной собственности к характеру институциональных отношений является соответствие институционального процесса особенностям рыночного реформирования национальной экономики.

Политические институциональные преобразования представляют собой изменения во внешней и внутренней политике государства. Действие политических факторов создает определенные условия для развития рынка. Внешнеполитические факторы отражают степень участия в международном разделении труда. Возможность функционирования отечественных товаропроизводителей на международных рынках является стимулом к их дальнейшему экономическому росту. В то же время доминирующее положение зарубежных товаропроизводителей на внутреннем рынке при определенных условиях служит тормозом для экономики стран. В связи с этим государство должно вести такую политику протекционизма, которая будет способствовать развитию и совершенствованию частной собственности, а не ее застою и стагнации под «маской» конкуренции.

Правовые институциональные преобразования направлены на принятие правовых норм и законов, способных эффективно действовать в долгосрочном

периоде. При разработке законов необходимо учитывать особенности общественного устройства, менталитет, культуру государства, степень зрелости рыночных отношений и их готовность для реализации этих законов.

Социальные институциональные преобразования в основном сводятся к изменению структуры управления социально направленных общественных объединений и организаций.

Институциональная политика реформ, включает в себя несколько блоков институциональных изменений:

1. Создание новых правил поведения субъектов;
2. Разработка нового механизма управления экономикой;
3. Приватизация.

Становление системы институциональных преобразований в экономике переходного периода, с точки зрения их эволюционности, можно разделить на три этапа:

1. Изменение экономической политики времен господства административно-командной экономики;
2. Углубление экономической реформы, корректировка ее целевых установок, стратегии и тактики;
3. Переход к новому типу экономического роста.

*В.С. Протасеня, БГЭУ (Минск)*

### **ОБОСНОВАНИЕ МОДЕЛИ РЕАЛИЗАЦИИ МАРКЕТИНГОВОЙ КОНЦЕПЦИИ ДЛЯ УСЛОВИЙ РЫНОЧНООРИЕНТИРОВАННЫХ РЕФОРМ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

Конечной целью маркетинга для производителя (если его рассматривать как систему рыночной ориентации производства) является установление взаимовыгодных отношений обмена с субъектами рынка и прежде всего потребителями, то и область маркетингового воздействия в процессе эволюции системы рыночного обмена (рыночного хозяйства) постоянно расширялась, включая все новые объекты (элементы процесса обмена, элементы, формирующие среду обмена, факторы, воздействующие на процесс обмена, факторы, изменяющие среду обмена и др.). Расширение сферы маркетингового воздействия в свою очередь объективно находило отражение в изменении состава, содержания и роли маркетинговых функций в управлении производством, а также в изменении (расширении) набора маркетинговых перемных (способов и инструментов).

Происходящие изменения в системе рыночного хозяйства выступали катализатором развития маркетинговой концепции. Выделялись новые подходы и модели реализации маркетинга в сфере бизнеса и управления. На протяжении почти столетнего периода с момента осмысленного развития маркетинга выделились производственная, товарная, сбытовая, маркетинг-менеджмента, социально-этническая, партнерских отношений и другие модели (концепции) реализации маркетинга в системе товарно-денежного обмена. Широкое применение в управлении рыночной деятельностью бизнес-субъектов получил