

производством и сбытом продукции; отчет отдела маркетинга.

Выделенные и описанные бизнес-процессы образуют систему формирования конкурентоспособной ассортиментной политики промышленного предприятия. Они характеризуют важнейшие элементы системы управления ассортиментной политикой промышленного предприятия.

К научной новизне предлагаемой системы бизнес-процессов формирования конкурентоспособной ассортиментной политики предприятия следует отнести выделенные основные и обслуживающие бизнес-процессы в ассортиментной политике, функции каждого бизнес-процесса, показатели процесса, продукта процесса, показатели удовлетворенности кли-

ента, отличающиеся тем, что процессы определены в соответствии с этапами технологического цикла принятия управленческого решения: идентификация проблемы; определение целей и критериев для выбора решения; разработка круга возможных альтернативных вариантов решения; анализ и сравнение альтернатив; выбор лучшей альтернативы; реализация выбранной альтернативы; контроль результатов.

Практическая новизна предложений состоит в разработанной последовательности действий (функций) в каждом регламенте бизнес-процессов формирования и управления ассортиментной политикой предприятия, реализуя которые субъект хозяйствования создаст конкурентоспособный ассортимент своей продукции.

Список использованных источников

1. Репин, В.В. Процессный подход к управлению. Моделирование бизнес-процессов / В.В. Репин, В.Г. Елиферов. — 3-е изд. — М. : Стандарты и качество, 2005. — 408 с.
2. Аакер, Д. Стратегическое рыночное управление / Д. Аакер; под ред. С.Г. Божук; пер. с англ. Т.В. Виноградовой. — СПб. : Питер, 2007. — 496 с.
3. Елиферов, В.Г. Бизнес-процессы: регламентация и управление : учеб. пособие / В.Г. Елиферов, В.В. Репин. — М. : Инфра-М, 2009. — 319 с.
4. Попов, В.М. Современные бизнес-технологии : учеб. пособие / В.М. Попов [и др.]; Рос. экон. акад. им. Г.В. Плеханова. — М. : Кнорус, 2006. — 384 с.
5. Кондратьев, В.В. Показываем бизнес-процессы от модели процессов до регламентов и процедур / В.В. Кондратьев, Н.Н. Кузнецов. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : ЭКСМО, 2008. — 480 с.
6. Тысленко, А.Г. Бизнес-системы: теория и практика / А.Г. Тысленко; под ред. М.М. Мусина, А.А. Литвинюк. — М. : Альфа-Пресс, 2008. — 312 с.
7. Киреенко, Н.В. Товарная политика : учеб.-метод. пособие / Н.В. Киреенко. — Минск : БГПУ им. М. Танка, 2009. — 224 с.
8. Кашуба, В.М. Товарная политика предприятий отрасли. Торговая политика : учеб.-метод. комплекс / В.М. Кашуба, И.Г. Разумовский. — 2-е изд., стереотипное. — Минск : Изд-во МИУ, 2009. — 192 с.

12.12.2013

УДК 339.137.2

Н. В. Немогай

СИСТЕМЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ: СТРУКТУРА И МЕТОДОЛОГИЯ РАЗРАБОТКИ

С учетом специфики мирового финансово-экономического кризиса и его особенностей в Республике Беларусь рассматриваются основы повышения конкурентоспособности объектов хозяйствования путем использования системного и процессного подходов. Даются рекомендации по повышению конкурентоспособности отечественных предприятий за счет применения модифицированной системы обеспечения конкурентоспособности и управления конкурентоспособностью.

Taking into account specifics of world financial and economic crisis and its features in the Republic of Belarus the principles of competitiveness increase of business entity by the use of system and process approaches are covered. Recommendations about increase of competitiveness of the domestic enterprises due to use of the modified system of ensuring competitiveness and management of competitiveness are made.

Современное внешнее окружение в условиях мирового финансово-экономического кризиса (МФЭК) оказывает существенное влияние на развитие феномена «конкуренция — конкурентоспособность» в странах бывшего СССР. Уже ни у кого не вызывает сомнений, что в таких условиях величие страны определяется не только размером ее территории, богатством природных ресурсов, но и конкурентоспособностью производимой продукции (непосредственно продук-

ции, товаров, работ и услуг). Эта категория является фундаментом качества жизни — меры достоинства нации. Повышение конкурентоспособности предприятия — залог повышения конкурентоспособности страны. В понятие «конкурентоспособность предприятия» вкладывается его способность выпускать конкурентоспособную на конкретном рынке продукцию, преимущество этой продукции по отношению к продукции других предприятий данной отрасли.

В результате проведенных в развитых странах, а также в Российской Федерации и Республике Беларусь, исследований, выполненных специалистами [1–8; 13–17], установлено, что важнейшим фактором улучшения эффективности объектов является повышение конкурентоспособности управленческих решений. Государственными органами управления в последние годы принят ряд мер по повышению конкурентоспособности страны. В 2004 г. были приняты Закон Республики Беларусь от 5 января 2004 г. № 262-З «О техническом нормировании и стандартизации» и Закон Республики Беларусь от 5 января 2004 г. № 269-З «Об оценке соответствия требованиям технических нормативных правовых актов в области технического нормирования и стандартизации», в 2010 г. — Программа социально-экономического развития Республики Беларусь на 2011–2015 гг.

Современные зарубежные предприятия живут по законам новой экономики — экономики знаний, качественных информационных процессов, обеспечивающих конкурентоспособность выпускаемой продукции. Поэтому в республике необходимо решать проблемы не только переходной (новой) экономики, но и кризисной и посткризисной ситуаций [9–12].

Если согласиться с положением, что качество продукции и ее цена (вместе с затратами на эксплуатацию, а также качеством сервиса и рекламы) являются главными факторами конкурентоспособности, то почему подсистемами (качеством, ценой) управляют, а системой (то есть конкурентоспособностью) — нет? По управлению качеством в мире издаю достаточно большое количество книг, а по управлению конкурентоспособностью — единицы. По системам качества продукции и сертификации действуют международные стандарты, множество технических нормативных правовых актов разного уровня иерархии, готовят специалистов, издают учебники и т. д., а по управлению конкурентоспособностью подобных разработок практически нет, хотя фактор «качество» определяет конкурентоспособность продукции только на 30–40 %. Придерживаясь позиции Р. А. Фатхутдинова, считаем, что наряду с методологией управления качеством, ресурсоемкостью и другими факторами конкурентоспособности объектов требуется создать методологию управления системой, то есть конкурентоспособностью [9–12; 15–17].

Методические подходы к созданию системы конкурентоспособности

Основываясь на работах Р. А. Фатхутдинова и других исследователей, отнесем рассматриваемые нами объекты к открытым системам [15; 16]. Обеспечение конкурентоспособности и управление конкурентоспособностью таких объектов рекомендуется осуществлять с использованием соответствующих систем: систем конкурентоспособности и концепции «методика — экономика — техника — управление — конкурентоспособность» (МЭТУК). Вместе с тем практически во всех работах по данной тематике не учитывается мировая ситуация, сложившаяся в результате МФЭК, а также особенности его протекания в странах бывшего СССР.

С учетом современных условий представляется, что данная концепция должна быть дополнена свя-

зью (цепочкой) «окружение» или «внешнее окружение» и иметь следующее содержание: окружение — методика — экономика — техника — управление — конкурентоспособность, то есть ОМЭТУК_{сн} (рис. 1).

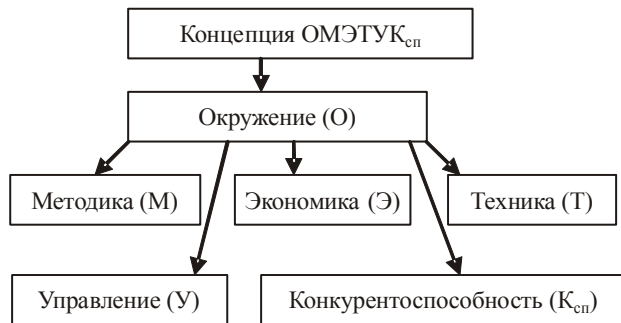


Рис. 1. Схема концепции ОМЭТУК_{сн} «окружение — методика — экономика — техника — управление — конкурентоспособность»

Окружение (О) (или внешнее окружение) — первый аспект концепции ОМЭТУК_{сн} — является началом работы по обеспечению конкурентоспособности управляемых объектов в современных условиях, а также посткризисных ситуациях. В настоящее время уже ни у кого не вызывает сомнений влияние внешнего окружения на конкурентоспособность предприятий и стран при нестабильной внешней обстановке.

Методика (М) — второй аспект концепции ОМЭТУК_{сн}. Основана на том, что современные экономисты и менеджеры должны владеть методами анализа механизма действия экономических законов, законов организации в статике и динамике, применения научных подходов и принципов управления различными объектами.

Экономика (Э) — третий аспект концепции ОМЭТУК_{сн}. Представляет совокупность знаний и умений в различных областях макро- и микроэкономики, экономики предприятия и конкурентоспособности, конкурентных преимуществ, ресурсосбережения, логистики, налоговой и таможенной систем и т. д. Переход на пятый и шестой технологические уклады предполагает реализацию так называемой конкурентоспособной экономики. *Конкурентоспособная экономика* — это философия нового мышления, воспитания и управления знаниями в целях повышения качества процессов во всех средах и отраслях, активизации инновационной деятельности и повышения конкурентоспособности управляемых объектов.

Техника (Т) — четвертый аспект концепции ОМЭТУК_{сн}. Выступает в качестве материальной основы разработки (проектирования), производства и применения объекта управления. Компоненты представленного аспекта: технический уровень объекта, технология, технологическое оборудование, средства оснащения и другие элементы средств труда.

Управление (У) — пятый аспект концепции ОМЭТУК_{сн} — один из наиболее сложных, так как ответственными менеджерам, экономистам и специалистам приходится работать в условиях жесткой конкуренции.

Конкурентоспособность (К_{сн}) — шестой аспект концепции ОМЭТУК_{сн} — выступает как обобщающий результат обучения или работы по предыдущим пяти аспектам. В освоении этого аспекта ответственное

образование и наука находятся в начале длинного трудного пути.

Краткое содержание структуры системы конкурентоспособности и алгоритм ее рассмотрения

Применительно к странам бывшего СССР, а также к Беларуси, не имеющей огромных сырьевых ресурсов, систему конкурентоспособности ($СК_{cn}$) объектов целесообразно рассматривать в виде двух взаимосвязанных между собой составляющих [11; 15]:

- 1) внешнее окружение (1.1 — вход; 1.2 — выход; 1.3 — обратная связь; 1.4 — связь с внешней средой);
- 2) «черный ящик», то есть внутренняя структура, представляющая совокупность взаимосвязанных компонентов, обеспечивающих процесс воздействия субъектов правления на объект, переработку входа в выход и достижения целей системы (включает подсистемы: 2.1 — научного сопровождения, 2.2 — целевую, 2.3 — обеспечивающую, 2.4 — управляемую и 2.5 — управляющую).

Структура $СК_{cn}$ представлена на рис. 2.

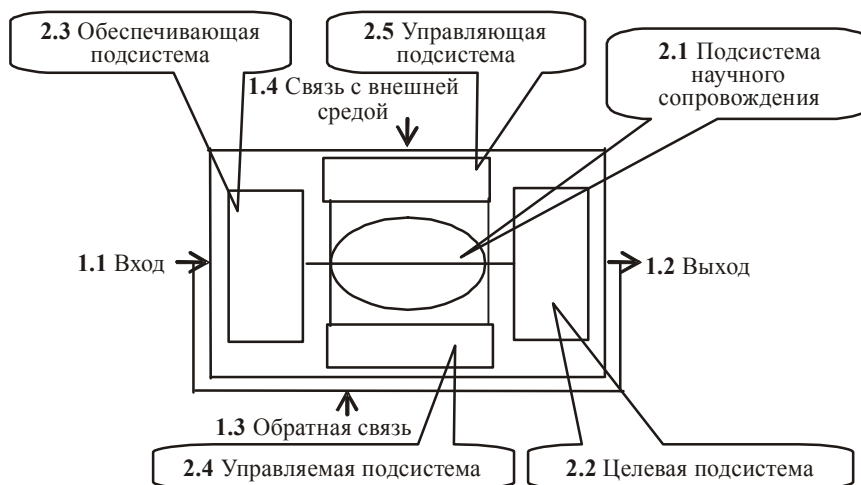


Рис. 2. Структура $СК_{cn}$ предприятия

Компоненты внешнего окружения и алгоритм их рассмотрения

К компонентам внешнего окружения относится вход, выход, обратная связь, связь с внешней средой.

- 1.1 Вход в $СК_{cn}$ (рис. 3).

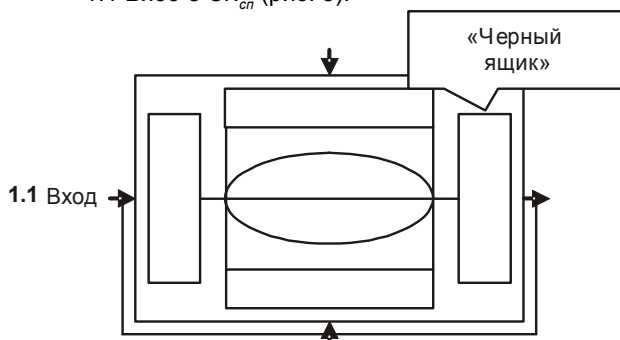


Рис. 3. Место компонента «вход» в структуре $СК_{cn}$

Компоненты входа разрабатываются индивидуально применительно к рассматриваемым видам объектов. К входу системы относится все, что получает предприятие для разработки и реализации стратегии повышения конкурентоспособности: методические документы, финансовые, трудовые, материальные, информационные и другие виды ресурсов. Задача органов управления сводится к обеспечению конкурентоспособного входа, потом — конкурентоспособного процесса («черный ящик»), тогда и «выход» системы будет конкурентоспособным.

- 1.2 Выход из $СК_{cn}$ (рис. 4).

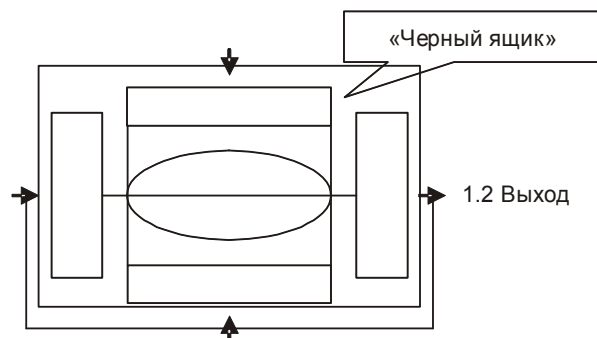


Рис. 4. Место компонента «выход» в структуре $СК_{cn}$

К компонентам выхода относятся конкурентоспособные виды объектов, для которых разрабатывается система. Основные условия выхода:

- высокое качество стратегических маркетинговых исследований и обоснованность нормативов конкурентоспособности будущих видов продукции;
- обеспечение конкурентоспособных параметров входа системы;
- обеспечение конкурентоспособных параметров процесса в системе;
- изучение конъюнктуры рынка, применение эффективных стратегий рекламы продукции, каналов ее распространения (сбыта), сервисного обслуживания и других инструментов рыночного механизма.

• 1.3 Обратная связь СК_{сн} (рис. 5).

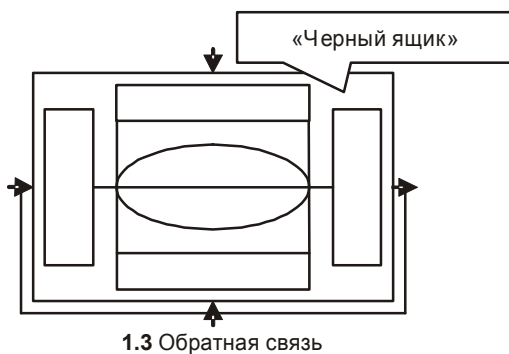


Рис. 5. Место обратной связи в структуре СК_{сн}

Для любой системы очень важна обратная связь. Система не может функционировать, если не имеет обратной связи.

К компонентам обратной связи СК_{сн} относятся: дополнительные требования к научно-исследовательским, опытно-конструкторским и технологическим работам (НИОКТР), нормативам конкурентоспособности объекта, рекламации потребителей; новая информация по инновациям.

Обратная связь осуществляется как с предприятием-изготовителем непосредственно, так и с поставщиками входа системы.

• 1.4 Связь с внешней средой СК_{сн} (рис. 6).

1.4 Связь с внешней средой

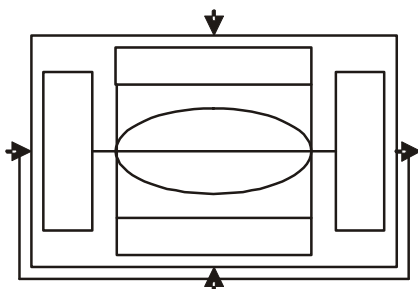


Рис. 6. Место связи с внешней средой в структуре СК_{сн}

К внешней среде предприятия (организации, фирмы и т. п.) относятся *макросреда, мезосреда (инфраструктура региона) и микросреда* [11].

Содержание макросреды предприятия. К компонентам внешней среды, оказывающим влияние на эффективность и устойчивость функционирования предприятия, относятся те, на которые она не может воздействовать, которыми не управляет. Эти компоненты воздействуют на предприятие напрямую (налоговая система, политика поставщиков, потребителей и пр.) или косвенно (политическая, экономическая и другие сферы страны). Среди факторов макросреды предприятия, влияющих на эффективность и стабильность его работы, выделяются: международные, политические, экономические, социально-демографические, правовые, экологические, природно-климатические, научно-технические и культурные.

Содержание мезосреды (инфраструктуры региона). Мезосреда (инфраструктура региона, города), где расположено предприятие, оказывает косвенное влияние на эффективность и устойчивость его функционирования.

К отраслям инфраструктуры относятся: рыночная инфраструктура, подсистема мониторинга окружающей природной среды, здравоохранение, наука и образование, культура, торговля; общественное питание; транспорт и связь; пригородное сельское хозяйство; строительство; жилищно-коммунальное хозяйство; бытовое обслуживание; промышленность.

Взаимное влияние факторов инфраструктуры региона носит сложный характер. Логическая цепочка здесь следующая: чем выше уровень развития, стабильность и эффективность работы отраслей инфраструктуры региона, тем крепче морально-психологический климат в коллективе.

Обладая необходимой информацией, на предприятиях смогут анализировать влияние инфраструктуры региона на устойчивость и эффективность их функционирования.

Содержание микросреды предприятия. К факторам микросреды предприятия относятся непосредственные конкуренты предприятий по выпускаемым ими видам продукции; все конкуренты поставщиков (входа); маркетинговые посредники по входу и выходу системы; контактные аудитории (общество потребителей, контролирующие органы, профсоюзы, пресса и т. п.). Упрощенная схема влияния микросреды предприятия на ее функционирование представлена на рис. 7.

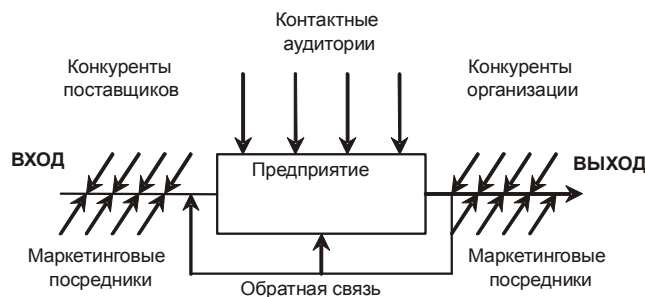


Рис. 7. Упрощенная схема влияния микросреды предприятия на его функционирование в современных условиях

Согласно представленной схеме, из внешней среды на предприятие воздействуют контактные аудитории. Конкуренция поставщиков предприятия вытесняют из данного сегмента непосредственных поставщиков. Конкуренция предприятия тоже «выталкивают» их из данных сегментов, то есть оказывают сопротивление (поэтому стрелки направлены против хода производственного процесса). Маркетинговые посредники содействуют (помогают) ему в реализации поставленных целей (стрелки ориентированы в направлении выхода).

К факторам и показателям микросреды предприятия относятся: поставщики (вход системы), потребители (выход системы), конкуренты, контактные аудитории, маркетинговые посредники, законодательство по налоговой системе и внешнеэкономической деятельности. Применительно к странам бывшего СССР в целях оперативной оценки конкурентоспособности предприятия в условиях МФЭК целесообразно использовать следующие факторы внешней среды (см. таблицу).

Факторы внешней среды при оценке $K_{сп}$ предприятия

Основные факторы	Влияние факторов на повышение конкурентного потенциала		
	$K_{сп}$	организационно-технического уровня производства	уровня менеджмента
Факторы макросреды			
1. Изменение экономической политики государства по отношению к отраслям (сельское, жилищно-коммунальное хозяйство, другие отрасли промышленности)	3	2	2
2. Изменения в области налоговой политики	2	3	1
3. Финансово-кредитная политика государства	2	2	1
4. Увеличение тарифов на электроэнергию, топливо и т. д.	2	1	1
5. Увеличение тарифов на железнодорожные перевозки	2	1	1
6. Научно-технический прогресс	3	3	3
7. Изменения в международных торговых отношениях	1	0	0
8. Развитие информационных технологий	1	1	1
9. Стабильность политической обстановки в стране	1	0	0
10. Курс национальной валюты	1	1	0
11. Уровень инфляции	1	1	1
Факторы мезосреды			
1. Политика местных органов власти в отношении предпринимательской деятельности	2	2	1
2. Уровень развития инфраструктуры	1	1	1
3. Географическое положение	1	0	0
Факторы микросреды			
1. Спрос на продукцию технологического характера	3	3	3
2. Новые товары конкурентов	3	3	2
3. Товары-заменители	3	3	2
4. Интерес к предприятию со стороны иностранных инвесторов	3	3	3

Примечание: 3 — сильное (непосредственное) влияние; 2 — среднее влияние; 1 — слабое влияние; 0 — отсутствие влияния (не влияет).

В приведенной таблице факторами конкурентоспособности предприятия выступают конкурентоспособность продукции (или основных ее видов) и конкурентный потенциал, представляющий сочетание организационно-технического уровня производства (качество процессов) и уровня менеджмента (качество управления).

Внутренняя структура $SK_{сп}$ («черный ящик»)

Внутренняя структура, или «черный ящик», состоит из подсистем: 2.1 — научного сопровождения, 2.2 — целевой, 2.3 — обеспечивающей, 2.4 — управляемой и 2.5 — управляющей

Подсистема научного сопровождения $SK_{сп}$ учитывает условия конкретной страны, специфику МФЭК и предусматривает:

- 1) исследование проблем конкуренции и конкурентоспособности;
- 2) экономические законы функционирования в измененных рыночных отношениях;
- 3) законы организации производства в статике и динамике;
- 4) научные подходы к управлению, принципы и методы управления;
- 5) исследование конкурентных преимуществ объекта и методические основы оценки его $K_{сп}$.

Целевая подсистема является индивидуальной для рассматриваемого объекта (предприятие) и объектов непосредственного влияния (персонал, продукция) на основе перечня факторов первого уровня их $K_{сп}$.

Обеспечивающая подсистема $SK_{сп}$ включает: правовое, методическое, ресурсное, информационное и защитное (охранное) обеспечение.

Структура управляемой подсистемы $SK_{сп}$ формируется видоизмененными функциями стратегического и тактического маркетинга, инновационного, финансового, производственного, ресурсо-энергосберегающего и антикризисного менеджмента.

К основным компонентам управляющей подсистемы относятся: психологические аспекты управления персоналом, нацеленного на $K_{сп}$; принятие конкурентоспособных управленческих решений; организация труда; учет, контроль и стимулирование реализации решений; подготовка кадров для решения насущных проблем конкурентоспособности.

На основании изложенной выше информации структура модифицированной $SK_{сп}$ с компонентами (содержанием) внешнего окружения и внутреннего содержания (структуры), разработанными с учетом специфики Республики Беларусь в современных условиях, может иметь вид, представленный на рис. 8.

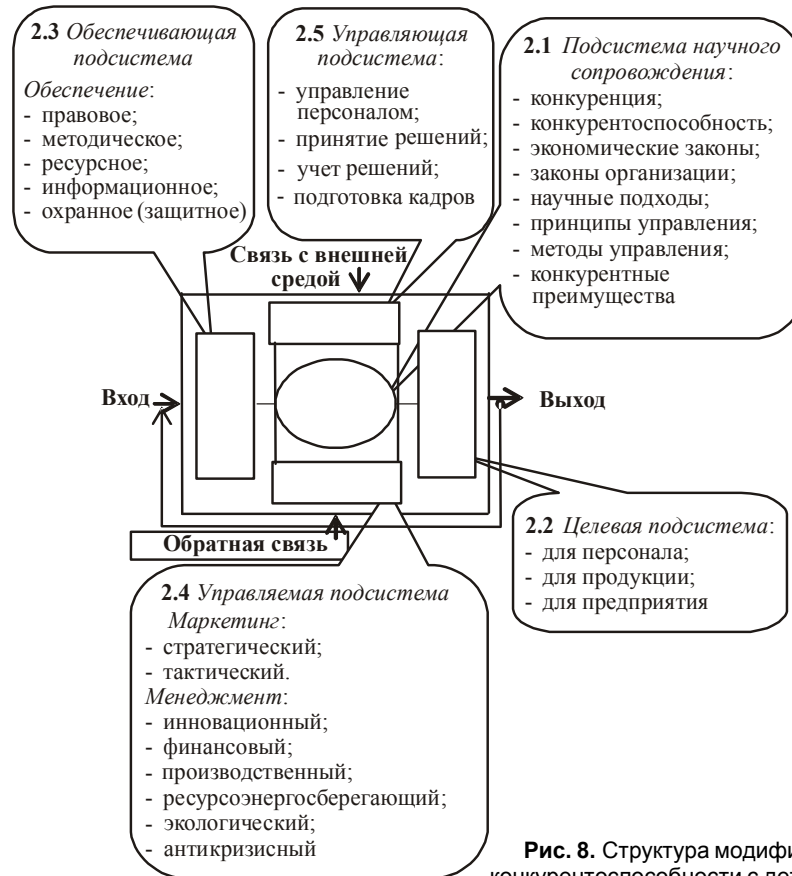


Рис. 8. Структура модифицированной системы конкурентоспособности с детализацией компонентов

Выводы

Переход на пятый и шестой технологические уклады предполагает во всех сферах повышение качества продукции и процессов, ресурсосбережения, автоматизацию производства и управления, ориентацию всех видов деятельности на конкурентоспособность, то есть реализацию так называемой конкурентоспособной экономики. *Конкурентоспособная экономика* — это философия нового мышления, воспитания и управления знаниями в целях повышения качества процессов во всех средах. Одним из перспективных направлений повышения эффективности объектов хозяйствования является внедрение систем конкурентоспособности, обеспечивающих активизацию инновационной деятельности и рост конкурентоспособности управляемых объектов.

Дальнейшая глобализация в условиях МФЭК и ее последствия в виде ужесточения доступа к сырьевым и кредитным ресурсам, инновационным технологиям и конкурентной борьбы на мировых рынках продукции за счет существенного превышения ее предложения над медленно растущим спросом требуют от отечественных субъектов хозяйствования поиска новых форм противостояния и повышения эффективности, устойчивости и конкурентоспособности. Концепция МЭТУК («методика — экономика — техника — управление — конкурентоспособность»), разрабатываемая в Российской Федерации Р. А. Фатхудиновым, описана им в своих многочисленных учеб-

никах. Однако в его трудах и исследованиях других специалистов не учитывается мировая ситуация, сложившаяся в результате МФЭК, а также специфические условия его протекания в странах бывшего СССР и Республики Беларусь, не имеющей огромных сырьевых ресурсов.

С учетом маркетингового подхода и влияния МФЭК предлагаемая известными специалистами концепция должна быть дополнена связью (цепью) «окружение» и иметь следующее содержание: окружение — методика — экономика — техника — управление — конкурентоспособность, то есть ОМЭТУК_{сн}.

В Республике Беларусь и странах бывшего СССР с учетом концепции ОМЭТУК_{сн} следует использовать модифицированную к условиям страны систему конкурентоспособности, которая состоит из двух взаимосвязанных между собой блоков (составляющих). *Первая составляющая* — внешнее окружение (вход; выход; обратная связь; связь с внешней средой). *Вторая составляющая*, или «черный ящик», — внутренняя структура, представляющая совокупность взаимосвязанных компонентов, обеспечивающих процесс воздействия субъектов правления на объект, переработку входа в выход и достижение целей системы. Она включает модифицированные (адаптированные к современным условиям) подсистемы: научного сопровождения, целевую, обеспечивающую, управляемую и управляющую. Подробное содержание подсистем внутреннего содержания СК_{сн} будет описано в последующих публикациях.

Список использованных источников

1. Азоев, Г.Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г. Л. Азоев. — М. : Новости, 2000. — 241 с.
2. Акулич, И.Л. Маркетинг : учебник / И.Л. Акулич. — Минск : Высш. шк., 2002. — 447 с.
3. Ансофф, И. Стратегическое управление / И. Ансофф. — М. : Экономика, 1989. — 519 с.
4. Волонцевич, Е.Ф. Конкурентоспособность фирм : курс лекций / Е.Ф. Волонцевич. — Минск : БГЭУ, 2003. — 65 с.
5. Головачев, А.С. Экономика предприятия : учеб. пособие : в 2 ч. / А.С. Головачев. — Минск : Высш. шк., 2008. — Ч. 1, 2. — 464 с.
6. Дурович, А.П. Основы маркетинга / А.П. Дурович. — Минск, 2004. — 305 с.
7. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер; пер. с англ. — СПб. : Питер, 1999. — 470 с.
8. Лифиц, И.М. Конкурентоспособность товаров и услуг : учеб. пособие / И.М. Лифиц. — М. : Высш. образ., 2007. — 296 с.
9. Немогай Н.В. Логистика. Управление цепочками поставок : ответы на экзаменационные вопросы / Н.В. Немогай. — Минск : Тетрасистемс, 2013. — 224 с.
10. Немогай, Н.В. Управление качеством : учебник / Н.В. Немогай, Н.В. Бонцевич, В.В. Садовский. — Гомель : ЦИИР, 2006. — 360 с.
11. Немогай, Н.В. Конкурентоспособность предприятия : учеб.-метод. комплекс / Н.В. Немогай, Н.В. Бонцевич, В.В. Садовский. — Гомель : ЦИИР, 2009. — 259 с.
12. Немогай, Н.В. Стандартизация и сертификация товаров и услуг : учеб. пособие / Н.В. Немогай. — Гомель : ЦИИР, 2010. — 262 с.
13. Новицкий, Н.И. Управление качеством продукции : учеб. пособие / Н.И. Новицкий, В.А. Олексюк. — Минск : Новое знание, 2001. — 238 с.
14. Портер, М. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / М. Портер; пер. с англ. — М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. — 384 с.
15. Фатхутдинов, Р.А. Управление конкурентоспособностью организации : учебник / Р.А. Фатхутдинов. — М. : ЭКСМО, 2005. — 544 с.
16. Фатхутдинов, Р.А. Управление конкурентоспособностью организации : учебник / Р.А. Фатхутдинов. — 3-е изд. — М. : Маркет ДС, 2008. — 432 с.
17. Юданов, А.Ю. Конкуренция: теория и практика : учеб. пособие / А.Ю. Юданов. — 2 е изд. — М. : Гном-Пресс, 1998. — 320 с.

28.11.2013

УДК 330.1

Г. И. Олехнович

ЭКОНОМИКА И НЕФОРМАЛЬНЫЕ ИНСТИТУТЫ: СЛАГАЕМЫЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

Рассматриваются проблемы институционального характера: воздействие неформальных институтов на экономический рост и развитие национальной экономики в целом и ее предпринимательского сектора в частности. При этом автор исходит из того, что многое в поведении хозяйствующего объекта получает свое логическое обоснование с точки зрения роли и значения существующей в стране религии, религиозных учений, этики, этических норм и даже исторически сложившейся в обществе психологии индивида.

This article reveals the problems of an institutional nature, in particular the impact of informal institutions on economic growth and development of the national economy as a whole and its business sector in particular. In this case, the author assumes that much of the economic behavior of the object gets its rationale in terms of the role and importance of the country's religion, religious studies, ethics and even the historical psychology of the individual in society.

Рыночная экономика с ее конкуренцией, стремлением к прибыли, частной собственностью и методами накопления капитала постоянно предъявляет обществу жесткие требования. Кажется, что не может быть места гуманности, этике, морали, солидарности в системе, которая принуждает субъектов хозяйствования под угрозой экономического разорения к эгоизму и жажде прибыли. Можно ли, говоря о свободной рыночной экономике, совмещать понятия этики и конкуренции, морали и рентабельности?

В последней трети XX в. в экономической науке и практике шел процесс активного наступления «рыночного фундаментализма», когда не только эконо-

мика, но и любая сфера человеческой жизнедеятельности (политика, право, культура, социология, психология и др.) рассматривались исключительно под прицелом рыночных отношений. Эта научная экспансия получила название «экономический империализм».

Но с началом XXI в. положение меняется: идет обратная волна, то есть появляется все больше научных доказательств, что именно неформальные институты общества как основа цивилизации составляют фундамент самого рынка. Институциональная экономика уже считает неформальные институты одним из важнейших условий экономического про-