

В то же время такой режим должен учитывать, с одной стороны, хронологию развития самой концепции маркетинга во взаимосвязи с эволюцией капиталистического способа производства, а с другой — учитывать адаптивные возможности нерыночного мышления и сложившийся управленческий менталитет менеджеров в промышленном секторе.

В этой связи решение проблемы активизации применения маркетинга в промышленности нам видится в разработке методологии для адаптации современной маркетинговой парадигмы, реализуемой в рамках модели маркетинга взаимодействий к специфике и особенностям промышленного сектора республики.

*Е.А. Прутская, канд. экон. наук
ВТЭИ (Винница, Украина)*

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПСИХОЛОГИЯ И УПРАВЛЕНИЕ

На Украине значительное расстояние от власти традиционно поддерживается ее централизацией, автократичным, патерналистским стилем руководства, требованиями четко придерживаться субординации. Ответственность часто перекладывается на подчиненных, инициатива в некоторых случаях поощряется, хотя не всегда вознаграждается.

Типы организаций, а также такие их характеристики, как автономность и коллективность, существенно отличаются в разных культурах. В автономных организациях, которые доминируют на Западе, работники являются более независимыми, признаются индивидуальные заслуги, решения принимаются большинством голосов. С ростом частного сектора в экономике страны наблюдается определенная разбалансированность между типом организации и ментальностью многих работников и руководителей. Младшая генерация быстрее адаптируется к новому стилю и стратегии западного менеджмента, ориентируясь на коллективность, командную работу, кооперацию, групповое признание и лояльность к организации. Сохранение в то же время типичных для централизованного управления черт на многих украинских предприятиях объяс-

няет параллельное существование различных организаций “переходного” и прозападного типов.

Существенно различаются и общие концепции работы в разных обществах. Для американцев, например, работа является самоценностью, важной неотъемлемой частью личностного самоопределения. На Украине же стержнем, вокруг которого выстраивается индивидуальный мир личности, являются духовные устремления, дружеские отношения, семья. Работа рассматривается скорее в функциональном аспекте — как способ обеспечения существования, выживания, выполнения финансовых обязательств. Стимулом работы в украинском обществе выступает не столько стремление получить удовлетворение от работы, сколько прагматическое желание удовлетворить основные жизненные потребности. Существенно отличаются и факторы, способствующие карьерному росту. Если на Западе — это чаще всего продемонстрированная компетенция, то на Украине — это возраст, лояльность, благосклонность руководства.

*И.В. Прыгун, канд. экон. наук
БГЭУ (Минск)*

МОДЕЛЬ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ: ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ

Заложенный в Основных направлениях социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2010 г. вектор развития предусматривает проникновение идей инновационных отношений во все отрасли народнохозяйственного комплекса и требует формирования научно-технологических, экономико-правовых, социально-политических, эколого-демографических, культурно-ценностных условий для перехода к инновационному типу воспроизводства. С учетом роста значимости сферы обращения в воспроизводственных процессах трансформируемого национального хозяйства, что соответствует и общемировым тенденциям, и месту и роли торговли в реализации экономических преобразований, особую актуальность приобретают инновационные аспекты деятельности торгового предприятия, предопреде-