

Институциональные основы маркетинга ресурсосбережения

Кононенко Е.С., к.э.н., старший преподаватель кафедры «Маркетинг и реклама», Ростовский государственный экономический университет

Аннотация. Существующие институты или правила, которые образовались на данный момент в обществе, могут способствовать разрешению конфликтов, порожденных ограниченностью ресурсов. Выполняя функцию координаторов, институты создают условия для взаимовыгодного обмена. По мнению автора, институциональные основы маркетинга ресурсосбережения – это правила и нормы, которые необходимо установить для достижения генеральной цели – экономии ресурсов и сохранения окружающей среды.

Ключевые слова: институт, маркетинг ресурсосбережения, материальные ресурсы, функции институтов, отраслевые ресурсы, вторичные ресурсы, институциональная среда маркетинга ресурсосбережения.

Institutional framework marketing resource

Kononenko E.S., Candidate of Economic Sciences, senior lecturer, the Department of Marketing and advertising, Institutional framework marketing resource

Annotation. The existing institutions or rules which were formed at the moment in society, can contribute to the resolution of conflicts arising from limited resources. Performing the function of coordinator, the institutions create the conditions for mutually beneficial exchange. According to the author, the institutional foundations of marketing resource are rules and regulations that need to be installed to achieve the General goal of saving resources and preserving the environment.

Keywords: institute, marketing resource, material resources, functions, institutions, industry resources, secondary resources, institutional environment marketing resource.

В мировой и отечественной литературе существует значительное количество определений институтов и собственно институционализма. Так, Д. Рассел отмечает, что институционализм – направление социально-экономических исследований, в частности, рассматривающих политическую организацию общества как комплекс различных объединений граждан – институций (семья, партия, профсоюз и т.д.). Понятие институционализма включает в себя два аспекта: институции (нормы, обычаи поведения в обществе) и институты (закрепление норм и обычаев в виде законов, организаций, учреждений). Смысл институционального подхода состоит в том, чтобы не ограничиваться анализом экономических категорий и процессов в чистом виде, а включить в анализ институты, учитывать внеэкономические факторы¹.

На основе институций возникают институты. И несмотря на то что существует множество определений институтов, в целом они трактуются как создаваемые людьми рамки, принципы и правила поведения, которые структурируют политическое, экономическое и социальное взаимодействие. Иными словами, институты – это правила игры в обществе². Под правилами в этом случае следует понимать общепризнанные и защищенные предписания, которые запрещают или разрешают определенные виды действий одного индивида (группы) при взаимодействии с другими людьми. Отсюда следует, что главная роль институтов заключается в уменьшении неопределенности путем установления устойчивой структуры взаимодействия между людьми. С этой точки зрения институты, уменьшающие неопределенность, можно рассматривать как условия рационального поведения человека, позволяющие среди прочего «экономить на мышлении». Это вызвано тем, что институты обеспечивают взаимопонимание между людьми, выражающееся в формировании согласованных ожиданий при минимальном обмене информацией. И значит, важнейшей функцией институтов является решение

¹ Russell J., Cohn R. Институциональная экономика / LENNEX Corp. 2012.

² Агапова И.И. Институциональная экономика. М.: Магистр : Инфра-М, 2013.

проблем кооперации между людьми. Выполняя функцию координаторов, институты создают условия для взаимовыгодного обмена. Координирующая и распределительная функции институтов содействуют нивелированию неопределенности ресурсосберегающих индикаторов в условиях рынка. Однако важно подчеркнуть что при этом они выполняют одновременно и функцию ограничения для каждого из субъектов. Эти ограничения также связаны и с ресурсосбережением. И это естественно, поскольку мы живем в мире ограниченных ресурсов, предполагающем существование правил их рационализации. Именно потому институты или правила, являющиеся способом разрешения конфликтов, порожденных ограниченностью ресурсов, не могут не включать в себя механизмы к принуждению их исполнения, в том числе диверсификацию выгод при использовании ресурсов экономическими структурами.

Как справедливо отмечает И. Агапова, неотъемлемым элементом политических правил является иерархическая структура общества и базисные характеристики контроля над политическими процедурами. Экономические правила устанавливают возможные формы организации хозяйственной деятельности, в рамках которой отдельные индивиды кооперируются или конкурируют друг с другом. Правила же контрактации определяют способ, порядок и условия конкретного соглашения по обмену³. Для исследуемой проблемы маркетинга ресурсосбережения политические меры создают условия для становления «ресурсосберегающего, эффективного собственника». В результате экономических реформ 1990-х годов в российской экономике приватизация собственности обусловила институционально-системные преобразования, которые привели к формированию негосударственного сектора экономики, перераспределению прав собственности и трансформациям в распределении ресурсов. Проблема ресурсосбережения обретает институциональный характер, поскольку создаются условия, сдерживающие развитие программ экономии материальных ресурсов, порожденные

³ Агапова И.И. Институциональная экономика. М.: Магистр : Инфра-М, 2013.

оппортунистическим поведением системы менеджмента, асимметрией информации в данном аспекте.

Институциональный подход учитывает особенности региональной институциональной структуры хозяйства; иерархическая структура хозяйства в данном случае находит проявление в виде норм, нормативов, стандартов, правил, правовых регламентов, систем налогообложения, аналитических расчетов и моделей менеджмента. Такое содержание институциональной подсистемы региона соответствует представлениям о маркетинг-менеджменте в его классическом понимании.

Несмотря на существование множества определений институтов, везде главными их элементами являются: ограничения в виде правил и предписаний; процедуры для обнаружения отклонения от них; моральные (этические) нормы поведения, в пределах которых и формируются правила и предписания; механизмы по осуществлению принуждения к исполнению правил. Взаимосвязь и взаимное влияние государства, бизнеса, общества на формирование институциональной среды маркетинга ресурсосбережения обеспечиваются коммуникационной функцией государства, стимулированием бизнеса к решению задач ресурсосбережения; общественные организации ставят перед бизнесом новые ресурсосберегающие цели и ограничения.

Используемые ресурсы вовлекаются в хозяйственный оборот прежде всего в условиях определенных отношений между обществом и экономикой. Баланс потребительского общества в процессе потребления материальных ресурсов может быть достигнут лишь в том случае, если ресурсов достаточно в количественном отношении. Априори ясно, что чем больше ресурсов, лучше их качество и рациональнее структура их использования и потребления, тем больше возможностей удовлетворить потребности потребителей.

Взросла объективная необходимость использования и развития такого ресурса, как научный потенциал, так как наука как ресурс проявляется в единстве с развитием производства. Чем выше уровень развития научных знаний, тем острее проблема соединения достижений науки с практической

деятельностью. Развитие науки и внедрение ее в производство становится объективной необходимостью, поскольку в области маркетинга ресурсосбережения научные исследования не ведутся в необходимой степени.

Ресурсы различаются и классифицируются в зависимости от вида, качества и значимости их для экономики страны, а также для конечного потребителя. В основу классификации должны быть положены, по нашему мнению, две стороны – генетическая и производственная. Производственная сторона классификации ресурсов в свою очередь предполагает рубрикацию их по следующим признакам: присвоения, фаз воспроизводства, управления, применимости. Генетический признак классификации ресурсов определяется общей структурой общества на данной ступени его исторического развития и масштабами освоения природы.

Приоритетным направлением развития рационального ресурсопотребления должны стать межотраслевые параметры распределения ресурсов. В тех случаях, когда ресурсы потребляют, исходя из их дефицитности, приоритет потребления определяется значением конкретного потребителя для всей последующей цепочки расширенного воспроизводства. Там, где потребление ресурсов предопределяет успех расширенного воспроизводства, оно подлежит первоочередному удовлетворению. В случае когда это значение распространяется лишь на какую то часть потребления в общественном производстве, устанавливаются возможности степени удовлетворения потребности.

В группе всеобщих ресурсов особое место занимает время. Как всеобщий ресурс, время обладает особым свойством – его экономия изменяет условия использования всей совокупности ресурсов. И напротив, экономия любого вида ресурсов в конечном счете сводится к экономии времени.

В группу всеобщих ресурсов включаются также земля, вода. Ныне особую значимость приобретает экологическая функция Земли как средства общения человека с природой.

В группу всеобщих ресурсов, на наш взгляд, следует включить и Мировой океан. Это связано с гигантским техническим прогрессом, допускающим разработку ресурсов мирового дна на большой глубине, а также технологическое использование морской воды как предмета и средства труда гидростроительства, добычи угля, нефти.

В инфраструктурные ресурсы включаются: информационные ресурсы, научный потенциал общества, объекты инфраструктуры.

Ресурсы межотраслевого назначения по своей сути имеют комплексный характер, и их использование возможно в рамках кластерных образований. В этом случае от их использования возможно добиться максимального эффекта.

Функциональное назначение отраслевых ресурсов – обеспечение производства конкретной продукции в данной отрасли. В их состав могут быть включены квалифицированные кадры, специалисты и ученые.

Региональные ресурсы имеют экономическую значимость в рамках определенного региона. Они включают в себя природные, трудовые, инфраструктурные, материальные и другие ресурсы.

Особо важную роль играют вторичные ресурсы, образующиеся как отходы производственного процесса.

К уникальным относятся ресурсы, которые используются только на данном конкретном участке или в исключительных случаях.

Проблемы определения сущности понятия «ресурсы» связаны с выявлением методов их рационального использования на основе соединения достижений современной науки и техники и возможности применения данных достижений в современном общественном производстве. Экономический анализ ресурсов предполагает необходимость видеть единство вещных, субъективных и общественных моментов.

Вещная сторона ресурсов органически связана с ее субъективными элементами. В условиях резкого дефицита ресурсов особую важность приобретают социальные аспекты ресурсосбережения. Гармоничное единство материального, субъективного и общественного может стать главным

стратегическим направлением развития общества. В классификации ресурсов по признакам особое место занимают признаки управления. Классификация ресурсов по этому признаку позволяет определить качество, способ реализации всего разнообразия взаимодействия ресурсов, ибо вся огромная совокупность ресурсов находится в постоянном движении.

Совокупность ресурсов делится на управляющие ресурсы и ресурсы управляемые, или потребляемые. Активное действие первых позволяет интенсифицировать использование вторых. Управляющие ресурсы связаны с общественной формой их проявления, управляемые – с материально-вещественной и личной.

Функциональная характеристика ресурсов позволяет учитывать взаимосвязь общественного и материально-вещественного их проявления. В связи с этим методологически правильно функционирование составляющих звеньев производственного процесса в обществе рассматривать как комплекс управляющих факторов, т.е. ресурсов управления. Совокупность же природных богатств и производительных сил выступает как система управляемых, потребляемых ресурсов.

Качество использования ресурсов управления, играющих в ресурсопотреблении активную роль, характеризует динамику изменений условий хозяйствования. Для потребляемых же ресурсов, представляющих объект действия управляющих ресурсов, принципиально важна их величина, структура, качественный уровень и соответствие потребностям общества.

Указанное расчленение ресурсов может носить относительный характер. В то же время оно, необходимо для понимания механизма рационального использования потребляемых ресурсов. Их экономия – это, с одной стороны, материальный результат, взаимодействие указанных двух видов ресурсов, а с другой стороны, общественно-организуемый процесс, характеризующий систему использования ресурсов, т.е. их экономии. Таким образом, ресурсы управления выступают как факторы более экономного применения ресурсов, потребляемых в процессе производства.

Управляющие и управляемые ресурсы находятся в диалектическом единстве. Первые лишь тогда представляют собой реальную силу, когда они опираются на потребляемые ресурсы. В то же время и тот, и другой тип ресурсов способен удовлетворить определенный уровень потребностей, который соответствует возможностям общества, т.е. наличным ресурсам. Степень удовлетворения обоснованных потребностей служит критерием качества взаимодействия факторов экономии и потребляемых ресурсов. Оптимальными выступают только те общественные связи между двумя типами ресурсов, которые обеспечивают удовлетворение потребностей производства, осуществляемого в условиях ресурсосбережения. Отсутствие связи между конкретным видом потребляемого ресурса и конкретной потребностью, которую надлежит удовлетворить при его помощи, означает, что создание такого ресурса оказалось бесполезным.

Указанное соответствие двух типов ресурсов осуществляется в процессе преодоления противоречий между производством и потреблением. Первое противоречие состоит в том, что удовлетворение потребностей находится в прямой зависимости от уровня, структурного состава, качественной характеристики потребляемых ресурсов. Уровень и структура последних, в свою очередь, зависят прежде всего от того, насколько эффективны были затраты на их создание в процессе самого производства. Ведь имеющиеся потребляемые ресурсы не представляют собой случайного скопления средства производства и предметов потребления. Между ними существует определенное соответствие. Степень пропорциональности и технико-экономического совершенства потребляемых ресурсов отражает их важнейшую качественную характеристику. В зависимости от этой характеристики и выявляется степень эффективности применения ресурсов. При прочих равных условиях эта степень зависит от сбалансированности потребляемых ресурсов и обоснованных потребностей общества. При диспропорциональности между ними абсолютный рост ресурсов не повышает степень удовлетворения потребностей общества.

В процессе использования ресурсов может выявиться несоответствие между количеством и качеством ресурсов и потребностями в них, что, собственно, и происходит на современной этапе развития экономики.

Организация взаимодействия двух типов ресурсов – сложная институциональная задача, решение которой зависит от масштабов потребления ресурсов, усложнения общественных связей, определяющих действие управляющих факторов экономии.

Резервы – это потенциальные и неиспользуемые в данный момент по различным причинам возможности производственного процесса, вследствие чего допускается либо перерасход, либо нерациональное потребление ресурсов. Критерием величины резерва является разница между общественно необходимым и индивидуальным уровнем затрат ресурсов.

Качественное понимание резервов использования ресурсов следует отличать от количественной рубрикации ресурсов (используемые и резервные). Резервные ресурсы – это находящиеся в запасе конкретные факторы производства и сохраняющиеся для использования при необходимости в нужный момент.

Качественная и количественная стороны ресурсов, сгруппированных по признаку управления, находятся в диалектическом единстве: чем экономнее используются ресурсы, тем при прочих равных условиях требуется меньше запасов.

Ресурсы – это тот потенциал, который само общество создает и в состоянии создать. Рассматривая понятие ресурсов, методологически целесообразно определить его соотношение с понятием «экономический потенциал рационализации производства» и с его конкретным проявлением «научно-технический потенциал рационализации производства».

Особую роль как ресурс играет наука. Главной ее отличительной чертой является универсальность действия и всеобщность влияния. Научная деятельность становится органическим звеном практического действия.

Через разнообразные маркетинговые каналы коммуникаций эти структуры оказывают влияние и воздействие на функционирование ресурсосберегающих объектов, находящихся на стыке данных структур.

И здесь мы обращаем внимание на прямое, опосредованное, косвенное влияние вышеперечисленных элементов на решение задач маркетинга ресурсосбережения.

Современная институциональная среда маркетинга ресурсосбережения на разных уровнях хозяйствования неадекватна уровню развития производственных процессов. Это предопределяет необходимость упорядочения действий субъектов хозяйствования, отдельных граждан, властей в части рачительного использования материальных ресурсов. Сформироваться такого рода действия самостоятельно не могут; требуется институциональный подход к решению данной проблемы.

Основы ресурсосбережения изначально заложены в теории институционализма. Об ограниченности ресурсов и о выгодности процессов обмена в институциональном подходе говорится постоянно. По сути, институциональные основы маркетинга ресурсосбережения – это правила и нормы, которые необходимо установить для достижения генеральной цели – экономии ресурсов и сохранения окружающей среды.

Распределительная природа институтов является следствием ограниченности ресурсов по отношению к потребностям человеческого сообщества, что неизбежно влечет за собой появление того или иного механизма их рационализации. Последний же представляет собой не что иное, как совокупность правил, определяющих порядок доступа к ресурсам.

Структурное отражение его содержательных характеристик, системное представление взаимосвязей и взаимозависимостей субъектов хозяйствования предопределяют необходимость целостного подхода к исследованию институциональной маркетинговой среды ресурсосбережения (рисунок 1).



Рис. 1 – Институциональная среда маркетинга ресурсосбережения

Современные немногочисленные исследования вопросов ресурсосбережения с помощью маркетингового инструментария практически не затрагивают институциональных аспектов данной проблемы. Рассмотрение отдельных аспектов, связанных с оценкой объемов потребления сырья и материалов, целесообразностью инвестиций в ресурсосбережение и формированием экологического и ресурсосберегающего самосознания, лишь фрагментарно отражают суть проблемы. Имеющиеся достижения в области использования институционального подхода к организации взаимодействия государства, бизнеса и общества позволили предложить варианты ресурсосберегающего взаимодействия структур в рамках государственно-частного партнерства. Выделяется такие варианты взаимодействия: финансовое, материальное, административное. В первом случае приоритетная роль отведена финансированию проектов ресурсосбережения на долевой основе. Во втором случае государство применяет не финансовое, а материальное участие в решение вопросов ресурсосбережения. Третий вариант взаимодействия базируется на администрировании государством

ресурсосберегающих проектов (гарантии, информационная, политическая поддержка).

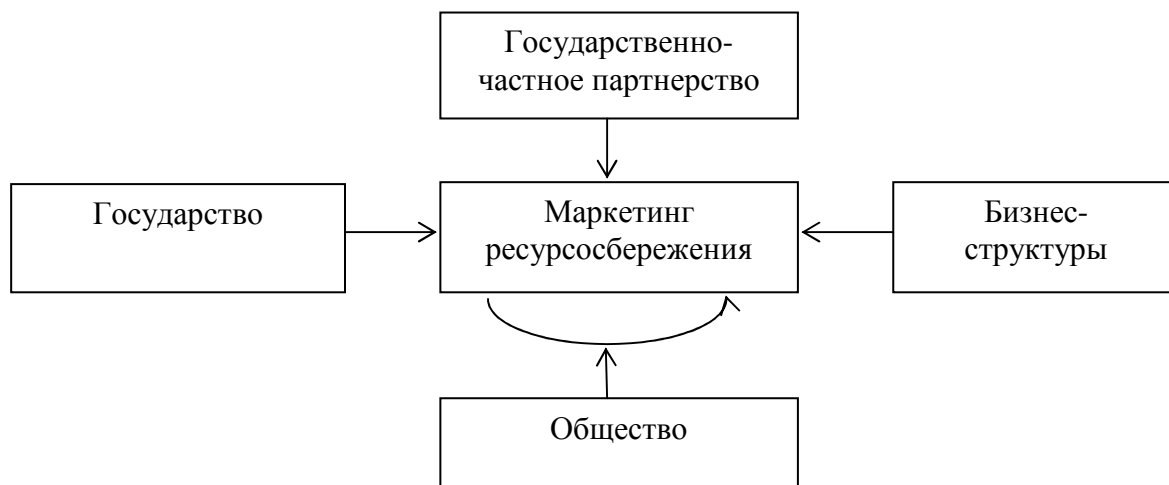


Рис. 2 – Ресурсосберегающее взаимодействие государства, бизнеса, общества

Эффективность институциональной среды маркетинга ресурсосбережения зависит от содержания используемых правил, методов, рычагов, стимулов и адекватного нормативного, правового, информационного обеспечения ресурсосберегающей интеграции субъектов хозяйствования и создания баланса их интересов, нивелирующих противоречия в части решения задач ресурсосбережения.

Институционализация маркетинга ресурсосбережения определяется как процесс трансформации маркетинговой деятельности в области ресурсосбережения из обычных ее форм в целостный социально-экономический институт. Предпосылки формирования такого института обусловлены: усложнением организационных форм ресурсосбережения; необходимостью развития законодательной институционализации, в результате которой правовое положение маркетинговых форм ресурсосбережения получает юридическое основание; становлением экологического и ресурсосберегающего самосознания в обществе. В данном контексте под институционализацией маркетинга ресурсосбережения понимается правовое и

организационное закрепление определенных общественных отношений, приводящее к учреждению новых социальных институтов.

Институционализация маркетинга ресурсосбережения – это установление норм и правил экономии материальных ресурсов. Для реализации таких норм и правил следует идти по двум направлениям: исследование индивидов как отдельных личностей и исследование общества в целом. И только в процессе реализации вышеуказанных задач возможно сформировать экологическое и ресурсосберегающее самосознания в обществе.

Библиография

1. Russell J., Cohn R. Институциональная экономика / LENNEX Corp. 2012.
2. Агапова И.И. Институциональная экономика. М.: Магистр: Инфра-М, 2013.