

ВОПРОСЫ НОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Рецензируемый научно-методический журнал

Включен в Перечень российских рецензируемых научных журналов,
в которых должны быть опубликованы основные научные результаты
диссертаций на соискание ученых степеней доктора и кандидата наук

ISSN 1994-0556 № 2 (34) 2015

Выходит 4 раза в год
Распространяется в Российской Федерации
и зарубежных странах

Зарегистрирован 30 ноября 2006 г.
в Министерстве РФ по делам печати, телевидения
и средств массовых коммуникаций.
Регистрационный номер ПИ № ФС77-26481

Редакция:

Главный редактор

Сизов Владимир Сергеевич,
доктор экономических наук, профессор

Главный научный редактор

Авдокушин Евгений Федорович,
доктор экономических наук, профессор

Ответственный редактор

Мальцева Светлана Александровна,
кандидат биологических наук

Научные редакторы

Беспятых Василий Ильич,
доктор экономических наук, профессор

Носов Александр Леонидович,
доктор экономических наук, профессор

Бармина Елена Анатольевна,
кандидат экономических наук

Гаврилук Елена Дмитриевна,
кандидат юридических наук

Адрес редакции: 610002, г. Киров, ул. Казанская, 91.
тел.: (833-2) 67-02-35, (833-2) 37-51-61; e-mail: rus@vsei.ru

Позиция редакции может не совпадать с мнением
авторов. Получение материалов для публикации
означает согласие авторов на передачу права
на издание отредактированного варианта статьи
в журнале.

Партнеры журнала:

Центр общественных наук МГУ;
Институт экономических стратегий РАН;
Академия философии хозяйства (АФХ);
Международная академия исследований будущего
(МАИБ).

Фото на 1 стр. обложки Е. А. Кругловой.

© Вятский социально-экономический институт, 2015

Редакционный совет:

Председатель редакционного совета

Глазьев Сергей Юрьевич,
доктор экономических наук, профессор,
академик РАН (г. Москва)

Члены редакционного совета

Агеев Александр Иванович,
доктор экономических наук, профессор,
президент МАИБ (г. Москва)

Алиев Урак Жолмурзаевич,
доктор экономических наук, профессор,
(г. Астана, Казахстан)

Архипов Алексей Юрьевич,
доктор экономических наук, профессор
(г. Ростов-на-Дону)

Бессолицын Александр Алексеевич,
доктор экономических наук, профессор
(г. Москва)

Бодров Владимир Григорьевич,
доктор экономических наук, профессор
(г. Киев, Украина)

Бузгалин Александр Владимирович,
доктор экономических наук, профессор
(г. Москва)

Гузев Михаил Михайлович,
доктор экономических наук, профессор
(г. Волгоград)

Гусов Аузби Захарович,
доктор экономических наук, профессор
(г. Москва)

Лемещенко Петр Сергеевич,
доктор экономических наук, профессор
(г. Минск, Белоруссия)

Мордовченков Николай Васильевич,
доктор экономических наук, профессор
(г. Нижний Новгород)

Нижегородцев Роберт Михайлович,
доктор экономических наук, профессор
(г. Москва)

Новак Алоизи,
доктор экономических наук, профессор
(г. Варшава, Польша)

Осипов Юрий Михайлович,
доктор экономических наук, профессор,
президент АФХ (г. Москва)

Рязанов Виктор Тимофеевич,
доктор экономических наук, профессор
(г. Санкт-Петербург)

Чекмарев Василий Владимирович,
доктор экономических наук, профессор,
(г. Кострома)

Содержание

Предпринимательство и бизнес

Авдокушин Е. Ф. Как начать свой бизнес: дух предпринимательства 4

Финансовая экономика

Горидько Н. П. Моделирование и прогнозирование финансового результата деятельности наукоемких корпораций 15

Новиков М. М. Международные инвестиционные тренды в размещении финансовых ресурсов 21

Сизов В. С., Круглова Н. В. Православный банкинг, финансовая экономика и ссудный процент 27

Логистика

Носов А. Л. Космические технологии в транспортной логистике 36

Щербаков Д. С. Ситуационное моделирование реализации непростого логистического решения в новых управляющих системах 43

Современный маркетинг и менеджмент

Беспярых В. И. Внутриорганизационный маркетинг 47

Казанцева С. М. Совершенствование методов описания бизнес-процессов, используемых в практике управленческого консультирования 57

Симонов К. В. Коммерческие посетители торговых выставок: классификация, сегментирование, особенности привлечения 61

Инновационная экономика

Ноговицына О. С. Системы оценки инновационной активности промышленных предприятий 66

Развитие регионов

Мордовченков Н. В., Бозина Т. А. Рыночные аспекты современной инфраструктуры в сфере услуг на мезоуровне 72

Вопросы образования

Сизов В. С., Бармина Е. А. Тенденции и перспективы развития российской системы образования 80

Дискуссионная кафедра

Трушков С. А. Что значит быть русским? 95

Рецензии, отклики

Зотова Е. С. О национальных интересах и либеральных ценностях (Рецензия на книгу Е. В. Косова «Национальные интересы и либеральные ценности») 100

Contents

Entrepreneurship and Business

- Avdokushin Y. F.* How to Start-up a Business: Entrepreneurship's Spirit Regions' Development.....4

Finance Economy

- Goridko N. P.* Modeling and Forecasting of Knowledge-Intensive Corporations' Financial Results 15

- Novikov M. M.* International Investment Trends in Financial Resources' Disposal 21

- Sizov V. S., Kruglova N. V.* An Orthodox Banking, Islamic Economics and Interest Rate 27

Logistics

- Nosov A. L.* Space Technologies in Transport Logistics 36

- Shcherbakov D. S.* Realization of Not Simple Logistics Decision Situational Modeling under New Control System 43

Modern Marketing and Management

- Bespyatikh V. I.* Internal marketing..... 47

- Kazantseva S. M.* Improving Methods for Describing Business Processes Used in the Practice of Management Consulting..... 57

- Simonov K. V.* Commercial Visitors of Trade Fairs: Classification, Segmentation and Features of Invitation..... 61

Innovative Economy

- Nogovitsyna O. S.* System of estimation of innovative activity of industrial enterprises 66

Regions Development

- Mordovchenkov N. V., Bozina T. A.* Market Aspects of Modern Infrastructure Services at the Meso-level 72

Higher Education

- Sizov V. S., Barmina Y. A.* Tendencies and Perspectives of the Russian Education Development..... 80

Discussion Chair

- Trushkov S. A.* What does it Mean to be Russian?..... 95

Notices, Responses

- Zotova Y. S.* To the Question of the National Interests and Laborite Values 100

Предпринимательство и бизнес

Как начать свой бизнес: дух предпринимательства¹

Е. Ф. Авдокушин,

председатель межрегиональной группы ученых –
Институт исследования новой экономики (ИИНЭК),
доктор экономических наук, профессор,
г. Москва

E-mail: AEF2005@yandex.ru

How to Start-up a Business: Entrepreneurship's Spirit

Y. F. Avdokushin

Проблема предпринимательства в современной России стоит достаточно остро. Это связано с рядом причин, о которых идет речь в статье. Прежде всего, автор рассматривает соотношение понятий бизнеса и предпринимательства и то, каким образом это соотношение проявляется на практике. Также рассматриваются проблемы стартапов как в России, так и за рубежом. Делается вывод о наличии общей тенденции снижения предпринимательской активности и желания создавать новые бизнесы у молодежи до 30 лет как в России, так и в ряде развитых стран, таких как США и Германия. Эта проблема решается в основном через реализацию программы поддержки предпринимательства, которые имеются во многих странах. Приводятся конкретные примеры обучения азам предпринимательства, даются практические советы, в частности об источниках начального финансирования бизнес-проектов.

Ключевые слова: бизнес, предпринимательство, стартап, инновации, инвестиции, бизнес-климат, воспитание и обучение предпринимательству.

The problem of entrepreneurship in Russia is very sharp. It is connected with a number of causes which are determined in the article. First of all, the author considers relations of the notions «business» and «entrepreneurship» and the way of its appearing in practice. Also the problem of start-up in Russia and foreign countries is considered. A conclusion has been made that there is a decrease of business activity among young people under 30 years old in Russia and in other developed countries such as the USA and Germany. This problem is being considered through the program of entrepreneurship help that is available in many countries. The author gives some concrete examples of basic entrepreneurship teaching. Practical advices of seed-funding sources of business-projects are given.

Key words: business, entrepreneurship, start-up, innovations, investments, a business-climate, educating and teaching of entrepreneurship.

О соотношении понятий бизнеса и предпринимательства

Проблема предпринимательства для России стоит достаточно остро как с точки зрения теории, так и практики его организации, как внутри страны, так и за рубежом. Рассмотрим некоторые теоретические аспекты соотношения бизнеса и предпринимательства. Часто эти два понятия отождествляют. Однако имеются и точки зрения, которые их жестко противопоставляют, указывая на «некорректность, недоступ-

ность их взаимозаменяемости как в научной, а тем более в учебной литературе»². С таким подходом вряд ли можно согласиться. Тем более что предпринимательство огульно объявляется спекулятивной, краткосрочной, однократной и крайне рискованной деятельностью³, особенно в сфере международных финансовых рынков как сфере международного предпринимательства, а не бизнеса. При этом предпринимательство «в классическом виде», по мнению сторонников такой позиции, – это «теневая деятельность

¹ Публикация подготовлена в рамках поддержанного РГНФ научного проекта № 14-02-00046.

² Ломсадзе, Д. Г. Международный бизнес. Теоретико-методические основы дисциплины. – Воронеж: Из-во Воронежского государственного университета, 2012.

³ Там же.

(криминальная (черная), полуподпольная (серая) деятельность)»⁴.

Стремление заклеить «черное» предпринимательство и возвысить «благородный» бизнес в таких воззрениях зашкаливает: здесь приводятся наборы исторических, литературных и семантических аргументов⁵. Между тем многие авторитетные исследователи феномена предпринимательства справедливо отвечают его важную роль в современной хозяйственной деятельности, не видя в нем имманентно присущей этому явлению «черноты». Такие видные теоретики и практики менеджмента, как И. Шумпетер, П. Друкер, Б. Билард, И. Киршнер и др. рассматривают предпринимательство как инновационное и ориентированное на перемены поведение, включая целеориентированную мотивацию, компетенции и стремление получить выгоду для себя.

Исследователи предпринимательства и его практики дают десятки определений этого явления, рассматривая его на определенных уровнях, включая в его сущность те или иные признаки. Например, видный американский исследователь предпринимательства П. Д. Рейнольдс считает, что предпринимательство – это конкурентное поведение, движущее рыночный процесс⁶. Профессор В. С. Сизов, основываясь на идеях Д. Белла, Дж. Гранта и Э. Тоффлера, предлагает интересный подход к пониманию содержания предпринимательства. Он заключается в том, что характер предпринимательской деятельности, его функциональное содержание зависит от стадии развития цивилизации и от технологической парадигмы, характеризующей уровень ее развития. По мнению В. С. Сизова, содержание понятия «предпринимательство» не «раскрывается», не «расширяется» и не «углубляется» по мере его изучения в исторической перспективе, но само оно изменяет свое принципиальное содержание вследствие всеобъемлющего изменения социально-экономических отношений, происходящих в мире⁷.

Опираясь на взгляды других исследователей этого феномена от И. Шумпетера до П. Друкера, к основным чертам предпринимательства можно отнести следующее:

- инновационность;
- рисковость;
- экспансию;
- конкурентность;
- нацеленность на получение прибыли;
- и ряд других черт и особенностей⁸.

Выделенные пять черт, на наш взгляд, являются определяющими для понимания сущности этого явления.

Противопоставление понятий бизнеса и предпринимательства в целом восходит к дискуссии о первичности курицы и яйца и вряд ли может быть продуктивным. Вместе с тем в сочетании этой пары ведущее место остается во многом за предпринимательством. Почему? Потому что предпринимательство изначально предполагает черты предприимчивости, инициативности, креативности и инновационности.

Бизнес, в т. ч. международный, может быть не инновационный, малорисковый, не нацеленный на экспансию и конкуренцию, особенно в монополизированной, слабоконкурентной среде, имитирующей рыночные отношения. Бизнес может быть рутинным, застойным, вестись «постаринке» и т. д. и т. п. Бизнес в высококонкурентной среде обязательно должен включать основные элементы предпринимательства, перечисленные выше, в противном случае он будет малоуспешным, низкоэффективным и может быстро захиреть. Международная среда бизнеса как раз предполагает и обладает всеми элементами для развития предпринимательского бизнеса, а не имитационного процесса в условиях несправедливой конкуренции и тотальной монополизации. Среда международного бизнеса, конечно, не является идеальной, однако она развивается, совершенствуется для создания благоприятных условий для всякого бизнеса при формировании и определенных объективных ограничительных рамок. Конечно, можно сказать, что существуют и предприниматели, «которые ничего не предпринимает» (выражение Председателя Правительства РФ Д. А. Медведева). Однако это и есть те бизнесмены, которые приспособились работать в монополизирован-

⁴ Там же.

⁵ Автор не ставил перед собой цель подробно разбирать эти аргументы, поскольку статья имеет другую задачу.

⁶ Рейнольдс, П. Д. Исследование создания предприятий: выявление причин возникновения новых компаний. Перевод с английского. – М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2014.

⁷ Сизов, В. С. Эволюция предпринимательской деятельности и ее содержание в условиях новой экономики // Новая экономика. Монография / под ред. проф. Е. Ф. Авдокушина, проф. В. С. Сизова. – М.: Магистр, 2009; Кто он – предприниматель? // Российское предпринимательство. – № 6. – Выпуск 1. – № 9. – Выпуск 2. – 2008.; № 10. – Выпуск 2. – 2008; Эволюция содержания предпринимательской деятельности // Философия хозяйства. Альманах Центра общественных наук и экономического факультета МГУ им. М. В. Ломоносова. – 2008. – № 2 и др. статьи.

⁸ Рейнольдс, П. Д. Исследование создания предприятий: выявление причин возникновения новых компаний. Перевод с английского. – М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2014.

ной, слабоконкурентной экономике имитационного, деформированного рынка и которые, сталкиваясь с реалиями международного бизнеса, как правило, пасуют либо долго приспосабливаются, пеняя на предвзятое отношение к «русскому бизнесу».

В целом предпринимательство и соответствующий бизнес с элементами предпринимательства можно определить следующим образом.

Предпринимательство (бизнес) – это независимое инновационное, конкурентное поведение, движущее рыночный процесс, нацеленный на экспансию с учетом рисков, и нацеленное на получение дохода. Это определение может быть отнесено и к международному бизнесу, реализующемуся в высококонкурентной трансграничной среде.

Проблемы стартапа в бизнесе

С какими проблемами сталкивается человек, желающий начать собственное дело с перспективой выхода на внешний рынок? Рассмотрим, прежде всего, готовность российских граждан к предпринимательству, их склонность к этому виду деятельности. Исследования на эту тему показывают, что 93% россиян не относят себя к предпринимателям и не рассматривают возможности заниматься бизнесом⁹. Такую ситуацию можно отчасти объяснить сохранением психологии государственного иждивенчества, государственной политикой патернализма, отсутствием реального рынка, острой конкуренцией, сохраняющимся с советской эпохи негативным отношением к бизнесу. В социалистический период воспитывалась предпринимательская апатия, рынок рассматривался как спекулятивное поле, территория обмана, а предприниматель как явление чуждое и даже враждебное общественной морали. Государство, тем не менее, не могло полностью отказаться от принципов соревновательности в производственных коллективах и между ними. Однако «социалистическое соревнование», противопоставляемое рыночной конкуренции, не могло породить реального рынка, хотя отдельные передовики социалистического соревнования иногда выходили за его рамки, осуществляя свою деятельность на грани «социалистической законности», а иногда и за ее гранью.

В современной России, несмотря на развитие основ рыночной экономики, все еще сохраняются многие привычки социалистического периода, поэтому автоматического роста пред-

принимательства как в количественном, так и в качественном отношении ждать не приходится. Поэтому цивилизованных предпринимателей надо растить, воспитывать, помогать их становлению, постоянно поддерживая, подпитывая атмосферу духа предпринимательства во всех сферах социально-экономической жизни. Однако, несмотря на наличие многих советов, центров, комиссий, ассоциаций, гильдий и т. п., нацеленных на «координацию» становления и развития бизнеса, централизованной, системной политики по возвращению новых предпринимателей у государства нет. Вместо последовательной, целенаправленной, эффективной политики поддержки бизнеса в России сформировалась система, позволяющая «кошмарить» малого и среднего предпринимателя, а его включение в процесс предпринимательства, фактически пущен на самотек, в котором больше препон, чем стимулирующих факторов. Поэтому неудивительно, что даже такой политический деятель и псевдоэффективный «менеджер» как А. Чубайс заявлял, что в мире высоко ценят русских поэтов, танцовщиков, музыкантов, композиторов, но не предпринимателей¹⁰.

Поэтому, несмотря на четвертьвековой путь развития рыночной экономики в России, становление и развитие предпринимательства по-прежнему является крайне актуальной проблемой.

Говоря об актуальности проблемы, следует иметь в виду, что она объясняется целой группой причин. К числу причин воздействия на предпринимательство в России можно отнести общее экономическое благополучие страны в нулевые годы XXI в., обусловленное, прежде всего, высокими ценами на сырье и энергоносители. Во-вторых, высокий уровень образования и высокий монополизм российского рынка. Другая группа причин состоит в том, что в российской экономике у квалифицированного работника при должной настойчивости больше возможностей найти интересную и хорошо оплачиваемую работу по найму, в особенности, в крупных населенных пунктах. Третья группа причин: современный растущий рынок требует от предпринимателя более отточенных навыков и более широких познаний для открытия собственного дела.

Четвертая группа причин включает особенности национального ведения бизнеса. В обществе, где сильны патерналистские чувства и отношение к рискам негативное, люди стараются их избежать и не хотят рисковать, открывая свое дело.

⁹ Ведомости 2013, 12 января.

¹⁰ Цит. по: Ведомости 2010, 17 февраля.

По данным российского глобального мониторинга предпринимательства¹¹, в 2012 г. лишь 4,2% опрошенных граждан (7,5 тыс.) имели свое дело¹². Это ниже, чем в других странах БРИКС, где этот показатель в среднем 12,5%, в Восточной Европе – 9%. Желаящих в течение трех лет открывать свое дело россиян оказалось лишь 3,8%, при этом около половины из них – это действующие предприниматели, нацеленные на расширение собственного бизнеса. Тогда как в странах БРИКС (кроме РФ) таковых насчитывалось в среднем 21%, в странах Восточной Европы – 24%. Как отмечалось выше, в России 93% опрошенных не рассматривают для себя возможности стать предпринимателями, а 83% никогда и не пытались ее реализовать. Почти половина из тех, кто открыл свой бизнес в 2012 г. не хотят больше связываться с предпринимательством. В результате доля желающих начать свой бизнес среди россиян составила лишь 2,2% – самый низкий показатель для всех стран, в т. ч. и в России с 2006 г. При этом самые активные в стремлении организовать свой бизнес – это мигранты, а вот процент российских студентов, желающих открыть свой бизнес, с 5-8% упал до 1% в 2012 г. Наиболее важными негативными причинами, мешающими открытию собственного бизнеса, многие опрошиваемые называют избыточное госрегулирование, в частности административные трудности в получении разрешений и лицензий, проблемы с финансированием, низкий уровень выживаемости молодых компаний, недостаток информации об объемах спроса и состоянии экономики в том или ином ее сегменте.

С такой оценкой состояния предпринимательского духа в России несогласно Минэкономразвития, которое полагает, что предпринимателей в России больше. Они не учитываются статистикой, поскольку работают в «тени» и не учитываются ни ФНС и не опросами¹³. По данным зампреда правительства РФ О. Голодец, порядка 43 млн чел. в России вообще не известно, где работают¹⁴. Между тем массовое аннулирование регистрации индивидуальными предпринимателями из-за двукратного повышения социальных взносов в 2014 г. как раз свидетельствуют в пользу приведенной статистики «Глобального мониторинга...».

Наиболее важными негативными причинами, мешающими открытию собственного бизнеса и тормозящими его развитие, респонденты назы-

вают политику государства: отсутствие прозрачных правил и логики взаимодействия компаний с государством, неоднозначность и неопределенность законодательной базы и правоприменения, административные трудности в получении разрешений и лицензий, проблемы с финансированием, коррупция. Кроме того начинающие предприниматели указывают на недостаток информации о состоянии рынка и вообще маркетинговой информации. Отдельно стоит налоговое бремя на начинающих предпринимателей – оно составляет более 40% выручки компании. По данным бизнес-омбудсмена Б. Титова, это одна из самых высоких нагрузок в БРИКС¹⁵. Кроме того на предпринимателя ложатся самые высокие энерготарифы и процентные ставки по кредитам. Наконец, монополия госкомпаний также не способствует формированию предпринимательских структур. Госкомпании формируют спрос на административный ресурс, на особые условия работы, чего, как правило, у начинающих предпринимателей нет. Отсутствие честной конкуренции венчает предпринимательский климат в России.

Справедливости ради надо сказать, что условия ведения бизнеса в России в последнее время несколько изменились. В рейтинге ОЭСР «Doingbusiness» наша страна заняла 62 место (будучи еще пару лет назад во второй сотне рейтинга – 112 место). К 2020 г. поставлена задача войти в число 20 стран с наиболее благоприятным бизнес-климатом. По данным агентства Bloomberg, по итогам 2013 г. Россия заняла 44 место в рейтинге лучших стран для ведения бизнеса (2012 г. – 56 место).

Принимая во внимание данные авторитетных международных рейтингов, следует отметить, что они касаются главным образом условий ведения бизнеса для сложившихся предпринимательских структур, нацеленных на экспансию на российский рынок, а не возможностей для стартапа в России.

В совместном докладе Global Entrepreneurship Monitor (GEM) и World Economic Forum (WEF) Россия помещена в пятую группу стран, которую составители доклада назвали странами с «нейтральной экономикой». В нее вошли многие развитые европейские страны, и причины отсутствия активности по открытию собственного бизнеса в основном те же, которые приведены выше (таблица 1).

¹¹ Глобальный мониторинг предпринимательства. Россия – 2012. Проводится Babson College и London Business School, в России – Высшей школой менеджмента (СПбГУ).

¹² Там же.

¹³ Ведомости 2013, 23 апреля.

¹⁴ Коммерсант 2014, октябрь.

¹⁵ Ведомости 2013, 23 апреля.

Таблица 1 – Характеристики начинающих предпринимателей и стран с «нейтральной экономикой», %.

Страны	Активность	Амбициозность	Инновационность
Швейцария	7	5	33
Великобритания	7	10	31
Нидерланды	8	9	28
Норвегия	7	9	26
Португалия	7	9	28
Швеция	6	7	27
Германия	5	10	27
Бельгия	5	7	27
Испания	5	4	24
Финляндия	6	7	24
Италия	3	6	24
Греция	7	3	30
Алжир	10	9	19
Босния и Герцеговина	8	6	18
Россия	4	10	15
Малайзия	6	3	13

Источник: Global Entrepreneurship Monitor и World Economic Forum

Как отмечают российские исследователи из Высшей школы менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета, которые изучают отечественное предпринимательство с 2006 г., существенного прогресса в активизации открытия собственного бизнеса в России не наблюдается. Россия стабильно находится в конце списка практически по всем параметрам предпринимательской активности (таблица 2).

Экономические санкции, введенные развитыми странами против России, в краткосрочном периоде вряд ли приведут к заметному росту новых предпринимателей. Рост безработицы, о котором предупреждают правительственные структуры, видимо, должен способствовать активизации так называемого «вынужденного предпринимательства». При сохранении санкций на длительный период ситуация может сдвинуться в сторону появления новых бизнесов. Однако это в теории, а на практике повышение в России ставок банковского процента ставит очень серьезный барьер перед новыми предпринимателями. Как видно из приведенных выше таблиц, Россия не одинока

в слабом пристрастии к свободному предпринимательству. Если Россия это страна с неразвитыми рыночными корнями, во многом потерявшая дух предпринимательства за время периода СССР, то и в развитых рыночных странах дух предпринимательства также выветривается. В частности, в Германии все меньше людей стремятся заниматься свободным предпринимательством. Там в настоящее время процент людей, которые могут представить себя в роли самостоятельного предпринимателя, составляет 29%. Этот показатель устойчиво снижается с 2000 г., когда он был равен 46%, в 2007 г. – 41%¹⁶. Среди выпускников немецких вузов готовы заняться бизнесом лишь 6%¹⁷, а выпускников школ (в 2013 г.) еще меньше – 3,5%¹⁸. Больше всего выпускники хотели бы трудиться на госслужбе и в крупных компаниях. Это, кстати, сходно с предпочтениями и российских выпускников.

Таблица 2 – Настроение предпринимателей в разных странах мира, % от числа опрошенных

	Россия	Бразилия	Китай	Чили	Нигерия
Видят возможности	20	52	32	65	82
Обладают способностями	24	54	38	60	88
Боятся провала	47	31	36	28	21
Имеют намерения стать предпринимателем	2	36	20	43	44
Считают предпринимательство хорошей карьерой	60	89	72	70	82
Предприниматели заслуживают высокого общественного статуса	63	86	76	68	76

Источник: Global Entrepreneurship Monitor и World Economic Forum

Причинами такого отношения к предпринимательству для немцев являются, во-первых, нежелание рисковать, а другая причина, тесно связанная с первой, – это общественное мнение, которое крайне нетерпимо к неудачникам: если твоя фирма разорилась, ты становишься чуть ли не изгоем, – утверждает председатель Союза германских торгово-промышленных палат Э. Швай-

¹⁶ РБК-daily 2013, 7 августа.

¹⁷ Там же.

¹⁸ Независимая газета 2014, 28 января.

тцер¹⁹. Кроме того из-за неблагоприятных демографических тенденций в Германии к 2050 г. сократится число самостоятельных предпринимателей на 1 млн чел. Это весьма негативная тенденция для Германии, где около 99% от общего числа компаний относятся к разряду мелких и средних, как, впрочем, и в США, и в Японии.

Падение интереса к ведению самостоятельно-го бизнеса характерно не только для Германии, но и для ведущей страны свободного предпринимательства – США. В этой стране сейчас зафиксировано наименьшее количество предпринимателей в возрасте до 30 лет за последние 24 года. По данным федерального резервного банка США, лишь 3,6% семей, где есть молодые люди до 30 лет, в 2013 г. владели акциями частных предприятий. В США весьма озабочены фактом нежелания молодежи рисковать, создавая собственный бизнес. Специалисты считают, что в стране растет поколение людей, которые боятся совершать ошибки. Для исправления такой ситуации в США созданы программы преподавания предпринимательства в средней школе. Занятия по предпринимательству ведутся в 3-8 классах, с целью пробуждения в детях интереса к этой деятельности²⁰. С этой же целью производители игрушек выпускают кукол с сопровождающей инструкцией организации предприятия по выпечке хлеба. В ней рассказывается, как зарегистрировать бизнес, как управлять кукольной пекарней, получать лицензию. Эти куклы рассчитаны для девочек, но их производители собираются предложить нечто подобное и мальчикам.

Зарубежный бизнес

Что касается ведения зарубежного бизнеса, то среди начинающих российских предпринимателей намерены интернационализировать свою деятельность в основном лишь те, у которых продукты и услуги изначально не будут пользоваться спросом у отечественных потребителей. В основном это предприниматели, занятые в сфере новых и высоких технологий.

Инновационные стартапы, если и возникают в России, то, как правило, инвесторов они находят за рубежом и превращаются в зарубежные компании с российскими корнями. Российская экономика слабо формирует спрос на инновационные продукты и решения, а венчурная индустрия у нас слабая. Необходимо на государственном уровне поощрять и выращивать креативных предпри-

нимателей, обеспечивая им зарубежную «дорогу» с учетом государственных интересов. Среди действующих предпринимателей 90% нацелены исключительно на российский рынок, зарубежных потребителей имеют лишь 5% российских компаний. Такая ситуация во многом объясняется тем, что лишь 5-7% опрошенных уверены в уникальности занимаемой ими ниши, поэтому столкновения с зарубежными аналогами не страшит, остальные же не видят реальной возможности своей победы в международной конкурентной борьбе. Следует отметить, что у компаний других «ресурсно-ориентированных» экономик доля зарубежных потребителей не менее трети²¹.

По данным опроса, проведенного компанией «Бизнес-молодость» совместно с Левада-Центром в начале 2013 г., 84% респондентов были уверены, что жизнь в России с точки зрения ведения бизнеса гораздо перспективнее, чем за рубежом²². Таким образом, как большинство начинающих российских предпринимателей, так и уже «раскрутивших» свой бизнес в России смотрят на возможности международного рынка с опаской, видя в деятельности на нем существенные риски и вызовы. Предпринимательство в России не имеет четкой стратегии своей поддержки. За 25 лет новой России сменилось порядка 10 ведомств, изображающих поддержку малого и среднего бизнеса. Кроме того существует ряд отраслевых программ такой поддержки. Но об их содержании среди бизнесменов мало кто знает. Нет в стране и комплексной системы поддержки российского бизнеса, нацеленного на глобализацию своей деятельности. Существуют отдельные структуры, которые стремятся осуществлять такую поддержку, но их деятельность фрагментарна, слабо популяризируется среди начинающих бизнесменов.

В современных условиях предприниматель должен использовать возможности, представленные глобализацией. Интернационализация своей деятельности посредством выхода на зарубежные рынки не означает обязательного присутствия на нем в качестве производителя конечного товара. В большинстве случаев, как свидетельствует мировая практика, малый и средний бизнес (а зачастую и крупный) встраивается в глобальные (региональные) цепочки создания новой стоимости и добивается здесь значительных успехов.

Выше говорилось о том, что немцы утрачивают дух предпринимательства. Однако в отно-

¹⁹ РБК-daily 2013, 7 августа.

²⁰ Ведомости 2015, 13 февраля.

²¹ Коммерсант 2013, 22 апреля.

²² РБК-daily 2013, 27 февраля.

шении организации зарубежного предпринимательства дела у них идут неплохо. Германские предприниматели мелкого и среднего бизнеса являются наиболее активными в мире на зарубежных рынках. Не попадая в престижные международные рейтинги ведущих международных рейтингов типа «The Economist», «Forbes» и т. п., эти германские компании становятся глобальными среди ТНК малого и среднего бизнеса. В Германии таких компаний порядка 1700²³. Германский исследователь Г. Симон, изучая деятельность этих компаний, полагает, что это связано с исторической предрасположенностью немцев к торговле с зарубежьем. Германия долго была раздробленной страной, и многие предприятия стремились выйти на внешний рынок, чтобы торговать с компаниями другой части Германии (землями)²⁴. Основным фактором роста скрытых чемпионов малого и среднего бизнеса в Германии Г. Симон считает глобализацию и инновации, а также диверсификацию²⁵. Как правило, немецкие фирмы сначала создают рынки у себя на родине, а затем осуществляют экспансию в Европу и другие страны. Опыт развития зарубежного бизнеса малых и средних фирм Германии заслуживает самого пристального внимания, поскольку обычно изложенные в учебниках примеры успешных компаний базируются в основном на опыте хозяйствования крупных и крупнейших ТНК, до которых дорости мало кому удастся среди средних и малых предприятий. Чужую гениальность можно изучать, но вряд ли заимствовать; поэтому надо обращать внимание на успешный малый и средний бизнес «национальных чемпионов» из этой среды во всех странах мира.

Многие российские компании в посткризисный период вновь начали активную деятельность по освоению зарубежных рынков, приостановленную в разгар финансового экономического кризиса 2008-2009 гг. Однако российский бизнес, добиваясь определенных успехов в освоении внешних рынков, в значительной степени увлекается разного рода «серыми» схемами. Одной из них является осуществление зарубежных операций с помощью фирм «однодневок». Этот механизм получил достаточно широкое распространение. По данным федеральной таможенной службы (ФТС), признаки фирм-однодневок есть у 70% участников ВЭД. По этим данным, около

140 тыс. российских компаний, осуществляющих ВЭД, являются фирмами-однодневками (всего ВЭД осуществляет порядка 200 тыс. юридических лиц). До кризиса 2008 г. фирм-однодневок было почти вдвое меньше. Из 60,5 тыс. фирм, занимавшихся импортом в 2006 г., в 2007 г. 5,4% прекратили внешнюю торговлю²⁶. Существование фирм-однодневок во многом связано с неспособностью (или нежеланием) государства добиться упрощения таможенного оформления для добросовестных компаний.

Среди механизмов теневого сектора российского импорта – недостоверное декларирование, вывоз капитала за рубеж без последующей поставки товаров, завышение импортером таможенной стоимости и т. п. Ущерб только от деятельности фирм-однодневок за два года (2012-2013 гг.), по данным ЦБ РФ, составил 760 млрд руб.²⁷

Следует также отметить то обстоятельство, что выход на внешние рынки часто связан не с желанием развития собственного бизнеса, его диверсификацией, а со стремлением построить «запасные аэродромы» за пределами России, избежать чрезмерного давления госструктур, использовать благоприятные условия ведения бизнеса за рубежом, например, в разного рода особых экономических зонах и ряд других причин.

Активность российских предпринимателей за рубежом в 90-е гг. и начале XXI в. с одной стороны способствовала их знакомству с реальностями международных рынков, основными особенностями ведения бизнеса в разных странах, а с другой – формировала определенный негативный имидж «бизнеса по-русски», причем как в его функционировании в России, так и за рубежом. Данные социологического Аналитического центра Ю. Левады по поводу качества деятельности российских и иностранных бизнесменов свидетельствуют – 55% респондентов считают, что западному бизнесмену присуща деловая хватка, трезвый расчет и рационализм, а также инициативность и целеустремленность. В свою очередь, российскому бизнесмену – жажда наживы, склонность к жульничеству и махинациям, нежелание честно трудиться²⁸. Проявление этих черт в международном предпринимательстве не способствует формированию положительного образа «бизнеса по-русски».

Бюрократизм, коррупция, связи – вот основные ассоциации китайских предпринимателей от

²³ Harvard Business Review. – 2012. – Июнь-июль. – С. 112.

²⁴ Herman Simon. Hidden Champions of the Century: Success Strategies of Unknown Market Leaders, SPRinger, 2009.

²⁵ Там же.

²⁶ Ведомости 2010, 21 октября.

²⁷ РБК-daily 2013, 20 июня.

²⁸ Однако 2010, 2 августа.

столкновения с «бизнесом по-русски», отмечают российские бизнесмены, работающие в Китае. Хотелось бы попутно отметить, что все эти черты не чужды и «бизнесу по-китайски» с некоторой национальной спецификой. Тем не менее, в результате только в основном крупные китайские компании решаются открывать свои структуры в России, чтобы развивать свои дилерские продажи самостоятельно. Это корпорации, у которых достаточно ресурсов, чтобы интегрироваться в крайне непрозрачную систему, объединяющую в России чиновников и бизнесменов. Остальные предпочитают играть на своей стороне, выбирая российских партнеров, надеясь на их порядочность и быстрое развитие. Но, к сожалению, как констатирует глава филиала холдинга AsstrA AG в Китае С. Лукша, ни того, ни другого на 100% получить не удастся. Китайские экспортеры часто жалуются, что подписанные когда-то с российскими контрагентами соглашения о закупочных объемах не выполняются, платежи задерживаются, зато постоянно поступают просьбы о снижении цен и о выдаче кредитов²⁹.

Справедливости ради надо сказать, что и на китайский бизнес часто поступают нарекания от российских предпринимателей, включая жалобы в задержке реализации подписанных контрактов, поставку некачественного товара, с нарушением экологических и других норм, пересортицу и т. п. Следует отметить и то, что российские бизнесмены, сталкиваясь с особенностями китайской деловой среды, не всегда адекватно ее оценивают.

В западных странах российский бизнес даже при наличии конкурентоспособных товаров и услуг проигрывает местным предпринимателям в реальных инвестициях в улучшение собственных активов, осуществляющихся по остаточному принципу, слабой корпоративной социальной ответственности, PR и GR, выстраиванию трудовых отношений и отношений с людьми, что подразумевает и индивидуальные, и коллективные отношения с профсоюзом, отсутствие продекларированной миссии компании и др.

По мере приобретения опыта ведения международного бизнеса, более глубокого познания и усвоения особенностей деловой культуры целевого зарубежного рынка, деятельность российских предпринимателей улучшается, хотя рецидивы «бизнеса по-русски» еще случаются. Поэтому необходимо последовательно, углубленно изучать зарубежные особенности ведения бизнеса, тем более для таких еще относительных новичков на мировых рынках, как российские предприни-

матели малого и среднего бизнеса, стремясь не вторгаться «со своим уставом» на уже давно устоявшиеся с традициями ведения бизнеса зрелые рынки.

Воспитание начинающих предпринимателей

Программы поддержки организации собственного дела его развития имеются во многих странах. Как правило, это комплекс экономических, социальных, информационных и иных механизмов, облегчающих деятельность новых предпринимателей. В качестве отдельного направления организационной поддержки предпринимателя раскрываются основные характеристики, ведущие к успеху или поражению. В качестве причин, ведущих к поражению, исследователи предпринимательской культуры называют: авантюризм, неумение считать на несколько ходов вперед, веру в незыблемые правила, связь с криминалом, негативную роль родственников и одноклассников.

Успех предпринимательства видится в нахождении собственной, уникальной ниши (идеи), в которой бизнесмен может реализовать качество инвестора, умение оптимизировать неудачно работающую структуру, бойцовские качества предпринимателя, наличие предпринимательского гена, активное взаимодействие с различными государственными органами на начальной стадии организации собственного дела. Предприниматель должен обладать высокой энергетикой, быть лидером, рисковать. Видение цели в сочетании со стремлением реализовать идею и способность это сделать – важнейшие черты предпринимателя. «Великие компании с плохим менеджментом становятся плохими компаниями», считает М. Малкен, создатель целого сектора финансового рынка, председатель совета директоров Milkeninstitute³⁰.

Можно ли научить предпринимательству?

Судя по тому, что в том или ином виде курсы по бизнес-образованию читают в более чем 1,5 тыс. американских колледжах и их количество растет, то ответ положительный. Обучение азам предпринимательства, а затем и более продвинутым механизмам его ведения, отвечает потребностям тех молодых людей, которые имеют амбиции, простирающиеся дальше карьеры среднего менеджера. С другой стороны – это отвечает потребностям экономики, которая заинтересована в появлении новых, более образованных предпринимателей.

²⁹ Независимая газета 2011, 1 декабря.

³⁰ Ведомости 2010, 17 февраля.

Однако многие исследователи предпринимательства и сами крупные предприниматели полагают, что научить предпринимательству нельзя. Разного рода институты, курсы лишь помогают людям выявить имеющиеся у них способности, если таковые имеются. Многие успешные предприниматели убеждены, что обладают врожденными качествами, благодаря которым готовы идти на риск, посвящать делу все свое время, настойчиво стремиться к успеху. Разного рода курсы, программы по бизнесу нужны как раз для того, чтобы развивать имеющиеся способности в ходе обучения. Потенциальные предприниматели в бизнес-школе могут получить много полезных знаний о практике бизнеса, выстраивании стратегий, управлении компанией и др., многих неудач начинающих бизнесменов можно избежать, если подкрепить их амбиции знанием практических основ маркетинга, финансирования и управления собственным делом.

Обучение предпринимательскому делу может помочь тем людям, которые достаточно безразличны к коммерциализации собственных весьма перспективных идей во многих сферах деятельности. Целенаправленное обучение может подтолкнуть эту категорию людей к попыткам извлечения прибыли из изобретательской или научной деятельности. Курсы обучения предпринимательству могут повысить уровень бизнес-компетенций широкого слоя будущих кандидатов в предприниматели. К сожалению, в России практически нет курсов по подготовке менеджеров, нацеленных на помощь по коммерциализации креативных идей, реализации перспективных стартапов. Создание подобных обучающих предпринимательских курсов и соответствующее улучшение бизнес-климата в стране может способствовать тому, что Россия уйдет с последнего места по уровню предпринимательской активности взрослых в мире по данным GEM.

Существует и другой аспект изучения курсов предпринимательства: познакомившись с основами ведения бизнеса, некоторые кандидаты в предприниматели понимают, что эта наполненная рисками жизнь не для них.

Предпринимателей, обладающих всеми качествами для успешного ведения бизнеса, не так уже много. Некоторые исследователи полагают, что во многих странах количество людей, склонных к предпринимательству, не более 12%. Так, по мнению Р. Флорида, разработчика теории «среднего класса», автора книги «Люди, создающие будущее», доля креативных людей среди населения 10-12%. Тем не менее, во многих странах делают попытки обучить предпринимательству, подска-

зать наиболее эффективные, оптимальные пути начала своего бизнеса.

Одним из примеров обучения азам предпринимательства являются советы известного британского предпринимателя, основателя корпорации Virgin Group, которая включает более 360 компаний, Ричарда Брэнсона, которые он публикует на своем сайте в интернете.

В частности, советы о пяти стадиях осознания себя предпринимателем.

Первый шаг. Оцените свою идею. Спросите себя, провел ли я комплексный анализ, чтобы продвинуть идею на следующий уровень. Насколько уникальна ваша идея. Решает ли она какие-то проблемы, удовлетворяет какие-то потребности? Запишите ответы и еще раз проанализируйте их тщательно. Хорошие идеи выдерживают острую критику. Если сомневаетесь в своей беспристрастности, спросите мнение других. Если не отказались от своей идеи, то переходите на следующую ступень.

Второй шаг. Распланируйте будущее. Что требуется, чтобы превратить идею на практике? Есть ли у вас бизнес-план? Какие нужны средства для реализации идеи? Насколько я далек от производства рабочего образца? Подыскал ли я инвесторов? Какова будет стратегия распространения товара (услуги)?

На этой стадии желательно найти опытного наставника, бывалого ветерана индустрии, который может подсказать правильное направление действий и проблемы, мешающие вашему бизнесу.

Третий шаг. Оцените риски. У вас есть идея и план ее реализации. Теперь надо оценить себя. Спросите себя – готовы ли вы какое-то время жить на сбережения вместо того, чтобы иметь возможность платить по счетам? Что для вас важнее: сохранять существующий уровень жизни или начать все с нуля?

Предпринимательство в большинстве случаев связано с риском. Разрушен может быть весь жизненный уклад. Если вы содержите семью, то несете за нее ответственность и должны тщательно все продумать. Если вы готовы рисковать, тогда делайте следующий шаг.

Четвертый шаг. Переходите рубикон и не оглядывайтесь назад. Дорогу осилит идущий.

Пятый шаг. Не теряйте веры. Ключ к успеху – непоколебимая преданность делу и сосредоточенность. Вы будете совершать ошибки при запуске продукта или сервиса, массу ошибок. Но помните о будущих прибылях, никогда не забывайте. Если вы перестанете верить в успех, ваше предприятие окажется под вопросом. Будьте деятельны и креативны, и успех придет.

Р. Брэнсон, ссылаясь на свой бизнес-опыт, указывает, что успеха в предпринимательстве можно добиться не только благодаря изобретению новых товаров и услуг. Мы вторгались в уже существующие сферы деятельности и выдыхали в товары или продукты новую жизнь. И это работало. Задача предпринимателя – изучить сложившиеся на рынке тенденции и выявить, насколько существующие продукты или услуги могут выиграть, если их усовершенствовать, оживить, перекомпоновать и представить в новом свете.

И еще один совет Р. Брэнсона относительно создания новой компании, новой предпринимательской структуры. Прежде чем потратить деньги на ее создание, следует ответить на три вопроса, решение которых даст ответ, начинать ли новое дело.

Во-первых, делаете ли вы это для собственного удовольствия. Открыть свой бизнес не просто работа, это образ жизни. Скорее всего, вам придется пойти на жертвы, чтобы гарантировать вашему предприятию успех. Вам придется экономить на собственной зарплате, поскольку все заработанные деньги, возможно, тут же придется вкладывать обратно в дело. Вам придется засиживаться на работе допоздна, решая те ли иные проблемы текущего и перспективного бизнеса. Поэтому чрезвычайно важно, чтобы вы начинали дело в той сфере деятельности, которая вам по душе.

Во-вторых, делает ли ваша идея жизнь людей лучше? Упор на заботу о людях так же важен, как и прибыль. Это воодушевляет сотрудников, делает ваших клиентов лояльными к компании. Создайте вокруг вашей компании сообщество единомышленников, и покупатели к вам потянутся, будут рассказывать о вас знакомым и поддержат в трудные времена. Эта стратегия позволяет ряду стартапов пробиться на устоявшиеся рынки. Так, компания Candy's, часть своих доходов от продажи шлепанцев жертвует на поддержку детей-сирот по всему миру. Или компания Torus. Каждый раз, продавая туфли, они передают еще одну пару нуждающемуся ребенку.

В-третьих, будет ли ваша компания достаточно прибыльной, чтобы продержаться долго?

Разбирая варианты своего будущего бизнеса, следует особое внимание уделить своим финансовым возможностям. Исследования в США показывают, что 8 из 10 стартапов банкротятся в первые полтора года. И происходит это прежде

всего из-за нехватки собственных оборотных средств. Новая компания редко сразу же приносит достаточно выручки, поэтому нужно иметь определенный финансовый запас прочности или же другой источник дохода. Если ваш проект требует времени, чтобы окупиться, возможно, лучше для начала сосредоточиться не на его максимальной реализации. Можно начать с небольшого бизнеса в качестве накопления средств, опыта для последующей реализации своего главного проекта.

Важным моментом бизнеса, считает Р. Брэнсон, является понимание того, что создание компании только для получения прибыли вряд ли принесет полное удовлетворение. Поэтому необходимо приспособить ваш бизнес к нуждам местного сообщества. Дайте клиентам возможность поддержать ваш бизнес и убедитесь, что уровень доходов позволяет компании держаться на плаву³¹.

Следует отметить, что все эти советы «матерого бизнесмена» даются из лагеря развитой рыночной экономики, с признаками зрелой социально-ориентированной экономики, социально-ответственного бизнеса, нацеленного не только на получение прибыли любой ценой, но и с учетом общественного мнения о действующих компаниях. Бизнес в странах с развивающейся рыночной экономикой пока еще во многом не такой. Оказаться овечкой среди волков в чистом поле бизнеса, «свободного от предрассудков» цивилизованного бизнеса, было бы просто неосторожно и глупо. Поэтому советы Р. Брэнсона – это советы на будущее, к которому надо стремиться.

Анализируя советы Р. Брэнсона, некоторые из них следует детализировать (шаги по организации бизнеса). В частности, второй шаг. Как известно, для начала собственного бизнеса в своей стране или за рубежом необходимы три основополагающих условия. Это: «великая идея», продуманный бизнес-план и четкое понимание источников финансирования проекта.

Финансирование проекта

Все три условия тесно связаны и взаимосвязаны. Хотя некоторые успешные бизнесы доказали, что бывает достаточно отличной идеи и желания работать. Однако если присмотреться к условию «желания работать», то в конкретной ситуации оно как раз и включает и бизнес-план, вырабатываемый методом проб и ошибок, и по-

³¹ См.: virgin.com/richard-branson; www.koob.ru/branson; samorealizacia.com/king/richard-branson.html; Брэнсон, Р. Обнаженный бизнес. – М.: ЭКСМО, 2009.

иск источников финансирования³². Тем не менее, многие потенциальные предприниматели заметят: идей-то у нас много, а вот с финансами проблема. Именно на последнем аспекте и остановимся, поскольку у Р. Брэнсона о нем упоминается в общих чертах.

Финансирование проекта может быть обеспечено за счет кредита, полученного у банка, иной финансовой организации, в частности микрофинансовой организации, кредитного кооператива, венчурного фонда, бизнес-ангела и др. В ряде случаев деньги на проект могут быть позаимствованы у родственников, друзей, хороших знакомых. В этой связи многие специалисты по ведению бизнеса (да и практический опыт автора) не советуют кредитоваться и вести бизнес с участием родственников, друзей и т. п. Хотя в практике многих стран существуют успешные семейные бизнесы от США, Европы и до азиатских примеров, тем не менее, в России их немного. Это, как правило, разбогатевшие в 90-х гг. «новые русские», субсидировавшие бизнес своих детей или жен (например, бизнес Киры Пластиной), и в той или иной степени его контролирующие.

Существует и третий источник финансирования нового проекта. Это деньги клиентов. Механизм этого финансирования включает следующие элементы. Во-первых, вы можете обеспечить какую-то долю финансирования, работая посредником между компаниями, сводя между собой покупателя и продавца, и, получая за это свой процент.

Во-вторых, модель подписки, т. е. клиент заранее оплачивает товар или услугу, и вы получаете средства для начала своего бизнеса.

В-третьих, сделать предложение, создать ажиотаж и собрать деньги с покупателей до того, как наступит время платить поставщику продукции.

В-четвертых, продавать ограниченные партии товара ограниченное время, создавая искусственный дефицит. Такой подход осуществляется с призывами купить сейчас же, поскольку, если не купишь этот товар, то упустишь шанс и уже не купишь товар по такой доступной цене. Этот прием

позволяет оборачивать товар с такой скоростью, что покупатели оплачивают товар раньше, чем наступает время платежа поставщикам.

Третий и четвертый приемы предполагают хорошее знание рынка, соотношения спроса и предложения на нем, проведение соответствующих маркетинговых исследований. В любом случае получение необходимых финансовых средств требует наличия серьезного умения продавать и быть готовым к риску. Следует отметить, что не всякий стартап можно профинансировать с помощью клиентов, но в благоприятном случае эта модель может оказаться вполне эффективной.

Список литературы

1. Брэнсон, Р. Обнаженный бизнес. – М.: ЭКСМО, 2009.
2. Полуэктов, Н., Прежненцев, П., Сергеев, М., Ходорыч, А. Самогонные хроники. От национальной идеи к успешному премиум-бренду. – М.: ИД «Коммерсант» – ИД «Питер», 2008.
3. Ломсадзе, Д. Г. Международный бизнес. Теоретико-методические основы дисциплины. – Воронеж: Из-во Воронежского государственного университета, 2012.
4. Рейнольдс, П. Д. Исследование создания предприятий: выявление причин возникновения новых компаний. Перевод с английского. – М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2014.
5. Сизов, В. С. Эволюция предпринимательской деятельности и ее содержание в условиях новой экономики // Новая экономика: монография / под ред. проф. Е. Ф. Авдокушина, проф. В. С. Сизова. – М.: Магистр, 2009.
6. Сизов, В. С. Кто он – предприниматель? // Российское предпринимательство. – 2008. – № 6. – Вып. 1. – № 9. – Вып. 2. – № 10. – Вып. 2.
7. Сизов, В. С. Эволюция содержания предпринимательской деятельности // Философия хозяйства. Альманах Центра общественных наук и экономического факультета МГУ им. М. В. Ломоносова. – 2008. – № 2.

³² См.: Полуэктов, Н., Прежненцев, П., Сергеев, М., Ходорыч, А. Самогонные хроники. От национальной идеи к успешному премиум-бренду. – М.: ИД «Коммерсант» – ИД «Питер», 2008.

Финансовая экономика

Моделирование и прогнозирование финансового результата деятельности наукоемких корпораций

Н. П. Горидько,

доцент кафедры экономики и финансов Вятского социально-экономического института,
кандидат экономических наук,

г. Москва

E-mail: horidko@mail.ru

Modeling and Forecasting of Knowledge-Intensive Corporations' Financial Results

N. P. Goridko

В статье исследовано влияние расходов на НИОКР на годовой доход наукоемких компаний. Для мировых лидеров по объему финансирования научных исследований построены регрессионные модели связи указанных показателей, которые могут впоследствии применяться в качестве элемента финансового анализа, а также при прогнозировании результатов деятельности.

Ключевые слова: наукоемкие компании, затраты на НИОКР, годовой доход, регрессионный анализ, моделирование, прогноз.

The paper studies the effect of R&D spending onto the knowledge-intensive companies' revenue. There are built regression models that determine links between specified parameters for the world's R&D spending leaders. Those models may be an element of a financial analysis as well as a forecasting instrument.

Key words: knowledge intensive companies, R & D spending, annual revenue, regression analysis, modeling, forecast.

Нестабильность внешней среды и возникновение все новых глобальных рисков создают предпосылки для активизации усилий на пути перехода к инновационному развитию Российской Федерации. Именно такой путь развития позволит изменить облик производственных процессов, обновить технологические цепочки, произвести импортозамещение [1]. Для стимулирования инновационной деятельности Правительством и другими органами управления небезуспешно предпринимается комплекс мероприятий по различным направлениям: от принятия стратегических программных документов до предоставления фискальных преференций субъектам предпринимательства, осуществляющим научные исследования. В этой связи отрадно отметить постепенное повышение рейтинга России, которая в согласно публикации «Глобального рейтинга инноваций – 2014» находится на 49 месте по уровню инновационного развития из 143 стран, поднявшись с 2012 г. на две позиции. Индекс инновационного развития оценивает в совокупно-

сти все факторы инновационного развития стран и подчеркивает важность продуктивного взаимодействия между субъектами инноваций – фирмами, государственным сектором, научными кругами и обществом в современных инновационных экономических системах [2].

Потенциал высоких технологий в Российской Федерации сосредоточен, как правило, в рамках оборонного комплекса, ракетно-космической промышленности и других наукоемких сферах. При этом особое внимание уделено созданию государственных корпораций, которые должны стать локомотивами развития высокотехнологичных отраслей экономики в целом. По мнению В. Б. Кондратьева, это «робкие попытки «принудить» государственные компании к осуществлению инноваций» [3].

Впрочем, во всем мире бóльшая часть продукции наукоемких производств предназначена для удовлетворения потребностей широких слоев населения, отсюда и высокие показатели рентабельности (как известно, в среднем в мировой

экономике нормальным считается уровень рентабельности на инвестированный капитал в размере 7-8%) [4]. За рубежом именно корпоративная наука лидирует как по количеству затрат на НИОКР, по численности задействованных в этом процессе научных кадров, а также по результатам деятельности: количеству зарегистрированных патентов, новых технологий, продуктов, процессов и т. д. Как правило, эти предприятия являются негосударственными, хотя известны случаи активного лоббирования их интересов в правительствах различных стран, а также предоставления финансовой поддержки, особенно во время экономического кризиса.

В рейтинге «Топ 20» компаний-лидеров по объему затрат на исследования и разработки 2014 г. [5]: семь представителей фармацевтической промышленности и производителей косметических средств (Roche, Novartis, Johnson & Johnson, Merck, Pfizer, Sanofi, GlaxoSmithKline), шесть автомобильных корпораций (Volkswagen, Toyota, GM, Daimler, Ford, Honda), четыре предприятия, занимающиеся выпуском компьютерной и электронной продукции (Samsung, Intel, IBM, Cisco), и три представителя индустрии программного обеспечения и интернет-услуг (Microsoft, Google, Amazon) (таблица 1).

Ранее Г. Морби выявил тесную связь между расходами на НИОКР и ростом продаж ведущих американских корпораций с 1976 по 1985 гг. При этом им обнаружено пороговое значение уровня финансирования исследований, которое будет способствовать росту продаж в дальнейшем [6].

В нашем исследовании для выявления возможной связи двух показателей на рисунке 1 построено корреляционное поле, которое указывает на то, что полная выборка является неоднородной, и единой значимой модели по всем компаниям получить не удастся.

По отдельным группам компаний, работающих в одной или смежных отраслях, построены разные функции. Так, для автопроизводителей и компаний, занимающихся выпуском фармацевтической и косметической продукции, связь между расходами на НИОКР и годовым доходом является степенной. Что касается автомобильно-строительных предприятий, то в них увеличение расходов на НИОКР на 1% приводит к среднегодовому росту валового дохода на 0,985%. Для топ-производителей косметики и фармацевтических препаратов (за исключением фирмы Johnson & Johnson, которая выбивается из общего тренда) рост расходов на НИОКР на 1% сопровождается увеличением дохода в среднем на 0,428% за 2014 г.

Таблица 1 – Рейтинг ведущих компаний мира, ранжированных по сумме затрат на НИОКР в 2014 г.

№ п/п	Название компании	Затраты на НИОКР, млрд \$ (R&D Spending, bn)	Годовой доход, млрд \$ (Revenue, bn)
		X	Y
1.	Volkswagen	13,5	261,6
2.	Samsung	13,4	209
3.	Intel	10,6	52,7
4.	Microsoft	10,4	77,8
5.	Roche	10,0	50,5
6.	Novartis	9,9	57,9
7.	Toyota	9,1	256,5
8.	Johnson & Johnson	8,2	71,3
9.	Google	8,0	59,8
10.	Merck	7,5	44,0
11.	GM	7,2	155,4
12.	Daimler	7,0	156,7
13.	Pfizer	6,7	51,6
14.	Amazon	6,6	74,5
15.	Ford	6,4	146,9
16.	Sanofi	6,3	43,8
17.	Honda	6,3	118,3
18.	IBM	6,2	99,8
19.	GlaxoSmithKline	6,1	41,5
20.	Cisco	5,9	48,6

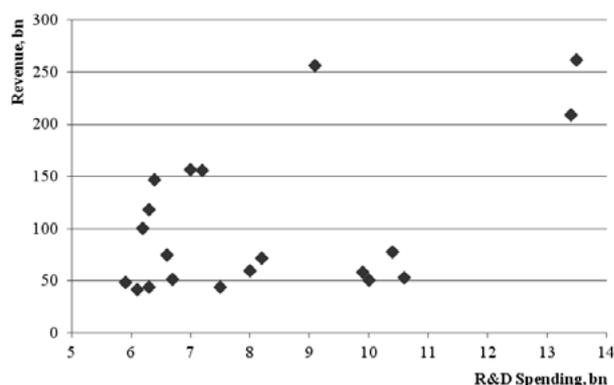


Рисунок 1 – Связь между затратами на НИОКР и доходом топ-20 компаний мира в 2014 г.

Связь расходов на НИОКР и доходов компаний, выпускающих компьютерную и электронную продукцию, а также занимающихся производством программного обеспечения и предоставлением интернет-услуг, является квадратичной, по ней мы определили точку минимума – уровень

расходов на НИОКР, достижение которого обеспечивает рост среднегодового дохода, её координаты (8,357; 46,25), т. е. в данном случае можно говорить, что мы подтвердили существование порогового значения расходов на НИОКР, способствующего росту годового дохода компаний.

Впрочем, пространственной выборки за один год недостаточно для комплексного анализа эффективности затрат на научные исследования и разработки, поскольку место отдельных компаний в рейтинге постоянно менялось, особенно эти изменения заметны в кризисный и посткризисный периоды. Более того, некоторые фирмы не так давно появились на рынке, другие – значительно сократили финансирование НИОКР и даже прекратили свою деятельность.

Тем не менее первые три позиции занимают предприятия, которые прочно находятся в двадцатке мировых лидеров по финансированию НИОКР с 2005 г. и, следовательно, мы имеем возможность построить модели, отражающие динамику изменения их годового дохода в зависимости от затрат на исследования. В таблице 2 представлены данные, полученные из источника [5] и приведенные к уровню цен 2005 г., выборка содержит 10 наблюдений (с 2005 по 2014 гг.) по трем компаниям – лидерам.

Отметим, что во всех трёх компаниях за исследуемый период расходы на НИОКР неуклонно росли, за исключением кризисного периода, в котором для Samsung и Intel наблюдалось некоторое снижение этого показателя. Впрочем, в дальнейшем наблюдался рост расходов на НИОКР, и эта тенденция характерна для большинства инновационных фирм: согласно исследова-

нию Global Innovation 1000, благодаря оздоровлению мировой экономики в среднем расходы охваченной тысячи респондентов выросли уже в 2010 г. на 9,3% [7].

Чтобы понять, существует ли связь между показателями, и если да, то какой она является, представим корреляционное поле в графическом виде. На рисунке 2 изображен график изменения показателей для лидера по затратам на НИОКР – компании Volkswagen.

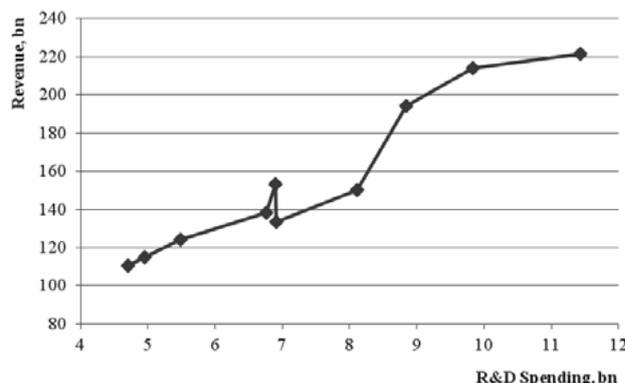


Рисунок 2 – Связь между затратами на НИОКР и доходом компании Volkswagen в 2005-2014 гг.

На первый взгляд связь между финансированием научных исследований и доходом концерна может быть прямой, тогда она аппроксимируется функцией:

$$Y_t = 22,99 + 17,91 \cdot X_t \quad (1)$$

Но, как показал регрессионный анализ, результаты которого представлены в таблице 3, при

Таблица 2 – Затраты на НИОКР и годовой доход за период с 2005 по 2014 гг. в ценах 2005 г. фирм, лидирующих по сумме затрат на НИОКР в 2014 г.

Год, t	Затраты на НИОКР, млрд \$ (R&D Spending, bn), X			Годовой доход, млрд \$ (Revenue, bn), Y		
	Volkswagen	Samsung	Intel	Volkswagen	Samsung	Intel
2005	4,70	4,30	4,80	110,60	71,60	34,20
2006	4,95	5,24	4,95	114,87	76,35	37,64
2007	5,48	5,67	5,58	124,37	84,59	33,46
2008	6,77	6,03	5,38	138,12	98,26	35,50
2009	6,90	5,89	5,24	153,16	101,37	34,59
2010	6,91	5,45	5,18	133,34	99,52	31,90
2011	8,11	7,04	5,88	150,02	119,27	38,86
2012	8,85	7,88	7,36	194,31	130,62	47,31
2013	9,84	8,98	8,72	213,85	154,13	46,00
2014	11,43	11,35	8,98	221,53	176,99	44,63

тесной связи X и Y , а также значимости модели в целом, свободный член оказался незначимым. Его исключение приведёт к тому, что неучтенным будет «автономный» годово́й доход, не зависящий от объема затрат на НИОКР. В связи с этим мы предположили, что существует нелинейная связь между показателями, а именно, как и при пространственной выборке, степенная, которая выглядит следующим образом:

$$Y_t = 29,96 \cdot X_t^{0,82} \quad (2)$$

Несмотря на несущественное снижение объясняющих характеристик, получена значимая по всем параметрам модель, позволяющая предположить, что увеличение расходов на НИОКР на 1% сопровождается ростом годового дохода концерна Volkswagen в среднем на 0,82%.

На основании модели (2) нами составлен прогноз годового дохода Volkswagen на 2015 г. Поскольку расходы на НИОКР являются функцией авторегрессионной, построив авторегрессию первого порядка, мы определили, что значение этого показателя в 2015 г. с учетом тенденций предыдущих десяти лет вероятно составит около 12,692 млрд \$. Подставив его в формулу (2), получим точечный прогноз годового дохода на 2015 г. – 243,32. Рассчитав стандартную ошибку прогноза, можем утверждать, что интервальный прогноз этого показателя: от 230,351 до 256,288 млрд \$ в ценах 2005 г.

Увеличение финансирования исследований и разработок фирмой Samsung, так же как и Volkswagen, приводит к росту финансового результата деятельности предприятия (за исключением кризисных лет, для которых наблюдается несколько иная динамика) (рисунок 3).

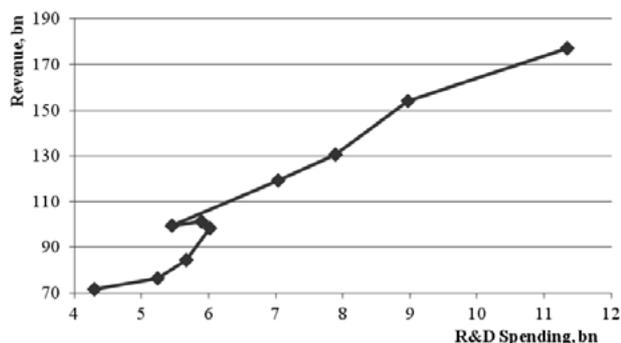


Рисунок 3 – Связь между затратами на НИОКР и доходом компании Samsung в 2005-2014 гг.

Линейная функция в этом случае имеет вид:

$$Y_t = 3,41 + 15,9 \cdot X_t \quad (3)$$

Как и в случае для модели (1), свободный член оказался незначимым при значимости модели в целом и очень высоком коэффициенте детерминации. Построим степенную модель:

$$Y_t = 16,37 \cdot X_t^{1,00} \quad (4)$$

Для неё при некотором снижении R^2 значимыми являются как сама модель, так и её параметры. Интерпретировать функцию можно следующим образом: изменение расходов на НИОКР на 1% сопровождается однонаправленной вариацией объясняемой переменной в среднем на 1% в период с 2005 по 2014 г.

Модель (4) практически является линейной моделью без свободного члена. И действительно, если исключить из формулы (3) константу, получим:

$$Y_t = 16,36 \cdot X_t \quad (5)$$

Действительно, с определенной точностью она является аналогом формулы (4).

Согласно авторегрессионной модели затрат на НИОКР, построенной для компании Samsung, в 2015 г. сумма, выделенная на эти цели, составит порядка 12,858 млрд \$. При этом, исходя из функции (4), точечный прогноз годового дохода равен 210,757 млрд \$, а интервальный – от 197,776 до 223,737 млрд \$ в ценах 2005 г.

Связь между финансированием научных исследований и доходами компании Intel проиллюстрирована на рисунке 4. Изображение значительно отличается от вида графика двух предыдущих предприятий, поскольку с 2006 по 2010 гг. направление связи неоднократно менялось.

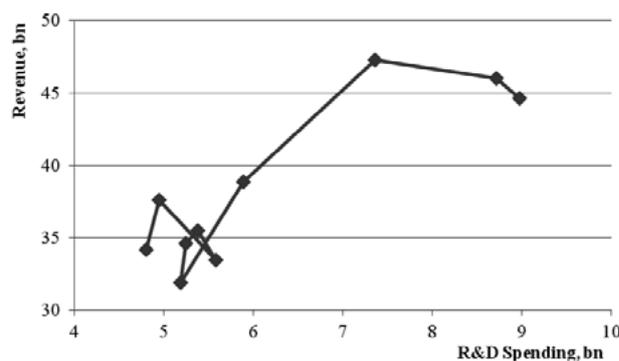


Рисунок 4 – Связь между затратами на НИОКР и доходом компании Intel в 2005-2014 гг.

Тем не менее за весь исследуемый период нам удалось получить адекватные и значимые по всем параметрам линейную (6) и степенную (7) модели годового дохода от затрат на НИОКР, что следует из характеристик, приведенных в таблице 3.

Таблица 3 – Эконометрические характеристики моделей

Номер модели	R ²	F-критерий	Значимость F	t ₀ - критерий для св. члена	Значимость t ₀	t ₁ – критерий для регрессора	Значимость t ₁
1.	0,929	104,969	0,000007	1,714	0,125	10,245	0,000007
2.	0,928	102,508	0,000008	21,074	0,0000003	10,125	0,000008
3.	0,959	189,238	0,0000007	0,417	0,687	13,756	0,0000007
4.	0,945	138,704	0,000002	17,361	0,000001	11,777	0,000002
5.	0,997	2767,813	0,0000000	-	-	52,610	0,0000000
6.	0,765	25,985	0,0009	4,818	0,0013	5,098	0,0009
7.	0,765	26,111	0,0009	14,091	0,0000006	5,110	0,0009

$$Y_t = 18,93 + 3,14 \cdot X_t \quad (6)$$

Исходя из формулы (6), можно сказать, что компания Intel в среднем за исследуемый период могла иметь годовой доход в 18,93 млрд \$ в отсутствие финансирования исследований и разработок. Увеличение затрат на НИОКР на 1 млрд \$ сопровождалось ростом финансового результата в среднем на 3,14 млрд \$ за год.

Поскольку согласно полученной авторегрессионной модели затраты на НИОКР компании Intel в 2015 г. предположительно составят около 9,696 млрд \$, прогноз объясняемой переменной, рассчитанный по формуле (6), будет равен 49,368 млрд \$ в ценах 2005 г. Учитывая возможную ошибку прогноза, определим его интервальное значение (млрд \$):

$$30,038 \leq Y_{2015} \leq 68,698$$

Линейная модель дает довольно высокую стандартную ошибку прогноза и, соответственно, широкий интервал.

Построим степенную функцию:

$$Y_t = 14,525 \cdot X_t^{0,535} \quad (7)$$

Она свидетельствует о том, что увеличение затрат на НИОКР на 1% стимулирует рост годового дохода фирмы Intel в среднем на 0,535%.

Прогноз годового дохода, полученный по модели (7), равен 48,991 млрд \$ в ценах 2005 г. Интервальный прогноз имеет вид:

$$46,576 \leq Y_{2015} \leq 51,407$$

Как видим, в случае степенной модели интервальный прогноз более узкий.

Таким образом, зависимость между годовым доходом и затратами на НИОКР наукоемких

корпораций описывается, скорее всего, степенной функцией, которая позволяет определить эластичность дохода по соответствующим затратам. Среди трех компаний – лидеров по расходам на НИОКР в 2014 г. наиболее эластичным к объемам финансирования научных исследований является годовая доход фирмы Samsung. В то же время коэффициент масштаба, показывающий крутизну кривой относительно оси абсцисс, является самым высоким для концерна Volkswagen.

Построенные модели подтверждают значимость влияния фактора затрат на НИОКР на финансовый результат деятельности ряда наукоемких компаний. Они могут стать элементом экономического анализа, в частности с применением метода PIMS (Profit Impact of Market Strategies) [8], а также инструментом среднесрочного прогнозирования финансовых результатов деятельности.

Список литературы

1. Горидько, Н. П., Нижегородцев, Р. М. Имитационное моделирование сценариев управления экономической динамикой в условиях нарастания внешних рисков // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – М.: Издательский дом «Финансы и кредит». – 2014. – №46 (283). – С. 48-59.
2. The Global Innovation Index 2014: The Human Factor in innovation. Second printing. Fontainebleau, Ithaca, Geneva. Available at. – URL: http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/economics/gii/gii_2014.pdf (дата обращения: 03.05.2015).
3. Кондратьев, В. Б. Компании и инновации: взгляд на глобальные изменения. – URL: <http://www.perspektivy.info/book.htm> (дата обращения: 03.05.2015).
4. Информационно-аналитическая система управления знаниями об инновационном разви-

тии экономики. – URL: <http://www.cemi.rssi.ru> (дата обращения: 03.05.2015).

5. Top 20 R&D Spenders 2005-2014 // Strategy& Available at. – URL: <http://www.strategyand.pwc.com> (дата обращения: 03.05.2015).

6. Graham, K. Morbey. R&D: Its Relationship to Company Performance // Journal of Product Innovation Management. September, 1988. – Vol. 5. Issue 3. – Pp. 191-200.

7. Ярузельски, Б., Лоер, Дж., Хольман, Р. Почему многое зависит от культуры? // Strategy+Business magazine: Booz&Company Inc. – URL: <http://www.strategyand.pwc.com/media/file/Strategyand-Global-Innovation-1000-2011-Culture-Key-RU.pdf> (дата обращения: 03.05.2015).

8. Кіндрацька, Г. І. Стратегічний менеджмент: навч. посібник. – К.: Знання, 2006. – 366 с.

Международные инвестиционные тренды в размещении финансовых ресурсов

М. М. Новиков,

докторант Дипломатической академии МИД РФ,

кандидат экономических наук,

г. Москва

E-mail: maxim@e-artteam.ru

International Investment Trends in Financial Resources' Disposal

M. M. Novikov

Современный этап развития мировой экономики характеризуется усилением тенденцией глобальной и региональной экономической интеграции. Важнейшую роль в развитии глобальных экономических процессов занимают международные инвестиции. Международное движение финансовых ресурсов становится основной движущей силой процесса глобализации. Развивающиеся страны с переходными экономиками, конкурируя с развитыми странами в привлечении финансовых ресурсов в инвестиционный процесс, проводят целенаправленную политику, которая обуславливает различные льготы, международные двусторонние договоренности, прочие выгодные условия, способствующие привлечению этих финансовых ресурсов и подразумевающие использование целого комплекса мер по стимулированию притока финансовых ресурсов во внутренний инвестиционный процесс.

Ключевые слова: процесс глобализации, международная интеграция, международные инвестиции, страны-инвесторы, международное движение финансовых ресурсов.

The modern stage of the world's economy development is characterized by an increasing of global and regional economic integration. An important role in the global economic processes' development is given to the international investments. An international movement of financial resources becomes a leading mobile power of the globalization process. Developing countries with transitional economics, competing with the developed countries in attracting of financial resources into the investment process, carry out a purposeful policy that gives different fringe benefits, international two-sided agreements and some other profitable conditions which help to attract these financial resources and use a complex of activities to stimulate a tributary of financial resources into the inner investment process.

Key words: a process of globalization, an international integration, international investments, countries-investors, international movement of financial resources.

Современный этап развития мирового хозяйства характеризуется усиливающейся тенденцией глобальной и региональной экономической интеграции. Важнейшую роль в развитии глобальных экономических процессов занимают международные инвестиции, которые представляют собой вложение финансовых ресурсов стран-инвесторов в развивающиеся экономики стран-реципиентов. Международное движение финансовых ресурсов (в форме кредитов, займов, операций с ценными бумагами, валютных операций и др.) в 50 раз превышает международный товарооборот и становится основной движущей силой процесса глобализации. Огромные масштабы движения капитала между национальными и международ-

ными финансовыми рынками дают основания говорить о финансовой глобализации, в результате которой финансовые ресурсы и инвестиционные процессы становятся глобальными. Посредством международного финансового рынка происходит распределение капитала на основе рыночных принципов: свободы движения, факторов доходности и надежности. Необходимо отметить, что объемы международного движения капитала в форме прямых иностранных инвестиций значительно отстают от международного движения финансовых ресурсов в форме зарубежных портфельных инвестиций.

Современный этап глобализации предопределяет развитие региональной интеграции, ко-

торая получила наиболее интенсивное развитие с середины XX в. Лидерство в процессах региональной финансовой интеграции в настоящее время сохраняет за собой Западная Европа, которая после введения единой валюты и учреждения Европейского центрального банка завершает фазу окончательного формирования экономического союза. С расширением Евросоюза в Европе создан весьма обширный рынок, охватывающий 27 стран с 500 млн потребителей. Доля этой торгово-экономической группировки в мировом ВВП составляет 22-23%. Можно также ожидать сближения с этим рынком стран Южного и Восточного Средиземноморья, с которыми заключаются либо уже подписаны соглашения об ассоциированном членстве в ЕС¹.

Следует отметить, что европейская интеграция подразумевает создание системы наднациональных регулирующих органов и институтов. К такой глубокой степени финансовой интеграции на современном этапе не готовы другие страны, в частности в Северной и Южной Америке. Интеграция здесь будет развиваться в форме зоны свободной экономической торговли. Североамериканские участники уже существующей зоны свободной торговли (НАФТА) – Канада, Мексика и США – обсуждают с участниками подобной зоны в Южной Америке (МЕРКОРУС) и другими латиноамериканскими государствами идею расширения интеграционного процесса в виде договора о зоне свободной торговли двух Америк. (Free Trade Area of Americas – ФТАА). Эта зона будет охватывать свыше 900 млн чел., на нее будет приходиться более 27-28% ВВП. Успех интеграционных процессов на европейском континенте, а также экономическое сближение между латиноамериканскими странами побуждают США к попыткам поставить под контроль интеграционные тенденции в Западном полушарии.

Аналогичные процессы экономической интеграции происходят в Юго-Восточной Азии, в рамках АСЕАН. Страны региона в конце 2003 г. подписали соглашение о создании единого экономического пространства, в соответствии с которым обязались начать к 2005 г. ликвидацию нетарифных барьеров, а к 2020 г. снять ограничения на движение капиталов, обеспечить защиту прав интеллектуальной собственности, создать региональные органы арбитража и зону свободной торговли. Не исключено, что в практическую плоскость будут переводиться договоренности руко-

водителей этой ассоциации с лидерами Китая, Японии и Республики Корея о создании восточноазиатского общего рынка и таможенного союза с совместным инвестиционным фондом и единой валютой. Весьма вероятно усиление процессов экономического интегрирования и в рамках форума Азиатско-Тихоокеанского сотрудничества (АТЭС), где оно пока проходит в мягкой форме при опоре на принцип открытого регионализма. В соответствии с ним страны-члены добровольно берут на себя односторонние обязательства по либерализации торговли, которые затем получают одобрение на многостороннем уровне и становятся частью общей программы развития свободной торговли в регионе. Страны АТЭС, осознавая организационную аморфность своей организации, еще в середине 1990-х гг. приняли программу создания в регионе к окончанию второго десятилетия нынешнего века зоны свободной торговли и инвестиций. Эта зона включает 21 экономику, в которых проживает 2,6 млрд чел., на ее долю уже сейчас приходится половина мирового ВВП².

В настоящее время уровень экономического развития различных стран в значительной степени дифференцирован. Это обусловлено историческими факторами, природными условиями, опытом развития финансовых, производственных, законодательных структур и другими факторами, в т. ч. политической и социальной стабильностью в том или ином государстве. Вследствие неоднородности экономического развития стран и регионов инвестиционные вложения в различные экономики в настоящее время также дезинтегрированы. В наиболее «выгодном» положении находятся страны «большой семерки», которые являются как крупнейшими «поставщиками», так и «потребителями» финансовых ресурсов в международный инвестиционный процесс.

В 2013 г. глобальные прямые иностранные инвестиции (ПИИ), размещенные в различных странах мира, составили 1,45 трлн долл. Улучшение макроэкономической конъюнктуры и восстановление среднесрочной уверенности инвесторов позволили несколько улучшить показатели характеризующие потоки ПИИ по сравнению с 2012 г. (1,35 трлн долл.) По прогнозам ЮНСТАД, потоки ПИИ в 2014 г. могут достигнуть 1,6 трлн долл., 1,7 трлн долл. – в 2015 г. и 1,8 трлн долл. – в 2016 г.³.

Основная масса трансграничных инвестиций концентрируется в пределах триады (ЕС, США и

¹ Оболенский, В. П. Присоединение России к ВТО и ее участие в интеграции // Мировая экономика и международные отношения. – 2004. – № 3.

² Ibid.

³ UNCTAD «World Investment Report 2014 Investing in the SDG: an Action Plan».

Япония), наибольший удельный вес ПИИ приходится на долю стран ЕС, США и Японии (83% мировых внешних инвестиций и 51-62% внутренних инвестиций). В последние годы изменилось географическое распределение международных потоков капитала. На сегодняшний день, определение направления основных потоков ПИИ складывается под влиянием формирующихся основных межрегиональных группировок: Транс-Тихоокеанское партнерство (ТТП), Трансатлантическое торговое и инвестиционное партнерство (ТТПИ) и Региональное Всеобъемлющее экономическое партнерство (RCIP), на каждое из которых приходится около четверти глобальных потоков ПИИ. Азиатско-Тихоокеанское экономическое сотрудничество (АТЭС) остается самой большой региональной группировкой, на долю которой в 2013 г. пришлось 54% мировых ПИИ.

Мировой рейтинг крупнейших получателей ПИИ отражает изменение структуры инвестиционных потоков: из 20 крупнейших получателей – 9 развивающиеся страны. В 2013 г. этими странами стали: Китай, Россия, Гонконг, Бразилия, Индия, Чили, Сингапур, Индонезия, Колумбия.

Несмотря на положительную динамику и позитивный прогноз на среднесрочную перспективу, объемы прямых иностранных инвестиций пока не достигли своего пикового значения, наблюдавшегося в предкризисные годы. В числе основных факторов, оказывающих влияние на уменьшение объема поступающих инвестиций, следует назвать:

- макроэкономическая конъюнктура, связанная с политической неопределенностью в ключевых областях, влияющих на уверенность инвесторов;
- макроэкономические факторы (спад экономики во многих странах мира в связи с финансово-экономическим кризисом, обвал рынков акций и др.);
- структурная уязвимость глобальной финансовой системы;
- микроэкономические факторы (низкая прибыль предприятий, сокращение числа транснациональных слияний и поглощений);
- институциональные факторы (замедление приватизационных процессов, снижение доверия инвесторов в результате корпоративных скандалов, банкротство ряда крупных корпораций и др.).

Приток прямых иностранных инвестиций в развитые страны в 2013 г. увеличился на 9% и составил 566 млрд долл., что составляет 39% глобального притока ПИИ. Развивающиеся стра-

ны продолжают оставаться лидерами по объемам привлеченных инвестиций – 778 млрд долл. или 54% глобального притока ПИИ. Остальные 108 млрд долл. инвестиций пришлось на страны с переходной экономикой⁴.

В 1990 г. 75% экспорта и импорта прямых иностранных инвестиций осуществлялось между ведущими развитыми странами – США, Великобританией, Японией, Францией и Германией. В 90-е гг. прошедшего столетия началась перегруппировка сил между странами Запада, наблюдался рост инвестиционного потенциала европейских стран – пять крупнейших европейских инвесторов (Германия, Великобритания, Франция, Нидерланды и Швейцария) обеспечили 80% нетто-экспорта ПИИ. С конца 90-х гг. Европа становится мировым инвестиционным центром. Однако в конце 90-х гг. произошло усиление активности европейских инвесторов не только внутри ЕС, но и за его пределами, прежде всего на американском рынке.

Необходимо отметить значимую, на наш взгляд, причину, которая не позволяет западно-европейским странам активно конкурировать на рынке финансовых ресурсов со странами Азии, Латинской Америки и Восточной Европы – достаточно затратная социальная система этих стран. Высокий уровень социальной защищенности населения стран Западной Европы достигается за счет высоких отчислений в различные социальные внебюджетные фонды, что в конечном итоге формирует высокий уровень совокупного налогообложения бизнеса, в т. ч. и иностранного. Среди стран с «дорогостоящей» социальной системой можно выделить: Швецию, Финляндию, Норвегию, Германию, Швейцарию и др. Поэтому в настоящее время страны Западной Европы стремятся создавать зоны свободного предпринимательства для активного привлечения международных финансов в инвестиционный процесс и создания льготных налоговых условий для предприятий-нерезидентов. Но, несмотря на все предпринимаемые усилия, объем финансовых ресурсов, вкладываемых в инвестиционный процесс промышленно развитых стран Западной Европы, продолжает неуклонно снижаться. Кроме этого, помимо значительного уровня совокупного налогообложения в данных странах необходимо отметить высокий уровень средней заработной платы персонала, что делает невыгодным размещение иностранных производств транснациональных корпораций.

Приток прямых иностранных инвестиций в страны ЕС в 2013 г. составил 246 млрд долл.

⁴ UNCTAD «World Investment Report 2014».

По сравнению с 2011 г. произошло сокращение привлеченных инвестиций на 11,8%. Таким образом, в 2013 г. доля ЕС в мировых потоках ПИИ составила 17,0%. В 2013 г. приток ПИИ в развитые страны носил флюктуирующий характер. Среди крупных экономик Европы, приток прямых иностранных инвестиций в Германии практически удвоился с 13 млрд долл. в 2012 г. до 37 млрд долл. в 2013 г. Противоположный процесс наблюдался в других развитых европейских экономиках. Приток ПИИ во Францию сократился на 80% до 5 млрд долл., а в Великобританию на 19% до 37 млрд долл. Основным фактором снижения потоков инвестиций в европейские страны стало снижение трансакций внутри ТНК. Такая ситуация наблюдалась и в других европейских странах: в Люксембурге уменьшение притока до 22 млрд долл., в Нидерландах – до 16 млрд долл. Объем вывезенных ПИИ из стран ЕС в 2013 г. составил 857 млрд долл.⁵

Развивающиеся страны с переходными экономиками, конкурируя с развитыми странами в привлечении финансовых ресурсов в инвестиционный процесс, проводят целенаправленную политику, которая обуславливает различные льготы, международные двусторонние договоренности, прочие выгодные условия, способствующие привлечению этих финансовых ресурсов и подразумевающие использование целого комплекса мер по стимулированию притока финансовых ресурсов во внутренний инвестиционный процесс.

В настоящее время страны с развивающимися экономиками активно используют следующие пути привлечения свободных финансовых ресурсов экономически развитых стран:

1) кредиты международных валютных и кредитно-финансовых организаций, таких как ЕС, МВФ, МБРР, ЕБРР, ООН и др.;

2) программы государственной помощи экономически развитых стран, таких как США, Великобритания, Япония, Германия и др., развивающимся странам, которые позволяют последним получить необходимые финансовые ресурсы на реализацию различных экономических и социальных программ;

3) привлечение иностранных инвестиций, которые позволяют изыскать необходимые финансовые ресурсы для вложения в наиболее приоритетные и значимые для развивающихся стран отрасли промышленности и сферы услуг.

На практике эти три основных источника внешних заимствований являются не всегда пригодными для тех или иных стран.

Во-первых, помощь финансовых организаций, как правило, предоставляется при условии

выполнения жестких экономических условий: сокращение бюджетного дефицита, улучшение собираемости налогов, реструктуризация промышленности, сокращение социальных расходов и т. д. Не все эти условия могут быть выполнимы развивающимися странами, поскольку многим из них необходимо обеспечить социальную стабильность в обществе в переходный период, однако требования финансовых организаций являются обязательным условием дальнейшего предоставления новых займов и отсрочки платежей по ранее выданным.

Во-вторых, финансовые ресурсы в виде государственной помощи промышленно развитых стран увеличивают (за исключением гуманитарной помощи) внешний долг данных государств. Данная помощь предоставляется, как правило, под закупку товаров народного потребления, кроме этого, данные финансовые ресурсы не вкладываются в инвестиционный процесс отраслей, которые наиболее значимы для стран-реципиентов, но их продукция является потенциально конкурентоспособной для промышленно развитых стран. Это предопределяет низкую эффективность таких финансовых вложений и еще более увеличивает внешний долг данных государств. Дело в том, что многие развивающиеся страны по большинству критериев, таких как уровень инфляции, уровень собираемости налогов, законодательная обеспеченность хозяйственной деятельности и др., не отвечают жестким международным стандартам, и поэтому эти государства не могут рассчитывать на привлечение значительных финансовых ресурсов по линии международных финансовых организаций и в виде государственной помощи промышленно развитых стран.

Наиболее прогрессивным способом вложения финансовых ресурсов в перспективные отрасли экономик развивающихся стран является привлечение международных инвестиций, что выступает не только инструментом привлечения свободных финансовых ресурсов, но и способом заимствования и освоения передовых технологий, опыта эффективного управления в международных компаниях. Это позволяет создать новые рабочие места, снизить уровень социальной напряженности в обществе и повысить благосостояние местного населения. Поэтому в настоящее время правительства большинства стран с переходными рыночными экономиками Азии, Латинской Америки и Восточной Европы активно стремятся привлечь иностранные инвестиции для модернизации своей национальной промышленности и сферы услуг, что позволяет повысить кон-

⁵ UNCTAD «World Investment Report 2014».

курентоспособность этих стран на международном рынке.

По мнению экспертов, в ближайшие годы можно ожидать увеличения объемов ПИИ в развивающиеся страны и страны с переходной экономикой, если там будут созданы более привлекательные для иностранных инвесторов условия. Основными сферами вложения ПИИ останутся финансово-банковский сектор, биотехнологии, электронная промышленность, сектор информационных технологий. В менее развитых странах сохраняют свою привлекательность нефтегазовый и агропромышленный комплексы.

Если в 1969 г. страны Азии привлекли 7,9% всех инвестиционных вложений, то в 2013 г. уже 23,1%, т. е. прирост составил более 100%, в то время как страны Западной Европы, несмотря на высокий удельный вес в мировом инвестировании, имели прирост с 1969 по 2013 г. не более 45%.

Среди стран Азии наиболее крупным «потребителем» международных финансов является Китай, который привлек в 2013 г. 124 млрд долл. США, заняв вторую позицию в мире после США по объему привлеченных финансовых вложений в инвестиционный процесс.

Развитие китайской экономики является ярким примером положительного опыта привлечения иностранных инвестиций. С одной стороны, в политическом плане развитие китайской экономики происходит по социалистическому сценарию, на практике же Китай формирует типично рыночные экономические механизмы, которые учитывают интересы ТНК и других иностранных инвесторов. Кроме этого, неограниченное количество трудовых ресурсов и их крайне низкая цена позволяют размещать большое количество иностранных производств, причем эффективность их деятельности значительно выше, чем при их потенциальном размещении в странах Западной Европы и в России. Проведение структурных реформ, а также вступление Китая в ВТО способствовали повышению доверия инвесторов, что обеспечило значительное увеличение поступления в страну прямых иностранных инвестиций. В 1983 г. приток ПИИ составил 918 млн долл., а в 2013 г. – 124 млрд долл.

Специфика использования иностранных инвестиций состоит в том, что подавляющая часть поступающих средств вкладывается в низко-технологичные производственные проекты с большим процентом ручного труда. Отдача такого использования ПИИ невысока. Гораздо больший экономический эффект может дать привлечение крупных институциональных инвесторов, готовых вкладывать средства в долгосрочные, высокотехнологичные и капиталоемкие проекты. Для даль-

нейшего улучшения инвестиционного климата и активизации притока ПИИ в экономику Китая необходимо:

- обеспечить доступ иностранного капитала к тем секторам экономики, которые в настоящее время закрыты для иностранных инвесторов;
- упростить систему утверждения инвестиционных проектов;
- открыть рынки капитала для иностранных инвесторов, разрешить им выпускать собственные корпоративные ценные бумаги и участвовать в торговых операциях на китайской фондовой бирже;
- обеспечить большую прозрачность налогового законодательства;
- привести регулирующий режим в соответствие с международными стандартами;
- повысить эффективность и независимость судопроизводства и др.;
- создать эффективную систему преференций для иностранных инвесторов, активно работающих в западных областях страны, которые являются депрессивными регионами Китая.

Среди развивающихся стран в конкурентной борьбе за привлечение инвестиционных ресурсов следует особо выделить страны Восточной Европы. Дело в том, что эти страны достаточно длительное время были изолированы от мировых инвестиционных и финансовых процессов вследствие того, что они развивались по социалистическому пути, являясь членами СЭВ. Члены данной организации пользовались особыми торговыми условиями и специфичными способами взаиморасчетов. Как правило, деятельность в рамках СЭВ, по сути, была достаточно малоэффективной, хотя кооперация и специализация отдельных стран и даже производств позволяли экономить достаточно финансовых ресурсов, в т. ч. предназначенных для инвестирования в национальные экономики. Необходимо подчеркнуть, что Россия в рамках СЭВ специализировалась на поставках сырьевых ресурсов и продукции оборонного комплекса, тогда как страны Восточной Европы развивали у себя производство готовой продукции гражданского назначения, в т. ч. и товаров народного потребления. Это привело к тому, что инвестиционные ресурсы в СССР и РСФСР вкладывались в производство товаров группы «А», т. е. производство средств производства, в то время как производство товаров народного потребления было развито явно недостаточно. Благоприятный налоговый режим, развитая инфраструктура, дешевая рабочая сила, сырьевая база и другие факторы привлекают к странам Восточной Европы повышенное внимание иностранных инвесторов.

В настоящее время Россия проигрывает в конкурентной борьбе за привлечение международных инвестиций странам Восточной Европы, несмотря на то, что обладает более высоким производственным, ресурсным и трудовым потенциалом. Сырьевая направленность российской экономики делает ее зависимой от конъюнктуры цены на нефть, что не может не сказаться на решениях инвесторов. Низкие темпы экономического роста на фоне благоприятной конъюнктуры цены на нефть демонстрируют пределы возможностей настоящей модели экономического роста и требуют проведение структурных реформ.

Кроме того, нестабильная политическая конъюнктура, связанная с ситуацией в Украине, уси-

ление тенденции произвольного использования режима односторонних санкций в отношении России будут способствовать сокращению потоков ПИИ в страну. Нарастающее противостояние между Россией и Западом негативно скажется на инвестиционном сотрудничестве.

В силу растущей степени глобализации и интернационализации мировых финансовых рынков, в настоящее время, на наш взгляд, необходима активизация работ по созданию международных правил административного контроля экспорта-импорта капитала и введение обязательного резервирования средств взаимными фондами (доля их вложений в рискованные экономики растет).

Православный банкинг, исламская экономика и ссудный процент

В. С. Сизов,

ректор Вятского социально-экономического института,
доктор экономических наук, профессор,
г. Киров
E-mail: rus@vsei.ru

Н. В. Круглова,

доцент Института сервиса, туризма и дизайна филиала
Северо-Кавказского федерального университета в г. Пятигорске,
доцент Вятского социально-экономического института,
кандидат экономических наук, доцент,
г. Пятигорск
E-mail: rus@vsei.ru

An Orthodox Banking, Islamic Economics and Interest Rate

V. S. Sizov, N. V. Kruglova

В статье анализируются перспективы создания в России «православного банкинга», который будет обходиться без взимания «ссудного процента». Выявляется сходство этой идеи с уже существующей в мире «исламской экономикой». Вскрывается внутренняя сущность «православного банкинга» и «исламской экономики» как с экономической, так и с богословской точек зрения.

Ключевые слова: ссудный процент, православный банкинг, православная финансовая система, исламская экономика, финансово-экономические кризисы.

The article analyses perspectives of development of an «Orthodox Banking» in Russia that can exist without an interest rate. One finds out a similarity of this idea with the existing «Islamic economics». One gives an inner essence of the «Orthodox banking» and the «Islamic economics» from the economic and the theological point of view.

Key words: an interest rate, an Orthodox banking, an Orthodox financial system, Islamic economics, finance-economic crises.

В конце 2014 г. протоиерей Всеволод Чаплин, возглавляющий Синодальный отдел по взаимодействию Церкви и общества Московского патриархата Русской православной церкви (РПЦ) и общества, выступил с инициативой создать в России православный банкинг и вообще православную финансовую систему. По его замыслу православный банкинг должен стать «русским вызовом» современной несправедливой мировой финансовой системе, дискредитировавшей себя чередой мировых кризисов. Главное отличие новой финансовой системы от той, что сложилась в мире, – в её религиозно-этическом ба-

зисе. А именно, по замыслу Всеволода Чаплина православные банки не будут заниматься ростовщичеством и взимать за свои услуги «ссудный процент». (Под ссудным процентом, как известно, понимается денежная плата, требуемая банком за использование заемных средств – ссуды).

Действительно, экономика ссудного процента, являющаяся основной движущей силой социально-экономического развития современного мира, имеет острые духовно-нравственные и морально-этические проблемы. Духовные лидеры и богословы практически всех основных мировых религий время от времени выступают

с инициативами по преодолению противоречий между духом современной экономической парадигмы и нравственными идеалами и ценностями, на которых основываются эти религии. С их точки зрения, доминирующая в современном мире экономическая модель является источником не столько материальных благ, сколько причиной духовно-нравственной деградации населения многих стран мира. Есть и другое, не религиозное, а светское основание критики экономики ссудного процента. Широко распространено мнение, что именно на ссудном проценте лежит вина за регулярно повторяющиеся, начиная с 1825 г., мировые финансово-экономические кризисы. В свою очередь, кризисы являются причиной таких негативных явлений, происходящих во многих государствах мира, как усиление разделения общества на богатых и бедных, развитие теневой экономики и коррупции. Экономическая модель, основанная на перепродаже денег, не может гарантировать перелив капитала в реальный актив. Это значит, что деньги не доходят до реальной экономики, а продолжают вращаться в самой финансовой системе (перекредитование, использование денег в спекулятивных операциях с высокорисковыми финансовыми инструментами и т. п.).

Известный американский финансист и миллиардер Джордж Сорос по этому поводу заявил, что с нынешним кризисом потерпела крах англосакская модель либерального спекулятивного финансового капитала [1].

Но если ведущие мировые политики и экономисты говорят о необходимости перестройки мировой финансовой архитектуры, то религиозные лидеры и мыслители предлагают вовсе отказаться от экономики ссудного процента. Запрет на использование ссудного процента отражен в священных книгах основных мировых религий: в Ветхом и Новом Завете, в Коране.

Например, в Ветхом Завете в книге «Второзаконие» пророк Моисей заповедует евреям: «Не отдавай в рост брату твоему ни серебра, ни хлеба, ни чего-либо другого, что можно отдавать в рост; иноземцу отдавай в рост, а брату твоему не отдавай в рост, чтобы Господь Бог твой благословил тебя во всем, что делается руками твоими, на земле, в которую ты идешь, чтобы овладеть ею» (Втор. 23; 19, 20).

В настоящее время проблема «ссудного процента» рассматривается в обществоведческой мысли не только с духовно-нравственной позиции, но и с экономической. Например, известный российский экономист М. Л. Хазин говорит о современной экономической модели, торжествующей в мире, следующее: «Обратите внимание: 250 лет тому назад, в XVIII в., модель была

сформулирована на базе новых ценностей, которые появились в XVI в. Это была новая ценностная модель. На протяжении тысячи с лишним лет в Европе речь шла исключительно о библейских ценностях. В христианстве, исламе система ценностей одна и та же. И вдруг от одного из принципов – запрета на ростовщичество – отказались. Это было принципиальным изменением всей системы. И повлекло за собой появление новой. Потому что свобода в западном понимании этого слова – это право любого индивида выбирать себе те библейские запреты, которые он не хочет исполнять» [2].

Одним из первых подошел к проблеме ссудного процента с экономической точки зрения немецкий финансовый теоретик и предприниматель Йохан Сильвио Гезелль (1862-1930). Он создал учение о «естественном экономическом порядке». В его основе создание финансовой системы, в которой деньги являются государственной услугой. И за эту услугу люди, пользующиеся ею, обязаны платить. Идея Гезелля появилась не на «пустом» месте. Анализируя то, чем являются деньги для экономики, он пришел к выводу, какими свойствами в идеале должны обладать деньги, чтобы с одной стороны способствовать обмену товарами, уничтожая проблемы бартерной торговли, а с другой – имели бы определённый уровень надёжности, скорость обмена и были бы дешевы. Деньги, которые способствуют обмену товаров, он назвал полезными или «хорошими» деньгами. Но в реальности людям приходится сталкиваться с другими деньгами, чьи свойства намеренно портят те (банкиры, правительства), кто использует их не по прямому назначению, т. е. для целей ускорения не товарообмена, а для собственного обогащения. По этому поводу Гезелль более ста лет назад в работе «Естественный экономический порядок» писал: «Деньги являются всего лишь средством обмена и ничем более... Если надёжность, скорость и дешевизна обмена продуктами может быть достигнута посредством таких форм денег, которые не подвержены старению, ржавчине и гниению и поэтому могут удобно накапливаться, то тогда давайте пользоваться такими деньгами. Но если такая форма денег снижает надёжность, уменьшает скорость и становится дороже, чем могло бы быть, то мы говорим: «К чёрту такие деньги!» ... Критериями хороших денег, т. е. хорошего помощника при обмене, являются:

Способность денег обеспечивать надёжный обмен товаров – это выясняется, если не происходят депрессии, кризисы, безработица и т. д.

Способность денег убыстрять обмен – это выясняется, если запасы товаров на складах умень-

шаются, товары не скапливаются в бесполезные груды, если количество торговцев и магазинов уменьшается, но проблем в связи с этим у потребителей не возникает.

Способность денег удешевлять процесс обмена – это выясняется той малой разницей между ценой производителя и ценой для потребителя (...). Существующие деньги делают всё наоборот: когда в них возникает большая нужда, они стремительно исчезают с рынка, а когда ими и так заполнен рынок, их становится ещё больше. То есть нынешние деньги, по сути, могут служить лишь удобным инструментом для мошенников, ростовщиков, а потому должны считаться просто негодными, независимо от того, сколькими приятными на ощупь, на взгляд, на слух свойствами они ни обладают!» [3].

Изменить сложившуюся порочную систему Гезелль предложил с помощью введения так называемых «свободных денег», которые были бы свободны от каких-либо процентов за пользование ими. Напротив, те, кто изымал деньги из оборота и «придерживал» их, накапливал, должны были платить некоторую сумму за это. Это был своего рода налог на владение деньгами. По мнению Гезелля, такой порядок должен был подталкивать обладателей купюр как можно скорее избавляться от них, тем самым ускоряя скорость денежного обращения. Идеи Гезелля не остались умозрительными. Они были воплощены в экономической жизни ряда городов Европы и США. Наиболее успешным считается эксперимент с включением в оборот свободных денег, проведенный в австрийском г. Вергель [4].

Авторитетные экономисты с мировой славой, такие как американский экономист Ирвинг Фишер и британский экономист Дж. Кейнс восхищались идеей Гезелля. Последний вообще заявлял: «Я убежден, что будущее научится больше у Гезелля, чем у Маркса». Дело в том, что «У Маркса «зло» – в прибавочной стоимости, а восстановление справедливости предполагает изъятие этой стоимости у одного класса в пользу другого. У Гезелля «зло» – в кредитной природе денег, а восстановление справедливости предполагает ликвидацию этой кредитной природы» [5].

Тем не менее широкого практического распространения идеи Гезелля не нашли. В качестве главного основания неудачи с внедрением его системы называется целенаправленная борьба Центробанков различных стран со «свободными деньгами», и даже с самой идеей «свободных денег», за сохранение монополии на эмиссию денег и, как следствие, неограниченное право пользования «ссудным процентом».

Однако отказ от решения проблем, связанных со «ссудным процентом» не устраняет сами проблемы, а переводит их в разряд хронических, постепенно уничтожающих, подобно болезнетворному вирусу, ту систему, в которой они появились. Проблемы «ссудного процента» с самовозрастанием денег, которые год от года обесцениваются, а главное, теряют доверие своих пользователей в их надежности как средств платежа, сегодня вызывают уже не локальные, а глобальные кризисы. При этом периоды экономического подъема между кризисами неуклонно сокращаются. По видимому, не далек тот день, когда мировая экономика окончательно погрязнет в перманентном кризисе.

Именно такая перспектива вынуждает политиков, экономистов, а теперь и религиозных деятелей искать пути выхода из проблемы, которую создает «ссудный процент». Протоиерей Чаплин не просто высказал пожелание создать православную финансовую систему – были сделаны и практические шаги:

1) Разосланы послания главам ряда регионов, которые «известны большим количеством инициатив по поддержке православного образа жизни» принять участие в ее формировании и в создании православного банка. Предложения, в частности, были разосланы руководителям Белгородской, Кемеровской и Псковской областей, Республики Марий Эл и Ставропольского края. В письмах к главам регионов, в частности, говорится: «Система, основанная и действующая вразрез с христианскими запретами на занятие ростовщичеством, демонстрирует сегодня разрушительные, губительные тенденции. Это требует возвращения новых, более разумных и справедливых принципов и механизмов работы финансовой системы, основанных на традиционных общественных ценностях. Православные нормы жизни, применяемые и в деловой сфере, должны, наконец, решительно встать преградой на пути хаоса, разрушения и анархии» [6].

2) Создана рабочая группа по созданию православной финансовой системы. В материалах этой группы отмечается, что главными принципами православного банка должны стать отсутствие ссудного процента, а вознаграждение от инвестиций в совместные проекты должно зависеть от доходности предприятия. При этом «запрещается деятельность, не направленная на создание реального общественного богатства, не создающая продукции (услуг), основанная на разнице цен и ином спекулятивном поведении», «исключаются вложения в сферы деятельности, не соответствующие этическим принципам (игорный бизнес, табак, развратные развлечения, наркотики и т. п.)» [7].

Помимо банка, в рамках православной финансовой системы планируется создание инвестфондов и собственно компаний для финансирования реального сектора экономики. Также намечено развитие специальной инфраструктуры: управляющие, консалтинговые, юридические, страховые компании, а также создание торговой площадки для объединения православных предпринимателей и формирование партнерской бизнес-среды.

Заявление протоиерея Чаплина было принято российской общественностью неоднозначно. В защиту предложенных им идей высказался известный православный богослов протоиерей Андрей Кураев: «Современный банкинг, кстати, это совсем не ростовщичество, это уже не «бизнес на слезах вдов и сирот». По этой причине Русская православная церковь никогда не ставила вопрос о церковном осуждении банкиров и владельцев банков, разработчиков банковских программ и сотрудников банков. Напротив, со многими банками церковь сотрудничает, и даже сама создавала несколько банков в 90-е гг. Поэтому вряд ли может быть отрицательной богословско-нравственная оценка банковского дела как такового, в т. ч. и тех ссудных процентов, которые с ним так или иначе связаны» [8].

После выступления протоиерея Андрея Кураева с апологетикой православного банкинга, в среде экономистов-философов развернулась оживлённая дискуссия. Большинство экономистов и богословов критически отнеслись к идее создания православного банкинга и православной финансовой системы.

Действительно, в Ветхом Завете Господь заповедует евреям отдавать своим единоверцам серебро, хлеб или что-либо другое в рост (Втор. 23: 19-20). Однако разрешает давать деньги «в рост» иноземцам. С торжеством Нового Завета избранным народом Божиим являются уже не евреи, а те, кто принял крещение во имя искупительной жертвы Иисуса Христа. Если следовать этой логике, получается, что человек православный в принципе может давать деньги в рост, но только иноверцам – буддистам, мусульманам, тем же иудеям. Но в современном мире выдача кредитов – это обширный организационный процесс, в котором практически невозможно отличить «своих» от «чужих».

Дилемма разрешается, если вдуматься в следующий текст Второзакония: «...И будешь давать займы многим народам, а сам не будешь брать займы» (Втор. 28: 12). Для человека верующего вне сомнения, что все происходящее с ним, происходит по воле Божьей. И если у тебя нет нужды брать в долг – это можно рассматривать как Божье благословение.

Таким образом, православный или мусульманин сам как человек, индивидуальная личность, может быть банкиром или финансистом, потому что это работа, которую Господь нигде не запрещает, но лишь призывает быть разборчивым – кому давать в рост. Как это определить? Если человек крещен и носит на шее крест, значит ли это, что он православный, т. е. «свой», тот, кому нельзя давать деньги в рост? Отнюдь. Святое крещение дает нам лишь предпосылку, и только искренняя вера делает нас православными. В Евангелие от Матфея приводятся слова Христа, который отказался выйти из дома, чтобы поговорить со своей Матерью и братьями: «Ибо, кто будет исполнять волю Отца Моего Небесного, тот Мне брат, и сестра, и мать» (Мф. 12; 50).

Люди, обращающиеся в банк, как правило, пекутся о своей выгоде, желают извлечь из этого какую-то пользу для себя – купить новую машину, квартиру, развить свой бизнес. Они православные лишь по крещению, но не по существу. Человек, действительно нуждающийся, чтобы дожить до следующей зарплаты или пенсии, пойдет не в банк, а к ближнему своему. То есть к соседу, к другу, к родственнику [9]. Таким людям, ищущим собственной выгоды, дать кредит не зазорно.

При этом людям, работающим в кредитной сфере, следовало бы постоянно помнить слова Патриарха Кирилла, который называл деятельность банкира «нравственно опасной» [10]. На практике это означает, что ссудный процент, устанавливаемый банком, должен отражать реальные трудовые, материальные и транзакционные издержки банка, а также включать инфляционное покрытие и затраты на развитие банка. Все. Не более того.

Однако если банкир, а также люди, работающие в банке, могут быть православными (или мусульманами), то сам по себе банк, как организация, таковым не может быть по определению.

Авторитетный ученый в области христианской экономики, профессор Ю. В. Катасонов заявил, что в банках в принципе ничего не может быть специфически «православного». То, что учредителями таких банков выступает Московская Патриархия РПЦ или какие-то юридические и физические лица, близкие к ней, не делает банк автоматически «православным». Поскольку с точки зрения методов работы, сфер деятельности, круга клиентов они ничем не отличаются и не могут отличаться от других банков» [11].

Кстати, идея создания банков теми или иными религиозными конфессиями вовсе не оригинальна. В свое время Ватикан уже создавал собственный банк, который впоследствии оказался замешан в отмывании средств наркоторговцев.

В банке Ватикана засветились капиталы сицилийской мафии. Это неединственный пример католического банкинга. Например, в Испании есть «Банк Святого Духа».

В бизнес-окружении Московской Патриархии идею создания «православного банкинга» вынашивали давно, как минимум со середины 90-х гг. прошлого века. Однако тогда зачинатели инициативы не смогли благопристойно разрешить нравственно-богословскую дилемму, связанную со «ссудным процентом». Тогда почему сегодня, спустя двадцать лет, идея «православного банкинга» снова «поднята на щит»? Причем риторика нынешних инициаторов и та деловитость, с которой они взялись за реализацию очередного «православного» проекта, дает основание считать, что «православному банкингу» в России все-таки быть.

Объяснение того, каким образом адепты православной финансовой системы разрешили, казалось бы, неразрешимую проблему «ссудного процента», находим в оговорках протоиерея Чаплина, который упоминает, что в мусульманских странах уже существуют «исламские банки». Пикантность ситуации заключается в том, что его идея «православной финансовой системы», призванной «спасти» мир от кризисов и засилья олигархов, является точной калькой так называемой «исламской экономической модели», активно пропагандируемой сегодня мусульманскими богословами.

Например, современный исламский богослов Мухаммед Бакир аль-Садр указывает, что задачи современной исламской экономической мысли заключаются в утверждении этического кодекса мусульманской деятельности в интересах развития экономики, а также отвращения людей, вовлеченных в бизнес, от несправедности и греховности [12]. Чем не цель православного предпринимательства?

Рождение и развитие исламской экономической модели начинается в 60-е гг. XX в. Ее инициаторами были премьер-министр Египта Харрази и один из саудовских принцев, который создавал основу современного исламского экономического проекта – «Исламский банк развития», насчитывающий огромное количество филиалов по всему миру, включая Европу. При своем зарождении этот банк, по своей сути, представлял собою крестьянские кассы взаимопомощи. Почти одновременно в Малайзии появился сберегательный фонд для накопления средств на паломничество в Мекку. В Объединенных Арабских Эмиратах первый исламский банк Dubai Islamic Bank был образован в 1975 г. До настоящего времени Ближний Восток и Малайзия остаются крупней-

шими мировыми центрами исламского банкинга [13].

В Европе таким центром является Лондон. Из 150 банков в Великобритании более 20 предлагают исламские финансовые услуги. Великобритания, помимо Бахрейна и Малайзии, является страной, которая направлена на привлечение «шариатских средств». Страна также хочет стать шариатским финансовым центром. Это связано с тем, что более 1,6 млрд мусульман во всем мире ищут активы, соответствующие запрету ислама на использование процентов. И потому университеты Великобритании увеличивают количество курсов по исламскому банкингу. По данным агентства Bloomberg, это связано с ожиданиями, что емкость исламского финансового рынка к 2018 г. превысит \$3,4 трлн. Сейчас в Великобритании 59 высших учебных заведений, которые предлагают подобные курсы, это в шесть раз больше, чем 10 лет назад. Отмечается, что к 2020 г. для отрасли исламского банкинга необходимы будут более миллиона профессионалов [14].

В странах СНГ лидеры исламского банкинга – Россия и Казахстан. В Казахстане работают два отделения ближневосточных исламских банков. В 2009 г. в России была создана специальная рабочая группа по альтернативным (исламским) финансовым институтам и продуктам, которая должна была выработать предложения по созданию условий для функционирования на территории России финансовых организаций и финансовых продуктов согласно альтернативным (исламским) принципам финансирования. В частности группа должна была выработать предложения по внесению изменений и дополнений в законодательство РФ по обеспечению нормативно-правовой базы для функционирования на территории России финансовых организаций и финансовых продуктов согласно альтернативным (исламским) принципам финансирования. Кроме того группа занималась подготовкой стандарта продуктов и услуг альтернативных (исламских) финансовых организаций, действующих на территории Российской Федерации, а также разработкой образовательных программ по подготовке специалистов в вышеуказанных областях [15].

В современной России на шариатских принципах основана деятельность казанского финансового дома «Амаль», а также нижегородского и уфимского отделений нижегородского «Эллипс Банка» [16]. В Москве по исламским принципам работали «Бадр-Форте банк» и «Славинвестбанка». В 2006 г. банк «Глобэкс» выпустил «сукук» – халяльные облигации. Кроме того, финансовая группа БКС в 2007 г. создала ПИФ «Халяль». Внедрением исламского банкинга в широкие массы

занимается банк «Экспресс» на территории республики Дагестан. Там банк в 2008 г. запустил расчетную банковскую карту, соответствующую нормам ислама, – на нее не начисляется процент. Только за первый год держателями таких карт стали более 10 тыс. человек. В 2011 г. дагестанский офис банка «Экспресс» запустил в обращение кредитные карты «Хаят». Клиент посредством такой карты совершает покупку, а потом в рассрочку (до трех лет) выплачивает банку взятую сумму с наценкой за услугу, но без пени и неустоек. Все расчетно-кассовые операции дагестанских филиалов банка «Экспресс» также согласованы с нормами Шариата [17].

Концепция исламского экономического порядка и вытекающие из нее права в сжатом виде содержатся во Всеобщей исламской декларации прав человека. В ней в частности говорится, что для обеспечения развития сбалансированной экономики и защиты общества от эксплуатации, исламский Закон запрещает монополии, чрезмерно ограничительную коммерческую деятельность, ростовщичество, использование принудительных мер при заключении сделок и публикацию лживой рекламы.

Ключевым моментом исламского кодекса является запрет на «ссудный процент», т. е. на ростовщичество, которое и является основой любой банковской деятельности.

В Коране сказано: «Те, кто берет лихву, восстанут [из могил], как восстанет тот, кого лишает Сатана рассудка прикосновением своим. Это – в наказание им за то, что говорили они: «Воистину, лихва [дозволена] так же, как и торговля». Но дозволил торговлю Аллах, а лихву запретил. Если придет к кому-либо [из ростовщиков] увещевание Господне и если поступит он (т. е. ростовщик) согласно увещеванию этому, то простятся ему грехи его прошлые. И рассудит его Аллах. А те, кто [вновь] вернется к этому [давать в рост], станут обитателями Огня на времена вечные» (Сура Аль-Бакара (Корова) Аят: 275). Процент – это основа исламской экономики. Однако, по мнению авторов, это не означает его отсутствие, но то, что исламские богословы сумели обойти главный экономический запрет «Корана» и «Библии», искусно его завуалировав.

Для понимания механизма «исламской экономической модели» (а вслед за ней и «православной экономической системы») рассмотрим ее подробнее. В основе исламской экономики лежит принцип, по которому деньги не являются товаром и не имеют утилитарной функции, которая является свойством товара. Они являются исключительно средством платежа и обмена. Это положение, или принцип исключает любое обоснова-

ние продажи денег под проценты. Также под запретом рискованные сделки в условиях неопределенности. Контракты, в которых присутствуют элементы неопределенности, являются недействительными. Не допускается получение прибыли одними лицами за счет убытков других лиц. Исламским банкам запрещается финансирование казино, лотереи, тотализаторов и других видов игрового бизнеса и различных видов спекуляций. Поэтому запрещено участие на фондовой бирже ввиду присутствия там высокой неопределенности, спекуляции и элементов азартной игры.

Принципы и стандарты исламской экономики запрещают продавать долги в виде котируемых на бирже бумаг. Долг может продаваться по номинальной стоимости. Поэтому любая сделка с долговой бумагой не по номинальной стоимости считается недействительной. Указанные запреты ограждают от спекулятивных операций и исключают возможность появления финансовых пузырей – предвестников финансово-экономических кризисов.

Западный (англосакский) банкинг основан на продаже денег под проценты. Исламские банки декларируют другую форму получения своей прибыли. Например, клиент обращается с заявлением в исламский банк за финансированием для приобретения конкретного товара. Банк не дает деньги клиенту, а покупает необходимый для него товар, перечислив деньги прямо на счет продавца товара. Став владельцем товара, банк продает его клиенту в рассрочку с торговой наценкой. Деньги, покидая пределы банка, сразу материализуются в целевом товаре клиента в результате реальной коммерческой операции с фактическим товаром. То есть в модели исламского банкинга, деньги, выходя из финансовой системы, обязательно проходят через реальный сектор, а затем возвращаются обратно в финансовую систему.

Также теоретики «исламской экономики» считают важным фактом того, что исламские банки, действительно, строят свою работу на моральных принципах и законах Шариата, то, что банк не может вложить (предоставить) имеющиеся у него денежные ресурсы в производство алкоголя и сигарет, в порноиндустрию и продажу свинины.

Клиенты исламских банков вносят свои сбережения на беспроцентные счета, но при этом имеют право на получение кредитов, предоставляемых на льготных условиях (часто всего 2-3% в виде комиссионного вознаграждения банка). Одно из важных отличий – распределение рисков или Мушарака – исключительно исламская черта банковского бизнеса. Две стороны объединя-

ют свои ресурсы для участия в проекте. Прибыль делится согласно заранее оговоренному порядку, а убытки – пропорционально доле участия. Банк разделяет риск с клиентом. Управление проектом, под который выданы средства, может осуществляться двумя сторонами вместе или одной стороной по согласованию. К особенностям банковской системы, основанной на принципах Корана, относится и Мудароба – модификация мушараки. Согласно этому соглашению, заключаемому между двумя сторонами (банком и клиентом), банк полностью предоставляет средства на финансирование проекта, а клиент занимается управлением. В этом случае банк также несет убытки в случае неудач клиента, но вмешиваться в реализацию проекта не имеет права. Беспроцентный займ, который выдается в качестве возвратной материальной помощи нуждающимся (частным лицам, организациям, регионам), называется Кард-ульхасан. При этом банк может взимать разного рода комиссии и сборы. Именно этот вид дохода получил наибольшую популярность в исламских банках [18].

В исламском банкинге многие эксперты, действительно, отмечают ряд положительных моментов, отличающих его в лучшую сторону в сравнении с западным банкингом. А именно:

- банки являются партнерами получающих кредит лиц и предприятий;

- не допускается искусственное завышение партнером себестоимости продукции (услуг) и занижение прибыли, т. к. это приведет к уменьшению инвестиционных доходов банка (а также, как следствие, к уменьшению налогов, отчисляемых в бюджет);

- банки формируют портфель высокоэффективных проектов (эффективное использование капитала банка);

- заемщики имеют доступ к дешевым долгосрочным кредитам;

- повышается «прозрачность» сделок, т. е. снижается «теневая» составляющая экономики и увеличивается налогооблагаемая база.

Однако, как уже указывалось, по мнению авторов, исламский банкинг принципиально не решает проблему ссудного процента. Такого же мнения придерживается, например, профессор Ю. В. Катасонов. Он отмечает: «... Так называемый «исламский банкинг», который якобы обходится без процентных ссуд, а занимается лишь операциями, дающими право на участие банка в прибыли, – в значительной мере фикция». Свое мнение Катасонов основывает на оценке представителей исламского экспертного сообщества, которые считают, что многие «исламские банки» лишь дискредитируют религию и учение пророка

Мухаммеда, потому что так называемые «исламские» банки по совокупным своим оборотам не составляют и 1% в глобальном банковском мире. Он приводит сравнительный пример. «В начале нынешнего десятилетия, согласно некоторым оценкам, активы всех исламских банков перевалили за 1 трлн долл. А вот активы одного лишь китайского Торгово-промышленного банка, занимающего первую строчку в рейтинге банков мира, в 2013 г. превысили 3 трлн долл. Если «исламские» банки хотят выжить, им приходится конкурировать, используя те же методы, которые используют и банки англосаксонского мира. Может быть, лишь избегая самых криминальных сфер бизнеса (наркотики, например). К тому же замечено, что наиболее успешные «исламские» банки получают «подпитку» от богатых (экспортирующих нефть) мусульманских государств. Что создает иллюзию «конкурентоспособности» и успешности «исламского банкинга» [11].

Возвращаясь к идее «православного» банкинга, выразим сомнения, что его разработчики, оттолкнувшись от опыта «исламского» банкинга, в то же время не проанализировали его эффективность и конкурентоспособность. Выскажем осторожное предположение: может быть, будущие «православные» банкиры также надеются на помощь со стороны государства? Если не на финансовые «вливания», то как минимум на те или иные преференции и послабления? А, может быть, государство и должно оказывать помощь «православным» банкам (за счет средств налогоплательщиков), которые в основу своей деятельности закладывают высоконравственную идею отмены «ссудного процента» и всепланетное благое дело – избавление человечества от финансово-экономических кризисов? Оказывал же Советский Союз широкомасштабную, порою безвозмездную помощь странам, бравшим курс на социалистическое развитие и сотрудничество...

Но достигается ли созданием «православно-го» банкинга высокая цель? Может ли измениться суть банковской деятельности от использования иной терминологии? По сути, банк все равно получает доход за предоставление заемщику своих денежных средств. И какие бы этапы ни были между получением заемщиком денег (или сразу товара, оплаченного банком, а значит выраженного в той или иной денежной сумме) и получением банком дохода – это все тот же «ссудный процент». Следует оговориться – существуют значимые отличия ссудного процента в англосаксонской банковской модели от той же исламской. Если в первом случае величина ссудного процента жестко оговорена договором, который

заклучается между заемщиком и кредитором, то во втором случае он не имеет определенной величины (во всяком случае, не должен) и зависит от величины прибыли полученной предпринимателем (заемщиком) в ходе реализации проекта. Поскольку «исламский» банк разделяет предпринимательский риск с заемщиком, то в итоге может остаться и без прибыли. Именно эти моменты («плавающая» величина прибыли и участие в рисках) позволяют адептам «исламского» и «православного» банкинга утверждать, что их деятельность не связана с получением «судного процента». Однако, по мнению авторов, это не так.

Идеологи религиозных банков настаивают на том, что они не «торгуют деньгами», но являются инвестиционными партнерами фирмы, реализующей тот или иной проект. Однако на это можно возразить, что одна из функций судного процента – это инвестиционная функция [19].

К тому же если «исламский» или «православный» банк занимается инвестиционной деятельностью, то тогда в чем отличие такого «религиозного» банка от обычного инвестиционного банка? И вообще, если организация именуется банком, то, как указывает Катасонов, она обязательно занимается кредитованием. Если организация не занимается кредитованием, это уже не банк, а что-то иное. И кредитованием банки занимаются на условиях платности, т. е. путем взимания процента. «Ни у кого из здравомыслящих людей не вызывает сомнения, что любая кредитная банковская деятельность – ростовщичество. Независимо от того, какова величина взимаемого процента» [11].

Из вышесказанного напрашивается вывод, что на самом деле главная, но скрытая от общественности идея создания «исламских» или «православных» банков заключается в обеспечении специфического имиджа, благоприятно воспринимаемого религиозной частью населения. При этом, что немаловажно, банкам, позиционирующим себя как «исламские» или «православные», не требуется затрат на проведение широкомасштабных PR-акций. Налицо маркетинговый ход, использующий заработанный столетиями авторитет и доверие к церкви. Маркетинговое послание банка потенциальным клиентам обращено к чувствам верующих и зашифровано в самом наименовании банка «исламский» или «православный». На наш взгляд, это грубое использование доверия верующих в корыстных целях, к тому же способное, как в упоминаемом уже случае с банком Ватикана, подорвать авторитет церкви. Для любой конфессии собственный банк, а тем более банковская система – это не только потенциально

высокий и стабильный источник дохода, но также и большая опасность уязвление чувств верующих. Эта опасность особенно актуальна для Русской православной церкви (РПЦ), вокруг которой в последние годы так много скандалов, связанных с ее экономической деятельностью.

Авторы уверены, что идея, высказанная проиереем Чаплиным, о создании банковской системы РПЦ идет вразрез с православным верованием. «Царство Мое не от мира сего...» (Ин. 18, 36) – говорит Христос. И еще «Не можете служить Богу и маммоне» (Мф. 6, 24). Задача церкви на земле – это помощь человеку, ищущему Бога, в стяжании Духа Святого, в обретении Царства Небесного – сначала в душе, а после смерти – в вечной жизни. Церковь призвана заниматься «духовным делом» – молитвой, нравственным воспитанием и проповедью, а успех, таланты, бедность, болезни и т. д. – все дается по промыслу Божьему, не доступному человеческому разуму. И потому церковь не должна исполнять функции государства, создавая финансовую систему. Не к лицу ей и занятие коммерческой деятельностью, тем более в банковской сфере, это неизбежно вынудит церковь вести конкурентную борьбу в предпринимательской среде. Если все-таки спорная инициатива будет поддержана, то в скором времени в России следует ожидать засилье не только государственного, но и церковного капитализма.

Идея создания РПЦ своего банка, в какие бы одежды ее не рядили, все равно, насквозь сквозит искушением ряда церковных иерархов не довольствоваться тем, что Бог посылает им по их нуждам и по молитвам. Не довольствуясь милостью Божией, они рискуют, становясь на опасный путь служения Маммоне.

Список литературы

1. Джордж Сорос: с нынешним кризисом потерпела крах англосакская модель либерального спекулятивного финансового капитала. – URL: <http://www.rondon.org/polit-090305103720> (дата обращения: 12.04.2015).
2. Михаил Хазин: шанс России – воскресить Красный проект. – URL: <http://chipstone.livejournal.com/807283.html> (дата обращения: 12.04.2015).
3. Гезель, С. Естественный экономический порядок. – URL: http://royallib.com/read/gezel_silvio/estestvenniy_ekonomicheskij_poryadok.html#0 (дата обращения: 12.04.2015).
4. Werner Onken, *Einvergessenes Kapitel der Girtschaftsgeschichte. Schwanenkirchen, Worgl und andere Freigeldexperimente*, Zeitschrift für Sozialökonomie, Nr. 58/59, Mai 1983, pp. 3-20.

5. Голубицкий, С. Freigeld // Бизнес-журнал. – 2007. – № 18.
6. РПЦ привлекла губернаторов к созданию православного банка // Известия, 20 января, 2015 г.
7. РБК. Финансы. – URL: <http://top.rbc.ru/finances> (дата обращения: 20.01.2015).
8. <http://diak-kuraev.livejournal.com/707706.html>
9. Сизов, В. С. О православном отношении к деньгам // Вопросы новой экономики. – 2013. – № 3. – С. 92-98.
10. http://ruskline.ru/news_rl/2011/02/10/socialnyj_patriotizm_idejnaya_platforma_vozrozhdeniya_rossii
11. Катасонов, В. Ю. О православных банковских утопиях. – URL: <http://reosh.ru/o-pravoslavnyh-bankovskix-utopiyah.html> (дата обращения: 12.04.2015).
12. Нуруллина, Г. Исламская этика бизнеса. – М.: УММА, 2004. – С. 19.
13. <http://voprosik.net/islamskaya-ekonomika-segodnya>
14. <http://riafan.ru/211815-kursyi-po-islamskomu-bankingu-vyizyvayut-vse-bolshiy-interes-britantsev>
15. <http://www.muslimeco.ru/doc/section/raeif/about>
16. <http://expert.ru/ural/2012/44/bank-po-zakonom-shariata>
17. Прокопьев, А. Исламский банкинг набирает обороты. – URL: <http://sberex.ru/article/25> (дата обращения: 12.04.2015).
18. Мусин, М. М. Третья мировая как война ссудного процента // Национальный контроль. – 2014. – № 11-12.
19. <http://o-kreditah1.ru/knigi/299-priroda-sushhnost-i-funkcii-ssudnogo-procenta.html>

Логистика

Космические технологии в транспортной логистике

А. Л. Носов,

заведующий кафедрой информатики и вычислительной техники
Вятского социально-экономического института,
доктор экономических наук, кандидат технических наук, профессор,
г. Киров

E-mail: logistic_vgu@mail.ru

Space Technologies in Transport Logistics

A. L. Nosov

В статье рассмотрены назначение, состав и основные функции региональных навигационно-информационных систем, определены требования к средствам взаимодействия и дана характеристика участников РНИС, выделена роль РНИС в усилении возможностей региональной логистики.

Ключевые слова: региональная навигационно-информационная система, РНИС, ГЛОНАСС, логистика.

In the article the appointment, structure and the main functions of regional navigation and information systems are considered, requirements to a handshaking are defined and the characteristic of participants of RNIS is given, RNIS role in strengthening of opportunities of regional logistics is allocated.

Key words: regional navigation and information system, RNIS, GLONASS, logistics.

Современные космические технологии активно проникают во все сферы нашей жизни. Связь, телевидение, позиционирование, навигация, фотосъемка поверхности Земли – это далеко не полный перечень приложений результатов освоения космоса. Совместное использование космических технологий позволяет формировать системные связи между отдельными элементами на уровне экономики страны и получать синергетический эффект от их согласованного функционирования. Ярким примером этого стали появляющиеся во всех регионах государства региональные навигационно-информационные системы – РНИС.

Понятие РНИС

Региональная навигационно-информационная система субъекта Российской Федерации является единой многопользовательской автоматизированной навигационно-информационной системой, обеспечивающей сбор, учет и обработку навигационных данных. РНИС предназначена для информационно-навигационного обеспечения деятельности автомобильного транспорта на территории региона с исполь-

зованием технологии ГЛОНАСС или ГЛОНАСС/GPS. В основе задач РНИС лежит обеспечение безопасности перевозок, обеспечение контроля качества транспортных услуг, оптимизация бюджетных расходов на эксплуатацию транспортных средств.

РНИС создаются согласно Постановлению Правительства Российской Федерации № 1367 от 21 декабря 2012 г. [1], Распоряжению Правительства Российской Федерации №1042 о распределении субсидий, предоставляемых в 2013-2014 гг. из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на навигационно-информационное обеспечение автомобильных маршрутов по транспортным коридорам «Север-Юг» и «Восток-Запад» [2].

Указанные транспортные коридоры (рисунок 1) включают территории субъектов РФ: Республика Башкортостан, Республика Бурятия, Республика Калмыкия, Республика Татарстан, Чувашская республика, Забайкальский край, Красноярский край, Приморский край, Хабаровский край, Амурская обл., Астраханская обл., Владимирская обл., Иркутская обл., Кемеровская обл., Курганская обл., Ленинградская обл., Мос-



Рисунок 1 – Транспортные коридоры РФ

ковская обл., Нижегородская обл., Новгородская обл., Новосибирская обл., Омская обл., Ростовская обл., Рязанская обл., Смоленская обл., Тамбовская обл., Тверская обл., Тюменская обл., Челябинская обл.

Согласно Постановлению №1367 региональная программа должна содержать мероприятия по введению в постоянную эксплуатацию РНИС, удовлетворяющей требованиям (в т. ч. по программному обеспечению), установленным Министерством транспорта Российской Федерации, и включать в обязательном порядке создание регионального навигационно-информационного центра (РНИЦ) и подсистем РНИС.

Введение в работу системы призвано обеспечить повышение эффективности государственного (муниципального) управления и реализации контрольно-надзорных полномочий в транспортном комплексе на территории субъекта Российской Федерации, а также безопасности перевозок пассажиров, специальных и опасных грузов.

В концепцию РНИС изначально закладываются принципы информационной безопасности, своевременности и достоверности информации, свободы получения и распространения информации.

Схема встраивания РНИС в федеральный уровень представлена на рисунке 2 [3].

Цели создания РНИС

В постановлении Правительства Российской Федерации №1367 от 21 декабря 2012 г. четко обозначены цели, достижение которых должно быть обеспечено при помощи РНИС. К ним относятся:

- обеспечение безопасности перевозок;
- повышение качества предоставления транспортных услуг;
- повышение эффективности контроля качества транспортных услуг;
- автоматизация процессов планирования, мониторинга, диспетчеризации и управления транспортом различного функционального назначения на территории региона;
- информационно-аналитическое обеспечение органов исполнительной власти региона, органов местного самоуправления муниципальных образований, находящихся на территории региона, транспортных предприятий в части принятия решений по управлению транспортным комплексом по средствам использования современных информационно-телекоммуникационных технологий и технологий спутниковой навигации ГЛОНАСС;
- повышение экономической эффективности эксплуатации и управления движением транспортных средств различного назначения на территории региона;

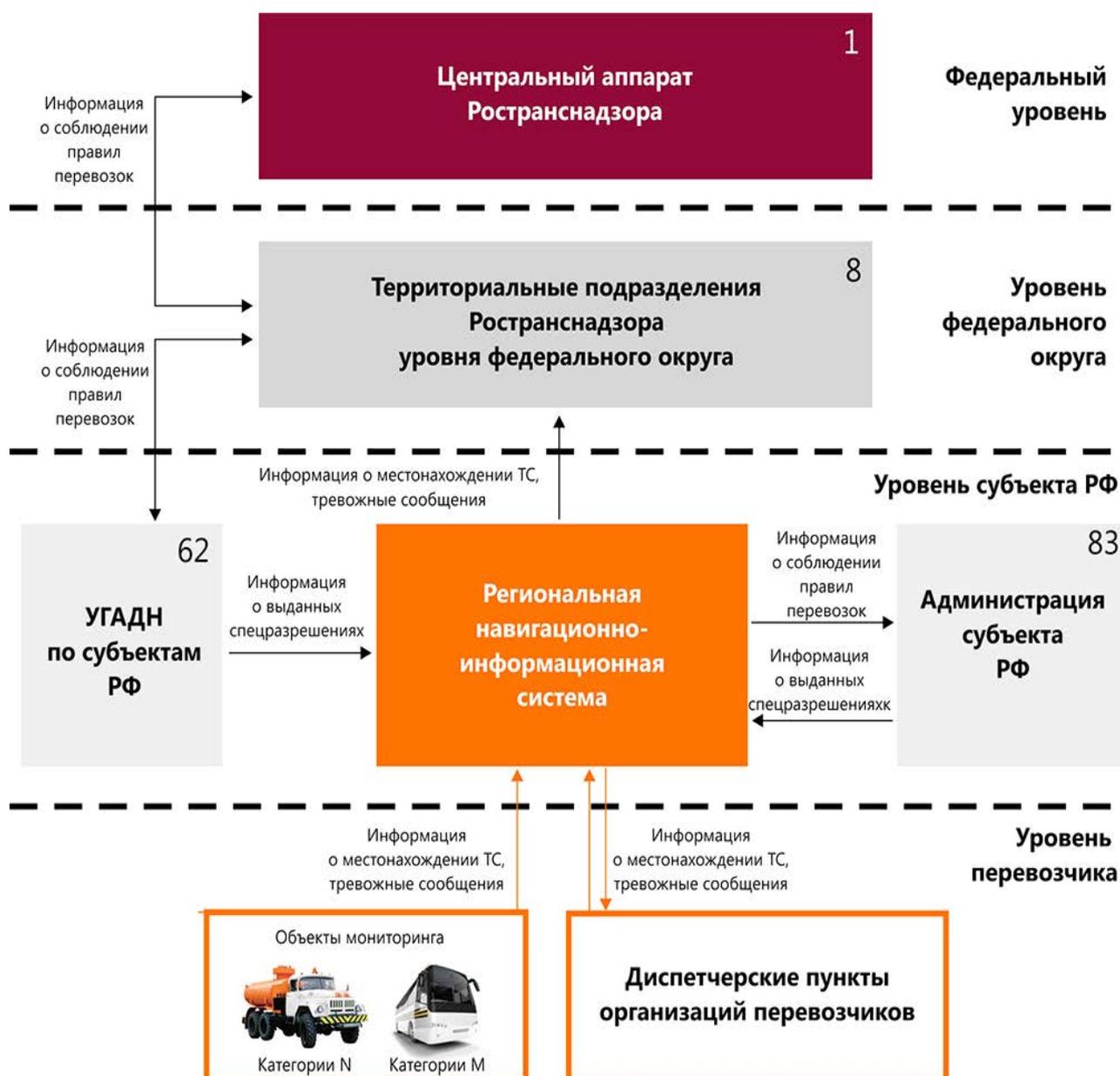


Рисунок 2 – Уровневая структура взаимодействий РНИС

- повышение эффективности реализации контрольно-надзорных полномочий в транспортном комплексе на территории субъекта Российской Федерации;

- внедрение технологий спутниковой навигации ГЛОНАСС на территории региона;
- интеграция с РНИС субъектов Российской Федерации в целях создания единого навигационного пространства на территории Российской Федерации.

Перечисленные цели лежат в общем русле современных концепций управления транспортным комплексом. Эти цели присутствуют и в Транспортной стратегии Российской Федерации на период до 2030 г., утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации

от 22 ноября 2008 г. N1734-р и в Изменениях, которые вносятся в транспортную стратегию Российской Федерации на период до 2030 г., утвержденных распоряжением Правительства Российской Федерации от 11 июня 2014 г. N1032-р [4].

Задачи, требующие решения

Для достижения указанных целей необходимо решить следующие задачи:

- подключение к РНИС транспортных средств и осуществление их мониторинга;
- взаимодействие с диспетчерскими центрами служб экстренного реагирования при авариях «ЭРА-ГЛОНАСС» и системой обеспечения вызова экстренных оперативных служб по единому но-

меру «112» на территории субъекта Российской Федерации;

- обеспечение информационного взаимодействия с существующими и вновь создаваемыми навигационно-информационными системами на территории региона;

- обеспечение взаимодействия с автоматизированным центром контроля и надзора Федеральной службы по надзору в сфере транспорта (Ространснадзор);

- расширение спектра услуг в области навигационно-информационных технологий и повышения их качества для различных категорий потребителей на территории региона;

- обеспечение применения унифицированных подходов и решений в сфере внедрения и использования технологий спутниковой навигации ГЛОНАСС, в т. ч. при создании системы мониторинга и управления автомобильным транспортом на основе технологий спутниковой навигации ГЛОНАСС на территории региона.

Решение каждой задачи требует разработки самостоятельных программ, учитывающих региональные условия, уровень развития информационной и транспортной инфраструктуры региона. В соответствии с принципами проектного управ-

ления на каждую программу предусматривается ресурсное обеспечение.

Состав РНИС

РНИС состоит из (рисунок 3):

- единой платформы навигационных приложений;
- системы обеспечения информационной безопасности;
- подсистемы информационного обеспечения деятельности органов государственной власти;
- средств, обеспечивающих взаимодействие с внешними системами и подсистемами;
- подсистем РНИС, создаваемых как в обязательном порядке, так и по усмотрению региона.

Требования, предъявляемые к средствам взаимодействия в РНИС

Требования к средствам, обеспечивающим взаимодействие с внешними системами и подсистемами, утверждены Приказом Минтранса РФ от 1 февраля 2013 г. N19 «Требования к региональной информационно-навигационной системе субъекта Российской Федерации».

Средства, обеспечивающие взаимодействие с внешними системами и подсистемами, должны



Рисунок 3 – Состав РНИС [Источник: <http://space-team.com/rnis/scheme>]

обеспечивать информационное взаимодействие подсистем РНИС с внешними и смежными информационными системами и включать в свой состав следующие основные элементы:

- телематическая платформа;
- интеграционная платформа;
- подсистема тестирования и диагностики.

Телематическая платформа должна обеспечивать сбор и предоставление потребителям следующего минимального состава мониторинговой информации от подключенных транспортных средств:

- идентификационный номер абонентского телематического терминала;
- географическая широта местоположения транспортного средства;
- географическая долгота местоположения транспортного средства;
- скорость движения транспортного средства;
- путевой угол движения транспортного средства;
- время и дата фиксации местоположения транспортного средства;
- признак передачи сигнала бедствия.

Интеграционная платформа обеспечивает информационное взаимодействие с ведомственными системами мониторинга, диспетчерскими системами перевозчиков, информационными региональными системами по утвержденным регламентам информационного обмена.

Подсистема тестирования и диагностики должна обеспечивать реализацию следующих функций:

- тестирование абонентского терминала и подключение его к аппаратно-программным комплексам РНИС с включением информации об абонентском терминале в базу данных РНИС;
- подготовка данных для оформления и выдачи владельцу транспортного средства документа, подтверждающего оснащение транспортного средства абонентским терминалом;
- диагностика бортового оборудования, установленного на транспортные средства.

Подсистемы РНИС

РНИС имеет модульную структуру, позволяющую наращивать функциональные возможности по мере возникновения потребностей в них. В базовый состав функциональных подсистем наиболее часто входят:

- Подсистема мониторинга и диспетчерского управления транспортными средствами, осуществляющими перевозки пассажиров на территории региона, а также в межрегиональном сообщении.

- Подсистема мониторинга транспортных средств, осуществляющих перевозки школьников на территории региона.

- Подсистема мониторинга транспортных средств, осуществляющих перевозки специальных и опасных грузов на территории региона, а также в межрегиональном сообщении.

- Подсистема мониторинга транспортных средств, осуществляющих перевозки крупногабаритных и тяжеловесных грузов на территории региона, а также в межрегиональном сообщении.

- Подсистема мониторинга транспортных средств жилищно-коммунального хозяйства региона.

- Подсистема мониторинга транспортных средств скорой медицинской помощи региона.

- Подсистема мониторинга транспортных средств, закрепленных в установленном порядке за органами исполнительной власти региона и подведомственными им организациями, органами местного самоуправления муниципальных образований, находящихся на территории региона.

- Геоинформационная подсистема.

- Подсистема мониторинга и управления дорожной техникой на территории региона.

В случае необходимости в структуру РНИС включаются иные подсистемы. Это создает необходимую гибкость РНИС и функциональное разнообразие.

Функции подсистемы мониторинга пассажирских перевозок

Подсистема мониторинга и диспетчерского управления транспортными средствами, осуществляющими перевозки пассажиров и багажа на территории региона, а также в межрегиональном сообщении, работает на основе использования технических средств и технологий ГЛОНАСС/GPS.

Данная подсистема предназначена для осуществления автоматизированного дистанционного мониторинга транспортных средств, осуществляющих перевозку пассажиров и багажа на территории региона и в межрегиональном сообщении, ведения единого реестра маршрутов и остановочных пунктов на территории региона, в т. ч. для передачи информации в автоматизированный центр контроля и надзора Федеральной службы по надзору в сфере транспорта (Ространнадзор), в целях обеспечения безопасности и повышения качества перевозок пассажиров и багажа, а также повышения эффективности контроля за исполнением государственных и муниципальных контрактов по перевозке пассажиров и багажа на территории региона.

Подсистема должна обеспечивать выполнение следующих функций:

- автоматизация и диспетчеризация деятельности в сфере пассажирских перевозок;
- автоматизация планирования работы транспортного комплекса в сфере пассажирских перевозок;
- автоматизация оперативного управления и контроля транспорта, осуществляющего пассажирские перевозки;
- мониторинг текущего местоположения и состояния транспортных средств по предприятиям и видам транспорта;
- сбор и обработка информации, необходимой для обеспечения контроля и анализа пассажиропотоков;
- мониторинг и анализ качества транспортного обслуживания населения;
- автоматизированный учет транспортной работы;
- получение и формирование отчетов о работе диспетчеров по транспортным предприятиям и по транспортному комплексу в целом;
- формирование сводной отчетности;
- своевременное доведение информации до экстренных оперативных служб о возникновении чрезвычайных ситуаций и террористических актов при перевозке пассажиров.

Совмещение данной подсистемы с результатами геоинформационной подсистемы дает возможности визуализации процесса перевозки пассажиров и работы пассажирского транспорта в реальном времени не только для должностных лиц, но и для любого человека через Интернет [5].

Участники РНИС

Процесс функционирования и использования РНИС заключается в информационном взаимодействии участников.

Участниками РНИС являются:

- Собственник РНИС – регион в лице уполномоченного органа исполнительной власти региона, ответственного за создание, эксплуатацию и развитие РНИС региона.
- Поставщики информации в РНИС – владельцы транспортных средств, осуществляющие их подключение к РНИС.

Поставщики информации в РНИС:

- обеспечивают передачу телематических данных от бортового навигационно-связного оборудования до программного обеспечения телематической навигационно-информационной платформы РНИС;
- представляют оператору РНИС региона информацию, необходимую для осуществления

мониторинга и диспетчеризации транспортных средств;

- получают и используют в своей деятельности информацию о функционировании транспортных средств посредством web-доступа к данным телематического сервера или специализированного программного обеспечения.

- пользователи РНИС – субъекты, получающие и использующие навигационные данные. Пользователями РНИС являются: исполнительные органы государственной власти региона и подведомственные им организации; органы местного самоуправления муниципальных образований, расположенных на территории региона, и подведомственные им организации; иные организации различных форм собственности; Федеральная служба по надзору в сфере транспорта (Ространснадзор); иные федеральные органы государственной власти, их структурные подразделения и (или) подведомственные им организации; физические лица.

- оператор РНИС – уполномоченная организация;

- обеспечивает бесперебойное функционирование РНИС;

- осуществляет эксплуатацию РНИС;

- оказывает техническую поддержку пользователям РНИС;

- предотвращает несанкционированный доступ к информационным ресурсам РНИС и (или) передачу информации, содержащейся в РНИС, лицам, не имеющим права на доступ к такой информации;

- обеспечивает защиту информации РНИС.

Оператор РНИС определяется в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации, утверждается нормативным актом высшего исполнительного органа государственной власти региона.

Роль РНИС в усилении возможностей региональной логистики

РНИС является информационным инструментом региональной логистики и в целом национальной логистики. Основой выстраивания логистической деятельности в регионе является региональный информационно-аналитический центр логистики (РИАЦЛ) [6, 7, 8].

Состав функций РИАЦЛ зависит от региона и может включать:

- согласование и координация стратегического и тактического логистического планирования и управления с органами исполнительной власти в регионе;

- координация работы транспортных, логистических фирм и посредников;

- внедрение эффективной логистической технологии «justintime» (JIT) в перевозочном процессе и операциях физического распределения;
- координация работ с региональными информационно-аналитическими центрами в плане информационного обеспечения работы РЛС;
- унификация и стандартизация систем документации, используемых в логистическом процессе, широкое внедрение стандарта EDIFACT;
- сертификация транспортных и других логистических услуг в соответствии с отечественными и международными стандартами (в частности, серии ISO 9002);
- проведение контроля и инспектирования деятельности логистических предприятий, организаций и предпринимателей;
- подготовка и переподготовка персонала высшего и среднего менеджмента по логистике;
- координация обучающих программ по логистике;
- анализ и прогнозирование основных региональных грузо- и пассажиропотоков;
- мониторинг рынка транспортно-логистических услуг.

Построение системы управления региональной логистикой начинается с организации межфирменной кооперации. Эта фаза направлена на создание партнерских отношений между предприятиями – участниками логистической системы. На этапе организации системы решается комплекс задач, связанный с установлением договорных отношений между предприятиями, выбором формы организации кооперационных отношений, выработкой системы целей кооперации, определением ролей, ответственности и правил взаимодействия.

Участники логистического процесса получают логистические услуги на принципах аутсорсинга через логистических посредников или третьей стороны логистики – 3PL провайдеров. При этом региональная логистическая система должна обеспечивать взаимодействие и координацию действий пользователей и провайдеров. Системная интеграция участников РЛС в рамках регио-

нальной логистической системы открывает новые возможности в области стратегического планирования экономики региона и в области предоставления логистического сервиса для пользователей как РЛС, так и РИАЦЛ.

Список литературы

1. Постановление Правительства Российской Федерации от 21 декабря 2012 г. N 1367 г. Москва «Об утверждении Правил предоставления и распределения в 2013-2014 гг. субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на информационно-навигационное обеспечение автомобильных маршрутов по транспортным коридорам «Север-Юг» и «Восток-Запад». – URL: www.rg.ru/2012/12/24/sever-yug-site-dok.html (дата обращения: 21.01.2015).
2. Распоряжение Правительства РФ от 21 июня 2013 г. N 1042-р О распределении субсидий, предоставляемых в 2013-2014 гг. из федерального бюджета бюджетам субъектов РФ на информационно-навигационное обеспечение автомобильных маршрутов по транспортным коридорам «Север-Юг» и «Восток-Запад».
3. Корпоративный сайт СТ Холдинг, ООО (SpaceTeam® холдинг). – URL: www.space-team.com (дата обращения: 21.01.2015).
4. Транспортная стратегия Российской Федерации на период до 2030 г. – URL: rosavtodor.ru/storage/b/2014/06/24/trans_strat.pdf (дата обращения: 21.01.2015).
5. Носов, А. Л. Оценка качества работы городского пассажирского транспорта // Вопросы новой экономики. – 2014. – № 4 (32). – С. 80-86.
6. Носов, А. Л. Региональная логистика. – М: «Альфа-Пресс», 2007. – 168 с.
7. Носов, А. Л. Логистика: учебное пособие. – М.: Магистр, 2014. – 183 с.
8. Носов, А. Л. Стратегия и проекты развития региональной логистики / А. Л. Носов. – Киров: КОГУП «Кировская областная типография», 2006. – 160 с.

ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА

Ситуационное моделирование реализации непростого логистического решения в новых управляющих системах

Д. С. Щербаков,

докторант Ростовского государственного экономического университета,
кандидат экономических наук,
г. Саров
E-mail: shcherbakov@iiqem.org

Realization of Not Simple Logistics Decision Situational Modeling under New Control System

D. S. Shcherbakov

В статье предлагается оригинальный метод дискретно-событийного моделирования реализации непростого логистического решения в сфере наукоемкого производства. Обсуждается возможность использования новых управляющих систем для выявления глубоко скрытых закономерностей жизнедеятельности инновационного предприятия. Рассматривается алгоритм машинного имитационного эксперимента с замкнутой моделью регуляризации системных действий в условиях динамической неравновесности.

Ключевые слова: надпроизводственная структура, «эффективная» корпоративная функция, ситуационное моделирование, переходный системный анализ, силовая глобализация.

The paper proposes an original method for discrete-event simulation of making tough logistics decisions in the field of knowledge-intensive production. One discusses the possibility of using external control systems to detect deeply hidden patterns of an innovation enterprise's livelihoods. One considers an algorithm for machine simulation experiment with a loop model of regularization systemic actions in dynamic disequilibria.

Key words: shadow structure, «effective» corporate function, situational modeling, intermediate system analysis, forced globalization.

В настоящее время метод дискретно-событийного моделирования позволяет «имитировать» бизнес-процессы для различной входной информации и агрегировать многофакторную статистику, однако все изменения в картах состояний процессов интерпретируются аналитиком интуитивно, в то время как оценка поведения субъектов принятия управленческих решений на глобальном уровне осуществляется во внешних управляющих системах. Кроме того, всегда присутствует ряд общих ограничений на возможность изменения самой структуры бизнес-процессов и учета всего множества факторов и системных связей. Актуальным остается разработка новых подходов, которые позволяют объединить возможности дискретно-событийного моделирования и аналитических процедур для выявления скрытых закономерностей функционирования

инновационных предприятий, обусловливания системных ограничений, а также существенно упростить методы оценивания вариантов моделей логистики.

Методом, позволяющим решить поставленную проблему, является ситуационное моделирование, поскольку, в отличие от статического проектирования, отображает динамику бизнес-процессов не только на стадии проектирования, но и функционирования и развития. Предметом исследования становятся проблемы, связанные с анализом, структурированием, оптимизацией и проверкой функционирования динамических систем и информационных потоков. Ситуационное моделирование реализации непростого логистического решения может обеспечить высокую эффективность процессов выработки стратегий и сценариев управления операциями на основе

анализа и интерпретации реагирования ситуационной модели на регулирующие воздействия и задержки.

В системе наукоемкого производства, как и в любой сложной системе, показатели, характеризующие устойчивое состояние активных элементов системы, изменяются во времени. Некоторые из показателей на временном интервале, в течение которого исследуется система, могут практически не изменяться. Подобные показатели имеют прямое воздействие на контролируемые параметры. Показатели, которые значительно изменяются во времени, и эти изменения фиксируются в процессе опережающей диагностики, в терминологии переходного системного анализа называются факторами влияния. Показатель задержки, характеризующий стабильность работы всех элементов системы, также может незначительно изменяться во времени или оставаться неизменным.

Набор показателей устойчивого развития предприятия, с одной стороны должен включать ключевые элементы – этапы/процессы жизненного цикла разработки нового продукта: планирование, исследование, конструирование, технологическая подготовка, опытное производство, серийное производство на всех уровнях системы наукоемкого производства. С другой стороны, т. к. эти этапы являются подсистемами социально-экономической системы, должны быть установлены кибернетико-эксергетические показатели этих подсистем: показатели устойчивого состояния, вектор регулирующего воздействия и, в обязательном порядке, контролируемый параметр обратной связи, т. к. это является рамочным условием при построении модели регуляризации логистического решения.

Цикл нового управления представляет собой один из феноменов, разнонаправленных взаимодействий, которые осуществляются в контуре обратной связи. С целью форсирования темпов мировой динамики и формирования опережа-

ющей реакции системы наукоемкого производства в условиях динамической неравновесности выделен в качестве контролируемого параметр цикл/задержка в разработке нового продукта. Концепция жизнеспособной системы наукоемкого производства с обратной связью дает возможность не требовать высокой точности значений параметров, т. к. в таких системах влияния различных факторов сбалансированы: отклонения, связанные с изменением одного из факторов, часто демпфируются возникающими изменениями других факторов. Определить грубость системы к изменениям факторов влияния можно путем имитационного эксперимента и анализа модели. Сбор и обработка необходимой для реализации непростого логистического решения информации следует за доказательством необходимости большей точности параметра.

До последнего времени выполнение сложных научно-технических работ предполагало тщательное прогнозирование спроса на материалы и изделия внешней поставки для всего жизненного цикла изделия, т. к. от этого зависела устойчивость развития предприятия. Создание же системы реализации непростого логистического решения предполагает совместное решение двух задач: оптимального выбора номенклатуры закупок экспериментального и лабораторного оборудования на заданный период времени с учетом факторов влияния и оптимального формулирования бизнес-правил подачи заявок на поставку материально-технических ресурсов для обеспечения непрерывного функционирования системы наукоемкого производства. Система реализации непростого логистического решения может быть представлена в виде модели регуляризации соединенных контурно и охваченных обратной связью двух элементов моделируемой системы, взаимосвязанных между собой (рисунок 1). Модель реализации непростого логистического решения должна содержать совокупность представлений



Рисунок 1 – Принципиальная схема моделирования непростого логистического решения

о свойствах и закономерностях процессов проектирования, обеспечения функционирования и развития инновационного предприятия, построенную в результате обобщения и синтеза теории и практики логистико-ориентированной организации производства.

Базовый методический принцип нового управления состоит в отображении проектного решения в виде управляемой модели и последующем динамическом эксперименте ее функционирования с подключением интеллектуальной обратной связи. Ситуационное моделирование имеет характер квазициклического процесса. Алгоритм ситуационного моделирования позволяет перейти от номинального описательного проектирования объектов дискретного производства к динамическому анализу логистических решений и непосредственному распространению их в сфере наукоемкого производства.

Имитационный эксперимент может быть реализован с помощью вычислительных алгоритмов машинного обучения. В существующих методиках не имеется единого универсального алгоритма построения модели непростого логистического решения. Такой алгоритм может включать в себя ряд шагов:

1. определение – представление ключевых параметров информационного потока, который предполагается рационализировать;
2. измерение – определение максимальных диапазонов приемлемости ключевых параметров и среды измерения отклонений этих параметров;
3. разработка – разработка и описание проекта логистического инжиниринга с ориентацией на внутреннюю среду инновационного предприятия;
4. анализ – анализ разработки на предмет возможности опережающего отклика на вызовы глобальной среды;
5. совершенствование – распространение альтернативных вариантов процессов;
6. контроль – обеспечение устойчивости улучшений параметров процессов.

По результатам оценки и интерпретации экспериментов в зависимости от полученных выводов происходит либо прекращение эксперимента и оценка результатов, либо целенаправленное изменение параметров модели и продолжение испытаний с новыми входными параметрами. Основной целью ситуационного моделирования реализации непростых логистических решений является получение актуальных характеристик устойчивых состояний прототипа на основе системного анализа результатов имитационных экспериментов и искусное их использование в инновационной деятельности.

Надпроизводственная структура, с помощью которой достигается эта цель, известна в литературе по менеджменту как система управления, основанная на «эффективных» корпоративных функциях (внутренний предиктор) [1] (рисунок 2). Внутренний предиктор на предприятии может быть организован на базе отдела конъюнктурных исследований. Его ключевая особенность состоит в том, что посредством него не производится никаких изделий и не оказывается никаких услуг заказчикам.

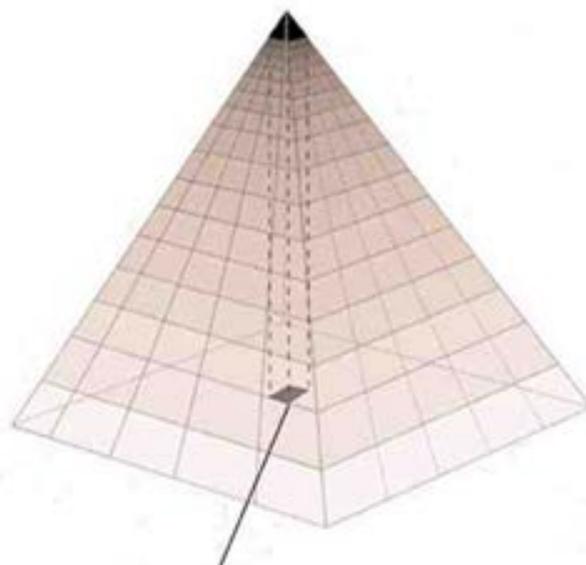


Рисунок 2 – Место внутреннего предиктора в пирамиде иллюзорного управления

В рыночной экономике руководство предприятия концентрировало свои основные усилия на организации конъюнктурной работы всех структур и подсистем обеспечения и т. п. Глобальная среда, нестабильная и динамичная по своей сути, кардинально меняет контекст жизнедеятельности предприятия. Оно призвано постоянно мобилизовывать новые способности для того, чтобы не просто выживать, но и развиваться. Желание упреждающе меняться выступает главным условием решения этих непростых задач.

Уяснение сущности тонкой настройки бизнес-процессов на конкретном предприятии, вброс новых ментальных моделей и их обусловливание составляют содержание функционирования механизма нового управления. Внутренний предиктор несет ответственность за обнаружение внешних изменений и трансформацию системы управления соответственно новым условиям. Он призван обеспечить жизнестойкость предприятия, что в условиях силовой глобализации (целеориентирования) означает сохранение за ним статуса прогрессивного и жизнеспособного.

Структура внутреннего предиктора определяется задачами, которые он способен решать. В самом примитивном виде его состав включает сенсоры, датчики и актуаторы, которые улавливают изменения состояния функциональных подсистем инновационного предприятия. Принципиально важным условием является то, что конъюнктурная информация обрабатывается и оценивается в системе логистической поддержки жизненного цикла разработки нового продукта. Говоря о целеориентировании внутреннего предиктора, следует отметить, что в виде расчетной базы показателей инженерии систем в рамках оперативного планирования и в качестве базовой информации для диспозитивного и тактического планирования, показатели, имеющие характер индикаторов опережающего реагирования, многими предприятиями использовались уже давно. Но в данном случае речь идет о реструктурировании информационных и энергетических связей между внешней средой, предприятием и внутренним предиктором, а также между этим предиктором и акторами глобальной среды, т. е. о формировании принципиально нового по своему назначению механизма, обеспечивающего самоорганизацию и новое качество динамики.

Интеллектуальная обработка информации в целеориентированной системе корпоративного управления (глобальном предикторе) возможна при обусловливании предельных значений (границ) изменения показателей инженерии систем, если значение определенного показателя-индикатора стремится перейти установленные границы, то глобальному предиктору поступают предупреждающие сигналы. Внутренний предиктор на основе супер-ЭВМ связан с высокопроизводи-

тельной корпоративной системой управления наукоемким производством, что дает возможность с помощью аналитических процедур определять воздействие внезапно наступившего события или уже реального развития процесса на отдельные прогнозы и цели инновационного предприятия.

Глобальные инженеры сегодня справедливо полагают, что движущей силой нового управления становится противоречие между предприятием и глобальной средой, неравновесность и динамизм которой ведут к ослаблению или полному отсутствию сигналов [2]. Вероятность возникновения странных явлений повышается, что увеличивает степень риска и вынуждает принимать непростые решения вне циклов конъюнктуры. Поэтому для обеспечения устойчивости инновационного предприятия к возмущающим воздействиям нового управления и разрабатываются типовые информационные системы взаимодействия с глобальной средой, гарантирующие опережающую реакцию системы управления на изменения в ней. Новое управление понимается как система логистической поддержки жизненного цикла разработки нового продукта, функционирующая в противоречии с глобальной средой и внешним информационным полем, определяющими условия и возможности развития.

Список литературы

1. Van der Erve, M. Resonant Corporations. – New York: McGraw-Hill, 1998. – 142 p.
2. Kanninen, T. Crisis of global sustainability. – New York: Routledge, 2013. – 188 p.
3. Doherty, C. Situation (Whitechapel: Documents of Contemporary Art). – Massachusetts: The MIT Press, 2009. – 238 p.

Современный маркетинг и менеджмент

Внутриорганизационный маркетинг

В. И. Беспятых,

заведующий кафедрой экономики и менеджмента

Вятского социально-экономического института,

доктор экономических наук, профессор,

заслуженный деятель науки РФ,

г. Киров

E-mail: v.bespyatyh2011@yandex.ru

Internal marketing

V. I. Bespyatikh

В статье рассматриваются проблемы и предпосылки внедрения системы внутриорганизационного маркетинга на предприятиях потребительской кооперации. Авторы предлагают методологический подход к оценке эффективности его внедрения. Определяется взаимосвязь внешнего и внутриорганизационного маркетинга.

Ключевые слова: маркетинг, внутриорганизационный маркетинг, конкурентоспособность, потребительская кооперация.

In this article the author handles the problems and preconditions of the system of internal marketing at the enterprises of consumer's cooperative societies. The author offers a methodological approach to the evaluation of effectiveness of its implementation. The relation of the external and intra-marketing is determined.

Key words: marketing, internal marketing, competitiveness, consumers cooperative societies.

В научной литературе внутриорганизационный маркетинг рассматривается часто как применение философии и методов традиционного маркетинга по отношению к персоналу фирмы. Вместе с тем теоретическое осмысление и методология оценки эффективности внутриорганизационного маркетинга в большинстве публикаций по исследуемой проблеме отсутствует, что делает его использование на практике затруднительным. При высокой степени изученности вопросов, связанных с организацией маркетингового управления, ориентированного на внешних клиентов, практически отсутствуют специальные исследования, посвященные разработке концепции управления, способствующей установлению тесных экономических, технических и социальных связей и созданию маркетинговой системы взаимодействия внутри компании и со всеми заинтересованными в ее работе группами.

Концепция внутриорганизационного маркетинга появилась впервые в литературе по вопросам маркетинга услуг, а позже в книгах по управлению сервисом зарубежных авторов George W. R., Gronroos S., Normann R., Heskett J. L.,

Gummesson E., Berry, где отмечалось, что в промышленном маркетинге и маркетинге услуг свойственно «отношение к маркетингу как к процессу взаимодействия в социальном контексте, основой которого является построение системы партнерских отношений». Свое кардинальное значение как элемент маркетингового управления концепция смогла обрести только в связи с маркетинговым управлением в сфере услуг, поскольку условием успешного развития компаний в ожесточенной конкурентной борьбе становится качество предоставляемых товаров и услуг, искреннее желание персонала оказать качественную услугу. Компании с высоким уровнем обслуживания получают свой статус, перенаправив стратегическое видение услуги внутрь себя, осознавая потребность во внутренних программах маркетинга. Можно выделить три основных этапа становления концепции внутриорганизационного маркетинга:

Первый этап (Thompson, Sasser, Arbeit, Berry, Parasuraman). Все внимание исследователей на начальном этапе было сфокусировано на удовлетворенности персонала. Внутриорганизационный

маркетинг рассматривается как привлечение, обучение, мотивирование и удержание персонала за счет создания рабочих условий, удовлетворяющих его. Основные недостатки такого подхода: нарушение принципов маркетинга при снижении значения внешних потребителей по отношению к внутренним; несоответствие внутреннего продукта желаниям работника, оказание давления с целью его одобрения; значительные, трудноокупаемые финансовые затраты на удовлетворение персонала стали основными предпосылками второго этапа развития концепции.

Второй этап (Gronroos). Внимание фокусируется на создании потребительской ориентации у персонала путем координации между контактным и поддерживающим персоналом больше, чем через удовлетворение и мотивирование персонала.

Третий этап (Winter, George, Glassman). На этом этапе роль внутриорганизационного маркетинга стала более ясной и значительной, поскольку он становится межфункциональным объединяющим механизмом внутри организации, связывающим маркетинговые и кадровые функции, в результате чего кадры становятся ресурсом для маркетинговых функций. Внутриорганизационный маркетинг рассматривается как технология, используемая для достижения целей организации. Он становится процессом, посредством которого персонал узнает о ценности программ и о своем месте в них.

Внешняя среда обуславливает важность удовлетворения нужд потребителя, что требует изменений в системе управления на основе концепции внутриорганизационного маркетинга. Сознательное воздействие на поведение сотрудников организации повышает их компетенции и стимулирует маркетинговую ориентацию коллектива. Внутриорганизационный маркетинг, возникающий для повышения эффективности внешнего маркетинга, должен превратить принцип «ориентации на потребителя» в смысл деятельности всей организации. Будучи по совместительству специалистами по маркетингу, сотрудники должны работать на маркетинговых принципах, чтобы взаимоотношения с клиентами складывались положительным образом и на долгий срок. Им должна заниматься вся компания, каждый сотрудник, а не только «профильный» отдел (если он существует).

Здесь возникает необходимость подчеркнуть различия между понятиями управление персоналом и внутриорганизационный маркетинг. При определении сущности управления персоналом мы исходим из положения о том, что объектом является процесс целенаправленного взаимо-

действия и взаимовлияния работников в трудовой деятельности организации как открытой системы. С точки зрения целевой характеристики, управление персоналом рассматривается как целенаправленная деятельность работников подразделений системы управления персоналом, линейных и функциональных руководителей, которая включает разработку стратегии кадровой политики, концепцию управления персоналом, формирование и совершенствование системы управления человеческими ресурсами, выполнение процедур работы с людьми.

Цель развития персонала определяется как повышение образовательного и квалификационного уровней, создающих основу конкурентоспособности и устойчивости предприятия. Инструментом достижения этой цели служат качественные преобразования в организации в целом, привнесение в управление персоналом качественно новых элементов и связей, изменяющих содержание и характер трудовой деятельности и отношений работников. Внешняя среда обуславливает важность удовлетворения нужд потребителя, что требует изменений в системе управления на основе концепции внутриорганизационного маркетинга, которая базируется на признании взаимосвязей и взаимозависимостей организации с окружающей средой, а также в активизации внутреннего потенциала в достижении целей организации за счет раскрепощения энергии подчиненных, в создании благоприятной атмосферы в коллективе и повышения культуры делового общения.

Основной идеей маркетинга является ориентация на клиента, под которой понимается систематическое выявление, анализ и оценка его ожиданий, их воплощение в реальный объект для установления долгосрочных взаимовыгодных связей. Предпосылка рыночного успеха организаций заключается в учете интересов внешних клиентов и собственных сотрудников. В этом случае внутриорганизационный маркетинг становится не только условием ориентации на клиента, но и ее результатом.

Объектом исследования внутриорганизационного маркетинга являются внутренние клиенты организации, которые, в условиях усложнения требований внешних клиентов, должны быть ориентированы на эффективное обслуживание. Но пока сотрудники морально не готовы к этому, слабо проявляется их рыночная ориентация и клиентоориентированность. Возникают психологические барьеры, т. к. не было возможности приобрести навыки поведения в условиях ориентации на клиента. Для преодоления человеческих барьеров, возникающих при ориентации

на клиента, внутриорганизационный маркетинг приобретает особую роль, которая заключается в формировании и развитии системы условий, позволяющих удовлетворить потребность в труде внутренних потребителей организации – сотрудников.

Таким образом, предлагается следующее определение: внутриорганизационный маркетинг – это система условий, удовлетворяющих потребность в труде внутренних потребителей организации, формирующих их клиентоориентированность с целью удовлетворения внешних потребителей.

Комплексируемая, сложная потребность в труде внутренних клиентов вызывает сложную реакцию работодателя. Для установления отношений внутри компании, направленных на мотивацию персонала и установление отношений с конечным потребителем, нужно удовлетворять потребность персонала в труде. Но ограничиться только этим – значит исключить из маркетинга главный его смысл – конечных потребителей, поэтому инвестируя средства в развитие и созревание у сотрудников потребности в труде, работодатель предъявляет и определенные требования к их компетенции. Наличие и развитие компетенций сотрудников оказывает влияние на отношение к труду и через формирование клиентоориентированности на удовлетворение внешних потребителей.

Интерпретация и анализ результатов исследования будут представлены на примере работы предприятий системы потребительской кооперации Кировской области. Следует отметить, что, несмотря на положительную динамику показателей хозяйственно-финансовой деятельности, предприятия системы потребительской кооперации вынуждены искать новые направления развития, более активно действовать для сохранения и увеличения своей доли рынка в связи с усилением конкуренции.

Авторский подход заключается в том, что формирование клиентоориентированности сотрудников организаций осуществляется путем развития следующих элементов внутриорганизационного маркетинга: миссия, традиции, история фирмы; имидж организации; подбор, обучение и повышение квалификации персонала; организационная структура, должностные обязанности; стандарты качества обслуживания; мотивация персонала, оценка работы; информация, коммуникации; лояльность персонала; внутренний PR. При внедрении внутриорганизационного маркетинга для повышения эффективности деятельности организаций потребительской кооперации нужно ответить на два основных вопроса:

- реализация системы внутриорганизационного маркетинга в полном объеме или поддержание и развитие отдельных его элементов;
- выделение структурного подразделения, занимающегося внутриорганизационным маркетингом, или наделение этими функциями отдельного сотрудника.

Авторы считают необходимым реализацию внутриорганизационного маркетинга в виде комплексной концепции, при формировании и внедрении которой будут развиты все выделенные элементы. Целесообразность такого подхода заключается в том, что каждый элемент в большей или меньшей степени влияет на удовлетворенность потребности в труде сотрудников, формирование их лояльности и клиентоориентированности. Выпадение одного из элементов, при нежелании уделять ему достаточного внимания, может свести к минимуму усилия, потраченные на формирование, поддержание и развитие других.

Для подтверждения эффективности проведенного исследования по внедрению и совершенствованию внутриорганизационного маркетинга разработана экономико-математическая модель взаимосвязи предмета и объекта данного научного исследования, определяющая, что необходимо предпринимать на этапах хозяйственной деятельности организации в сфере потребкооперации в процессе внедрения. Рассматривая организации в сфере потребкооперации как систему (рисунок 1) достижения приемлемых значений показателей прибыльности (конечно, организации потребительской кооперации сложно рассматривать только с позиции получения прибыли, ведь они являются некоммерческими, но прибыльность не рассматривается как коммерческий результат, поскольку дает финансовый ресурс на развитие), следует отметить, что способность системы производить при ее изменении (и при изменении условий ее функционирования – внедрения внутриорганизационного маркетинга) больший экономический эффект, чем в других условиях, а также реализация этой способности – есть главный показатель влияния внутриорганизационного маркетинга на конечные результаты деятельности организации в сфере потребкооперации. Иными словами, речь идет об эффективности изменения и реализации деятельности при внедрении внутриорганизационного маркетинга.

При рассмотрении этой проблемы в динамическом аспекте эффективность изменений выявляется путем сопоставления их с исходными, начальными условиями функционирования организаций в сфере потребкооперации. Достоинство этого метода состоит в возможности оперативного анализа множества вариантов внутри марке-



Рисунок 1 – Организация внутриорганизационного маркетинга как система достижения прибыльности

тинговых действий и выбора на этой основе наилучшего. Особенно это применимо к управлению внутриорганизационным маркетингом, который является основной точкой соприкосновения организации с ее окружением – внешними клиентами. Эффективность этого процесса зависит в большей степени от доступности постоянной информационной связи между рынком и организациями потребительской кооперации, что позволяет каждой конкретной организации судить о ее положении на рынке и оценивать возможности новых (модифицированных) действий.

Для построения экономико-математической модели динамики процесса внутриорганизационного маркетинга как комплексного инструментария последовательного интеграционного процесса использованы две экономико-динамические задачи маркетинга: «внутриорганизационные процессы» и «рыночная ориентация организации». При этом учитывается тот факт, что предприятия потребительской кооперации по структуре затрат и прибылей идентичны между собой.

Преобразования, проведенные в ходе использования модели, позволяют связать воедино изменение параметров в любой период внедрения и тем самым получить неразрывность функции, описывающей изменение обстановки в организации потребительской кооперации через удовлетворенность персонала, которая преобразуется в уравнение следующего вида (1):

$$C_i = kJ_0 (Q_i + Q_0) t / L^4, \quad (1)$$

где C_i - валовой доход от процессов внутриорганизационного маркетинга при использовании его компонент в заданный период внедрения;

k - передаточный коэффициент, учитывающий характер процесса внедрения внутриорга-

низационного маркетинга в организации потребительской кооперации (для предприятий Кировской области он может быть принят 0,002-0,0006, для других регионов 0,01-0,007, т. к. потребительская кооперация там развита на меньшем уровне (по данным «Годового отчета потребкооперации России));

J_0 - интенсивность внедрения внутриорганизационного маркетинга в организации потребительской кооперации;

L - величина относительной удовлетворенности персонала функциями внутриорганизационного маркетинга;

Q_0 и Q_i - соответственно удовлетворенность персонала в начале внедрения внутриорганизационного маркетинга и через некоторое время;

t - время внедрения внутриорганизационного маркетинга в организации потребительской кооперации.

Данное уравнение позволяет оценить результативность внутриорганизационного маркетинга, т. к. оно полностью приняло в себя основные закономерности, описанные в модели. Оно может считаться базовым по выявлению показателей мероприятий внутриорганизационного маркетинга не только предприятий потребительской кооперации, но и схожих с данными предприятиями.

Результаты моделирования показывают три разновидности вариантов развития внутриорганизационного маркетинга: с высокой степенью удовлетворенности, со средней, и – неудовлетворенностью высокая (рисунок 2). Из рисунка виден разброс удовлетворенности от 0 до 9 баллов по 10-ти балльной шкале, преобладание неудовлетворенности очевидно. Группа от 0 до 3 – малое количество с высокой степенью удовлетворенности, группа от 3 до 6 и группа от 6 до 9 – неудовлетворенность высокая. Размер шариков адекватен количеству человек.

Удовлетворенность

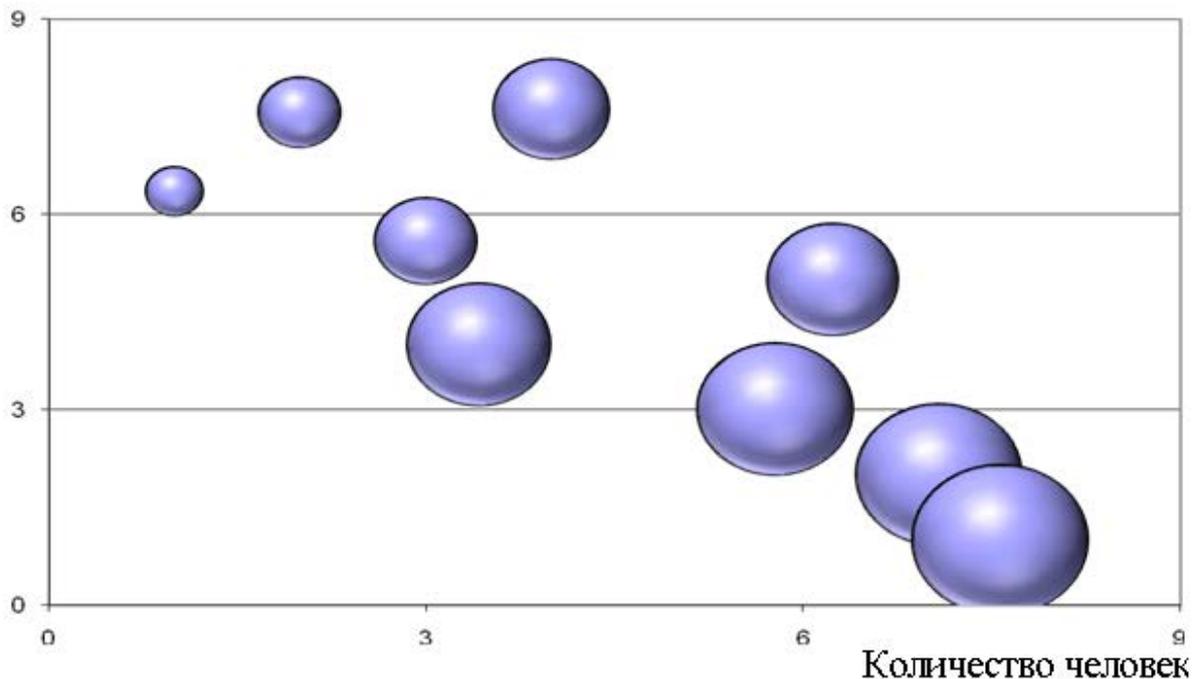


Рисунок 2 – Удовлетворенность организацией внутриорганизационного маркетинга по статистическим данным потребительской кооперации Кировской области (до внедрения)

На рисунке 3 представлена удовлетворенность организацией внутриорганизационного маркетинга по данным, просчитанным с помощью модели по потребительской кооперации Кировской области (в результате развития внутриорганизационного маркетинга).

Группа от 4 до 5 – количество с высокой степенью удовлетворенности. То есть в интервале средней удовлетворенности находится весь персонал, нет завышенных ожиданий и нет неудовлетворенных внутриорганизационным маркетингом сотрудников – это оптимальный результат, по-другому, всегда есть группа неудовлетворенных сотрудников. Размер шариков адекватен количеству человек с одинаковым коэффициентом удовлетворенности.

Экономико-математическая модель взаимосвязи предмета и объекта проведенного исследования, формализующая причинно-следственные связи между факторами внутриорганизационного маркетинга и внешней средой, доказывает его эффективность, определяя возможности организаций потребительской кооперации достигать большего экономического эффекта при внедрении и совершенствовании внутриорганизационного маркетинга. Результатом является развитие удовлетворенности потребителей и, как следствие, получение прибыли, ведь она на конкурентном рынке (в долгосрочной перспективе)

как стратегический аспект будет зависеть от лояльности потребителей.

При практической реализации внутриорганизационного маркетинга сложной проблемой является выявление взаимосвязи традиционного внешнего маркетинга и внутриорганизационного маркетинга, что возможно посредством выявления взаимосвязи между удовлетворенностью внутренних и внешних потребителей. Данная задача решается нами комплексным путем. Используемая методика опирается на проведение следующих исследований:

1. Исследование удовлетворенности внутренних потребителей предприятий потребкооперации (инструмент опроса – анкета, экспертные оценки).
2. Исследование удовлетворенности покупателей предприятий потребкооперации и внешних партнеров – поставщиков по аналогичной методике.
3. Проведение сравнительного анализа полученных результатов.
4. Установление наличия связи или ее отсутствия по каждому показателю или по группе показателей.

В качестве гипотезы мы можем предположить, что улучшение внутриорганизационных показателей (например, улучшение условий труда, повышение заработной платы, продвижение по службе и т. п.) напрямую влияют на уровень

Удовлетворенность

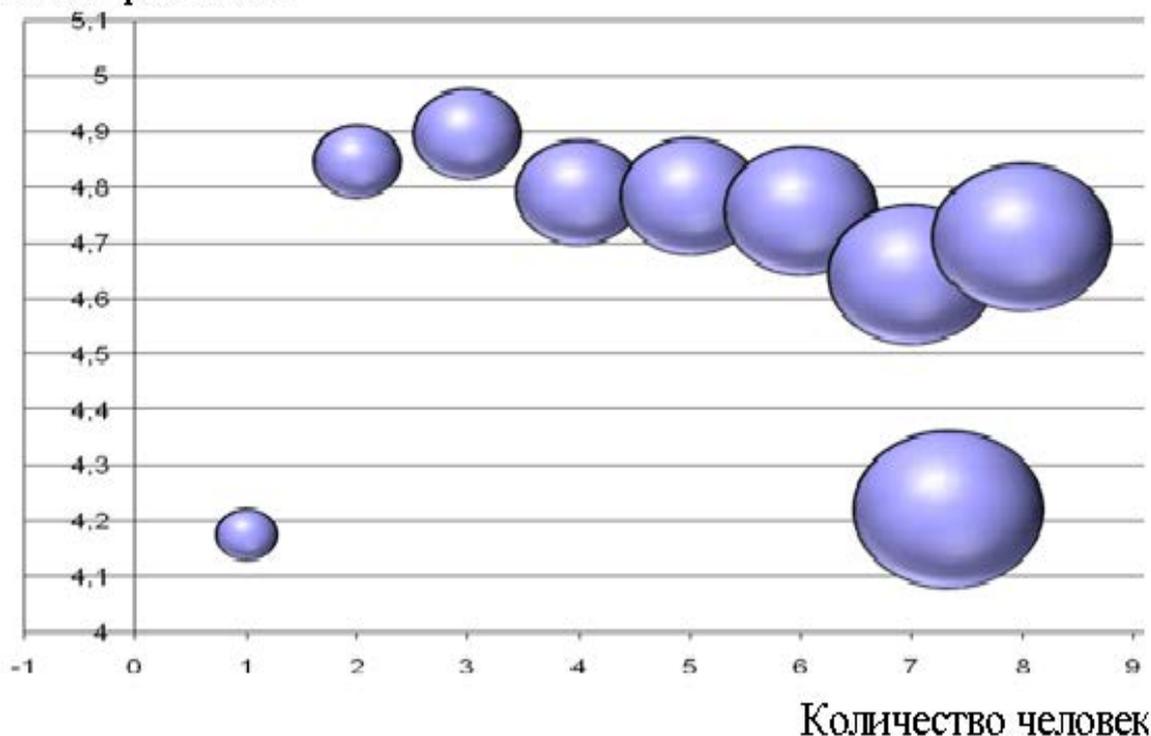


Рисунок 3 – Удовлетворенность организацией внутриорганизационного маркетинга по данным, просчитанным с помощью математической модели по потребительской кооперации Кировской области (в результате его совершенствования)

обслуживания и, как следствие, на удовлетворенность внешних потребителей предприятий потребкооперации.

Анализ результатов исследования может выявить прямую или косвенную взаимосвязь удовлетворенности внешних и внутренних потребителей предприятий потребкооперации, а может показать отсутствие таковой связи. С целью наглядного представления сравнительных результатов исследований оценка удовлетворенности приведена к пятибалльной шкале. Поэтому результаты исследований могут быть сравнимы и сопоставимы.

При проведении исследования за основу взяты результаты опроса персонала организации потребительской кооперации, экспертная оценка элементов внутриорганизационного маркетинга на предприятиях потребительской кооперации. Опрос проводился методом случайной выборки. Для расчета значения показателей также применялся индекс, являющийся обобщенным показателем, сформированным из исходных оценок посредством математических операций. Нами были проведены опросы покупателей и поставщиков потребительской кооперации практически по тем же пунктам, по которым были проведены исследования персонала предприятий потребкооперации.

Оценивая важность показателей, определяющих мнение об уровне обслуживания (рисунок 4), в организациях потребительской кооперации респонденты определили в качестве наиболее значимых показателей желание помочь потребителю, вежливость и компетентность сотрудников. Говоря о режиме работы, можно отметить, что для потребителей он удобен; и в сельской, и в городской местности розничные магазины, предприятия общественного питания начинают работу рано (как правило, с 7.00) и в вечернее время пропускают потребительский поток, кроме того многие предприятия потребительской кооперации в городе работают круглосуточно.

Далее респондентов просили оценить степень удовлетворенности показателями деятельности предприятий потребительской кооперации при покупке товаров (рисунок 5).

Анализ полученных данных позволяет сделать вывод, что наиболее удовлетворяющим внешних потребителей показателем является месторасположение организаций потребительской кооперации, что объясняется следующим: в городе они располагаются на центральных улицах, характеризующихся наибольшим объемом потребительского потока, в сельской местности часто являются единственными, предлагающими потребителям

необходимые товары. Также потребители удовлетворены ассортиментом предлагаемых товаров, ведь организации потребительской кооперации предлагают широкий ассортимент колбасных, хлебобулочных, кондитерских и иных изделий, товаров первой необходимости, бытовой химии, тканей и т. д. Наряду с традиционными методами продажи (продажа через прилавок) применяются и методы самообслуживания в открываемых организациями потребительской кооперации супермаркетах. В то же время потребители не удовлетворены качеством обслуживания, которое часто бывает ниже, чем у организаций других форм собственности, частных предпринимателей.

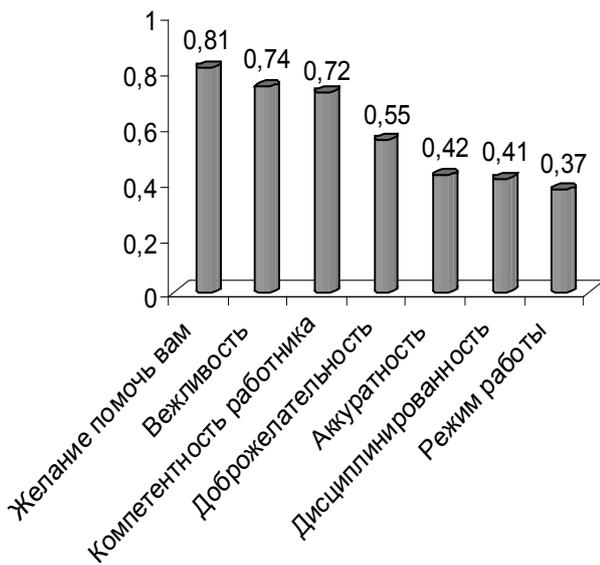


Рисунок 4 – Важность показателей, определяющих мнение об уровне обслуживания в организациях потребительской кооперации

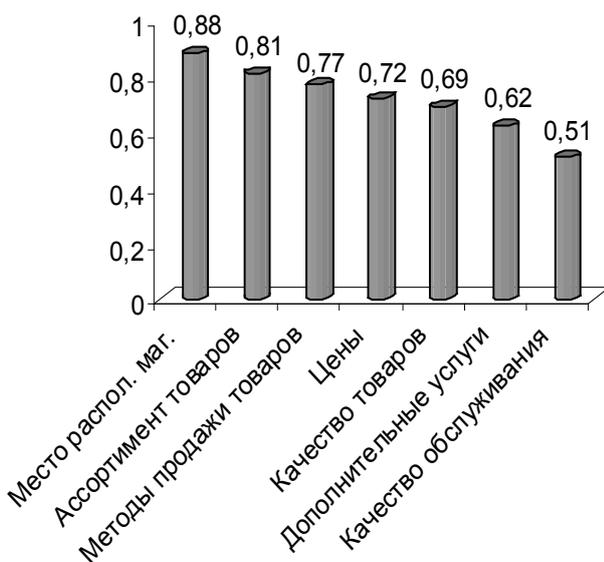


Рисунок 5 – Степень удовлетворенности показателями деятельности предприятий потребительской кооперации при покупке товаров

Внешние потребители, приходящие в организации потребительской кооперации часто бывают не только потребителями товаров, но и поставщиками, сдавая овощи, выращенные на приусадебном участке, дикорастущие плоды, ягоды и т. д. В этом случае значимыми для них будут уже другие факторы. Оценивая степень удовлетворенности показателями предприятий потребительской кооперации при сдаче продукции в магазин или на базу, респонденты выявили наиболее значимые из них (рисунок 6).

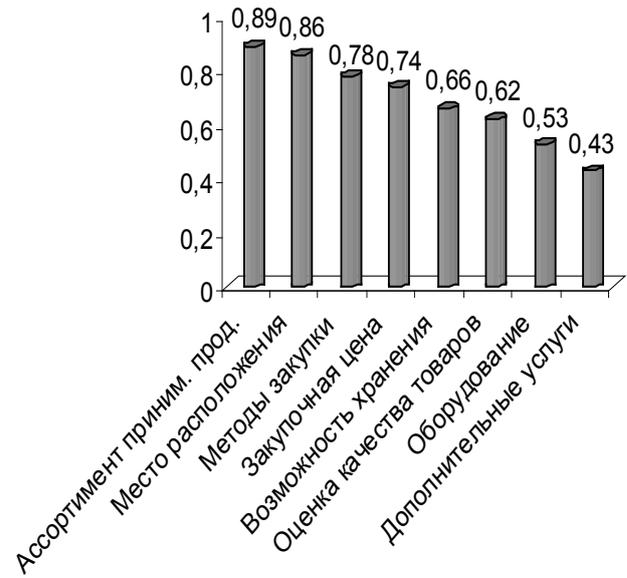


Рисунок 6 – Степень удовлетворенности показателями предприятий потребительской кооперации при сдаче продукции в магазин или на базу

Поставщики удовлетворены ассортиментом принимаемого сырья, сельскохозяйственной продукции, местом расположения баз и приемных предприятий, методами закупки, поскольку расчет за сданные товары происходит быстро и на месте. В то же время оборудование, используемое в процессе приемки сырья, часто бывает устаревшим, нет возможности получения дополнительных услуг со стороны принимающей организации, поэтому данными показателями работы предприятий потребкооперации при сдаче продукции в магазин или на базу поставщики не удовлетворены.

Три разноплановых исследования позволили свести воедино общую картину по оценке удовлетворенности внешних и внутренних потребителей потребительской кооперации и вскрыть наличие и отсутствие взаимосвязи между их удовлетворенностью. Сравнительный анализ результатов исследований позволил выявить следующую закономерность (рисунок 7).

Среднестатистическая величина оценки исследования определялась по методу Гаусса, с отбра-

сыванием случайных значений и определением среднеарифметической величины всех присвоенных значений как в оценке персонала собственной удовлетворенностью сложившихся производственных отношений, так и при экспертной оценке, а также при оценке внешними потребителями влияния внутриорганизационной ситуации на предприятиях потребкооперации на удовлетворенность покупателей и поставщиков. Некоторая сложность при этом заключалась в объективности оценки со стороны внешних потребителей, т. к. последние могли выступать в двух ролях: покупатель и поставщик одновременно. Однако в этом и заключается основная особенность работы потребительской кооперации, и мы сознательно не выделяли респондентов с разной ролью взаимоотношений с работниками кооперации.

Обработанная информация, представленная как график оценочной шкалы одинаковых факторов, влияющих на удовлетворенность внутренних и внешних потребителей потребкооперации, позволяет сделать следующий ряд заключений:

1. Общая оценка удовлетворенности по всей шкале по разным факторам существенно различается, а, значит, одинаковые изменения во внутриорганизационных отношениях могут привести к разной степени удовлетворенности как внешних, так и внутренних потребителей. Однозначно не прослеживается прямая взаимосвязь между удовлетворенностью внешних и внутренних потребителей, оценки в среднем разные, но выявляются общие тенденции относительно некоторых факторов.



Примечание: Сплошная линия – экспертные оценки. Точечная линия – данные результата опроса внешних потребителей. Пунктирная линия – данные результата опроса внутренних потребителей.

Рисунок 7 – Сравнительная оценка удовлетворенности внешних потребителей при изменении основных факторов внутриорганизационных отношений внутренних потребителей потребкооперации

2. Одинаково высокую оценку ставят респонденты фактору «Отношения с руководством и сослуживцами». Обусловлено это, по-видимому, тем, что подобные отношения ожидаются и по отношению ко всем участникам потребительских отношений.

3. Экспертные оценки практически все имеют среднее значение, что выражает прагматическое направление деятельности предприятий потребкооперации и ее направленность на эксклюзивность работы на рынке в неконкурентных условиях. Экспертные оценки весьма сдержанны и показывают, что ожидания удовлетворенности внешних потребителей от изменения внутриорганизационных отношений при отсутствии альтернативы во внешней среде – нереальны.

4. Внешние потребители весьма негативно рассматривают увеличение свободы в работе сотрудников потребкооперации, что вполне логично, т. к. это ограничит их свободу. Не верят в собственную удовлетворенность от получения льгот и социального пакета работниками потребкооперации. Их мало убеждает профессиональный рост данных работников в возможности своей удовлетворенности, что также объяснимо особенностью работы потребкооперации, в которой могут возникнуть немонетарные отношения.

5. Потребителями потребкооперации недооценивается фактор «психологический климат в коллективе», естественно он способен влиять на уровень удовлетворенности, однако в сельской местности предприятия потребкооперации малочисленны, чаще всего в штате магазина несколько работников. Также невысоко оценивается фактор «самостоятельность в принятии решений», в малочисленных пунктах при возможности немонетарных расчетов слишком высок уровень самостоятельности, который может стать источником конфликтов, что отражается на уровне удовлетворения. В городе возможность решить проблемную ситуацию на месте, при наделении работника большими полномочиями и свободой в принятии решений, приводит к удовлетворению внешнего потребителя, ускоряя процесс обслуживания.

Возникающие особенности и принципиальные отличия внутриорганизационных отношений в организациях потребкооперации от обычных предприятий выявились при проведении анализа взаимосвязи удовлетворения внутренних и внешних потребителей. Они имеют следующие первопричины.

При приобретении товаров, услуг предприятий потребкооперации, расположенных в сельской местности, где торговые точки часто единичны, слабая конкуренция и невелика возможность

выбора и сравнения, результатом удовлетворения внешних потребителей может считаться приобретение необходимого товара по доступной цене. В условиях же конкурентной среды крупного населенного пункта, при прочих равных условиях, товар приобретается по выгодной (наименьшей) цене.

В то же время приобретение у населения ресурсов (продуктов) сельского производства подсобных хозяйств или сбора лесных, луговых и прочих угодий приводит к появлению удовлетворенности противоположного свойства, которым может считаться получение выгоды от эксклюзивности продукта. То есть сложность взаимосвязей внешнего потребителя с организацией потребкооперации налицо, он может являться одновременно и покупателем и поставщиком данного предприятия. Таким образом, внутрипотребительской кооперации возможно возникновение немонетарных взаимосвязей, когда «покупка» нужного товара осуществляется посредством «продажи» предприятию нужного сырья.

Немонетарные взаимодействия требуют особых знаний и навыков, т. е. обладания определенными компетенциями, что выделяет из прочего множества продавцов, именно работников потребкооперации. Удовлетворенность собственной деятельностью таких специалистов напрямую зависит от степени регламентированности и контроля со стороны. Личное взвешивание предлагаемых решений, их оценка, учет различных показателей как материального, так и нематериального свойства, выявление выгоды сделки – это искусство предпринимательства, которое может проявить рядовой работник потребкооперации.

Из проведенных исследований становится очевидным, что удовлетворение внешних потребителей для предприятий потребкооперации является источником получения прибыли. Прибыль дает финансовую возможность для развития предприятий и соответственного повышения уровня материального поощрения работников – внутренних потребителей. Поэтому косвенная взаимосвязь удовлетворения внешних и внутренних потребителей существует, что особенно проявляется на предприятиях потребительской кооперации, где ситуация усугубляется сложностью и эксклюзивностью взаимоотношений между внешними и внутренними потребителями. Повышение эффективности внешнего маркетинга при развитии внутриорганизационного даст организациям любых сфер деятельности значительные шансы на укрепление своих рыночных позиций через формирование лояльности сотрудников, ориентированных на удовлет-

ворение внешних клиентов, достижение целей организации, что доказано на примере предприятий системы потребительской кооперации. Гибкая организационная адаптация, реализация эффективного внешнего маркетинга возможны при внедрении и развитии внутриорганизационного маркетинга, направленного на удовлетворение внешних клиентов посредством удовлетворения потребности в труде внутренних, координации внутренних переменных, с целью формирования и развития ответных реакций на воздействия среды.

Разработка методики осуществлена аспиранткой Лебединцевой Е. С. под научным руководством автора статьи.

Список литературы

1. Беспярых, В. И., Беспярых, А. В. Адаптация систем управления в условиях модернизации экономики // Вопросы новой экономики. – 2012. – № 4. – С. 80-83.

2. Котляревская, И. В. Маркетинг: удовлетворение и развитие потребностей / И. В. Котляревская / Екатеринбург, УрГУ. – 1997. – 152 с.

3. Лебединцева, Е. С. Уровень удовлетворенности персонала / Е. С. Лебединцева // Управление персоналом. – 2007. – № 9. – С. 75-78.

4. Новаторов, Э. Д. Аудит внутреннего маркетинга методом анализа важность-исполнение

[Электронный ресурс] / Э. Д. Новаторов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2000. – № 1.

5. Ранде, Ю. П. Удовлетворенность и лояльность персонала как главные показатели эффективности внутреннего маркетинга / Ю. П. Ранде // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. – № 3. – С. 61-69.

6. Роздольская, И. В. Маркетинговая активность кооперативных предприятий в сфере услуг / И. В. Роздольская // Маркетинг услуг. – 2005. – № 2. – С. 11-15.

7. Соловьева, Ю. П. Внутренний маркетинг как элемент рыночной ориентации организации / Ю. П. Соловьева // Маркетинг в России и за рубежом. – 2005. – № 6. – С. 3-8.

8. Тарасова, Т. Социальная миссия потребительской кооперации как фактор повышения эффективности ее хозяйственной деятельности / Т. Тарасова // Деловой вестник «Российской кооперации». – 2005. – № 6. – С. 34-36.

9. Чемезов, И. С. Диагностика фазы развития предприятия: методика и результаты исследования / И. С. Чемезов, Э. В. Кондратьев // Вестник МарГТУ. – 2010. – № 3. – С. 41-54.

10. Theopold, S. Internal marketing: review on a broadened concept and its operationalization [Электронный ресурс] / S. Theopold, M. Schacherer DBA Anglia Business School, Research Paper 2, 2002. – URL: www.schacherer.de (дата обращения: 15.05.2015).

Совершенствование методов описания бизнес-процессов, используемых в практике управленческого консультирования

С. М. Казанцева,

профессор кафедры менеджмента, маркетинга и логистики
Тюменского государственного университета,
доктор экономических наук,
г. Тюмень
E-mail: siv_ksm@mail.ru

Improving Methods for Describing Business Processes Used in the Practice of Management Consulting

S. M. Kazantseva

В статье рассмотрены методы описания бизнес-процессов, сделан вывод о недостаточности необходимого инструментария для практики управленческого консультирования. Предложен подход, разработанный автором на основе эмпирического опыта проведения консалтинговых проектов. В качестве базовой модели предложена модель Кано, которая для определения недостатков текущих бизнес-процессов дополнена подходом В. Вумека. Применение вышеизложенного инструментария возможно в любых консалтинговых проектах для организаций любых форм собственности.

Ключевые слова: бизнес-процесс, управление организацией, управленческое консультирование, инструментарий.

The article considers methods of business processes describing, a conclusion about lack of necessary tools for practice of managerial consulting has been made. The author proposes an approach based on the empiric experience for consulting projects. A model of Kano was proposed as a basic one that was added with V. Voomek's approach for determination of the current business processes. Appliance of the above mentioned tools is possible in any consulting projects, for organization of any kind of business.

Key words: a business-process, management of an organization, a management consulting, tools.

Практическая деятельность консультанта по управлению связана с постоянным поиском необходимых прикладных инструментов как для проведения диагностики деятельности организации, так и для описания бизнес-процессов.

Автор статьи продолжительное время занимался теорией проектирования организационных систем [1], однако сложность традиционных российских методик и ограниченность их использования, связанная с отсутствием объективной статистической информации, обусловили необходимость адаптации зарубежных инструментов к российской консалтинговой практике.

Авторская позиция предполагает понимание организации как совокупности бизнес-процессов, выходом которых является удовлетворение

потребностей потребителей. Подходы к подобному описанию бизнес-процессов многочисленны [2], однако при применении методов описания бизнес-процессов в эмпирической работе проблемой является необходимость описания бизнес-процессов для различных групп потребителей и гетерогенность потребностей внутри одной группы. Данное обстоятельство обуславливает частую подгонку бизнес-процессов под структуру организации, тем самым, сводя пользу от управленческого консалтинга к нулю.

Возникновение подобных проблем в практической работе консультанта по управлению (автор действительный член Национального института сертифицированных консультантов по управлению) [3], обусловило разработку инстру-

ментария описания бизнес-процессов на основе методов, применяемых для анализа потребительских предпочтений.

При разработке инструментария мы основывались на трех основных положениях:

1) эффективность тесно связана с адаптационными возможностями организации, и, соответственно, методы описания бизнес-процессов должны поддерживать механизмы саморегуляции [4];

2) организация выбирает направление самостоятельного развития;

3) выбранный метод должен обеспечивать организации стратегическое конкурентное преимущество.

Первое положение предполагает, что любой метод описания бизнес-процессов должен предполагать несколько вариативных результатов, при этом «идеальным» бизнес-процессом считается вариант, не требующий корректировки в течение года.

Важным обстоятельством, определяющим второе положение, является то, что достаточно большое количество организаций, особенно промышленных выбирают не самостоятельное развитие, а встраивание в действующую промышленную сеть, построенную по типу «солнечной системы (solar-system organization)». Множество внешних компаний подрядчиков (малых и средних предприятий) работают в поле головной фирмы-организатора, при этом компания-подрядчик выполняет определенную задачу или ответственна за часть бизнес-процесса и собственных бизнес-процессов часто не имеет.

Задачи, стоящие перед менеджментом компании после выбора того или иного пути развития различаются принципиально. При выборе пути самостоятельного развития ключевой вопрос, стоящий перед управлением: как продуктивно организовывать свою деятельность в условиях заданных и растущих требований к цене, качеству и срокам выполнения заказа. Выбор этого пути предполагает инвестиции в изменение системы управления. В начале XXI в. именно это обстоятельство способствовало спросу на консалтинговые проекты в области «бережливого производства» [5].

Основой третьего положения является понятие «фокуса конкуренции». Мы принимаем точку зрения А. И. Пригожина [6, с. 489], который различает достижения организации в виде:

1) внутренних достижений;

2) превосходных отличий фирмы от конкурентов, которые не заметны потребителям;

3) непосредственно конкурентных преимуществ, а именно тех достижений организации, которые заметны для потребителя.

Есть некоторые достижения, ценные качества организации, которые никому, кроме ее сотрудников, неизвестны. Например, квалификация персонала может проявляться в качестве услуг, а может быть, и не проявляться и даже снижать качество услуг. Более того, за счет более высокой заработной платы квалифицированного персонала при условии использовании на работах, не требующих высокой квалификации, организация может быть менее конкурентоспособна за счет высокой себестоимости.

Применение обозначенных положений в совокупности ставят перед консультантом сложную задачу поиска соответствующего инструментария. Большинство нотаций в этой сфере ориентировано, прежде всего, на IT-специалистов, они сложны для восприятия клиентов, не являющихся специалистами в этой сфере.

Разработка инструментария описания бизнес-процессов нами осуществлена на основе «модели Кано», которая применялась в маркетинге для определения ценности потребительских характеристик товара [7]. В модели выделяется пять типов эмоциональных реакций, при этом самым важным является определение базовых характеристик товара, без которых он не будет приобретен, и необязательных, за которые потребитель не готов платить. На данной модели основана продуктовая линейка Альтшулера И. Г. [8, с. 132] и многие другие методы.

В практике управленческого консультирования нами была использована идея этого метода при разработке карты бизнес-процессов организации. Для составления карты каждый этап бизнес-процесса последовательно описывается в разрезе:

1) Обязательных характеристик (стандарты, принятые в отрасли, к которым потребитель уже привык).

2) Требования к исполнению этих характеристик (принятые в отрасли нормы поведения, например, элитный магазин – обязательная встреча гостя, обычный – достаточно приветствия, это могут быть и требования к звуковому оформлению телефонного звонка, продолжительности типового разговора и даже возрасту отвечающего).

3) Характеристики, которые вызывают удивление (новое качество, стандарты обслуживания, которых еще нет у конкурентов и т. п.). Это пункт требует преактивной позиции, необходимо предугадать потребности, которых еще нет в явном виде. Наиболее содержательно идея выхода за границы принятых стандартов, при построении «идеальной» модели бизнеса показана, по нашему мнению, Ким Чаном У. Моборном Рене [9, с. 25-26]. В сложных случаях для активизации творческого

мышления менеджеров на этом этапе нами используется стратегическая канва данных авторов.

4) Характеристики, которых быть не должно (то, что воспринимается потребителем как негатив, зависит от отрасли и вида бизнеса). Важно понимать, что нежелательной может быть любая характеристика, даже которая считается в отрасли нормой. Например, возможно самообслуживание в элитном магазине, где нормой является персональное обслуживание. Чем детальнее будет описан этот раздел, тем привлекательнее конкурентные характеристики организации, когда даже при отсутствии покупки у клиента остаются приятные впечатления, которые в бизнесах с высокой транзитивностью увеличивают спрос.

5) Описание механизмов защиты от нежелательных характеристик. Механизм защиты от того, чего не должно быть работает как контрольная функция. В качестве одного из таких механизмов нами разрабатывались форма клиентской базы, созданная по критерию времени поиска информации о клиенте (не более одной минуты), система переадресации звонков на мобильный телефон директора при отсутствии ответа после четвертого сигнала и другие.

Итак, ценность для потребителя начинается на этапе, так называемого входа в бизнес-процесс. Бизнес-процесс проектируется как «идеальная» модель, ориентированная на максимальную ценность для потребителя. Работа проходит в виде последовательного осознания ценности для потребителя на каждом этапе. В качестве первоначального этапа (входа) в бизнес-процесс может быть взят звонок клиента в офис, посещение магазина, т. е. любой первичный контакт, который зависит от вида бизнеса.

Для одного медицинского учреждения это была информация на сайте, после просмотра сайта почти 75% потенциальных клиентов отказывались от посещения этого учреждения.

Алгоритм проработки каждого последующего этапа бизнес-процесса аналогичный. Очень важным считаем проработку последовательно всех этапов без исключения, работа эта очень трудоемкая, выполняемая в несколько итераций, поскольку часто этапы, которые кажутся понятными, упускаются. Например, часто упускается этап «оплата заказа», однако в одном из проектов было выявлено, что именно отсутствие терминала являлось причиной ухода к конкурентам почти 8% клиентов, удобство оплаты становится важным фактором выбора организации.

До описания бизнес-процессов обозначенным методом мы активно применяли анализ временных затрат по методу В. Вумека [10, с. 37]. Обозначенный анализ позволял наглядно пока-

зать клиенту потери времени и стоимостные потери, возникающие из-за ошибочного описания бизнес-процессов. Подход обозначенного выше автора предполагает фиксацию времени получения услуги (приобретения товара) и определения того, какую часть времени мы готовы оплатить (та часть, которая несет потребительскую ценность), т. е. определении ценности каждого этапа получения услуги (выполнения работ).

В таблице представлен шаблон, который мы используем при анализе бизнес-процессов организации «реальная модель» или «модель как есть».

Таблица – Шаблон таблицы «Временные затраты при анализе действующего бизнес-процесса»

№ п/п	Этап	Потребитель		
		Затраченное время, мин.	Время создания ценности, мин	Потери времени, мин.
1.				
	Затраты времени итого			
	Затраты времени, %	100		

При применении данного инструмента в собственной консалтинговой практике, время создания ценности для клиента составляет от 2% до 50% от затраченного им на приобретение товара, при этом в организации время работы сотрудников оплачено полностью, что значительно снижает производительность труда и увеличивает себестоимость текущего функционирования организации. Такая ситуация типична для ряда Российских организаций.

При сочетании модели Кано с подходом к анализу бизнес-процессов В. Вумека получается:

- 1) наглядная картина потерь в текущих бизнес-процессах;
- 2) видны направления воздействия (слабые места в организации бизнес-процессов);
- 3) описание идеального бизнес-процесса на основе модели Кано дополняется расчетом длительности процесса (по В. Вумеку), что в совокупности позволяет получить инструмент оперативного управления бизнес-процессом. Эти инструменты могут быть использованы организацией-клиентом самостоятельно.

Применение вышеизложенного инструментария возможно в любых консалтинговых проектах, для организаций любых форм собственности. Планируется широкое применение данного подхода в практике деятельности государственных и муниципальных организаций, которые также должны быть ориентированными на удовлетворение потребностей клиентов.

Список литературы

1. Казанцева, С. М. Промышленные организационные системы: тенденции развития, проектирование и оценка. – Тюмень: «Вектор Бук», 2004. – 260 с.
2. Лайкер, Дж. Дао Тойота: 14 принципов менеджмента ведущей компании мира. – М.: Альпина Бизнес Бук, 2006. – 400 с.
3. Вумек, Дж. Бережливое обеспечение. Как построить эффективные и взаимовыгодные отношения между поставщиками и потребителями. – М.: Альпина Бизнес Бук, 2006. – 264 с.
4. Иванов, М. А., Шустерман, Д. М. Организация как ваш инструмент: Российский менталитет и практика бизнеса. – 3-е изд. – М.: Альпина Бизнес Бук, 2006. – 392 с.
5. Ким Чан У. Моборн Рене. Стратегия голубого океана. – М.: НИППО, 2008. – 272 с.
6. Национальный институт сертифицированных консультантов по управлению. – URL: <http://smcussia.ru> (дата обращения: 17.01.2015).
7. Кей, М. Турбо-менеджмент: Эволюция, управление, поведение в неоднородной среде. – М.: Изд-во Института Психотерапии, 2003. – 277 с.
8. Пригожин, А. И. Методы развития организации. – М.: МЦФЭР, 2003. – 864 с.
9. Все о качестве. Зарубежный опыт. Вып. 54. Теория Кано о привлекательном качестве. Стандарты ИСО 14064 на парниковые газы. – М.: НТК «Трек». – 84 с.
10. Альтшулер, И. Г. Стратегическое управление на основе маркетингового анализа. Инструменты, проблемы, ситуации. – М.: Вершина, 2006. – 232 с.

Коммерческие посетители торговых выставок: классификация, сегментирование, особенности привлечения

К. В. Симонов,
главный менеджер ООО «РЛП-Ярмарка»,
кандидат экономических наук,
г. Москва
E-mail: kirill.kirsi@yandex.ru

Commercial Visitors of Trade Fairs: Classification, Segmentation and Features of Invitation

K. V. Simonov

Обозначена актуальность задачи по обеспечению высокой плотности активных коммерческих посетителей на торговых выставках. Перечислены основные направления действий организаторов по вовлечению посетителей в работу выставок. Выявлена и объяснена закономерность убывающей отдачи от масштаба деятельности по привлечению на выставки коммерческих посетителей. Предложен принцип классификации и распределения целевых посетителей по сегментам в зависимости от их ценности для выставки. Всё это позволяет выстраивать приоритеты работы с посетителями, что способствует рациональному и эффективному расходованию ресурсов организаторов выставок.

Ключевые слова: торговая выставка, организатор выставки, экспонент, коммерческий посетитель.

The article considers the goal actuality to provide a great number of active commercial visitors on trade fairs. The main directions of organizers' actions for the involvement of visitors in trade fairs activity are specified. Regularity of the decreasing return from the scale of activities for the attraction of commercial visitors to trade fairs is revealed and explained. The principle of target visitors classification and distribution by segments depending on their value for the fair is offered. All this allows to make the priorities of work with visitors that promotes rational and effective expenditure of trade fair organizer resources.

Key words: trade fair, trade fair organizer, exhibitor, buyer.

Введение

Торговая выставка – это массовое мероприятие, где на коммерческой основе демонстрируются и получают распространение товары, услуги, информация, и которое проходит в чётко установленные сроки, с определённой периодичностью и в заранее обусловленном месте [1, п. 2.2.2]. Выставки проводятся для содействия становлению и развитию отношений торгово-экономического сотрудничества.

Участниками торговых выставок являются экспоненты (предприятия, представляющие и оптом реализующие продукцию по теме выставки) и посетители (лица, прибывающие на выставку для осмотра экспозиции и ознакомления с демонстрируемыми образцами, сбора специальных

и коммерческих сведений, осуществления деловых контактов с экспонентами и организации закупок), а также все прочие присутствующие на выставках лица.

В качестве организаторов (устроителей) торговых выставок могут выступать специализированные компании, для которых деятельность по подготовке и проведению выставок является основной, а также органы исполнительной власти всех уровней, торгово-промышленные палаты (включая территориальные), межрегиональные и отраслевые ассоциации и др.

Деятельность организаторов, помимо набора и работы с экспонентами, всё в большей степени распространяется на привлечение на выставки посетителей.

Посетители делятся на специалистов и частных посетителей (представителей домашних хозяйств). Если последние приходят на выставку в личных целях (например, чтобы собрать сувенирную продукцию), то посетителями-специалистами движет деловой и профессиональный интерес. Их можно продифференцировать:

- VIP-персоны – это представители властных структур, отраслевых министерств и ведомств, торгово-промышленных палат, ассоциаций, союзов и объединений, а также общественных организаций, намеревающиеся ознакомиться с выставкой в целом;

- Эксперты – это профессионалы, интересующиеся достижениями отрасли (по которой проводится выставка), желающие получить информацию по некоторому кругу специальных вопросов, связанных с образцами определённой продукции и конкретными компаниями-экспонентами;

- Коммерческие посетители – это лица, прибывшие на выставку для осуществления закупок и заключения торговых сделок и с этой целью запланировавшие посещение конкретных экспонентов и проведение переговоров.

Коммерческие посетители и мероприятия по их привлечению на выставки

Присутствие на выставке коммерческих посетителей (среди которых крупные дистрибуторы, оптовики, владельцы розничных сетей, магазинов и др.) необходимо для решения одной из основных её задач – сбытовой. Они прибывают на выставку для поиска поставщиков и сбора коммерческой информации, весьма восприимчивы к деловым предложениям и в большинстве своём обладают правом принятия решений. Это мотивированные и серьёзные покупатели, затратившие определённое время и средства для осуществления визита на выставку. Они настроены на совершение сделок.

Однако сегодня наблюдается общая тенденция к снижению количества посетителей, которые, к тому же проводят на выставках всё меньше времени. В результате у экспонентов сокращаются возможности для B2B контактов. Принимая во внимание сказанное выше, а также вследствие обилия торгово-выставочных мероприятий, коммерческие посетители становятся все более ценными, а их вовлечение в работу выставок всё более сложным.

Задача организаторов выставок – обеспечить высокую плотность активных бизнес-посетителей на фоне роста стоимости и трудоёмкости их привлечения [2]. С этой целью реализуются комплексные программы специальных мероприятий широкого спектра, которые состоят в следующем:

- реклама и продвижение выставок в отраслевых и профессиональных изданиях, в интернете и СМИ;

- сотрудничество организаторов выставок с промышленными ассоциациями, отраслевыми союзами, профессиональными объединениями, государственными структурами и общественными организациями;

- персонализированное обращение к целевым посетителям и адресная доставка приглашительных билетов на выставку организаторами;

- организация рассылки приглашений целевым посетителям от лица экспонентов;

- предложение возможности on-line регистрации на сайте выставки с последующей автоматической отправкой электронного билета на её посещение;

- создание виртуальной платформы, используя которую, будущие участники могут заблаговременно запланировать переговоры и согласовать график рабочего взаимодействия на предстоящей выставке [3];

- проведение серии предшествующих выставке мероприятий (презентации, семинары, конференции и пр.) с участием ключевых экспонентов и целевых посетителей;

- организация на выставках в формате конгрессных мероприятий встреч специалистов для обмена знаниями, опытом и поиска решений [4, п. 45];

- проведение в рамках выставок специальных программ, направленных на создание благоприятной среды делового общения между участниками [5];

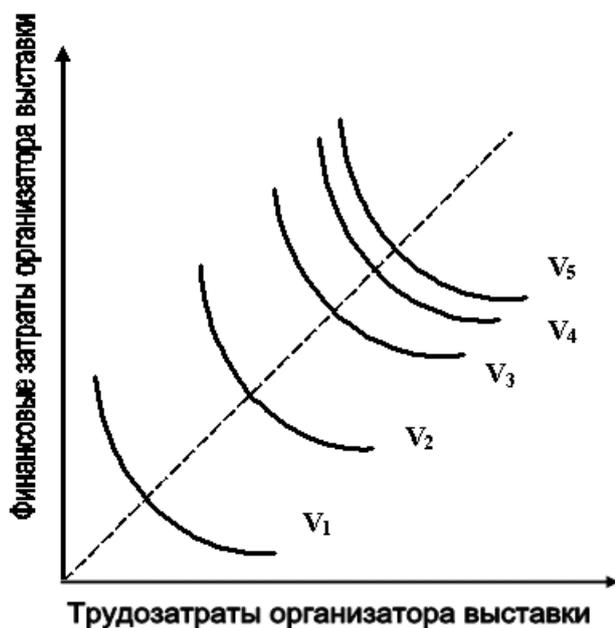
- доставка бизнес-посетителей на выставки за счёт организаторов [6].

Убывающая отдача от масштаба деятельности по привлечению на выставки коммерческих посетителей

Интенсивность усилий и объём ресурсов, затрачиваемых организаторами на привлечение практически равнозначных посетителей, делающих по результатам выставки приблизительно одинаковые по объёму закупки, могут быть весьма различными. Основная масса целевых посетителей принимает приглашение на выставку сравнительно благосклонно и заинтересованно. Однако с определённого момента на привлечение каждого последующего посетителя начинает уходить всё больше времени, сил и средств. Поэтому на какой-то стадии деятельность по «отработке» оставшихся потенциальных посетителей следовало бы свести к минимуму или вообще прекратить – иначе затраты не оправдают себя.

Описанный эффект объясняется тем, что число потребителей продукции той отрасли, которой посвящена выставка, какой бы крупной эта отрасль не была, всегда конечно. Поэтому предельно возможное количество посетителей изначально ограничено. Следовательно, приобретая очередного посетителя, организатор выставки уменьшает число оставшихся потенциально возможных. И чем меньше остаётся неохваченных заказчиков продукции отрасли, тем сильнее проявляется этот эффект.

Если трактовать имеющий место «феномен» с позиций Экономической теории производства, то следует сослаться на принцип «убывающей отдачи от масштаба» [7]. В данном случае убывающая отдача от масштаба – это ситуация, при которой сбалансированное наращивание количества затрачиваемых организатором выставки ресурсов на привлечение коммерческих посетителей приводит к всё меньшему приросту их численности. Иными словами, начиная с некоторого порога, количество посетителей увеличивается медленнее нежели затраты на их привлечение. Рисунок 1 иллюстрирует эту закономерность графически.



Условные обозначения: V1-V5 – число привлекаемых на выставку посетителей при различном количестве затрачиваемых на это ресурсов, $V_1 < V_2 < V_3 < V_4 < V_5$.

Рисунок 1 – Убывающая отдача от масштаба деятельности по привлечению на выставки коммерческих посетителей

¹ Здесь и далее использованы численные значения, которые достаточно хорошо, хотя только приблизительно, отражают ситуацию на большом количестве выставок.

В упрощённом варианте указанный эффект может быть понят на уровне общеизвестного правила «80/20». Его смысл заключается в следующем: 20% затрачиваемых усилий дают 80% результата.

Чтобы уменьшить влияние выявленной закономерности на эффективность работы организатора, для каждой выставки проводится анализ её целевой посетительской аудитории, который предполагает разделение посетителей на группы. Идея состоит в том, чтобы в первую очередь сконцентрировать внимание и ресурсы на той группе ожидаемых посетителей, которые обещают обеспечить основной результат работы выставки.

Классификация и распределение по сегментам коммерческих посетителей выставок

Проранжируем посетителей по трём наиболее важным параметрам.

1. Готовность делать покупки по результатам посещения выставки:

- Крупный байер, принимающий решения о больших оптовых закупках непосредственно на выставке (группа W). В составе этой группы топ-менеджеры, контактной информации которых нет ни в каких источниках; бизнесмены, лично встретиться с которыми помимо выставки, трудно; руководители, не подверженные влиянию интернет-рекламы и др.;

- Профессиональный покупатель, готовый заключать небольшие сделки прямо на выставке (группа U);

- Специалист по закупкам, прибывающий на выставку для сбора коммерческой информации, проведения переговоров и подготовки контрактов (группа Q).

В группу W отнесём 20% посетителей, у которых самые крупные контракты и объёмы закупок. Они обеспечивают экспонентам до половины всех продаж. В группу U поместим 50% посетителей, имеющих средние покупательские возможности и планы. Благодаря им у экспонентов осуществляется примерно 40% сбыта. В группе Q оказываются оставшиеся 30% посетителей, которые приносят экспонентам всего лишь 10% выручки¹.

2. По критерию регулярности участия в работе выставки можно отметить три типа посетителей:

- Постоянные посетители, которые не пропускают ни одной выставки (группа μ). Это наиболее многочисленная часть компетентной посетительской аудитории (до 60%). Именно она образует массовый деловой покупательский поток на выставку. Эти посетители хорошо известны друг

другу и отраслевому сообществу. Помимо организации закупок их намерения состоят в том, чтобы подтвердить в ходе выставки уже имеющиеся бизнес-связи и наработать новые деловые взаимодействия, отследить отраслевые тенденции и рыночные тренды, провести мониторинг коллег и конкурентов. Обычно они тщательно готовятся к выставке, заранее планируя свои визиты на стенды партнёров, загодя договариваясь о встречах и переговорах;

- Сезонные и бессистемные посетители составляют примерно 30% от общего числа (группа η);
- Новые посетители (их доля может достигать 10%) – это самая непредсказуемая группа, в которую входят зондирующие рынок иностранные компании, непрофильные фирмы из смежных отраслей, а также абсолютно новые и расширяющие свой ассортимент торговые предприятия (группа ξ).

3. По признаку сложности и проблемности² привлечения на выставку можно провести следующее разделение посетителей:

- группа Φ , доля которой примерно 70% от общего числа посетителей, не нуждается в особых приглашениях и многочисленных напоминаниях;
- группа Ψ , достигающая 20%, требует специальных акций со стороны организаторов и экспонентов;
- группа Ω , составляющая 10%, может прийти на выставку только на определённых условиях (например, за счёт организаторов).

Предположим, что корреляции между указанными группами отсутствуют. Тогда, совмещая результаты ранжирования, получаем 27 сегментов (подгрупп) посетителей, образующих представленную на рисунок 2 трёхмерную матрицу.

Предлагаемый подход помогает выбрать наиболее выгодных, важных и наименее трудных

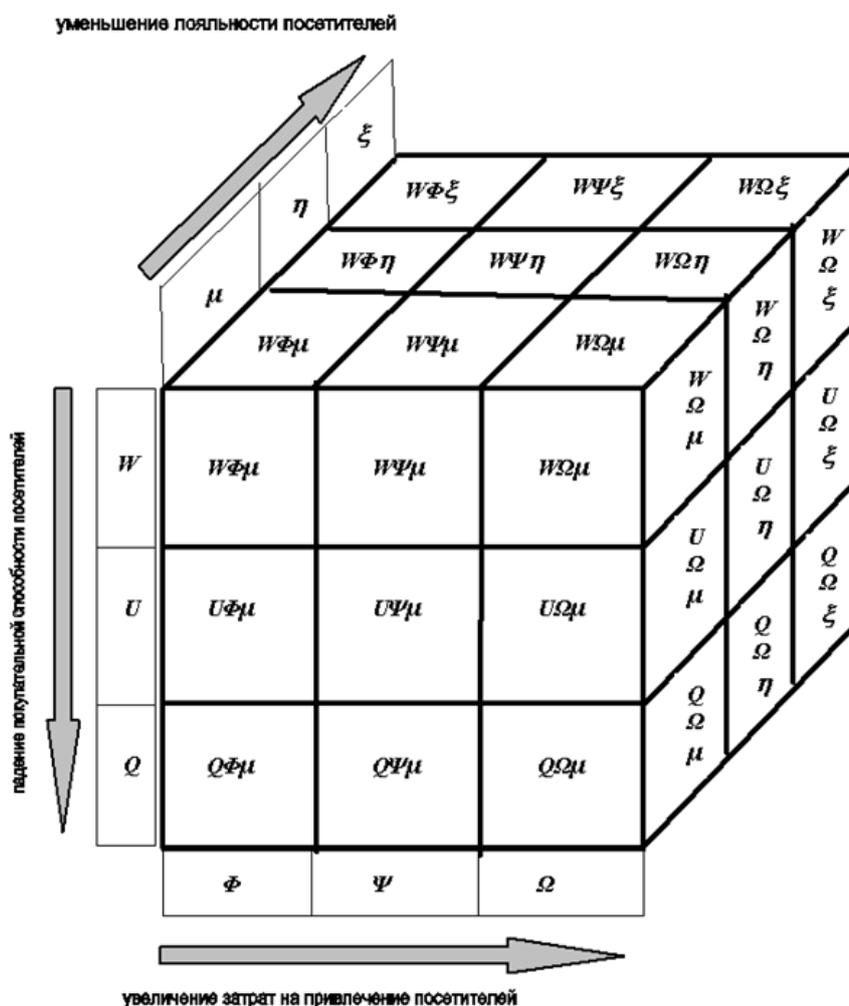


Рисунок 2 – Трёхмерная матрица распределения посетителей по сегментам в зависимости от приоритетности привлечения на выставку

² Под сложностью и проблемностью привлечения посетителя на торговую выставку подразумевается трудность работы с ним, обусловленная чрезмерной претенциозностью, необоснованной требовательностью, плохой восприимчивостью и т. п.

целевых посетителей, с которыми организаторам следует работать в первую очередь, а также выявить самых малозначимых и сложных, привлечение которых потребует приложения чрезмерных усилий, затрат ресурсов и времени.

Так наиболее значимой и удобной для работы будет подгруппа WФц. В неё входят самые беспроблемные посетители, совершающие крупные закупки по результатам выставки, причём регулярно в течение длительного времени. Из приведённых долевых соотношений следует, что таких «идеальных» посетителей на выставке около 10%. Организаторы всегда уделяют первоочередное внимание работе с посетителями из этого немногочисленного, но весьма существенного для успеха выставки сегмента.

Наименее важна и доставляет больше всего неприятностей подгруппа QΩξ, которую составляют посетители, покупающие мало и нерегулярно. Их доля меньше 1%. Некоторые организаторы отсекают эту группу.

Итак, сегментация посетительской аудитории позволяет хотя бы частично исключить лишние и неэффективные издержки и действия со стороны организаторов: неразумно затрачивать ресурсы на привлечение на выставки неплатёжеспособных, некомпетентных и непостоянных посетителей.

Выводы

1. Количество коммерческих посетителей на торговых выставках неуклонно снижается, и привлекать их становится всё труднее и дороже. Поэтому сегодня, как никогда остро, перед организаторами выставок встаёт задача обеспечения достаточной плотности активных бизнес-посетителей. С этой целью реализуются комплексные программы специальных мероприятий широкого спектра.

2. Начиная с некоторого порога, сбалансированное наращивание количества затрачиваемых организаторами выставок ресурсов на привлечение коммерческих посетителей приводит к всё меньшему приросту их численности. Поэтому на определённой стадии деятельность по «отработке» оставшихся потенциальных посетителей следует свести к минимуму или вообще прекратить, иначе затраты не оправдают себя.

3. Смысл анализа целевой посетительской аудитории, предполагающего разделение её на группы, состоит в том, чтобы организатор выставки мог сконцентрировать внимание и ресурсы в первую очередь на привлечении тех посетителей, которые обещают обеспечить основные продажи у экспонентов по результатам выставки. А также выявить самых малозначимых и проблемных посетителей, привлечение которых потребует приложения чрезмерных усилий, затрат ресурсов и времени, чтобы организатор мог заранее принять решение о целесообразности работы с ними.

4. Практический смысл сегментации коммерческих посетителей торговых выставок заключается в стремлении к правильной расстановке деловых приоритетов организаторами, а также в выборе первоочередных направлений их деятельности. Сегментация посетительской аудитории позволяет хотя бы частично исключить излишние и неэффективные действия со стороны организаторов.

5. Организаторы выставок применяют специальные подходы к каждой подгруппе посетителей, учитывающие их специфику.

Список литературы

1. Деятельность выставочно-ярмарочная. Термины и определения. ГОСТ Р 32608-2014. – М.: Стандартинформ, 2014. – 34 с.
2. Симонов, К. В. Современный экспобизнес: условия предпринимательства и управленческие технологии. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 656 с.
3. UFI Survey on matchmaking. – 2011. – URL: www.ufinet.org (дата обращения: 15.01.2015).
4. Конгрессная деятельность. Термины и определения. ГОСТ Р 53524-2009. – М.: Стандартинформ, 2010. – 21 с.
5. Приоритет – инновационным технологиям // Экспо Ведомости. – 2010. – № 1. – С. 14.
6. Байерские программы «Экспоцентра»: уникальный сервис для закупщиков // Удача Экспо. – 2012. – № 9. – С. 2.
7. Вечканов, Г. С. Экономическая теория. 2-е изд. – СПб., 2009. – 448 с.

ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА

Системы оценки инновационной активности промышленных предприятий

О. С. Ноговицына,

ассистент Вятского государственного университета,
г. Киров

E-mail: angelsmile84@yandex.ru

Estimation Systems of Industrial Enterprises' Innovative Activity

O. S. Nogovitsyna

В основу предложенного механизма оценки инновационной активности заложена система определения групп показателей, которые используются в последующем для оценки инновационной активности предприятия и выбора эффективной стратегии его инновационного развития.

Ключевые слова: инновационная активность, оценка инновационной активности, инновационный потенциал, инновационная стратегия.

In the framework of the proposed mechanism for the assessment of innovation activity a system of identify groups of indicators has been implied, which are used subsequently for the estimation of innovative activity of an enterprise and the selection of effective strategies for its innovation development.

Key words: innovative activity, assessment of innovative activity, innovative potential, innovative strategy.

Оценка инновационной активности хозяйствующих субъектов позволяет руководителям предприятий наиболее эффективно проводить инновационную политику, определять свои перспективы и выявлять «узкие» места, принимать решение о выборе стратегии и тактики инновационной деятельности, а также региональным органам власти осуществлять выбор адекватных инструментов и методов стимулирования и поддержки промышленных предприятий, внедряющих инновации различного вида.

Основной задачей оценки инновационной активности хозяйствующих субъектов является получение ясных и наглядных, однозначно трактуемых критериев, на основе которых можно принять обоснованное решение о выборе направлений развития инновационной деятельности предприятия, а также о выборе инструментов и методов реализации инновационной стратегии предприятия.

Для оценки инновационной активности, на наш взгляд, должна быть сформирована система, которая представляет собой алгоритмическую последовательность выполнения действий, на-

правленных на оценку интенсивности и результативности использования инновационного потенциала предприятия в сложившихся рыночных условиях.

В современной теории и практике оценка инновационной активности хозяйствующих субъектов осуществляется на трех уровнях: национальный, региональный и уровень отдельных предприятий. В соответствии с этим на сегодняшний день в научной и методической литературе разрабатываются подходы к формированию национальных систем оценки инновационной активности хозяйствующих субъектов, региональных систем, а также систем оценки инновационной активности отдельных предприятий.

Национальная система оценки инновационной активности в Российской Федерации (РФ) строится на основе «Руководства по сбору и анализу данных по инновациям». «Руководство Осло» является основным методологическим документом Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) в области инноваций и определяет основы построения системы оценки инновационной деятельности хозяйствующих

субъектов страны. Настоящее Руководство определяет основные понятия в области инноваций, составные элементы и диапазон инновационной деятельности хозяйствующих субъектов страны, количественные и качественные показатели для оценки инноваций, цели и результаты инновационной деятельности, факторы, препятствующие внедрению инноваций, процедуру обследования инновационной деятельности хозяйствующих субъектов, методы обследования, особенности оценки и представления результатов, периодичность оценки [1].

Единые методологические требования позволяют сформировать национальные системы оценки инновационной активности хозяйствующих субъектов, которые учитывают специфику национальных инновационных систем и позволяют также обеспечить единство измерения показателей инновационной деятельности в разных странах. Сопоставляя показатели инновационной деятельности хозяйствующих субъектов разных стран, можно определить слабые и сильные места национальной инновационной системы и выделить основные направления государственной инновационной политики, определить наиболее эффективные инструменты и методы стимулирования инновационной активности хозяйствующих субъектов в национальной экономике.

Сегодня в РФ оценка инновационной активности предприятий на национальном уровне осуществляется в соответствии с указанными выше методологическими требованиями и реализуется Федеральной службой государственной статистики по утвержденной форме (форма статистического наблюдения №4 – инновация «Сведения об инновационной деятельности организации») ежегодно. Однако российские ученые, занимающиеся исследованием проблемы оценки инновационной активности, отмечают недостатки существующей системы статистической отчетности при оценке инновационной активности хозяйствующих субъектов.

Так, например, В. В. Курченков отмечает, что «в условиях глобализации мировой экономики и вступления России в ВТО в условиях открытости внутренних рынков значение абсолютных инноваций существенно возрастает». По мнению В. В. Курченкова, система оценки нуждается в существенной доработке, а именно: «в официальной статистике не находят отражение неявные инновации (улучшающие инновации, которые отражаются непосредственно на рабочем месте)..., инновации традиционно делятся на радикальные, улучшающие и модификационные, которые по-разному влияют на конкурентоспособность

предприятия и соответственно отражают его инновационную активность, важным аспектом измерения инновационной активности в регионе должны стать степень относительности инноваций» [2, 3].

А. Н. Цацулин считает, что «для проведения глубокого и всестороннего анализа инновационной активности хозяйствующих субъектов, регионов и государства необходимо разрабатывать ... специализированные и глубоко дифференцированные системы технико-экономических и финансовых показателей». Эти системы, по мнению А. Н. Цацулина, должны использовать как уже построенные стандартные показатели, привязанные к существующим формам государственной статистической отчетности, так и строить новые метрики, учитывающие рыночные вызовы и запросы, измеряющие процессы глобализации, темпы НТП, уровень развития науки, технологии, требования межстрановой гармонизации и сопоставимости [4].

В этой связи, по мнению российских ученых, возникает необходимость оценки развития инновационных явлений в региональных экономиках. Для выработки политики инновационного развития отдельных регионов формируются системы оценки инновационной активности хозяйствующих субъектов в регионе. В современной научной литературе рассматриваются отдельные элементы оценки инновационной активности предприятий региона, а именно предлагаются отдельные методы оценки и системы показателей.

Так, например, отдельные элементы оценки инновационной активности регионов представлены в работах А. М. Саралидзе, Ю. Г. Смирнова, И. И. Елисеевой, В. Ф. Исламутдинова, О. Е. Ивановой, М. А. Ерохина, Н. Г. Стерховой, С. Н. Яшина. Н. Г. Стерхова для оценки инновационной активности использует «интегральный коэффициент инновационной активности», который рассчитывается на основе коэффициента экстенсивности инновационной деятельности (удельный вес инновационно-активных организаций в регионе) и коэффициента интенсивности инновационной деятельности (удельный вес инновационной продукции в регионе). А. М. Саралидзе предлагает проводить оценку динамики инновационной активности хозяйствующих субъектов в регионе с целью выявления тенденций инновационного развития регионов.

М. А. Ерохин предлагает более развернутую систему оценки инновационной активности и выделяет две группы показателей: группа показателей «эффективность инновационной деятельности» и группа показателей «интенсивность инновационной деятельности». На основе дан-

ных групп показателей рассчитывается «индекс инновационной активности региона», который представляет собой сумму индексов групп показателей по соответствующим критериям.

Таким образом, сущность разрабатываемых авторами подходов сводится к построению рейтинга регионов по уровню инновационной активности, специфическими являются лишь группы показателей и методы их расчета. Группировка регионов позволяет выделять регионы-лидеры по уровню инновационной активности и темпам инновационного развития, регионы

устойчивого развития (со средними показателями инновационной деятельности) и регионы-аутсайдеры. Подобная группировка необходима для выработки мер государственной поддержки и стимулирования инновационной деятельности в регионах.

Следует отметить, что сегодня в теории и практике используются лишь отдельные элементы оценки инновационной активности регионов (группы показателей, методы), однако отсутствует системный подход к оценке. А именно, не исследуются факторы, определяющие инновационную

Принципы оценки инновационной активности хозяйствующих субъектов	
Принцип научности	применение методологии исследования, основанной на объективных законах и научных положениях, новейших методах и моделях научных исследований, программном обеспечении
Принцип системности	исследование процессов и явлений как состоящих из отдельных взаимосвязанных частей, выявление основных блоков, информационных потоков, учет внутренних и внешних связей и взаимозависимости отдельных элементов
Принцип объективности	предполагает объективный учет всех факторов, оказывающих влияние на инновационную активность хозяйствующего субъекта
Принцип согласованности	предполагает необходимость рассмотрения показателей инновационной активности хозяйствующих субъектов не только изолированно, но и во взаимосвязи друг с другом
Принцип действенности	предполагает активное воздействие на инновационную деятельность хозяйствующего субъекта, своевременное выявление «запаса инновационной прочности», недостатков, отклонение, «узких» мест
Принцип регулярности	предполагает установленную периодичность проведения оценки инновационной активности (например, ежегодно)
Принцип прозрачности	предполагает использование общепонятных показателей и критериев для каждого сотрудника хозяйствующего субъекта, принимающего участие в инновационной деятельности и управлении ею
Принцип гибкости	предполагает возможность внесения корректировок в систему оценки при появлении необходимости
Принцип эффективности	затраты на внедрение и использование системы оценки не должны превышать полученных результатов и выгод от ее внедрения

Рисунок 1 – Принципы оценки инновационной активности хозяйствующих субъектов (авторский подход)

активность предприятий конкретной территории, отсутствует анализ инновационного потенциала предприятий, оценка восприимчивости, готовности руководителей предприятий к внедрению инноваций.

В предложенных подходах не прослеживается логическая цепочка: «цель оценки инновационной активности» и «результат оценки» В связи с этим, предложенные в научной литературе подходы не имеют практического применения в решении проблем инновационного развития территорий.

Отдельные элементы оценки инновационной активности рассмотрены в работах В. П. Баранчева, А. И. Балашова, В. Н. Гунина, П. Н. Ильшевой, А. М. Ильшева, М. С. Котовой, С. Ю. Ляпина, Е. С. Мокрецовоной, Е. Л. Незнахиной, О. В. Никитиной, Е. М. Роговой, В. И. Спивака, Е. А. Ткаченко.

На первоначальном этапе оценки инновационной активности возникает необходимость разработки основных принципов ее построения и реализации. На наш взгляд, для оценки инновационной активности целесообразно выделить следующие принципы: научности, системности, объективности, согласованности, действенности, регулярности, прозрачности, гибкости, эффективности (рисунок 1).

Разработка цели выступает главенствующим звеном построения системы оценки инновационной активности и определяет конечный результат ее реализации. В качестве основной цели оценки инновационной активности, на наш взгляд, целесообразно выделить выбор эффективной стратегии инновационного развития предприятия.

В основу предложенной нами системы заложен механизм определения групп показателей, которые используются в последующем для оценки инновационной активности хозяйствующего субъекта и выбора эффективной инновационной стратегии предприятия.

Для определения специфических показателей оценки инновационной активности считаем целесообразным рассмотреть основные группы показателей, которые используются в современной научной литературе.

А. А. Трифилова выделяет показатели инновационного потенциала:

- коэффициент обеспеченности интеллектуальной собственностью;
- коэффициент персонала, занятого в сфере НИОКР;
- коэффициент освоения новой техники;
- коэффициент внедрения инновационной продукции;
- коэффициент инновационного роста.

В. И. Спивак – показатели результата инновационной деятельности:

- прибыль от реализации инновационной продукции (удельный вес прибыли от инновационной деятельности в общем ее объеме);
- доступ к новым рынкам сбыта (доля на традиционных рынках сбыта);
- сокращение затрат на заработную плату, материалы, электроэнергию;
- повышение фондоотдачи.

Р. А. Фатхутдинов выделяет две группы показателей:

1. Показатели инновационного потенциала:
 - уровень мобилизации инновационного потенциала;
 - размер привлеченных капиталовложений;
 - качество методов, используемых при проведении инновационных изменений;
 - обоснованность реализуемого уровня инновационной активности;
 - соответствие реакции фирмы характеру конкурентной стратегической ситуации.

2. Показатели результата инновационной деятельности:

- качество инновационной стратегии конкуренции;
- скорость действий при проведении стратегических инновационных изменений.

Балашов А. И., Рогова Е. М., Ткаченко Е. А также выделяют две группы показателей:

1. Показатели интенсивности инновационной деятельности:

- объем затрат на НИР и ОКР, руб.;
- коэффициент инновационной активности;
- доля научно-технического персонала в структуре персонала компании;
- соотношение приобретаемых и продаваемых технологий.

2. Показатели эффективности инновационной деятельности:

- коэффициент коммерциализации объектов интеллектуальной собственности;
- эффективность затрат на НИОКР;
- доля «проблемных» инновационных проектов.

Таким образом, обзор подходов различных авторов к конструированию системы показателей позволяет выделить следующие недостатки:

Использование при оценке инновационной активности большого количества показателей. Так, например, Баранчев В. П., Гунин В. Н., Ляпина С. Ю., Ильшева П. Н., Ильшев А. М., Никитина О. В., Незнахина Е. Л. для оценки предлагают число частных показателей, значительно превышающие научно обоснованные требования (7-10 основных показателей). Излишнее

число показателей усложняет процедуру сбора информации, замедляет процесс обработки данных и в целом приводит к «размыванию» информации.

Использование показателей трудно оценить, требующих дополнительной декомпозиции, для оценки которых необходимо привлечение экспертов в области управления инновациями. К таким показателям можно, например, отнести «качество инновационной стратегии конкуренции», «качество методов, используемых при проведении инновационных изменений», «толерантность компании к ее интеллектуальным ресурсам», «институционализация интеллектуальности». Использование подобных показателей может привести к удорожанию процедуры оценки в целом и усложнению интерпретации полученных данных.

Использование показателей из других сфер и областей управления, например из сферы финансового менеджмента (показатель «goodwill компании»).

Для оценки инновационной активности на сегодняшний день предлагаются преимущественно показатели статистики и практически не используются показатели динамики инновационной деятельности хозяйствующего субъекта (темпы роста инновационной деятельности), что является весьма важным при оценке инновационной активности, поскольку, на наш взгляд, интенсивность инновационной деятельности должна характеризоваться преимущественно показателями динамики.

Предлагаемые системы оценки не позволяют выявить «слабые» места инновационной деятельности хозяйствующего субъекта по основным ее стадиям: создание новаций, внедрение новаций, использование инноваций.

На рисунке 2 предложена система оценки инновационной активности хозяйствующего субъекта, отражающая элементы оценки, находящиеся в алгоритмической последовательности и взаимосвязях друг с другом, образующих определённую целостность выбора наиболее эффективной стратегии инновационного развития.

В рамках предложенной системы, используются показатели, характеризующие динамику инновационной деятельности по основным ее стадиям:

1. Показатели интенсивности создания новаций (новых идей – технологических, организационных, маркетинговых):

- темп роста (коэффициент роста) затрат на создание новаций ($TR_{ЗСН}$);
- темп роста численности персонала, занятого новациями ($TR_{ЧПЗН}$);
- темп роста числа новаций ($TR_{ЧН}$);

- темп роста стоимости нематериальных активов ($TR_{СНМА}$).

2. Показатели интенсивности внедрения новаций:

- темп роста инвестиций на внедрение новаций ($TR_{ИЗВН}$);
- темп роста числа внедренных новаций ($TR_{ЧВН}$);
- темп роста числа переданных новаций ($TR_{ПН}$);
- темп роста доли инновационной продукции в общем объеме ($TR_{ДИП}$).

3. Показатели интенсивности использования инноваций:

- темп роста рентабельности ($TR_{Р}$);
- темп роста производительности ($TR_{ПР}$);
- темп роста фондоотдачи ($TR_{ФО}$).

Таким образом, сегодня в РФ используется национальная система оценки инновационной активности хозяйствующих субъектов, которая построена на основе методологических принципов «Руководства Осло» и соответственно коррелирует с системами оценки инновационной активности, применяемых в Европейских странах. Однако усложнение условий хозяйствования (интеграция, вступление России в ВТО и открытие внутренних рынков, ускорение НТП) требует формирования адекватных систем оценки инновационной активности как регионального уровня, так и отдельных хозяйствующих субъектов.

Нами предложена система оценки, которая отличается:

1. простотой сбора информации – предложенные показатели можно рассчитать на основе данных, фиксируемых предприятиями в формах бухгалтерской и статистической отчетности;

2. возможностью оценки динамики развития и роста инновационного потенциала хозяйствующего субъекта в сложившихся макро- и микроусловиях внешней среды;

3. отражением результатов действий руководства и персонала хозяйствующего субъекта по основным этапам инновационной деятельности: создание новаций, внедрение новаций, использование инноваций (технологических, организационных, маркетинговых).

Внедрение предложенной системы оценки инновационной активности позволит руководству промышленных предприятий получить информацию для принятия управленческих решений в области внедрения инноваций и выбора эффективной стратегии, а региональным органам власти разрабатывать программы поддержки и стимулирования внедрения инноваций, учитывая специфику факторов, влияющих на инновационную деятельность предприятий региона.

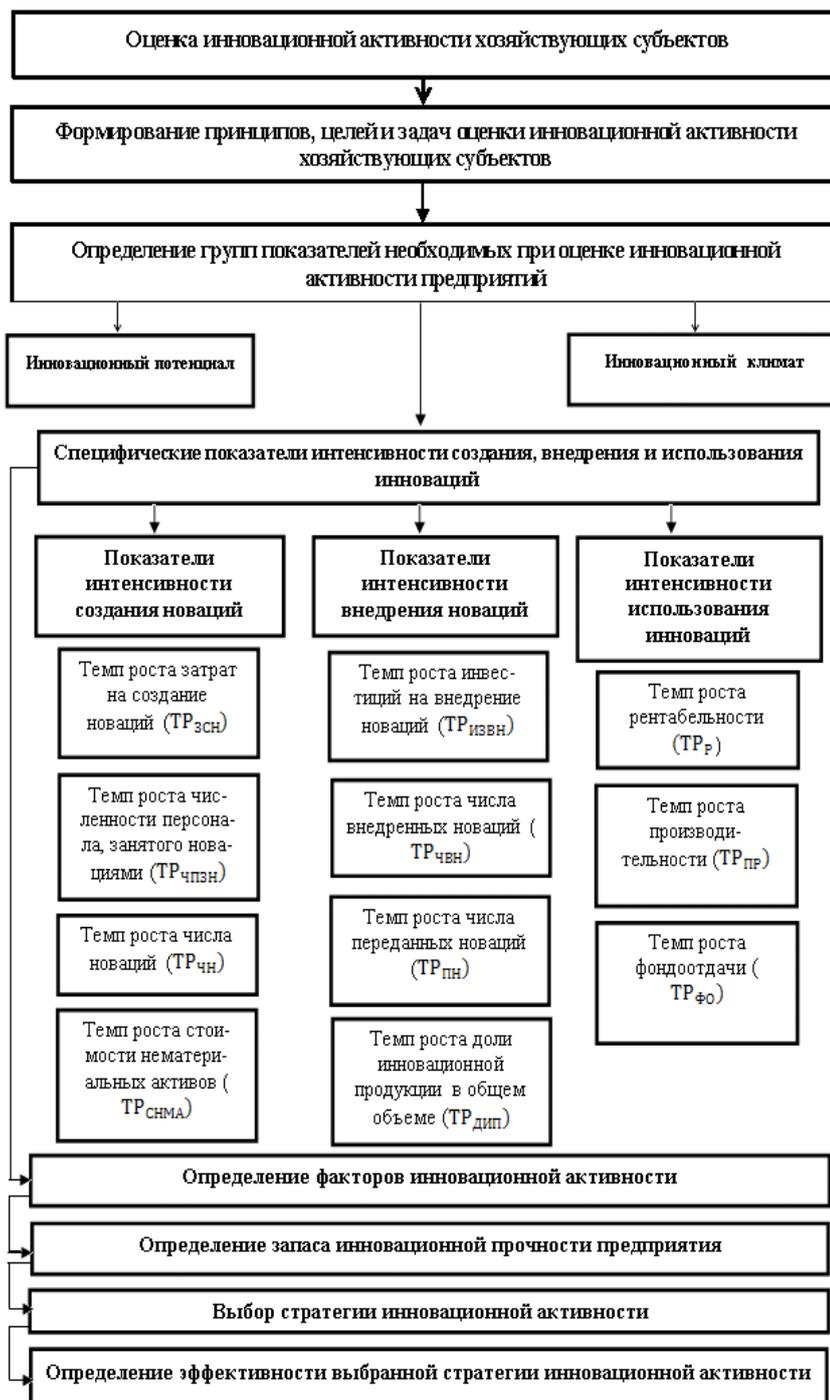


Рисунок 2 – Система оценки инновационной активности предприятий

Список литературы

1. Oslo Manual The measurement of scientific and technological activities proposed guidelines for collecting and interpreting technological innovation data. OECD Publications: Paris, 2005. – 93 p.
2. Курченков, В. В. Инновационная активность предприятий в условиях глобальной конкуренции // Инновации. – № 5. – 2013. – С. 60-64.
3. Курченков, В. В. Инновационный потенциал и инновационная активность в регионе // Ин-

- новационный потенциал современного региона: проблемы региональной безопасности и внутри-региональной интеграции на постсоветском пространстве. Всероссийская научно-практическая конференция. – Волгоград: Изд-во ВАГС, 2011. – С. 71-74.
4. Цацулин, А. Н. Подходы к экономическому анализу комплексной инновационной активности // Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов. – № 2. – 2013. – С. 12-21.

Развитие регионов

Рыночные аспекты современной инфраструктуры в сфере услуг на мезоуровне

Н. В. Мордовченков,

профессор кафедры сервиса и экономики сферы услуг
Института пищевых технологий и дизайна –
филиал Нижегородского государственного инженерно-экономического института,
доктор экономических наук,
г. Нижний Новгород
E-mail: infra-wm@yandex.ru

Т. А. Бозина,

декан факультета технологии и дизайна Института пищевых технологий и дизайна –
филиал Нижегородского государственного инженерно-экономического института,
г. Нижний Новгород
E-mail: tatyana.bozina@inbox.ru

Market Aspects of Modern Infrastructure Services at the Meso-level

N. V. Mordovchenkov, T. A. Bozina

Представлен опыт формирования и функционирования рыночной инфраструктуры на мезоуровне. Разработана классификация элементов и концептуальная схема управления рыночной инфраструктурой региона. Предложен опыт и инструментарий государственного регулирования системного исследования комплексного анализа и прогнозирования рыночной инфраструктуры региона в условиях глобализации экономики и менеджмента. Разработаны графические модели по взаимосвязи элементов организационно-экономического механизма развития рыночной инфраструктуры региона, в т. ч. мезоконтроллинга и комплексной системы повышения экономической и социальной эффективности предприятий сферы услуг.

Ключевые слова: рынок, инфраструктура, сфера услуг, экономика региона, государственное регулирование, управление, эконометрические модели, многофакторный анализ, организационно-экономический механизм, эффективность.

In the article the experience of formation and functioning of market infrastructure at the meso-level is presented. The classification of elements and conceptual framework of market infrastructure management in the region is worked out. The experience and tools of state regulation of system studies of integrated analysis and forecasting of market infrastructure in the region in the conditions of economy and management globalization is offered. We also developed graphical models on the relationship of the elements of the organizational-economic mechanism of development of market infrastructure in the region, including meso-controlling and integrated system for enhancing the economic and social efficiency of service businesses.

Key words: market, infrastructure, service industries, the economy of the region, state regulation, management, economic models, multifactor analysis, organizational-economic mechanisms, efficiency.

В современной экономике наблюдается тенденция развития рыночной инфраструктуры. Актуальность решения инфраструктурных проблем подчеркивается в приоритетных задачах стратегии экономического развития России на период до 2020 г.

Под воздействием сложных процессов глобализации национальной экономики и децентрализации управления каждый регион вынужден создавать необходимые условия по развитию инфраструктурных отраслей на мезоуровне.

Рыночная инфраструктура предопределяет состав, назначение, структуру и перспективы развития частного бизнеса при активизации государственного регулирования. Возрастает необходимость проведения комплексного исследования по формированию методологической основы совершенствования и повышения эффективности функционирования рыночной инфраструктуры региона.

Эффективным инструментом сбалансированного государственного воздействия на экономическую инфраструктуру региона в условиях глобальных процессов и западных санкций в отношении России является разработка федеральных программ, реализующих стратегию развития национальной экономики [2]. В качестве критерия эффективности развития социально-экономической системы может быть взят интегральный показатель качества жизни населения региона.

Глубокому и всестороннему анализу экономической сущности и классификации инфраструктуры способствует накопленный опыт в трактовке инфраструктурных проблем и комплексное видение путей и разрешения со стороны фундаментальных исследований академической науки.

Эволюция мировой экономической мысли свидетельствует о том, что необходимо осознать возможности, ограничения и способы участия государства в рыночной экономике, разработать методические и методологические основы формирования и управления региональной инфраструктурой по обеспечению их надежности, трансформации и повышения эффективности национальной безопасности России (рисунок 1).

Вместе с тем проблемы формирования экономической сущности и развития рыночной инфраструктуры региона в условиях государственного

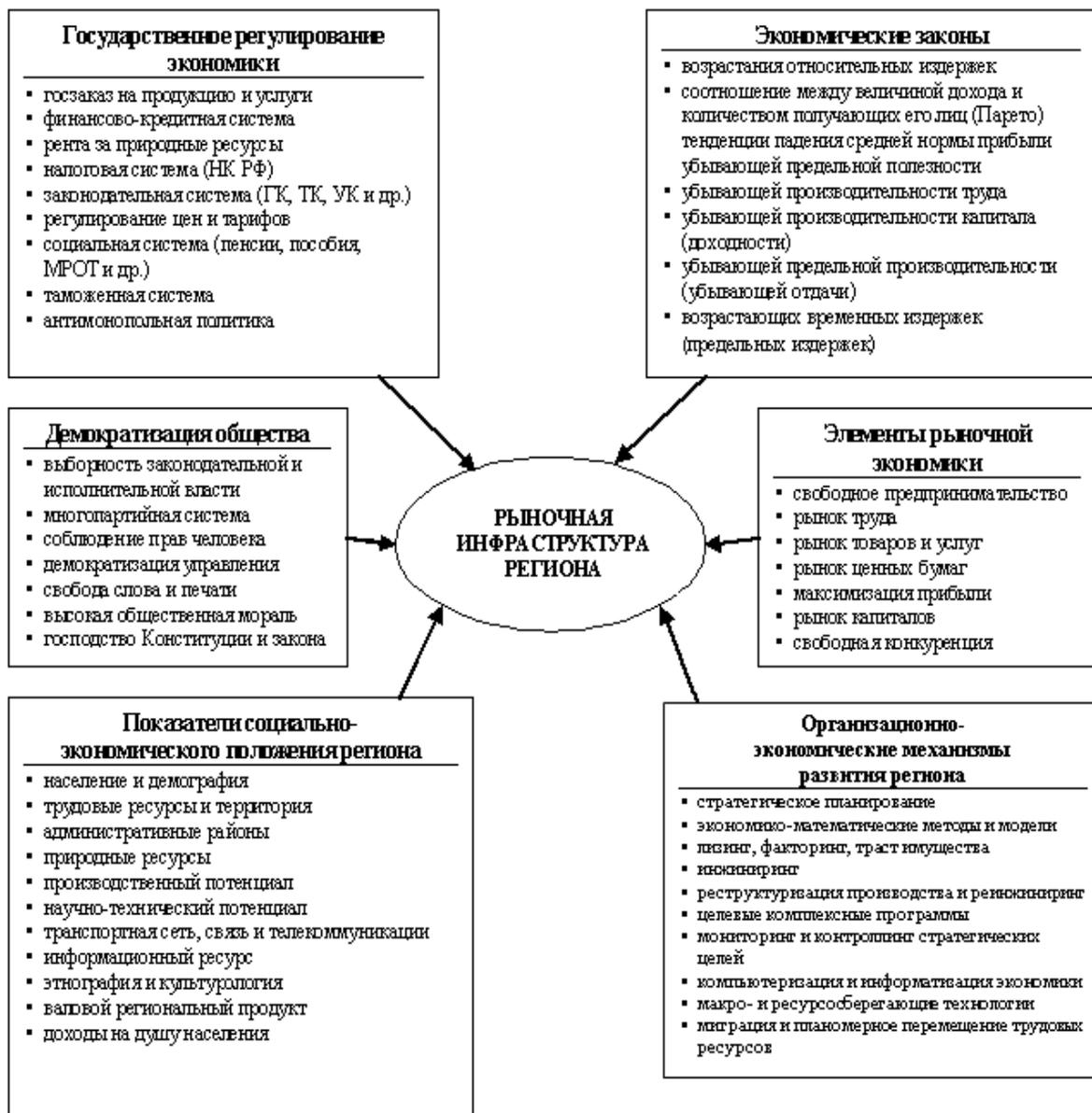


Рисунок 1 – Концептуальная схема управления рыночной инфраструктурой региона

регулирования исследованы на недостаточном уровне. В задачи рыночной инфраструктуры входит обеспечение совокупности коммуникаций различного рода. Рыночная инфраструктура характеризуется тем, что конечным результатом деятельности инфраструктуры является не что иное, как услуга. При этом в качестве объекта коммуникаций может быть продукт труда (продукция, товар), капитал, информация и т. д. Основными функциями рыночной инфраструктуры является распределительная, коммуникационная и регулирующая функция [3, с. 21].

На основе этих функций реализуются задачи по эффективному государственному регулированию развития рыночной инфраструктуры, которая представляет собой комплексную систему взаимодействия покупателя и продавца по купле-продаже товаров (работ, услуг).

По мнению авторов статьи, рыночная инфраструктура создает объективные условия для решения основных задач инновационного развития региона, обеспечивая сбалансированность внутренних и внешних факторов: от размещения производительных сил, развития технического и технологического потенциала до улучшения качества жизни граждан. Что касается классификации рыночной инфраструктуры региона, то она может быть проведена по следующим признакам: по сферам деятельности людей, по отраслям (функциям) этой деятельности; масштабам распространения; видам собственности (рисунок 2).

Одним из авторов статьи выполнен комплексный, системный анализ научных исследований по возможному использованию эконометрических методов и моделей при решении инфраструктурных проблем экономики регионов [3].

Классификация элементов рыночной инфраструктуры

Отраслевой принцип		Сфера деятельности		Масштаб управления	Виды собственности
Производственная	Социальная	Интеллектуальная	Военная	Транснациональная инфраструктура	Государственная
Промышленная	Интеллектуальная	Производственная	Экономическая		Региональная
Сельскохозяйственная	Институциональная	Технологическая	Экологическая	Макроэкономическая (национальная) инфраструктура	Муниципальная
Транспорт и связь	Экологическая	Рыночная	Внешнеэкономическая	Региональная (экономика на мезоуровне) инфраструктура	Косперативная
Материально-техническое снабжение	Здравоохранение	Социальная (непроизводственная)	Информационная		Смешанная
Строительная	Образование	Организационно-правовая	Инвестиционная	Микроэкономическая инфраструктура (предприятие, организация, производство и т.д.)	Общественная
Торговля и общественное питание	Туризм	Рынок труда	Инновационная		Индивидуальная
Жилищно-коммунальное хозяйство	Спорт	Общественная (ЖКХ)	Меценатство	Муниципальная (город, район) инфраструктура	Частная
Негосударственные фонды		Малый бизнес и предпринимательство	Финансовая		Интеллектуальная

Рисунок 2 – Классификация элементов современной рыночной инфраструктуры

Авторы статьи солидарны с рядом исследователей, считающих инфраструктуру как вполне осязаемый материальный фундамент, благодаря которому возможно функционирование и развитие всех подсистем экономики регионов и социума.

Современный этап рыночной инфраструктуры свидетельствует о том, что рассматриваемая проблематика является приоритетной с позиции государственной и региональной стратегии.

Существенной характеристикой инновационной рыночной инфраструктуры является конвергенция её элементов в условиях глобализации и государственного регулирования экономики и финансов.

В этой связи предложено новое научное направление в экономике региона – методология системного исследования комплексных инфраструктурных проблем в условиях глобализации и государственного регулирования экономики на мезоуровне.

При этом в первую очередь необходимо осуществлять эффективные меры в соответствии с отдельно взятой концепцией (дифференцированный подход), а затем группировать аналогичные по характерным признакам концепции (интегративный подход).

В условиях государственного регулирования необходимо использовать возможности экономических законов, элементов рыночной экономики, эконометрических методов и моделей и на их основе формировать философию (меморандум) по управлению рыночной инфраструктуры региона.

Несмотря на то, что каждый регион входит в систему рыночной инфраструктуры России в виде отдельного организационно-экономического механизма со своей структурой, показателями и методами управления, ни один из них не существует автономно – между ними существует определенная взаимосвязь через связующие звенья: рынок ценных бумаг, кредитно-банковская, налоговая система, что в полной мере следует считать основными связующими звеньями (базовыми сегментами) рыночной инфраструктуры.

С целью формализации взаимодействия рыночной инфраструктуры в условиях государственного регулирования на мезоуровне обозначим: $I(t)$ – процесс развития рыночной инфраструктуры (эндогенные факторы), $W(t)$ – процесс государственного воздействия.

Фундаментальное изучение особенностей и специфики государственного администрирования институциональной системы $W(t)$ позволяет создавать эффективные организационно-экономические механизмы её воздействия на рыночную инфраструктуру $I(t)$ и отдельно взятого реги-

она – прямая задача $[W(t) \rightarrow I(t)]$ и упреждающее инфраструктурно-государственное взаимодействие – обратная задача $[I(t) \rightarrow W(t)]$.

Введение специальных символов $I(t)$ и $W(t)$ вызвано тем, что процесс государственного регулирования можно наглядно интерпретировать с помощью понятия конвергенции элементов рыночной инфраструктуры региона в органическом единстве мировой системы рынков, коррелирующих между собой и обладающих собственным уровнем (рейтингом), способным к трансформации. Рыночной инфраструктуре региона присуща определенная степень коммуникативности групп товаров, работ, услуг, продавцов и покупателей.

В качестве рабочей гипотезы было сделано предположение (аналогия) об адекватной физической терминологии (из теории электромагнитного поля), ретранслируемой на рыночную инфраструктуру региона (конкретная область связанности групп товаров, работ, услуг, их продавцов и покупателей). Замкнутая направленность цепочки спроса и предложения аналогична замкнутой экономической силовой линии, интенсивность которой пропорциональна потоку товара (работ, услуг) по этой линии в денежном эквиваленте.

Вместе с тем состояние конвергенции в системе региональных рынков наступает в том случае, если число силовых экономических линий, пересекающих границы любого региона, превышает число замкнутых силовых линий, расположенных строго в границах отдельно взятого региона.

Эволюция рыночной экономики характеризуется созданием единого динамично развивающегося инфраструктурного комплекса, требующего системного методологического исследования, основанного на эффекте мультипликатора при консолидации эмпирических данных. Альтернатива генезиса проблем функционирования инфраструктуры, применения эконометрических методов и моделей являются эффективным опытом и инструментарием для государственного регулирования в практике системного исследования комплексного анализа и прогнозирования рыночной инфраструктуры региона в условиях глобализации экономики и менеджмента.

Трансформируя известную эконометрическую модель Я. Тинбергена [5], получим консолидированную гравитационную функцию вхождения i -го региона в глобальную мегасеть при государственном регулировании, т. е.

$$E_{ij} = \sum_{i=0}^m \sum_{j=1}^n \frac{1}{1-a} \alpha_0 Y_i^{\alpha_1} \times Y_j^{\alpha_2} \times D_{ij}^{\alpha_3} \quad (1)$$

где
 k – консолидированная функция экономики региона в условиях государственного регулирования под глобальным воздействием мировой системы рынков;
 i – характеризует процесс экспортных поставок товаров (работ, услуг);
 j – то же по импорту;
 $\frac{1}{1-\alpha}$ – мультипликатор региональной инфраструктуры;
 α – коэффициент дисконтирования;
 α_0 – коэффициент привлекательности внешнеэкономической деятельности региона;
 Y_i – валовой региональный продукт отдельно взятого региона-импортера в условиях государственного регулирования;
 D_i – расстояние между двумя регионами;
 $\alpha_1, \alpha_2, \alpha_3$ – эластичность экспорта по независимым переменным [4].

Необходимо формировать маркетинговую матрицу рыночной инфраструктуры для создания эффективного портфеля доходов от экспорта продукции с учетом неравномерности заключения партнерских отношений. Проблема заключается в том, что дисбаланс между спросом и потреблением экспортной продукции должен регулироваться государством в части выделения инвестиционных средств по результатам маркетинговых стратегий предприятия и его возможности (производственно-технологического ресурса) удовлетворения спроса на товары (работы, услуги). Авторами статьи был применен вариационный метод оптимизации производственной и маркетинговой составляющей при активном воздействии рыночных механизмов, которые являются необходимыми условиями эффективности рыночной инфраструктуры на региональном уровне. В ходе исследований применена также теория многофакторного корреляционно-регрессионного анализа для исследования финансов региона.

В частности, показано несколько вариантов моделей расчета налоговых поступлений в бюджет региона с различным сочетанием показателей (всего 20). Выполненный факторный анализ позволил прийти к окончательному варианту моделей вида:

$$y = -7,02 + 3,29\bar{c} + 3,48x_3 + 3,6x_{16} \quad (2)$$

где y – общий объем налоговых поступлений в бюджет региона, т. руб.;

\bar{c} – комплекс систематических показателей;

x_3 – численность занятых в экономике региона, чел.;

x_{16} – поступление налоговых платежей в бюджет РФ, т. руб.

По мнению авторов статьи, перспективами использования многофакторного анализа и прогнозирования является его применение в решении проблем экономической (финансовой) безопасности с применением высокоэффективного инструментария кластерного анализа.

Вместе с тем для повышения эффективности рыночной инфраструктуры информационного ресурса и инструментария факторного анализа недостаточно. Необходимы активные меры по воздействию инфраструктурных элементов организационно-экономического механизма на экономику региона (рисунок 3).

Важнейшим организационно-экономическим механизмом рыночной инфраструктуры является мониторинг как оперативная информационно-аналитическая система наблюдений и оценки экономики региона. Эффективный мониторинг предполагает выбор базового периода для расчета и возможность постоянного сравнительного анализа результата.

Одним из авторов статьи предложена методика мониторинга социально-экономического состояния регионов на примере ПФО, которая подтверждает высокую эффективность организационно-экономического механизма в государственном регулировании рыночной инфраструктуры. Вместе с тем современная экономика рыночного типа должна создавать организационно-экономические механизмы сбалансированности государственного регулирования и эффективной институциональной инфраструктуры малого бизнеса. Значительное влияние в управлении экономикой региона оказывает контроллинг, представляющий собой органическое единство методов и механизмов рыночной инфраструктуры. Экономический механизм контроллинга по оценке экономической диагностики функционирования системы должен быть приоритетным в практике управления субъектами федерации и важнейшей составной частью регионального управления экономикой и финансами. Мезоконтроллинг позволяет сделать качественное смещение акцентов от фиксирования фактических статистических данных в направлении активного упреждающего оперативного контроля за реализацией планов и комплексного анализа развития рыночной инфраструктуры региона. Авторами статьи представлена графическая модель контроллинга с учетом выделения базовых взаимодействующих элементов исходя из проведенного теоретического исследования (рисунок 4).

На современном этапе развития рыночной инфраструктуры необходимо изыскать приоритетные сферы развития человеческого капитала

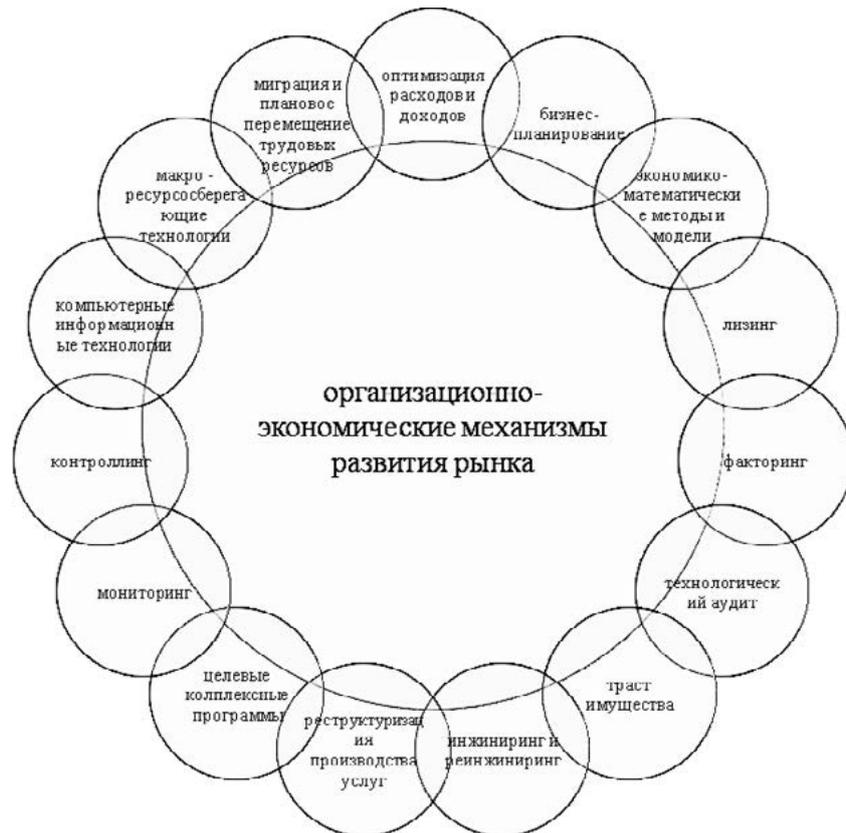


Рисунок 3 – Взаимосвязь элементов организационно-экономического механизма развития рыночной инфраструктуры региона

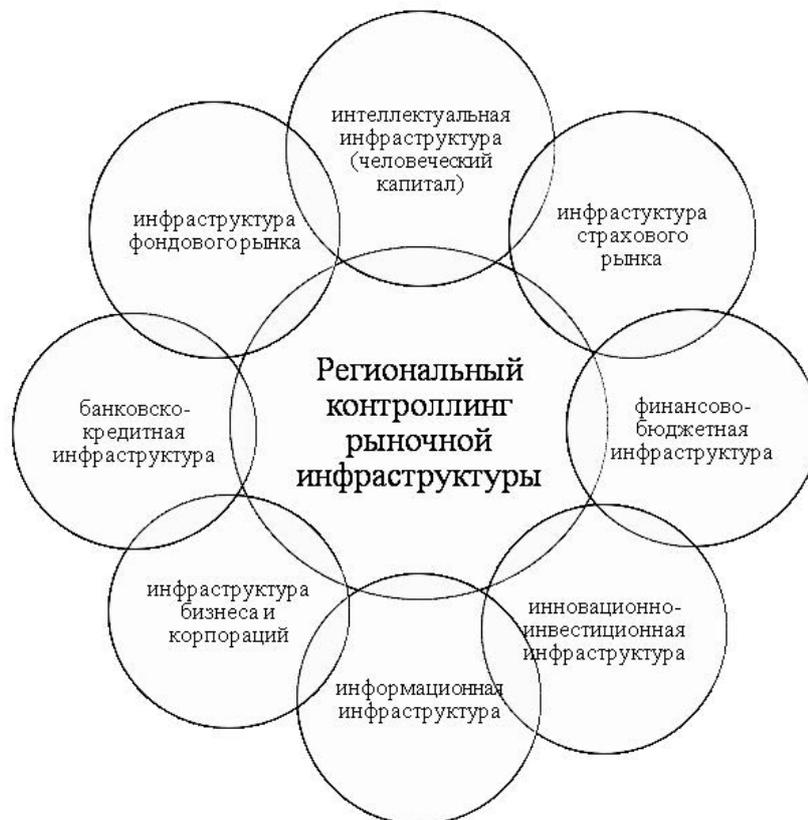


Рисунок 4 – Схема инфраструктуры контроллинга подсистем региональной экономики

и формирования финансово-экономического механизма по повышению эффективности рыночной экономики региона. Совершенствование кадрового потенциала способствует повышению рентабельности социальной инфраструктуры в условиях государственного регулирования экономики (рисунок 5) [5, с. 21].

Таким образом, региональный контроллинг является прогрессивным организационно-экономическим механизмом управления субъектов федерации на основе существующих программ развития региона, статистической информации о деятельности хозяйствующих объектов и социологических опросов населения.

Разработана также многоуровневая система эффективности организационно-экономического механизма лизинга. Для осуществления эффективных предпринимательских проектов на основе лизинга предложены эконометрические модели оценки эффективности лизинга.

Формализована концептуальная модель получения возможного прироста валового реги-

онального продукта. Моделирование экономически обоснованного регионального резерва финансовых ресурсов региона с помощью математической теории игр обеспечило возможность реализации налогового (финансового) права и потенциала в регионе.

Одним из авторов статьи разработан проект государственного стандарта, включающий правовую и организационно-экономическую подсистему операционного учета национальных счетов анализа и аудита.

Создание сети электронных экспресс-модулей способствует объективному принятию решений для субъектов федерации, позволяет создавать условия для укрепления экономики региона. Электронное сканирование (активный операционный анализ) позволяет выявить финансово-экономическое нарушение в плане контрмер, адекватных ущербу по экономической (финансовой) безопасности региона и страны в целом.

Концептуальные основы регионального мониторинга и контроллинга использовались при

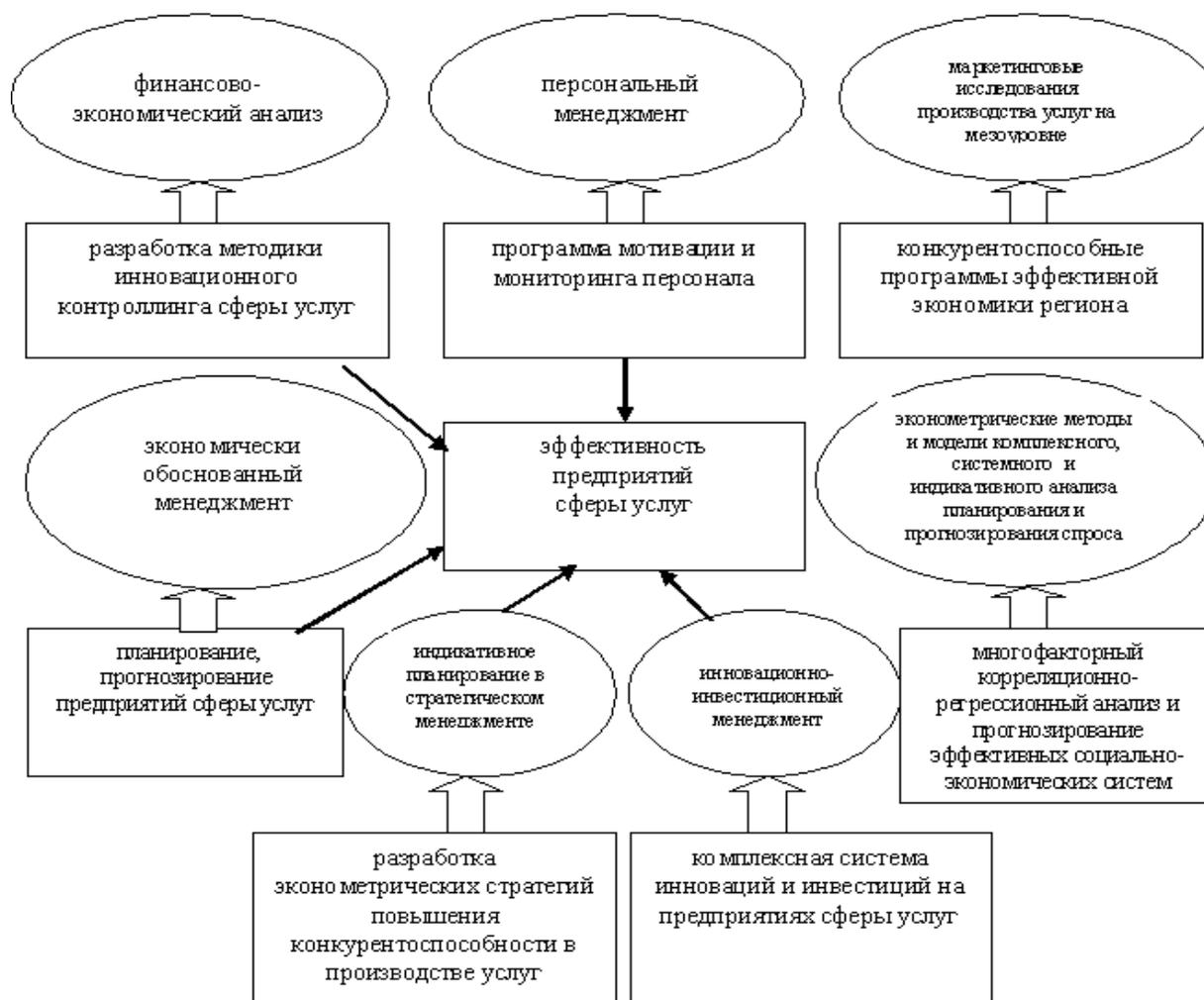


Рисунок 5 – Модель комплексной системы повышения эффективности предприятий сферы услуг

подготовке «Стратегического видения приоритетов развития Поволжского макрорегиона» и при формировании единой макрорегиональной стратегии в ПФО и трансформации Президентской стратегии экономического развития России на среднесрочный период.

Создана концепция научно-образовательной инфраструктуры, в рамках которой разработаны табличные, графические, эконометрические модели, в т. ч. инновационного инжиниринга и глобального реинжиниринга.

По нашему мнению, информационный ресурс, приобретенный на конференциях (в т. ч. НИРС), симпозиумах, конгрессах, творческих встречах, семинарах, участие в грантах позволяет актуализировать научно-образовательную инфраструктуру, которая качественно трансформируется полезным участием и победами в них субъектов образования и науки.

Разработаны также теоретические основы развития рыночной инфраструктуры в составе комплексных программ социально-экономического развития региона.

Один из авторов статьи принимал участие в творческой группе ученых и законодателей по внесению поправок к Федеральному закону «О федеральном бюджете». В результате экспертизы бюджета Счетной палаты при Государственной Думе РФ часть поправок автора принято на рассмотрение и включены к исполнению.

Приведенные аргументы свидетельствуют о том, что даже с позиции одного отдельно взятого региона значимые звенья рыночной инфраструктуры формируют методологическую основу (философию) государственной надежности в условиях глобализации экономики и финансов.

При этом в качестве важнейшего организационно-экономического механизма повышения эффективности региональной инфраструктуры в условиях рынка предлагается партнерство государства и частного сектора экономики на основе концессии.

В Нижегородском регионе внедрены меры по развитию социальной инфраструктуры: методика (программа) открытия новых туристско-экскурсионных маршрутов по решению комплексных транспортных проблем при создании инноваци-

онной методологии эффективного рекреационно-туристического инфраструктурного комплекса, рабочая гипотеза создания периодической системы инфраструктурных элементов.

При этом конвергенция элементов производственной, экономической, институциональной инфраструктуры и инфраструктуры жизнеобеспечения создадут синергетический эффект, способствующий трансформации экономики региона.

Эффективная инфраструктурная политика в условиях государственного регулирования и влияния глобальных процессов должна быть построена по центростремительному, а не по центробежному принципу, создавая достойные предпосылки качества жизни, обеспечивая систему безопасности (национальную, эстетическую, экономическую, экологическую, продовольственную, социальную, лингвистическую), политика должна быть конкурентоспособной, и тогда привлекательность региона позволит повысить его рейтинг на мезоуровне.

Список литературы

1. Ахметгареева, А. А. Повышение конкурентоспособности организаций сферы розничных торговых услуг: автореферат кандидата экономических наук, Княгинино. – 2013.
2. Мордовченков, Н. В., Рыбаков, Р. А. Методологические основы формирования инновационной инфраструктуры в экономике региона: монография / Н. В. Мордовченков, Р. А. Рыбаков. – Н. Новгород, 2011. – 141 с.
3. Мордовченков, Н. В. Рыночная экономика: инфраструктура функционирования региона: учебное пособие для вузов / Н. В. Мордовченков. – Н. Новгород: ВГИПУ, 2004. – 250 с.
4. Мордовченков, Н. В. Инновационная система комплексного исследования и моделирования региональной инфраструктуры в условиях глобализации экономики и финансов / Н. В. Мордовченков // Межрегиональная группа ученых – институт проблем новой экономики. – 2004. – № 3-4. – С. 44-49.
5. Нобелевские лауреаты по экономике: взгляд из России / ред. академик РАН, профессор Ю. В. Яковец. – СПб: Гуманистика, 2003. – 967 с.

Вопросы образования

Тенденции и перспективы развития российской системы образования

В. С. Сизов,

ректор Вятского социально-экономического института,
доктор экономических наук, профессор,
г. Киров
E-mail: rektor@vsei.ru

Е. А. Бармина,

доцент кафедры экономики и менеджмента
Вятского социально-экономического института,
кандидат экономических наук,
г. Киров
E-mail: volunets@yandex.ru

Tendencies and Perspectives of the Russian Education Development

V. S. Sizov, Y. A. Barmina

В статье представлены результаты форсайт-исследования тенденций и перспектив российской системы образования, которое проводилось в Вятском социально-экономическом институте в феврале-марте 2015 г. По каждому выделенному экспертами значимому фактору даются пояснения, каким образом и почему он способен оказать воздействие на систему образования. Все факторы сгруппированы в соответствии с их ролью в три группы: возможности, угрозы, вызовы. Дается прогноз временных периодов, когда каждый из факторов будет оказывать наиболее ощутимое воздействие. Делается вывод о наличии глобальной конкуренции в сфере образования, вплоть до «образовательной агрессии» со стороны отдельных стран, прежде всего США. В выводах говорится о том, что уже сегодня может сделать Правительство и Минобрнауки для того чтобы воспользоваться представляющимися возможностями, нейтрализовать угрозы и успешно преодолеть вызовы, что в итоге должно сформировать новую инновационную модель системы образования России.

Ключевые слова: форсайт, федеральная целевая программа (ФЦП) развития образования, инновационная система образования, анализ долгосрочных тенденций, непрерывное образование, «академии для взрослых», сетевое и дуальное практико-ориентированное обучение, интернационализация и информатизация обучения, управление образованием.

The article represents the data of a foresight-researching on the subject of tendencies and perspectives of the Russian educational system which was fulfilled in the Vyatka Social-Economic Institute in March-February 2015. Each of the factors, having been pointed out by the experts, was explained and was shown its influence on the educational system. All the factors have been grouped in three groups according to their roles: possibilities, threatens, challenges. One gives a prediction of time periods when each of the factors will influence most of all. One makes a conclusion about a presence of the global competition in the field of education up to «an educational aggression» from some countries, especially the USA. In the end it is supposed what the government and the Ministry of Education can do to use the possibilities, to offset the threatens and to overcome the challenges that will lead to formation of a new innovation model of the Russian educational system.

Key words: a foresight, Federal Target Program of the education development, an innovation system of education, an analysis of long-term tendencies, a non-stop education, a network and double practice-oriented education, internationalization and computerization of education, education management.

«Новая линия раздела пройдет между теми, кто обладает знаниями, и теми, у кого их нет»

*Ли Куан Ю,
создатель сингапурского «экономического чуда»*

«Прогресс страны не может быть быстрее, чем прогресс нашего образования»

*Джон Кеннеди,
американский президент*

Роль образования в современную эпоху существенно возросла, т. к. от эффективности образования зависит развитие национальных государств. Связано это с тем, что сфера образования является не только стратегически важной, но и главенствующей над всеми остальными сферами человеческой деятельности. Поскольку именно образование занимается подготовкой кадров для всех остальных сфер. Без конкурентоспособного образования не может быть конкурентоспособной страны.

Сегодня перед сферой образования стоят трудно разрешимые социально-экономические и политические задачи. Мы должны безошибочно определить: чему, каким знаниям сегодня следует учить детей, подростков, молодежь, что из необъятного объема информации действительно является важным и востребованным для становления и развития личности и страны, а что, при всей кажущейся сиюминутной важности, можно опустить?

Какие жизненные ценности и моральные принципы должны принимать и исповедовать все члены нашего общества, вне зависимости от национальных и религиозных различий, чтобы граждане нашей страны ощущали себя единым народом – россиянами? А что, напротив, должно отличать одни национальности от других, для того, чтобы сохранялось этническое многообразие и самобытность, питающие общероссийскую культуру?

Наконец, чтобы научить людей инновационному мышлению, сам процесс обучения должен являться образцом инновационности. Невозможно научить учащихся мыслить свободно и творчески, при этом ограничивая свободу и творчество обучающего их педагога. Поэтому важно понять,

какие педагогические методы и инструменты пригодны и приемлемы сегодня для применения в обучении, а какие морально изжили себя? Какие новые формы обучения должны прийти на смену устаревшим?

Простой пример: давно идут горячие споры о том, что классно-урочная система обучения, внедренная великим чешским педагогом Яном Амосом Коменским в XVII в., в настоящее время устарела и не подходит для использования. Ее критикуют за то, что с одной стороны она не учитывает индивидуальные особенности учащихся, с другой – «привязывает» ученика к месту обучения и к конкретному педагогу. Но в XXI в. мы живем в эпоху всеобщей информатизации, где учитель перестал быть единственным и непререкаемым транслятором знаний. Практически любой человек сегодня непрерывно пребывает в насыщенном когнитивном пространстве, где имеется широкий выбор как источников знаний, так и их носителей. Вследствие этого появляются новые формы и инструменты обучения: от «индивидуальных образовательных маршрутов» и «дистанционного обучения» до «электронного обучения», SMART-обучения¹ и «средовых» форм образования.

Основным капиталом современного развитого общества является человек, способный к поиску и освоению новых знаний и принятию нестандартных решений. Но такие способности развиваются только в процессе получения высшего образования, поэтому можно утверждать, что высшее образование сегодня является ведущим фактором прогресса. Чем выше в обществе доля людей с высшим образованием, тем выше потенциальная возможность у общества активно развиваться, генерировать инновационные идеи, создавать новую технику и технологии и внедрять их в повседневную жизнедеятельность.

В настоящий, во многом «переломный» и даже «революционный» момент для мировой системы образования вообще и для российской в частности², как никогда важным является тщательный анализ долгосрочных тенденций и перспектив развития образовательной сферы. По нашему мнению, это является важнейшей государственной задачей.

Государство, действительно, разрабатывает перспективные планы развития системы обра-

¹ Smart education – это объединение учебных заведений и профессорско-преподавательского состава для осуществления совместной образовательной деятельности в сети Интернет на базе общих стандартов, соглашений и технологий. То есть речь идет о совместном создании и использовании контента, о совместном обучении. (Источник: <http://www.elearningpro.ru/forum/topics/smart-education>).

² О «революционной» ситуации в современном образовании говорит, например, известный немецкий профессор Эрвин Хеберле. См.: Сумленый, С. Останется десять университетов // <http://expert.ru/expert/2013/48/ostanetsya-desyat-universitetov/?24>

зования в России. Это, в частности, следует и из регулярно принимаемых Правительством Федеральных целевых программ (ФЦП) развития образования. Последняя Федеральная целевая программа (ФЦП) развития образования на 2016-2020 гг. была утверждена распоряжением Правительства РФ от 29.12.2014 N 2765-р³. От того, насколько верно определены в этой ФЦП направления развития образования, зависит не только качество подготовки в школах и вузах, но и в целом место России на экономической и политической карте мира через 5-10 лет.

Проблема в том, что нам неизвестно, как именно формировался этот программный документ, какие использовались методические инструменты для анализа текущей ситуации и что наиболее важно для ее развития в будущем. В самом тексте ФЦП дословно сказано: «В настоящее время не существует единого источника данных для определения результатов модернизации в системе образования от реализации различных мероприятий в этой сфере». Далее в ФЦП подробно описываются методические подходы к определению целевых показателей (индикаторов), но, по нашему мнению, отсутствует главное, а именно: как, по каким критериям и методикам определялись сами направления, в которых предлагается «развивать» отечественную систему образования?

Зато в ФЦП сказано: «Отсутствие механизмов и моделей взаимодействия в государственно-частном партнерстве сферы образования, бизнес-сообществах и образовательных организациях не позволит в полной мере решить проблему всеобщей доступности качественного образования». Любопытно, что разработчики Программы заранее предупреждают о том, что с большой долей вероятности она окажется неэффективной: «Отсутствие финансовых инструментов Программы, в частности отсутствие необходимых элементов взаимной мотивации и ответственности исполнителей и заказчиков проектов Программы, создаст предпосылки к появлению возрастающей из года в год неопределенности в оценке адекватности хода реализации различных программных мероприятий на федеральном и региональном уровнях, утрате механизмов обратной связи с субъектами экспериментальной деятельности в сфере образования, недостаточности актуальной эмпирической информации о результатах внедрения передовых разработок».

Не вдаваясь в анализ утвержденной Правительством ФЦП развития образования, заметим лишь, что ряд предлагаемых в ней направлений «развития» без «проталкивания» административными рычагами и постоянного финансирования со стороны государства не могут быть реализованы. Здесь мы сталкиваемся с «философским» вопросом: должно ли государство поддерживать нежизнеспособные проекты или нет? Насколько в реальности они необходимы? Почему надо «тащить», например, проект «5-100»⁴, покрывая расходы «всем миром», т. е. из кармана налогоплательщиков, многие из которых об этом проекте не слышали, и он им вовсе не нужен? Действительно, если проект жизнеспособен, то он должен быть способен существовать самостоятельно. Однако помощь со стороны (например, государства или каких-либо фондов) помогает ему быстрее развиваться. То есть возможность самостоятельного существования того или иного проекта не отменяет его финансирования, и именно жизнеспособные программы и проекты должны поддерживаться государством, с тем чтобы они развивались еще быстрее. Продemonстрируем это на примере обучения детей грамоте, т. е. чтению и письму. Даже если бы государство отказалось финансировать программы обучения грамоте, многие родители все равно стали бы это делать: либо сами, либо нанимая за плату учителей.

Каким образом государство, а вслед за ним и образовательные организации могут понять, в каких областях и направлениях им следует сосредоточить свои усилия и финансовые ресурсы? Один из вариантов ответа на поставленный вопрос – это применение методологии «форсайт». Эта методология анализа долгосрочных тенденций и перспектив в той или иной сфере, отрасли или применительно к какой-либо территории приобрела в последние годы особую популярность в научной среде и среди менеджеров высшего звена.

Форсайт – это системный инструмент формирования будущего, который позволяет учитывать изменения во всех сферах общественной жизни: в экономике, науке и технологиях, в социальных и общественных отношениях, в образовании и культуре. Специализированное учреждение Организации Объединенных Наций по содействию промышленному развитию и международному промышленному сотрудничеству ЮНИДО дает следующее определение:

³ <http://www.garant.ru/hotlaw/federal/591385/#ixzz3Mzsl37Pt>

⁴ Правительственный проект, согласно которому пять российских университетов в период до 2020 г. должны попасть в рейтинг ста лучших университетов мира. Только в период 2013-2016 гг. на этот проект запланировано потратить порядка 45 млрд руб.

«Форсайт представляет собой систему методов экспертной оценки стратегических направлений социально-экономического и инновационного развития, выявления технологических прорывов, способных оказать воздействие на экономику и общество в средне- и долгосрочной перспективе».

Особо следует отметить, что целью форсайта не является решение проблем сегодняшнего или завтрашнего дня. Кроме того форсайт не прогнозирует (и тем более не предсказывает), а лишь указывает, какие направления развития для страны, города, отрасли или предприятия окажутся в обозримом будущем наиболее перспективными и выгодными.

Цель форсайта – на основе сегодняшних научных разработок и технологий улавливать тенденции будущего мира и создавать различные его варианты.

Форсайт можно назвать технологией конструктивного отношения к будущему. Он предполагает разработку системы частных прогнозов по важнейшим направлениям научно-технического прогресса и комплексного прогноза научно-технического развития. Специфика методологии форсайта заключается в комбинации и комплексном использовании различных известных методик и инструментов, которые используются, в т. ч. и для достижения других целей и результатов. Наиболее известные среди них: Метод Дельфи, SWOT-анализ, Анализ информационных потоков, Методика фокус-групп, «Панели экспертов», Сценарное планирование, «Выделение ключевых технологий», «Картирование технологий», «Разработка дорожных карт», «Сканирование источников», «Анализ глобальных трендов», «PEST-анализ», «Обратное сценарирование» и др.

В Вятском социально-экономическом институте (ВСЭИ) методология форсайта для проведения различных исследований используется с 2010 г. Наиболее значимых результатов при использовании этой методологии удалось достичь в 2013 г., когда по заказу Администрации г. Кирова ВСЭИ реализовал проект территориального форсайт-исследования. По итогам этого исследования была выпущена монография: «Киров – город будущего. Форсайт-исследование». В феврале-мар-

те 2015 г. по инициативе администрации ВСЭИ с целью определения собственной стратегии развития было проведено форсайт-исследование: «Тенденции и перспективы развития системы образования России». В составе экспертной группы было 35 человек: руководители вузов, общеобразовательных школ и колледжей. Среди них пять докторов наук и 17 кандидатов наук.

Ниже представлены наиболее важные результаты данного исследования⁵, которые выражены в 16-ти главных форсайт-факторах. Под форсайт-факторами понимаются те или иные факторы, т. е. силы, оказывающие заметное влияние на исследуемый объект, в нашем случае на систему образования России. В ходе исследования экспертами были проанализированы несколько сот различных вероятных форсайт-факторов. Для итоговой оценки были отобраны 24, но только 16 из них были признаны в качестве форсайт-факторов, способных оказать значительное влияние.

Все форсайт-факторы были сгруппированы по трем основным направлениям: возможности, угрозы и вызовы, с которыми с большой долей вероятности столкнется российская система образования в будущем, а именно в рассматриваемый в исследовании период от 5 до 25 лет. Все факторы в группах расположены в порядке убывания их значимости – от наиболее весомых, к менее значимым.

I. Важнейшие возможности, которые открываются перед системой образования России

«Возможность» – это фактор, который, если им воспользоваться, принесёт значительный успех, в нашем случае, системе образования, экономике, улучшит качество жизни и здоровье людей. «Возможности», как правило, предполагают незамедлительные действия для начала их реализации.

1. Значительное сокращение «знаниевого» компонента в обучении. Образование в первую очередь должно развивать понятийное мышление, креативные способности, давать опыт по реализации научно-исследовательских проектов и обучать навыкам пользования современными технологиями в различных сферах жизнедеятельности.

⁵ В задачу настоящей статьи не входит изложение методологии проведенного исследования. Желающие подробнее ознакомиться с ее общими принципами могут обратиться к следующим работам автора: Сизов, В. С. Киров – город будущего. Форсайт-исследование: монография. – М.: Магистр, 2013. – 176 с.; Сизов, В. С. Форсайт: понятие, задачи и методология // Вопросы новой экономики. – 2012. – № 2. – С.12-20. Обе работы доступны в электронном виде, в частности на персональном сайте автора. По результатам форсайт-исследования «Тенденции и перспективы развития системы образования России» автор также планирует издать монографию с описанием методологии проведенного исследования.

Коэффициент значимости фактора – 240⁶.

Вероятность наибольшего влияния фактора в период с 2021 по 2025 гг.

Пояснения. Так, например, экс-министр финансов А. Кудрин, а ныне декан факультета свободных искусств и наук СПбГУ, считает: «Каждый человек в среднем восемь раз за жизнь меняет работу и работает в смежных областях. Поэтому с учетом динамики развития технологий главное – воспитать творческие возможности, научить студента учиться постоянно, всю жизнь»⁷.

На текущий момент лучшей в мире системой среднего профессионального образования считается финская система. В ее основе принципы и подходы к обучению, разработанные в СССР. Так вот, по мнению финских педагогов, нет никакого смысла заполнять головы детей и подростков отрывочными сведениями об основах разных наук. Даже таблицу умножения они не считают обязательной для заучивания. Потому что у современного человека всегда под рукой есть счетная машинка, часы или сотовый телефон с калькулятором, которые любые вычисления делают быстрее и точнее человека. На экзамен финские школьники могут приносить любые справочники и даже использовать Интернет, для чего в экзаменационной аудитории всегда есть компьютер. Самое главное в современном образовании, считают финны, – это функциональная грамотность, т. е. умение пользоваться справочником и электронными ресурсами, с помощью которых человек всегда найдет нужную информацию тогда, когда она ему действительно потребуется.

Например, Людмила Ясюкова – руководитель лаборатории социальной психологии СПбГУ и глава центра «Диагностика и развитие способностей», который занимается мониторингом интеллектуального развития школьников и студентов, жестко критикует современную модель школьного образования. Она считает, что принцип науч-

ной подачи информации, который был в советской школе, заменен принципом «калейдоскопа» (сменяющихся картинок), который его разработчики считают системно-деятельностным подходом. В результате в головах учащихся не формируется связного восприятия системы мира и законов природы. По ее наблюдениям, в течение последних двадцати лет интеллектуальный уровень учащихся снижается, равно как и процент людей обладающих понятийным мышлением⁸ становится меньше⁹.

2. Внедрение в общественную практику концепции непрерывного образования: «Образование через всю жизнь».

Коэффициент значимости фактора – 180.

Вероятность наибольшего влияния фактора в период с 2021 по 2025 гг.

Пояснения. ЮНЕСКО сформулировало два принципа развития современного образования – «образование для всех» и «образование через всю жизнь»¹⁰, или «непрерывное образование». Непрерывное образование сегодня является одной из ведущих современных идей развития образования.

Это переход от «образования на всю жизнь» к конструкции «образование через всю жизнь». Непрерывное образование включает в себя формальные (школа, университет и др.) и неформальные (значимые люди, образовательные курсы без сертификации и т. д.) виды образования; реализацию творческого и инновационного подходов и самообразование в течение всей жизни человека¹¹.

Во многих западных странах давно осознали, что без системы постоянного обновления знаний и компетенций работников невозможно строить инновационную экономику, и поэтому создают условия для массового обучения взрослого населения. В Австрии в них задействовано 89% жителей, в Дании – почти 80%, Финляндии – 77%, Шве-

⁶ Коэффициент значимости фактора – это числовой коэффициент, отражающий значимость, относительную важность, т. е. «вес» данного фактора в сравнении с другими факторами, оказывающими влияние на изучаемый процесс. Он находится как произведение двух параметров – значение фактора (Зф) и сила его влияния (СВф), скорректированная на коэффициент вероятности реализации фактора (КВ).

$ВК = (Зф \times СВф) \times КВ$, где ВК – величина «весовой» коэффициент или коэффициент значимости фактора.

⁷ Источник: <http://www.rg.ru/2014/06/03/znaniya.html>

⁸ Понятийное мышление определяется через три уровня интеллектуальных умений человека. Первый – умение выделять суть явления, объекта. Второй – умение видеть причину и прогнозировать последствия. Третий – умение систематизировать информацию и строить целостную картину ситуации. Те, кто обладает понятийным мышлением, адекватно понимают реальную ситуацию и делают правильные выводы. Те, кто не обладают, тоже уверены в правильности своего видения ситуации, но это их иллюзия, которая разбивается о реальную жизнь. Их планы не реализуются, прогнозы не сбываются, но они считают, что виноваты окружающие люди и обстоятельства, а не их неправильное понимание ситуации.

⁹ Источник: <http://www.rosbalt.ru/main/2013/12/04/1207437.html>

¹⁰ Источник: Высшее образование в XXI в.: подходы и практические меры. Рабочий документ. Всемирная конференция ЮНЕСКО по высшему образованию, Париж. 5-9 октября 1998 г.

¹¹ Источник: <http://thisisme.ru/content/neprerynoe-obrazovanie>

ции – 71%, Швейцарии – 68%. В России в сфере непрерывного образования занято 22,4% населения¹².

Однако в качестве главной цели «образование через всю жизнь» является становление и развитие личности как в периоды её физического и социально-психологического созревания, расцвета и стабилизации жизненных сил и способностей, так и в периоды старения организма, когда на первый план выдвигается задача компенсации утрачиваемых функций и возможностей¹³. Эта цель достигается в частности через создание «Академий для взрослых».

Важность непрерывного образования осознается руководством Минобрнауки РФ. Об этом, в частности, свидетельствует то, что во всех ФЦП развития образования, которые принимались, начиная с 2005 г., в т. ч. в последней утвержденной ФЦП на период 2016–2020 гг., прописаны вопросы развития непрерывного образования в России. Минобрнауки РФ были даже разработаны и направлены письмом от 26 декабря 2013 г. N АК-3076/06 «Методические рекомендации по стимулированию и поддержке непрерывного образования»¹⁴. Однако, по мнению ряда экспертов, Россия сможет достичь объемов непрерывного образования сопоставимых с развитыми странами лишь через 20 лет¹⁵.

3. Формирование сети «Академий для взрослых», задачей которой будет являться адаптация людей старшего возраста к реалиям быстроизменяющегося мира. Особенно в освоении новых информационных технологий и гаджетов.

Коэффициент значимости фактора – 158.

Вероятность наибольшего влияния фактора в период с 2021 по 2025 гг.

Пояснения. «Академии для взрослых» – это одна из перспективных форм реализации концепции «Образование через всю жизнь». В практическом аспекте «Академии для взрослых» представляют конгломерат из Центров дополнительного образования с клубами по интересам. В России на сегодняшний день уже более чем в 30 регионах действуют так называемые «Университеты третьего возраста». Однако пока их формат – это скорее занятие досуга пенсионеров. Качество образования и количество учебных заведений для людей взрослых и пожилых в будущем должно стать иным. Кстати, как показывает сов-

ременная практика, наиболее востребованными у пенсионеров оказываются курсы пользователей ПК, изучение работы в интернете и пользование Skype. На наш взгляд, будущие «Академии» в содержательном плане больше должны походить на Международную Академию Образования Взрослых, которая действует в Санкт-Петербурге. Она включает четыре основных структурных подразделения: Школа Бизнеса, Компьютерная Школа, IT-Центр, Кадровое Агентство¹⁶.

4. Использование «сетевых» форм обучения, когда учащийся «не привязан» к одной образовательной организации, а проходит обучение по той или иной дисциплине, самостоятельно выбирая образовательную организацию или место практики из тех, что входят в выбранную им «сеть».

Коэффициент значимости фактора – 158.

Вероятность наибольшего влияния фактора в период с 2021 по 2025 гг.

Пояснения. Сетевая форма обучения – это совместная реализация образовательной программы несколькими организациями, осуществляющими образовательную деятельность с привлечением при необходимости организаций науки, культуры, спорта, производственных предприятий и т. п., обладающих необходимыми для обучения ресурсами. Сетевая форма обучения базируется на идеологии «открытых образовательных ресурсов» и массового сотрудничества.

Сетевыми формами реализации образовательных программ являются:

- совместная деятельность организаций, осуществляющих образовательную деятельность;
- зачет организацией, осуществляющей образовательную деятельность, результатов освоения обучающимся программ учебных курсов, модулей, практик, дополнительных образовательных программ в других организациях, осуществляющих образовательную деятельность и участвующих в сетевом взаимодействии¹⁷.

Сетевая форма обучения дает возможность реализации академической мобильности научно-педагогических работников в форме стажировок, повышения квалификации, профессиональной переподготовки и других форм; внедрения в вузах новых образовательных программ совместно с ведущими зарубежными и российскими университетами и научными организациями;

¹² Источник: http://www.strf.ru/organization.aspx?CatalogId=221&d_no=17229

¹³ Источник: http://pedagogical_dictionary.academic.ru/2093

¹⁴ Источник: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_168562

¹⁵ Источник: http://www.strf.ru/organization.aspx?CatalogId=221&d_no=17229

¹⁶ Источник: http://spb.rb-edu.ru/companies/companies_19246.html

¹⁷ Источник: <http://www.cvets.ru/Doc-s/Setevoe.pdf>

привлечения студентов из ведущих иностранных университетов для обучения в российских вузах, в т. ч. путем реализации партнерских образовательных программ с иностранными университетами и ассоциациями университетов¹⁸.

Международным примером сетевого взаимодействия является сетевой Университет Шанхайской организации сотрудничества, который объединяет 82 вуза из Китая, Казахстана, Киргизии, Таджикистана, России. С российской стороны в проекте участвуют МГИМО, МГУ, МГЛУ, МИСиС, МЭИ, РУДН. Студенты учатся и очно, и дистанционно на русском и китайском языках, а по окончании программ получают диплом своего вуза и сертификат УШОС. Пока что большая часть выпускников таких программ идет на работу в организации ШОС¹⁹.

5. Переход системы высшего образования на практико-ориентированную дуальную модель обучения.

Коэффициент значимости фактора – 158.

Вероятность наибольшего влияния фактора в период с 2021 по 2025 гг.

Пояснение. Дуальное обучение подразумевает, что теоретическая часть подготовки проходит на базе образовательной организации, а практическая – на рабочем месте. При этом работодатель делает заказ образовательным учреждениям на конкретное количество специалистов, которое ему необходимо, а также принимает участие и в составлении учебной программы. Студенты проходят практику на предприятии без отрыва от учебы²⁰.

С 2014 г. в России Агентством стратегических инициатив в 10-ти регионах запущен проект «Подготовка рабочих кадров, соответствующих требованиям высокотехнологичных отраслей промышленности, на основе дуального образования».

6. Применение при обучении в школах, колледжах, вузах принципов соционики (т. е. использование неодинаковых подходов при обучении разных типов людей). В перспективе использование любых учебных программ и дидактических средств с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей каждого человека.

Коэффициент значимости фактора – 105.

Вероятность наибольшего влияния фактора в период с 2030 по 2040 гг.

Пояснения. Соционика изучает законы, по которым человеческая психика воспринимает

и перерабатывает информацию об окружающем мире, классифицирует людей по типам психики и описывает закономерности отношений между ними. Согласно теории соционики каждый человек от рождения обладает одним определенным типом психики, который остаётся неизменным на протяжении всей жизни. В основе классификации психотипов лежит тот факт, что информация, получаемая человеком об окружающем материальном мире, дифференцирована, и разные ее аспекты воспринимаются нашей психикой с разной степенью осознанности. Каждый тип психики об одних аспектах окружающей действительности получает информацию в наиболее полном и хорошо осознаваемом виде, а о других в гораздо менее осознанном и сжатом²¹. Знание психотипов людей позволяет создавать учебные группы, где собраны люди со сходными свойствами мышления и восприятия информации. Разработка учебных программ с учетом различия психотипов людей позволяет существенно повысить качество их обучения.

II. Главные угрозы системе образования России

«Угрозы» – это такие форсайт-факторы, которые представляют опасность для государства и общества. В нашем случае, это факторы, которые способны нанести серьезный урон системе образования, а через нее экономике, экологии, качеству жизни и здоровью населения. Угрозы, как правило, требуют незамедлительного принятия решения и выработки стратегии по их устранению или нейтрализации.

В ходе проведения форсайт-анализа главными угрозами для российской системы образования были признаны следующие.

1. Высокая степень вмешательства государства в регулировании учебного процесса в образовательных организациях и его избыточная стандартизация.

Коэффициент значимости – 350.

Вероятность наибольшего влияния фактора в период до 2020 г.

Пояснения. Прежде всего, это связано с постоянно увеличивающимся объемом всякого рода отчетов и сведений, запрашиваемых различными инстанциями и ведомствами у образовательных организаций. В век информатизации государственные надзорные и статистические инстанции могут легко обрабатывать колоссальное коли-

¹⁸ <http://www.science-education.ru/113-10934>

¹⁹ <http://asi.ru/news/25976>

²⁰ <http://www.mashportal.ru/career-35093.aspx>

²¹ <http://psychotype.ru/article/socionika.html>

чество информации. Это позволяет им «видеть» детальную картину того, что происходит в подведомственных им организациях, и поэтому они запрашивают от них все большее количество исходных данных. Однако первичную информацию приходится собирать и составлять «вручную» образовательным организациям. Для чего требуется прилагать все больше людских усилий. В масштабах страны на сбор первичной информации и составление всякого рода отчетов тратятся колоссальные средства, которые могли бы быть направлены на развитие образовательных организаций. Нет никаких сомнений, что полученная таким путем и обработанная вышестоящими инстанциями информация не восполняет тех убытков, которые несут школы, вузы и колледжи.

Утвержденная Правительством ФЦП развития образования на 2016-2020 гг. еще сильнее бюрократизирует и регламентирует российскую систему образования. Александр Адамский, ректор Института образовательной политики «Эврика», указывает: «Международные исследования фиксируют высокий уровень образования там, где государство минимально вмешивается в работу учителя (это и Финляндия, и ряд скандинавских стран). И наоборот, крайне низкий уровень образования наблюдается там, где государство тотально регулирует деятельность учителя и учебную литературу (например, в Сербии). Повышение качества образования и самостоятельность учителя и школы связаны напрямую. Чем выше самостоятельность, тем выше качество. Чем выше зарегулированность, тем ниже вариативность и качество образования»²². Необходимые и жизнеспособные инициативы и инновации появляются и развиваются в образовательных организациях не по приказу сверху, а самостоятельно, и зачастую вопреки государственным «программам».

Серьезной помехой для развития образования являются также волонтеристские решения, принимаемые Минобрнауки без широких консультаций с педагогической общественностью или при формальном обсуждении тех или иных документов, когда решение принято заранее, вне зависимости от позиции и мнения участников образовательного процесса. Так, например, всем хорошо известно, что многие параметры, по которым проводился так называемый мониторинг эффективности, в частности высшего образова-

ния, никакого отношения к качеству не имеют вообще²³.

Следует отметить, что год от года число критериев для определения эффективности растет, пороговые значения показателей «объявляется» только после сбора данных с вузов. Регулярно изменяются не только пороговые значения, но и методика расчета того или иного критерия. Все это вызывает справедливое возмущение в вузовской среде действиями, прежде всего Рособнадзора, из-за нелепых или намеренно «нелепых» действий которого, вузы оказались дезориентированы и находятся в полной организационно-правовой зависимости от Минобрнауки.

Поскольку «мониторинг» превращен Минобрнауки в своего рода «карательную дубинку», по результатам которого делаются серьезные оргвыводы вплоть до закрытия вузов, то его значение исключительно высоко. Но как было сказано выше, сам мониторинг, в его нынешнем виде, является фактором высокой дестабилизации системы высшего образования, не способствующий ее здоровому развитию в стратегической перспективе.

2. Искусственное снижение роли и статуса высшего образования в общественном сознании россиян и активная пропаганда рабочих специальностей. (Внедрение различных программ поддержки рабочих кадров).

Коэффициент значимости – 320.

Вероятность наибольшего влияния фактора в период до 2020 г.

Пояснения. О необходимости усиления вектора образования в сторону рабочих специальностей, в частности говорится в ФЦП развития образования на 2016-2020 гг. В настоящее время Правительство разрабатывает план массовой подготовки рабочих. По словам председателя правительства Дмитрия Медведева, современная эффективная система профессионального образования должна быть ориентирована на запросы предприятий, способна удовлетворять потребности нашей экономики²⁴.

Однако следует иметь в виду, что страны с развитой экономикой (постиндустриальные, перешедшие на так называемый пятый технологический уклад и активно входят в фазу шестого технологического уклада) являются успешными в первую очередь не за счет того, что производят

²² Адамский, А. Как российские школы возвращаются в СССР. – URL: <http://daily.rbc.ru/opinions/society>

²³ См. публикации автора на эту тему: Сизов, В. С., Сизова, Е. Н. Проблема оценки эффективности деятельности вузов // Экономика образования. – 2013. – № 3. – С. 91-96; Сизов, В. С., Сизова, Е. Н. Проблема оценки эффективности деятельности вузов // Философия хозяйства. Альманах Центра общественных наук и экономического факультета МГУ им. М. В. Ломоносова. – 2013. – № 1. – С. 221-228; Сизов, В. С., Сизова, Е. Н. Проблема оценки эффективности деятельности вузов // Вопросы новой экономики. – 2012. – № 4. – С. 29-33.

²⁴ Источник: <http://expert.ru/2015/02/13/pravitelstvo-gonit-molodezh-v-ptu>

промышленную продукцию. Развитые страны добились успеха в основном за счет «производства» новых технологий – поэтому такую экономику часто называют «экономикой знаний», или «инновационной экономикой». Выпускают же промышленную продукцию развивающиеся страны типа Китая, Индии и России, которые до сих пор находятся в четвертом технологическом укладе – на этапе индустриализации. Озвученная правительственная программа обрекает Россию и дальше оставаться в ряду развивающихся стран. Соответственно, разрыв между качеством жизни жителей России и жителей развитых стран будет неуклонно расти. Невозможно догнать Запад, оставаясь только индустриальной и ресурсодобывающей страной.

Подобное поведение властей хорошо объясняет руководитель лаборатории социальной психологии СПбГУ, глава центра «Диагностика и развитие способностей» Людмила Ясюкова. Люди во власти в нашей стране, по ее мнению, рассуждают примерно так: «Россия – сырьевая страна третьего мира, и поэтому здесь не надо много людей с хорошим образованием и умением думать и делать выводы. Их некуда трудоустроить, они тут никому не нужны. Наши высокообразованные специалисты уезжают и работают в более развитых странах по всему миру. В США даже есть математические школы на русском языке с нашими методиками. И те, кто закончили эти школы, отлично устраивают свою жизнь. Но нашей стране эти люди ни к чему. Здесь нужны те, кто работают бурильщиками, строят дома, мостят улицы и укладывают асфальт. В эти профессиональные сферы и пытается наша власть перевести население. Но ничего не выходит. Люди в эти сферы не идут, предпочитая торговлю в разных видах»²⁵.

Об усиленной пропаганде престижа рабочих профессий говорят факты массового проведения в России различных чемпионатов рабочих профессий. В частности наша страна подала заявку на проведение Международного чемпионата по рабочим профессиям World Skills International в 2019 г. в Казани²⁶.

«Убежден, что проведение такого чемпионата в России – это хорошая возможность еще раз привлечь внимание к рабочим профессиям. А если нам повезет, и решение будет принято в пользу нашей страны, мы сделаем все, чтобы провести это мероприятие на самом высоком

уровне», – заявил Дмитрий Медведев 20 января 2015 г. на встрече с лидерами проектов в области образования²⁷.

Следует заметить, что согласно статистике (как зарубежной, так и отечественной) риск потери работы и более длительный ее поиск тем выше, чем ниже уровень образования человека. Например, в Европейском союзе прежнего состава (ЕС-15) безработица в группе с высоким образованием (уровни 5-6) составляла в 2000 г. 4%, в группе со средним образованием (уровни 3-4) – 7%, а в группе с низким образованием (уровни 0-2) – 11%. В 2007 г. уровень безработицы в Евросоюзе нового состава (ЕС-27) был несколько ниже, но дифференциация по уровню образования осталась прежней. Среди лиц с высоким образованием она составила 3,6%, со средним – 6,0%, с низким – 9,2%²⁸.

3. Падение уровня среднего общего образования в России. Нахождение высшего образования в системном кризисе.

Коэффициент значимости – 240.

Вероятность наибольшего влияния фактора в период до 2020 г.

Пояснения. В июне 2014 г. в рамках Петербургского международного экономического форума «Новые модели образования для экономики XXI в.» среди ректоров ведущих вузов России, представителей власти и бизнеса был произведен опрос об уровне развития современной системы образования в России. По мнению 53% экспертов, Россия с ее системой образования – страна отстающая. Почти 11% заявили, что мы живем в стране с отсталой системой образования. Только треть согласна, что Россия – это передовая страна, а 3% уверены, что мировой лидер²⁹. Между тем в рейтинге образовательных систем британской исследовательской компании Economist Intelligence Unit за 2014 г., Россия заняла восьмое место среди стран Европы и 13-е в мире. Рейтинг составлен на основе международных тестов PISA, TIMSS и PIRLS. Согласно PISA, среди учеников 15-ти лет Россия заняла 34-е место по математике, 37-е – по научной грамотности, 41-е – по чтению. В исследовании TIMSS (оценивает качество математического и естественнонаучного образования школьников четвертых и восьмых классов), Россия вошла в десятку лучших стран. В частности, среди восьмиклассников Россия заняла шестое место по математике и седьмое – по естествозна-

²⁵ Источник: <http://www.rosbalt.ru/main/2013/12/04/1207437.html>

²⁶ Источник: <http://asi.ru/news/25976>

²⁷ Источник: <http://путь.рф/news/992>

²⁸ Источник: <http://demoscope.ru/weekly/2010/0441/barom05.php>

²⁹ Источник: <http://www.rg.ru/2014/06/03/znaniya.html>

нию. В исследовании PIRLS (оценивает уровень и качество чтения и понимания текста учащимися начальной школы), Россия заняла второе место среди стран мира. По данным Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), Россия является лидером среди стран ОЭСР и БРИКС по доле взрослых, имеющих третичное образование (среднее специальное + высшее) – более 50% в 2012 г.³⁰

Однако в самом авторитетном мировом рейтинге вузов Times Higher Education за 2013/2014 г. в число 400 лучших мировых вузов из российских попал только МГУ (в группу вузов, занимающих 226-250 место). Другие российские вузы не попали даже в топ-400. В 2009 г. МГУ показал в этом рейтинге свой лучший результат – 155 место, а СПбГУ – 168 место. После 2009 г. российские вузы в ТОП-200 не попадали.

Шанхайский рейтинг университетов всех стран мира, являющийся общепризнанным эталоном, отдал в 2014 г. первые 20 мест американским, британским и швейцарским университетам (16 – США, три английских и один – швейцарский).

В рейтинге 1000 лучших в мире вузов по версии QS World University Rankings за 2014/2015 г. входит 21 российский вуз. Самые высокие позиции у МГУ им. Ломоносова (114-е место), Санкт-Петербургского государственного университета (233-е место) и Московского государственного технического университета им. Н. Э. Баумана (322-е место)³¹.

4. Снижение в разы количества высших учебных заведений (до 200 и менее).

Коэффициент значимости – 160.

Вероятность наибольшего влияния фактора в период до 2020 г.

Пояснения. Цифра в 150-200 вузов, которых достаточно для России впервые была озвучена в 2008 г. бывшим министром образования Андреем Фурсенко. «Сегодня в России тысячи вузов. Реально конкурентоспособными среди них могут быть порядка 150. Это 15-20% от их нынешнего количества», – заявил А. Фурсенко на совещании по созданию научно-образовательных центров в России, которое провел президент Дмитрий Медведев³². С тех пор началась «охота на вузы», которая особенно активизировалась с приходом нового министра Минобрнауки и нового руководителя Рособнадзора. В соответствии с ФЦП развития образования на 2016-2020 гг. к 2020 г.

будут закрыты 80% филиалов и до 40% вузов. Рособнадзор в 2014 г. провел проверку 508 вузов. Выявлено 736 нарушений лицензионных требований и российского законодательства. 36 вузам запретили принимать студентов. У 24 вузов и филиалов были приостановлены лицензии, то есть права на образовательную деятельность.

Отметим, что по данным за 2008 г. в России насчитывалось 1134 государственных и негосударственных вузов и 1663 филиала, в которых обучалось 7 513 119 человек. К началу 2014 г. остался 961 вуз, в которых обучалось 4,7 млн студентов на 141 млн население. Для сравнения, в Германии – 326 университетов на 82 млн человек (эта пропорция несколько меньше, чем наша нынешняя, но существенно выше, чем та, к которой мы стремимся). В США – 4352 вуза на 310 млн человек населения (на 2010 г.), т. е. гораздо больше, чем у нас сейчас; в Бразилии – 2000 вузов на 190 млн жителей, опять-таки существенно больше. Объяснения, что ухудшилась демографическая ситуация, не выдерживает критики. Поскольку в России в 2010 г. в расчете на 100 тыс. населения было 497 студентов, а в 2014 г. – уже только 336 студентов на 100 тыс. населения.

Таким образом, передовые и динамически развивающиеся государства не только не сокращают количество вузов и их выпускников, но даже увеличивают его. Для их экономики и культуры, по-видимому, нужно больше людей образованных, развитых, мыслящих³³.

Директор Института глобализации и социальных движений Б. Ю. Кагарлицкий указывает: «Ни в одной стране Европы, кроме России, не планируется массовое закрытие университетов»³⁴.

5. Неоправданная ставка на то, что крупные федеральные университеты станут главной опорой государства в конкуренции на международном рынке труда, а также центральным звеном («заводным механизмом») кластерного развития российских регионов.

Коэффициент значимости – 158.

Вероятность наибольшего влияния фактора в период с 2021 по 2025 гг.

Пояснения. По мнению независимых экспертов, ставка на крупные федеральные университеты как на «локомотивы» кластерного развития регионов ошибочна. Правительство, намеренно разваливая сложившуюся систему НИОКР и фундаментальных исследований, которые проводи-

³⁰ Источник: Википедия.

³¹ Источник: <http://www.uci-asa.com/rejting-the2.html>

³² Источник: <http://www.cpt21.ru/newsotr/?action=show&id=1731>

³³ Источник: <http://labazov.livejournal.com/1993678.html?lj=1>

³⁴ Источник: <http://onr-russia.ru>

лись через Академию наук и отраслевые НИИ, решило пойти по западному пути развития, прежде всего американскому, где львиная доля научно-практических исследований проводится, действительно, в Университетах. Однако там такая система складывалась на протяжении более ста лет. И, во-вторых, такой подход был обусловлен историческими и политическими процессами, а также экономическим устройством США и др. развитых стран. В России не существует аналогичного западному политико-экономического устройства. В СССР 50-70-х гг. прошлого века делались замечательные научные достижения, но в их организационной основе лежала именно академические институты и ведомственные НИИ, а не Университеты.

В 2012 г. Правительство запустило Проект 5-100, в который вошли 15 российских университетов, перед которыми была поставлена амбициозная задача войти к 2020 г. в сотню лучших мировых вузов (хотя пять университетов из 15). Также к 2020 г. они должны привлечь к преподаванию не менее 10% иностранных преподавателей и к обучению не менее 15% иностранных студентов³⁵.

При этом дополнительное финансирование этих 15 вузов – участников программы Проект 5-100 составляет 15 млрд руб. в год. В период с 2013 по 2016 гг. должно быть потрачено 45 млрд руб. И в оставшийся до 2020 г. период еще потрачено порядка 60 млрд руб. При этом все расходы государственного бюджета на все образование в России в 2014 г. составили 499,5 млрд руб. Однако даже если эти пять привилегированных университетов войдут в рейтинг ста лучших мировых университетов, остается вопрос – окупятся ли когда-нибудь эти непомерные траты на «искусственное» вхождение в рейтинг?

III. Главные вызовы российской системе образования

«Вызов» – это сложная задача, которая, если будет успешно решена, предоставит новые или дополнительные возможности. Если «вызов» игнорируется и задача, которую он ставит, не решается, он превращается в опасную угрозу. Профессор И. Ильинский дает такое определение: «Вызов – это нечто, что может послужить причиной, способствующей возникновению и усилению каких-то явлений и событий».

1. Многократное возрастание информационной доступности образования. Будет широко осуществляться бесплатное распространение

мультимедийных учебных курсов, увеличится популярность профессионального самообразования без организационного участия учебных заведений.

Коэффициент значимости – 240.

Вероятность наибольшего влияния фактора в период до 2021-2025 гг.

Уровень информатизации учебного процесса возрастает ежегодно. Еще недавно правительство реализовывало программу компьютеризации каждой школы, а сегодня ставятся задачи совершенно нового уровня. Так, например, в 2015 г. у каждого российского школьного учебника должна появиться электронная версия. Установить электронные учебники можно будет на любое устройство: планшет, компьютер или смартфон. Для просмотра материалов учебника не нужно будет подключение к интернету. Отличия от бумажной версии учебника проявятся только в технических возможностях: в электронном учебнике появятся встроенный словарь, энциклопедия, перекрестные ссылки между приложениями с разными предметами, мультимедиа-файлы. Учителя смогут менять местами абзацы, главы и параграфы электронных версий учебников, выделяя главное³⁶.

Сотрудниками Стэнфордской лаборатории искусственного интеллекта профессором кафедры компьютерных наук Дафной Колер (Daphne Koller, организационные и педагогические идеи) и Эндрю Нгом, доцентом той же кафедры (Andrew Ng, разработка OpenClassroom и ml-class/db-class – онлайн-платформ для обучения) был учрежден Проект электронного обучения Coursera. Coursera – это некоммерческая образовательная компания. В настоящее время Coursera финансирует свои операции из венчурного капитала. Стартап получил инвестиции в размере \$16 млн от компаний Kleiner Perkins Caufield & Byers (KPCB) и New Enterprise Associates (NEA), образовавших совместный проект. Цель компании – использовать лучшие курсы лучших преподавателей в лучших университетах и предоставлять доступ к ним во всем мире бесплатно. «Отцы-основатели» позиционируют Coursera как социальную предпринимательскую компанию, которая является партнером лучших университетов в мире.

Сайт был запущен в феврале 2012 г., однако первые курсы Coursera, а именно курсы Эндрю Нга, апробировались с 2008 г., причем в октябре 2011 г. они прошли с участием более чем 100.000 студентов. К началу августа 2012 г. было зарегистрировано первый миллион слушателей

³⁵ Источник: <http://5top100.ru/about>

³⁶ Источник: <http://www.m24.ru/articles/64127>

из 196 стран. 42% слушателей составляют женщины, 57% – мужчины. После США, наиболее часто записываются студенты из Бразилии, Индии, Великобритании, Китая и Канады. Россия представлена 2,42% от общего количества (седьмая позиция в рейтинге)³⁷.

На апрель 2014 г., в Coursera зарегистрировано 7,1 млн пользователей, 641 курс из 108 учреждений (как правило, американских и английских; российских вузов два – СПбГУ и МФТИ). Курсы, в основном, на английском языке. В рейтинге 100 лучших сайтов 2012 г., составленном журналом Times, стартап Coursera победил в номинации «Лучший образовательный сайт года». Российским ответом Курсере стал Универсариум – первый межвузовский проект электронного образования, в котором участвуют ведущие университеты страны. Это электронная площадка, где бесплатно дают новую информацию тем, кто готов ее получать с помощью новых информационных технологий³⁸.

Валерий Ефимов, директор Центра стратегических исследований и разработок СФУ утверждает, что «Высокий уровень образовательной мотивации все чаще наблюдается там, где есть возможность реализовать творческие, креативные, проектные типы профессиональной деятельности. И все чаще это происходит не в системе учреждений высшего образования, а внутри профессиональных сообществ, команд проектов, без формирования заказа традиционным институтам образования»³⁹.

Таким образом, можно констатировать, что сегодня традиционным университетам, системе образования в целом, «брошен вызов». Суть его в том, что деятельность, которую осуществляли эти научно-образовательные институты, начинают перехватывать другие социальные институты: распространение знаний и информации обеспечивает интернет; формирование ценностей и жизненных установок берут на себя СМИ, кино и реклама; креативом, генерацией новых идей и инноваций активно занимается бизнес; воспроизводство стилей жизни происходит за счет социальных сетей и неформальных сообществ; роль исследовательских и разработческих центров берут на себя «фабрики мысли» и так далее⁴⁰.

2. Интернационализация образования. Многие россияне с помощью дистанционных форм

обучения смогут дешево (или бесплатно) учиться в лучших зарубежных вузах.

Коэффициент значимости – 210.

Вероятность наибольшего влияния фактора в период с 2025 по 2030 гг.

Пояснения. Основатель проекта «Универсариум» Дмитрий Гужеля считает, что в настоящее время на образовательном рынке наблюдается глобальная конкуренция, университеты воюют за лучших абитуриентов. Он приводит статистику, согласно которой почти полмиллиона россиян проходят свое обучение на других языках, используя другие образовательные ресурсы. Дмитрий Гужеля отметил, что всего за один год по бесплатным образовательным программам, которые были спроектированы совместно с 36 российскими вузами, прошли обучение более 300 тыс. человек. «При этом более 25% людей – это не граждане Российской Федерации, а люди, которые учились из-за рубежа на русском языке. То есть это говорит о конкурентоспособности российского образования и о конкурентоспособности российских университетов и российских преподавателей»⁴¹.

Следует учитывать, что зарубежные вузы, поддерживаемые своими правительствами, могут целенаправленно внедряться в российскую систему образования, предлагая не только бесплатное электронное обучение российским студентам, но еще и выплачивая лучшим из них стипендии или оказывая поддержку в виде грантов. Зарубежные вузы смогут внедряться, в т. ч. в систему подготовки государственной и муниципальной службы, через партнерские проекты, программы обучения «двух дипломов» и аффилированные вузы посредством участия в их эндаумент-фондах. Например, в СПбГУ Факультет свободных искусств и наук финансируется через эндаумент-фонд, созданный США. Поскольку качество обучения в ведущих зарубежных вуза лучше российского, в итоге в российских государственных вузах могут остаться только направления подготовки военной и секретной тематики.

Эксперты считают, что распространение бесплатного онлайн-образования от крупных университетов может привести к закрытию мелких вузов. Экспансия онлайн-курсов элитных американских вузов может ударить и по российским институтам. Массачусетский технологический институт (MIT) запустил проект бесплатного онлайн-обучения. Вскоре Стэнфорд основал Udacity

³⁷ Источник: <http://www.omsu.ru/page.asp?id=4132>

³⁸ Источники: 1) <http://www.rg.ru/2014/06/03/znaniya.html>; 2) <http://ru.wikipedia.org/wiki/Coursera>

³⁹ Источник: http://www.akvobr.ru/obrazovanie_2030_prodolzhenie.html

⁴⁰ Источник: http://www.akvobr.ru/obrazovanie_2030_prodolzhenie.html

⁴¹ Источник: <http://ria.ru/education/20141208/1037133646.html#ixzz3QyCtERNc>

– компанию, предлагающую бесплатные курсы педагогов университета. Гарвард присоединился к проекту MIT на базе общей платформы edX. Гендиректор института развития образования ГУ-ВШЭ Ирина Абанкина считает, что экспансия онлайн-курсов элитных американских вузов может серьезно ударить и по российским региональным институтам. По ее оценке, нынешние американские программы способны привлечь до миллиарда слушателей по всему миру, среди которых будут и россияне, которые заинтересованы в бесплатном дипломе именитого вуза. Абанкина считает, что языковой барьер не проблема для желающих получить качественное образование⁴². Но миллиард студентов – это примерно в 25 раз больше, чем сегодня обучается всех студентов во всем мире! Исходя из такой предпосылки, если не предпринять адекватных мер, то в недалеком будущем ни у каких российских вузов (за исключением вузов подведомственным силовым министерствам) нет шансов остаться «на плаву», не потеряв своей самостоятельности.

3. Придание чрезмерного значения патриотическому воспитанию в учебных заведениях.

Коэффициент значимости – 180.

Вероятность наибольшего влияния фактора в период до 2020 г.

Пояснения. Почему усиление патриотического воспитания является вызовом? Все зависит от того, какой характер и направленность в сознании учащихся примет такое воспитание. От патриотизма до национализма – один шаг. Чрезмерный упор на «патриотизм» может вызвать обостренные чувства необходимости немедленно и даже с оружием в руках вступить в борьбу со всеми «инакомыслящими». В царской России движение черносотенцев тоже начинало с патриотических заявлений, которые кончались еврейскими погромами.

4. Появление технологий непосредственной загрузки «программного контента» в мозг человека, что многократно увеличит возможности человека, но также будет и инструментом контроля над ним.

Коэффициент значимости – 160.

Вероятность наибольшего влияния фактора в период с 2031 по 2040 гг.

Пояснения. Испытания специального чипа, вживленного в мозг грызунов учёными из США, показали, что животных можно по желанию за-

ставить запоминать те или иные действия, а также, что чип улучшает способности мозга. Автор работы профессор Теодор Бергер (Theodore Berger) планирует провести апгрейд человеческого мозга примерно через 15 лет⁴³.

Сегодня уже есть успешные попытки реконструкции того, что люди видят. Воспоминания, мысли и мечты с помощью нейрокомпьютерного интерфейса сканируются прямо из головы и воспроизводятся на экране⁴⁴. Следующий шаг в развитии видеотехники – это проецирование изображений кинофильмов непосредственно в мозг с полным эффектом присутствия, в т. ч. с восприятием запахов и тактильных ощущений.

В Приказе Минпромэнерго РФ №311 от 7 августа 2007 г. «Об утверждении Стратегии развития электронной промышленности России на период до 2025 г.» и приложенной к нему Стратегии развития электронной промышленности России на период до 2025 г. можно прочитать следующее: «Наноэлектроника будет интегрироваться с биообъектами и обеспечивать непрерывный контроль за поддержанием их жизнедеятельности, улучшением качества жизни, и, таким образом, сокращать социальные расходы государства. Широкое распространение получают встроенные беспроводные наноэлектронные устройства, обеспечивающие постоянный контакт человека с окружающей его интеллектуальной средой, получают распространение средства прямого беспроводного контакта мозга человека с окружающими его предметами, транспортными средствами и другими людьми. Тиражи такой продукции превысят миллиарды штук в год из-за её повсеместного распространения»⁴⁵.

Сегодня также активно ведутся исследования в медицине, где проектируются нанороботы, способные приживаться в человеческом организме и циркулировать вместе с кровяным потоком. Основной задачей таких нанороботов станет ремонт клеток и предотвращение развития болезней на ранних этапах. Кроме этого, такие роботы смогут записывать наши мысли и выполнять ряд других функций⁴⁶.

5. Управление системой высшего образования и вузами профессиональными менеджерами, а не учеными и педагогами.

Коэффициент значимости – 158.

Вероятность наибольшего влияния фактора в период с 2021 по 2025 гг.

⁴² Источник: http://www.vedomosti.ru/career/news/2311978/ugrozhaet_li_tradicionnomu_vysshemu_obrazovaniyu

⁴³ Источник: <http://www.membrana.ru/particle/16318>

⁴⁴ Источник: <http://futurika.info/novye-professii-budushhego-kuda-pojti-uchitsya-v-2020>

⁴⁵ Источник: http://pravdu.ru/arhiv/PRIKAZ_O_CHIPIROVANII.htm

⁴⁶ Источник: <http://futurika.info/prognozy-na-budushhee-kakim-budet-nash-mir-chast-vtoraya>

Пояснения. В июне 2014 г. в рамках Петербургского международного экономического форума «Новые модели образования для экономики XXI в.» ректорам ведущих вузов России, представителям власти и бизнеса был предложен вопрос: «Как перейти в модель образования XXI в.»? На первое место эксперты поставили практику. А вот на второе – современный профессиональный менеджмент в управлении вузами. Университеты Средневековья управлялись канцлерами, в XX в. – ректорами, которых избирали на Ученом совете. Теперь пришло время менеджеров, а не ученых⁴⁷.

В сентябре 2012 г. министр образования Дмитрий Ливанов, выступая на заседании Комитета по образованию Совета Федерации, заявил о намерении кардинально обновить руководство российских вузов. По мнению главы Минобрнауки РФ, возглавлять университеты должны новые, бизнес-ориентированные специалисты. «Мы думаем, как сделать наше высшее образование практичным, ориентированным на запросы работодателей и рынка труда», – заявил он, пообещав привлекать в управление вузов работодателей и общественность, и в целом создать новые модели управления⁴⁸.

В последние 5-6 лет на должности ректоров назначаются бывшие чиновники, порою, никогда не работавшие в вузах. Яркие примеры, вызвавшие общественный резонанс. Ректором Казанского (Приволжского) федерального университета назначен бывший мэр Елабуги и Елабужского муниципального района Республики Татарстан Ильшат Гафуров (2010 г). Научная общественность, мягко говоря, была шокирована этим выбором. Среди ученых неплохими кандидатами на этот пост считались Василий Лихачев (он выходец из Татарстана) и ректор КГУ Мякзюм Салахов. По протекции губернатора Ульяновской области был назначен ректором УлГТУ зампредела правительства Александр Пинков. Уральский федеральный университет возглавил бывший премьер-министр Свердловской области Виктор Кокшаров и т. д.⁴⁹

Выводы и предложения

1. Природа образовательных продуктов не меняется, но меняются технологии предоставления образовательных услуг.

2. В ближайшем будущем произойдет масштабный передел рынка образовательных услуг,

в частности за счет прихода на этот рынок «необразовательных» (курсера) и профессиональных (Гугл, Интел) организаций. Чтобы сохранить свои позиции, вузам необходимо активизировать свои усилия по генерированию эффективных педагогических инноваций.

3. Лидерство в мире обретут те страны, которые помимо промышленной мощи, основанной на новейших технологиях, способны создать и национальную инновационную систему образования.

4. Новая инновационная система образования России должна включать помимо традиционных образовательных организаций, профессиональные сообщества, корпоративные университеты, Академии для взрослых, индивидуальных преподавателей, проекты различных организаций по просвещению населения и распространению профессиональных знаний.

5. Система образования должна строиться по сетевому принципу, звеньями которой могут быть различные агенты – от индивидуального преподавателя, тьютера или репетитора, до профессиональных сообществ и больших университетов.

6. Инновационная система образования должна функционировать в благоприятной среде активно развивающихся образовательных организаций, не стесненных жесткими рамками единообразия форм и видов образования, но развивающих новые формы и методы обучения.

7. Управление инновационной системой образования должно быть не директивным, а индикативным, «мягким». Государственное финансирование образовательных организаций и проектов должно осуществляться на условиях равноправия, справедливости, конкурсной открытости.

8. В России должны быть созданы независимые общественные наблюдательные советы над деятельностью Минобрнауки и Рособнадзора, которым отчасти должны быть переданы функции и полномочия Комитетов по образованию Думы РФ и Совета Федерации.

9. Правительству и Минобрнауки в своей деятельности по развитию образования в России следует срочно сконцентрировать усилия не на борьбу с вузами, а на оказание всемерной поддержки отечественным образовательным организациям в их противостоянии «образовательной агрессии» со стороны иностранных государств, прежде всего США.

⁴⁷ Источник: <http://www.rg.ru/2014/06/03/znaniya.html>

⁴⁸ Источник: <http://www.eduhelp.info/page/chinovniki-minobrnauki-namereny-otmenit-vybory-rektorov-i-perejti-k-ih-prjamomu-naznacheniju>

⁴⁹ Источник: http://expert.ru/2010/04/12/iz_chinovnikov

Список литературы

1. Гапоненко, Н. В. Форсайт. Теория. Методология. Опыт: монография. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 239 с.
2. Образование будущего. Сборник статей межрегиональной научной конференции: «Образование будущего. Год 2021: модели и технологии» / под ред. проф. В. С. Сизова, проф. Н. С. Александровой. – Киров: ВСЭИ, 2011. – 208 с.
3. Сизов, В. С. Киров – город будущего. Форсайт-исследование: монография. – М.: Магистр, 2013. – 176 с.
4. Сизов, В. С. Форсайт: понятие, задачи и методология // Вопросы новой экономики. – 2012. – № 2. – С.12-20.
5. Сизов, В. С. Территориальный форсайт: опыт форсайт-исследования муниципального образования // Вопросы новой экономики. – 2013. – № 2. – С. 11-27.
6. Сизов, В. С. Форсайт: сущность, становление и методы // Новая экономика: теория и практика под ред. проф. Е. Ф. Авдокушина, проф. В. С. Сизова / ВСЭИ. – М.: Магистр: Инфра-М, 2014. – С. 142-168.
7. Сизов, В. С., Сизова, Е. Н. Проблема оценки эффективности деятельности вузов // Экономика образования. – 2013. – № 3. – С. 91-96.
8. Сизов, В. С. Инновации в образовании // Вопросы новой экономики. – 2013. – № 4. – С. 61-69.
9. Сизов, В. С. Смысл и эффективность образования // Экономика образования. – 2011. – № 2. – С. 106-117.
10. Сизов, В. С. Сетевые организационные структуры и будущее российского образования // Вопросы новой экономики. – 2011. – № 2. – С. 12-19.
11. Сизов, В. С. Образование: реформировать или эффективно управлять // Экономические стратегии. – 2009. – № 4.
12. Сизов, В. С. Стратегический анализ внешней и внутренней среды образовательного учреждения // Alma Mater (Вестник высшей школы). – 2004. – № 9. – С. 16-21.
13. Третьяк, В. П. Форсайт в вопросах и ответах. Издание третье, дополненное. – М., 2011.
14. Форсайт и гражданское общество. Монография / Земляков Д. Н., Минченкова О. Ю., Свищунов В. М. и др. – М.: Изд-во ГУУ, 2008.

Дискуссионная кафедра

Что значит быть русским?

С. А. Трушков,

заведующий кафедрой теории и истории государства и права
Вятского социально-экономического института,
кандидат исторических наук, доцент,
г. Киров
E-mail: conf@vsei.ru

What does it Mean to be Russian?

S. A. Trushkov

В статье анализируются подходы к определению понятия «национальность», особое внимание уделено вопросам русской идентичности. Автор считает, что вопрос о русском национальном характере оброс огромным количеством стереотипов. Часть этих стереотипов создана искусственно и целенаправленно внедряется в общественное сознание с определенными политическими целями.

Ключевые слова: национальность, русская идентичность, этнический конструктивизм, этнические стереотипы.

The article analyzes the approaches to the definition of «nationality», a special attention is paid to the issues of the Russian identity. The question about the Russian national character has acquired a huge number of stereotypes. Some of these stereotypes are created artificially and deliberately embedded in the public mind with certain political goals.

Key words: nationality, Russian identity, ethnic constructivism, ethnic stereotypes.

Согласно ст. 26 Конституции РФ, «каждый вправе определять и указывать свою национальную принадлежность» [1]. Таким образом, Российское государство недвусмысленно связывает вопрос принадлежности человека к определенной национальности с его субъективным мироощущением. В результате смысл понятия «национальность» размывается, теряет, какие бы то ни было, объективные критерии. Люди, живущие в России, могут назвать себя представителями каких угодно, даже несуществующих национальностей. Так, в ходе всероссийских переписей населения 2002 и 2010 гг. значительное число граждан определили свою национальность как «казак», «сибиряк» и даже «эльф» и «гоблин».

Представляется, что государство в понятном стремлении пресечь на корню дискриминацию по национальному признаку всё же избрало не совсем адекватный путь, серьезно запутав вопросы этничности. Неудивительно поэтому, что на уровне государственной политики и официальной пропаганды понятие «русские» в последние 20 лет целенаправленно вытеснялось понятием «россияне» [2].

Впрочем, времена меняются. Произошедший в прошедшем году резкий разворот во внешней политике России привел к смене ориентиров и в политике национальной. Ярким свидетельством смены вех в национальной политике является принятая Всемирным русским народным собором 12 ноября 2014 г. по инициативе патриарха Московского и Всея Руси Кирилла «Декларация русской идентичности».

В указанном документе впервые за всю постсоветскую историю предпринята попытка дать официальное определение русской идентичности. Согласно «Декларации русской идентичности», «русский – это человек, считающий себя русским; не имеющий иных этнических предпочтений; говорящий и думающий на русском языке; признающий православное христианство основой национальной духовной культуры; ощущающий солидарность с судьбой русского народа» [3].

На наш взгляд, перечисленные в «Декларации русской идентичности» критерии «русскости» в значительной степени следуют в русле этнического конструктивизма. Это направление утвердилось в качестве руководящей основы не только

русской, но и в целом европейской и американской этнологии не без влияния либеральной идеологии. Суть этого подхода в рассмотрении национальности как общности людей, формирующейся на основе культурной самоидентификации и общего языка, принципиально не беря в расчет биологические факторы этногенеза.

Любой из традиционно предлагаемых этническими конструктивистами признаков национальной принадлежности (язык, гражданство, вероисповедание, образ жизни, особенности характера и культурные предпочтения) не является универсальным и вызывает сомнения. Например, большинство дагестанцев говорят по-русски, однако русскими не являются. Или, скажем, коренной житель Китая может при желании любить и ценить русскую литературу и бытовую культуру, не переставая при этом быть китайцем.

Неудивительно поэтому, что либералы от этнологии договорились до того, что будто бы наций как таковых вообще не существует. Например, сотрудник Высшей школы экономики А. В. Муравьев в эфире «Эха Москвы» 15 ноября 2014 г. заявил: «Русские» – это культурное определение, оно работает только в культуре... О нации говорить бессмысленно. Русские как нация не сложились» [4].

Конечно, православные идеологи «русскости» находятся на противоположном идеологическом полюсе. Однако, как ни странно, аргументация их антилиберальных, почвеннических идей носит вполне либеральный, конструктивистский характер. Утверждая, что «русский – это человек, считающий себя русским», авторы декларации допускают возможность выбора национальности даже для людей, рожденных в однонациональных браках, оба родителя и все прочие предки которых не были русскими. Получается, что любой житель Земли, кем бы и где бы он ни родился, при желании может «стать» русским. Для этого ему достаточно отказаться от прежних этнических предпочтений, выучить русский язык и начать на нем думать, испытывать солидарность с судьбой русского народа и принять православие.

Между тем, результаты современных исследований в области генетики подтверждают справедливость старой идеи о том, что этнос – это кровнородственное сообщество, и соединяющие его связи имеют биологическую природу. В настоящее время весьма распространены исследования генофонда различных народов на основе выделения гаплогрупп Y-хромосомы.

Масштабное исследование русского генофонда было проведено в 2008 г. медико-генетическим научным центром РАМН. Ученые для своего исследования отобрали образцы Y-хромосомы у

1228 русских мужчин, т. к. Y-хромосома передается только по мужской линии. Выяснилось, что среди русских преобладают носители двух гаплогрупп: R1a (преобладает у коренного населения Южной и Центральной России) и N3 (более характерна для жителей северо-востока Европейской России) [5]. Причем первая из указанных гаплогрупп также преобладает у украинцев, белорусов, поляков и, как ни странно, индийцев высших каст. А гаплогруппа N3 характерна, помимо русских северян, ещё и для финно-угорских и балтийских народов.

При этом среди русских были выявлены и другие гаплогруппы, но у меньшего числа обследованных. Получается, что нет какой-либо одной «национальной» гаплогруппы, нации генетически неоднородны. Однако по гаплогруппам можно судить о разнице, несходстве в происхождении тех или иных больших этнических групп и степени близости их контактов.

В целом данные генетики позволяют утверждать, что неразумно исключать из критериев разделения людей на национальности биологические факторы. В этом нет никакого расизма, это объективный научный факт. Научно доказаны факты биологических различий между нациями. Примером могут служить, т. н. «финские болезни» – ряд наследственных патологий, встречающихся у финно-угорских народов гораздо чаще в сравнении с другими популяциями. Общеизвестен и факт отсутствия у ряда народностей Севера фермента, расщепляющего этиловый спирт, вследствие чего представители этих национальностей легко заболевают алкоголизмом.

Но также очевиден и тот факт, что с помощью одной лишь генетики определить национальность невозможно. Подобно тому, как любой человек представляет собой единство тела и духа, так и любая национальность является результатом синтеза биологических и культурных факторов.

Учитывая вышесказанное, рискнем дать собственное определение русской нации. Русские – это восточнославянская этническая общность, которая:

- 1) занимает на протяжении нескольких веков пространство в границах современного российского государства;
- 2) воспроизводит себя в течение большого числа поколений;
- 3) пользуется русским языком как родным;
- 4) отождествляет себя с русской культурой.

По поводу территориального ареала русской популяции следует уточнить, что мы не включаем в него некоторые регионы современной РФ, а именно: республики северного Кавказа, Татарстан, Башкирию, Туву и районы расселения малых

народностей Севера. Указанные регионы, безусловно, не являются русскими по своему национальному составу. Также мы не согласны с имперским подходом, согласно которому ареалом русской популяции является якобы вся территория бывшего СССР.

Определив, кто такие «русские», следует понять, какие они. Как известно, вопрос о русском национальном характере оброс огромным количеством различных стереотипов. Часть этих стереотипов создана искусственно и целенаправленно внедряется в общественное сознание с определенными политическими целями.

Существуют, например, «официальные» мифы о русских, выдающие желаемое для властей за действительное. Это естественно, поскольку любое государство стремится воспитать своих граждан «под себя», внушить им выгодные для власти имущих идеи и сформировать «правильные» стандарты поведения. Есть и негативно окрашенные стереотипы, создающиеся недругами русской нации с целью очернить образ русских в сознании лиц других национальностей и внедрить в самих русских комплекс неполноценности.

И «розовые», и «черные» мифы о русских активно используются всеми политическими силами в нынешней информационной войне между российскими властями и Западом.

Наша гипотеза состоит в том, что никакого особого «русского характера» не существует. Впрочем, это относится не только к русским, но и к любым другим этносам. В любой нации есть люди всех темпераментов и любых психологических типов с самыми разнообразными стилями поведения и привычками. «Национальный характер» миф ещё и потому, что каждая нация разделена по социально-демографическим признакам на самые разнообразные группы, особенности характера которых могут резко, даже диаметрально различаться.

Наиболее ярко эти ментальные различия на уровне одной нации проявляются у групп с различным уровнем дохода. Например, в кандидатской диссертации А. С. Патиссон «Особенности социальных представлений о русских людях у чехов и американцев», защищенной в МосГУ в 2011 г., утверждается, что, по мнению чехов, «приоритетной чертой русских является стремление к «богатству и власти», влекущее за собой «высокомерное отношение к окружающим» и «желание продемонстрировать свои материальные достижения» [6]. Такие данные были получены в результате социологического опроса.

Совершенно очевидно, что такие представления чехов составлены в основном из их контактов с русскими туристами. Как известно, позволить

себе зарубежные поездки могут только наши обеспеченные соотечественники, поэтому неудивительно, что чехи, видя только этот слой нашего общества, начинают переносить впечатления от общения с ним на всех русских вообще. Так формируются стереотипы и навешиваются ярлыки.

Исследуя особенности менталитета людей той или иной национальности, можно говорить лишь о чертах, преобладающих у большинства из них. При этом всегда найдётся некое «меньшинство», не сходное с ментальными особенностями «большинства». По некоторым параметрам возможно вообще разделение этноса на примерно равные части.

Еще одной важной характеристикой общественного сознания является его изменчивость. На место одним особенностям «национального характера» с течением времени приходят другие. И определяющую роль в этих процессах играют государство и экономика. Например, о какой предприимчивости русских людей в советское время можно было говорить, если в то время существовала уголовная статья за спекуляцию? О какой толерантности к инакомыслящим в период сталинских репрессий? О каком трудолюбии русских крестьян в период крепостного права?

Тем более нелепо выдавать личное оценочное мнение о русских какого-либо философа (пусть даже и великого), жившего сто лет назад, за «прозрение», определяющее особенности русского менталитета в настоящее время. Заявления в духе «а вот Достоевский (Бердяев, Соловьев и т. п.) говорил» на самом деле не является убедительным аргументом. Эти, действительно великие люди, жили в совсем другой стране, при абсолютно иных исторических реалиях.

Кроме того, любые утверждения об особенностях той или иной нации имеют смысл, если их можно доказать эмпирически, научными методами. Тенденции развития массового сознания у русских (как и у других народов), безусловно, существуют. Но для того, чтобы их выявить, нужны исследования.

В связи с этим, есть смысл рассмотреть данные актуальных для нашего времени научных работ, позволяющих более или менее объективно оценить современное состояние общественного сознания русских.

Руководитель Центра исследования межнациональных отношений Института социологии РАН Л. М. Дробижина, обобщая результаты десятков эмпирических исследований, утверждает: «Этническая идентичность русских в результате особенностей исторического развития, в т. ч. советского периода, мало связана, как показали материалы исследований, с культурными марке-

рами и больше базируется на государственности, зависит от политического контекста, доверия к власти. При идеологической нечеткости отношения к прошлому и проектов на будущее, в т. ч. в сфере этнонациональной политики, массовое сознание русских может еще долго оставаться неконсолидированным на позитивных ценностях, а чаще опираться на оборонительные, защитные настроения» [7].

С высокой степенью зависимости от государства связана и такая черта русских как социальная пассивность. Неслучайно социологические опросы показывают, что, по мнению самих русских, литературным персонажем, наиболее полно воплощающим в себе черты русского народа, является Иванушка-дурачок [8].

Все прочие черты русского менталитета, фиксируемые социологами, носят двойственный характер. Так, большинство респондентов, как правило, утверждают, что важнейшие качества русских людей – доброта, отзывчивость, сострадание. Однако с такой самооценкой не стыкуется криминальная статистика.

Практически на протяжении всего постсоветского периода отмечается, что Россия является одним из мировых лидеров по количеству убийств. По официальным данным, в 2013 г. в России было зарегистрировано 9,2 убийств на 100 тыс. чел. (и это ещё прогресс, т. к. в 2005 г. этот показатель составлял 21,4), в то время как в США – 4,7, в Китае, Чехии, Великобритании, Франции – по 1, а в Японии – 0,3 [9]. В этих условиях вряд ли может утешать, что в ряде стран Африки и Латинской Америки уровень убийств ещё выше, чем в России.

Настораживает и то обстоятельство, что Россия на протяжении многих лет уверенно занимает четвертое место в мире по доле заключенных в составе населения (после США, Руанды и Кубы) и третье место по абсолютному числу заключенных, уступая только более многолюдным США и Китаю [10]. По словам первого заместителя председателя Верховного суда РФ в отставке В. Радченко, в современном российском обществе насчитывается около 15 млн чел., прошедших через тюрьму, а это почти четверть взрослого мужского населения [11]. Насколько эти люди способны обладать гуманизмом, честностью, порядочностью, чувством справедливости? А ведь эта масса русских людей ещё и активно воздействует на ценностные установки их окружающих.

Конечно, данные о количестве убийств и заключенных относятся к гражданам России вообще, а не только к русским. Однако, учитывая, что среди граждан нашей страны русские составляют 80%, вполне резонно допустить, что и среди

убийц, и среди зэков большинство составляют всё же русские.

С таким высоким процентом девиантов, русские, к большому сожалению, приобретают имидж грубых, агрессивных, склонных к хамству людей. Количество подобных оценок и со стороны самих русских, и со стороны представителей других национальностей, зашкаливает. Эти тенденции фиксируются и социологических исследованиях. Например, опрос, проведенный Фондом «Общественное мнение» в 2013 г. среди русских респондентов, зафиксировал факт, что они, отвечая на вопрос «Что именно изменилось в русском национальном характере в последние годы?», в качестве главной тенденции отметили: «Люди стали злыми, агрессивными, завистливыми» [12].

В наше время жизненная практика абсолютно не подтверждает распространенное представление о коллективизме русских людей. Русская соборность может когда-нибудь и существовала, но сейчас от неё осталось немного. Профессор МГУ А. А. Аузан, опираясь на данные социологических исследований, заявляет, что характерной чертой современных русских является не просто индивидуализм, а радикальный, конфликтный индивидуализм, граничащий с эгоизмом [13].

О взаимовыручке среди русских людей говорить совершенно не приходится. Армейская жизнь свидетельствует, что если в роте, в основном состоявшей из русских, появляются несколько дагестанцев, то они, как правило, подчиняют своему влиянию всю роту. Факт того, что русские в последнее время далеко не коллективисты, а напротив, индивидуалисты, вынужден был признать даже близкий к власти клуб политологов «Валдай» [14].

Таким образом, многие положительные стереотипы о «русском национальном характере» не подтверждаются практикой. Можно с одинаковым успехом доказать, что мы и ленивы, и трудолюбивы, и зависимы, и свободны, и дружелюбны, и агрессивны. Так называемые «типичные качества русского характера» – не более чем пропагандистские уловки, позволяющие различным политическим силам манипулировать мыслями и поступками русских людей.

Список литературы

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993). – Ст. 26.
2. Сизов, В. С. Нужна ли россиянам национальная идея? / В. С. Сизов // Философия хозяйства. Альманах Центра общественных наук и экономического факультета МГУ им. М. В. Ломоносова. – 2001. – № 6.

3. Декларация русской идентичности. – URL: www.vrns.ru (дата обращения: 11.01.2015).
4. <http://www.echo.msk.ru/programs/kulshok/1437286-echo>
5. Балановская, Е. В., Балановский, О. П. Русский генофонд на Русской равнине. – URL: historylib.org (дата обращения: 11.01.2015).
6. Патиссон, А. С. Особенности социальных представлений о русских людях у чехов и американцев: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата психологических наук. – М.: МосГУ, 2011. – С. 12.
7. Дробижева, Л. М. Идентичность и этнические установки русских в своей и иноэтнической среде // Социологические исследования. – 2010. – № 12. – С. 58.
8. <http://fom.ru/posts/10971>
9. Рейтинг стран мира по уровню преднамеренных убийств. – URL: gtmarket.ru (дата обращения: 11.01.2015).
10. <http://true-justice.net/?p=14704>
11. <http://rg.ru/2008/09/02/radchenko.html>
12. <http://fom.ru/posts/10971>
13. Аузан, А. Мы – индивидуалисты. – URL: vogazeta.ru (дата обращения: 11.01.2015).
14. Национальная идентичность и будущее России. – URL: vid1.rian.ru (дата обращения: 11.01.2015).

Рецензии, отклики

О национальных интересах и либеральных ценностях (Рецензия на книгу Е. В. Косова «Национальные интересы и либеральные ценности»)

Е. С. Зотова,

заместитель директора Центра общественных наук экономического факультета
Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова,
ведущий научный сотрудник, кандидат экономических наук,
г. Москва
E-mail: eszotova@mail.ru

To the Question of the National Interests and Laborite Values

Y. S. Zotova

В настоящее время во всем мире остро встает вопрос о синтезе общественных движений, получивших название «либерализм» и «национализм». Особенно это актуально на российской почве, где назрела необходимость идеологически и организационно интегрировать вменяемых либералов (которые без «толерантных» заскоков) и трезвых русских националистов. Тем самым, либерально-националистический альянс, отражающий основные общественные настроения, может стать в России мощным политическим явлением. Этому посвящена книга Е. В. Косова «Национальные интересы и либеральные ценности».

В чем выражаются национальные интересы? Прежде всего, в сохранении и преобразовании русской нации, т. е. в «сбережении русского народа» (по А. И. Солженицыну). Что подразумевает не только обеспечение «сытости» населения страны, а, прежде всего, развитие духовных устремлений народа.

Либеральные ценности – это свобода слова и вероисповедания, это возможность создавать на добровольной основе любые союзы (семейные, общинные, артели, синдикаты, ассоциации и т. п.). Свобода – это реальная возможность самоорганизации, прозрачная система выборов и судопроизводства. Свобода – это право на личную (и семейную) собственность и доступная возможность свободного труда (труда без принуждения). По своей

тематике рецензируемая книга – серьезная книга на серьезную тему.

Среди актуальных тем, присутствующих в рецензируемой книге, можно отметить следующие.

О глобализации

В ответ на всепроникающую глобализацию повсеместно возникают и укрепляются противоположные явления, что получило название «антиглобализма» (или «глокализации»). Странники общемировой глобализации желают немедленной культурной и административной интеграции и унификации всего и вся. Однако вместо этого повсеместно происходят противоположные вещи – обострение интереса к национальной истории и культуре, возникновение процессов автономизации, возрождение древних традиций и этнических стилей. Там, где отдельное государство не может в одиночку справиться с проблемами, оно неизбежно стремится войти в соответствующие союзы, объединяющие сходные по культуре страны. Границы этих зон как реальные, так и виртуальные сейчас не совпадают с границами государств, но со временем обязательно придут в соответствие. Сила любой культурной цивилизации не в единой территории и не в едином государстве, а в единстве духа. В основе идеологии антиглобализма лежит признание принципа необходимости построения устойчивого децентрализованного мно-

гополярного мира. В соответствии с этим будущее мира представляется в виде нескольких самодостаточных зон цивилизации, каждая из которых представляет целый блок государств на планетарной «шахматной доске». В любом случае все человечество на планете будет жить вместе. Но по-разному! Глокальные культуры, сформированные в отдельных мировых зонах, могут сохраняться и развиваться, лишь активно играя свою роль в мировом пространстве – изоляционизм их погубит. «Думай глобально, действуй локально» – это и есть главная формула современной глобализации. Можно уверенно предположить, что эти противоречивые процессы будут и впредь развиваться одновременно, ускоряя и подстегивая друг друга.

О Русском мире (или в авторской транскрипции «Руском міре»)

За тысячу лет непростой истории, берущей свое начало от «Земли русов» IX-X вв., сформировалось государство Россия в виде обширного пространства на евразийском континенте. На этой территории развивается «Рускій міръ» как разнотничная национально-культурная общность, основанная на таких могучих столпах, как русский язык и литература, национальная (русскоязычная) образовательная система, православные духовные ценности. Как китайцев создал буддизм, а арабов – ислам, так и русскую нацию создало православие. В стране, столь этнически многообразной, какой является Россия, расово-генетические свойства не имеют особого значения. Дело не в этничности, а в национальной культуре, где особая роль принадлежит религии, считает автор. В современном цивилизованном мире любая религия превращается в мощное средство национальной идентификации, одновременно выполняя свою мировоззренческую и нравственную функцию. Православие – тот фундамент, опираясь на который, Россия (русская нация) всегда возрождалась из страшных руин. При нашествии Золотой Орды удалось сохранить и даже укрепить русское православие. На Руси и тогда существовали монастыри, воздвигались новые православные храмы, воспитывались новые священнослужители. Распалась Орда, и на ее развалинах сразу же воссияла Святая Русь. В Смутное время начала XVII в. русский народ, несмотря на всяческие посулы, не отрекся от своей православной веры, что, несомненно, послужило основой возрождения и будущего укрепления России. В «смуту» XX в. все было наоборот. Рухнула не только русская монархия, вместе с ней была разрушена православная церковь и подвергся гонениям весь «Рускій міръ». Вместе с православием была похоронена духовная суть русской нации. Большевикам удалось сохранить и даже

расширить Российское государство в виде новой коммунистической империи – СССР, но одновременно Советская власть безжалостно уничтожала «Рускій міръ». Вместо него был возведен некий новодел – «Советский мир» в виде укрепленного и вооруженного «социалистического лагеря».

Позиция национального обособления и внешне-европейской изоляции современной России – позиция ложная. Изоляция России от европейского мира невозможна. Только в тесном союзе со всей Европой (лучше сказать: со всем миром эллино-христианской культуры) России можно надежно сохранить свою национальную (русскую, православную) самобытность, как ее сберегают в объединенной Европе итальянцы, финны, греки и другие европейские народы. Россияне должны стремиться к тому, чтобы стать новой солидарной нацией – русскими европейцами, т. е. стать европейцами, оставаясь русскими.

Если полный экуменизм главных религиозных течений не представляется возможным даже самым фанатичным сторонникам глобальной унификации, то общехристианский экуменизм, т. е. сближение основных ветвей христианства и, прежде всего, католицизма и православия, многим представляется не только возможным, но и вполне реальным делом недалекого будущего. Так и будет, если следовать здравому смыслу, а не догмам и мифам.

Именно сейчас российскому обществу необходимо нравственное преображение – как спасение и духовное очищение. Необходимо понять и прочувствовать: как это могло случиться с русским народом? От одних истин ушли, а других не нашли. А то, что людям сейчас подсунили, тоже оказалось ложью. В общественном сознании совершенно игнорируется возможность трансформационного перехода, что в православной философии называется «Преображением».

О новом российском федерализме

По мнению автора, по факту Россия никакая не федерация, а типичное унитарное государство, где даже президенты национальных республик назначаются чиновниками в Кремле. Российская «властная вертикаль» отбирает у региональных субъектов почти все собираемые ими налоги, централизует использование природных ресурсов, не позволяет демократически избирать администрацию на местах, контролирует судебную систему, препятствует модернизации ЖКХ. В таком виде Россия представляет собой совершенно нежизнеспособную структуру. «Столичная модель», когда Москва является практически единственным центром притяжения всех ресурсов страны, – тупиковая модель. Высокая концентрация власти и ресурсов в столице ста-

ла неразрешимой политической и экономической проблемой (и транспортной тоже!). Совершенно очевидно, что жесткая централизация – тормоз в развитии страны.

Деление России, самой обширной страны мира, по этническому признаку безнадежно устарело, сейчас это просто случайные линии на географической карте. Если считать главным национальным интересом сохранение России как общего единого государства, то для развития страны требуется новый подход – демократический федерализм, который можно назвать также «земским подходом». Российское государство может трансформироваться внутри себя на крупные самостоятельные образования – федеральные края. Их границы следует устанавливать не по этническим или экономическим признакам (все это изменчиво, а оттого зыбко и спорно), а по неизбежным географическим понятиям. Это, прежде всего, водоразделы главных рек России. Передача большинства экономических и административных функций Центра в федеральные края позволит снять в России накопившееся напряжение от чрезмерного централизма.

Дополнительным серьезным аргументом в пользу установления новых административных границ по водоразделам рек является тот неоспоримый факт, что в постиндустриальную (информационную) эпоху главной цивилизационной ценностью неизбежно станет вода – хорошая питьевая вода! Без нефти и газа прожить можно, без хорошей воды – беда! Спрос на чистую пресную воду в недалеком будущем только увеличится, что может привести не только к локальным, но и к глобальным конфликтам. Дефицит пресной воды – вполне серьезная проблема, с которой предстоит иметь дело человечеству в третьем тысячелетии.

Существующее состояние российских рек чрезвычайно серьезно. В результате непродуманного строительства на крупнейших реках России каскада плотин и гидроэлектростанций были затоплены плодородные пойменные земли, которые кормили страну, но навсегда вышли из хозяйствен-

ного использования. Застойная вода в гигантских водохранилищах заросла ядовитыми сине-зелеными водорослями. По причине накопления воды в многочисленных водохранилищах уровень подпочвенных вод понизился на территории России в среднем на один метр. Российские реки катастрофически мелеют.

Будущее государственное и общественное устройство России – не в попытках скопировать отмирающие формы европейского (многопартийного) парламентаризма, тем более что и сам этот парламентаризм встречает там суровое осуждение. Непременным условием и главным средством, способным решить задачу формирования солидарного общества в России, является реализация на практике принципов многоуровневой общинной демократии, которую следует рассматривать в качестве формы самоорганизации, – считает Е. В. Косов. Общинная самоорганизация общества позволяет ограничить вседозволенность бюрократии, обуздать ее и «раскулачить». Кроме этого, общинная демократия позволит искоренить в русской жизни такое распространенное явление, как иждивенчество – слепую веру людей в «благотворительность» государства.

Рецензируемая книга по жанру является произведением на стыке науки (монографии) и публицистики (памфлета) и написана ярким образным языком. В настоящей книге развиваются идеи, которые автор излагал в своих ранее опубликованных работах. О национализме и патриотизме – в книге «Быть русским. Русский национализм – разговор о главном». О принципах общественного самоуправления на основе казачьей общинной демократии – в книге «Казачья воля». О формировании многополярной миросистемы в последней книге «Либералы: трудный путь к свободе». Эти книги Евгения Косова выдержали несколько переизданий и имели широкий отклик в Интернете и печатных СМИ (в газете «Слово»). Рецензируемая книга с обязывающим названием «Национальные интересы и либеральные ценности» наверняка найдет своего заинтересованного читателя.

УСЛОВИЯ ПУБЛИКАЦИИ В ЖУРНАЛЕ

1. Статью, авторскую справку и скан-копию рецензии высылайте на e-mail: rus@vsei.ru, в теме письма укажите «**Для публикации в журнале ВАК**». Вы получите ответ о том, что письмо получено редакцией (если не получите в течение 3 дней – звоните нам). Рассмотрение возможности публикации происходит в соответствии с Положением о порядке рецензирования.

2. Условием публикации является положительное решение рецензента. **Первоочередное право на публикацию** получают участники регулярных очных и заочных научных конференций по теме «Проблемы новой экономики».

3. Статьи аспирантов (без соавторов) публикуются бесплатно на конкурсной основе.

4. Статьи докторов наук (без соавторов, не имеющих ученой степени доктора наук) принимаются без ограничительных условий.

5. Номера журнала рассылаются заказными бандеролями с уведомлениями по адресу, указанному в заявке участника заочной конференции или авторской анкете.

6. Опубликованные в печатном варианте статьи также размещаются в электронном виде на сайте www.vsei.ru.

Если у Вас остались вопросы по условиям публикации, звоните по тел. (8332) 67-02-35, (8332) 37-51-61 и пишите на адрес электронной почты rus@vsei.ru (Мальцева Светлана Александровна).

ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ СТАТЕЙ

1. Предоставляемый материал (статьи, дискуссионные материалы, рецензии, обзоры) должен являться оригинальным, не опубликованным ранее в других печатных изданиях.

2. Рукопись представляется на русском языке, при этом прилагается название статьи, основные сведения об авторе (фамилия, инициалы, должность, место работы, ученая степень, город, адрес электронной почты), краткая аннотация, ключевые слова на русском и английском языках.

3. Объем текста для авторов, не имеющих ученой степени, – до 20 000 печатных знаков (0,5 авт. л.), для авторов, имеющих ученую степень, – до 40 000 печатных знаков (1 авт. л.).

4. Для выделения отдельных пунктов в тексте или графическом материале необходимо использовать только арабскую нумерацию.

5. В конце статьи приводится список литературы. Образец смотрите на www.vsei.ru.

6. Библиографические записи должны быть расположены в алфавитном порядке. При упоминании или цитировании в тексте приводится номер библиографической записи и страница источника в квадратных скобках, например: [25, с. 12].

7. Текст необходимо набирать в формате страницы А4, с межстрочным расстоянием «полуторный». Поля текста – по 2 см. Страницы должны быть пронумерованы. При наборе текста необходимо использовать шрифт «Times New Roman». Размер шрифта – 14.

8. Графический материал должен быть представлен в приложении к «Word», например, «Microsoft Graph».

9. Математические формулы оформляются через редактор формул «Microsoft Equation 2.0», а их нумерация проставляется с правой стороны.

РЕГУЛЯРНАЯ ЗАОЧНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ «ПРОБЛЕМЫ НОВОЙ ЭКОНОМИКИ»

Уважаемые коллеги!

Вятский социально-экономический институт проводит серию заочных конференций по «новой экономике». Статьи участников заочных конференций публикуются в журнале «Вопросы новой экономики», **включенный в перечень ВАК**. Направления конференции соответствуют основным рубрикам журнала:

<i>Теория новой экономики</i>	<i>Развитие регионов</i>
<i>Мировая экономика</i>	<i>Модернизация России</i>
<i>Процессы глобализации</i>	<i>Менеджмент</i>
<i>Экономика знаний</i>	<i>Экономическая теория</i>
<i>Предпринимательство</i>	<i>Инноватика</i>
<i>История экономики</i>	<i>Стратегическое управление</i>
<i>Финансовая экономика</i>	<i>Вопросы образования</i>
<i>Прогнозы социально-экономического развития</i>	<i>Научные дискуссии</i>

Стоимость участия в заочной конференции с 25 марта 2015 г. – 8 тыс. руб.

Форму заявки участника конференции и реквизиты для оплаты смотрите на сайте www.vsei.ru.

ПОДПИСКА НА ЖУРНАЛ

Уважаемые читатели! Журнал распространяется по подписке и адресной рассылке в Российской Федерации и зарубежных странах. При оформлении подписки на журнал через агентство «**Пресса России**» подписной индекс **80935**.

Вы можете оформить **редакционную подписку** на 6 месяцев (2 номера) или 12 месяцев (4 номера). Стоимость редакционной подписки – 900 руб. за один номер + почтовые расходы.

Реквизиты для оплаты подписки через редакцию журнала

НОУ ВПО «Вятский социально-экономический институт»
Р/счёт 40703810392000000012
Филиал ОАО Банк ВТБ в г. Кирове г. Киров
БИК 043304705
Кор/счёт 30101810200000000705
ИНН 4346034770
КПП 434501001

Журналы высылаются заказной бандеролью с уведомлением по указанному Вами почтовому адресу. Обязательно проверьте правильность почтового индекса.

Уважаемые коллеги!

Предлагаем вам размещение рекламы и рекламных статей в нашем журнале.

Дополнительную информацию вы можете получить на сервере www.vsei.ru
(раздел «Аспирантам» – «Научные публикации»)

Почта России

Ф СП-1

АБОНЕМЕНТ на журнал

80935
(индекс издания)

**ВОПРОСЫ
НОВОЙ ЭКОНОМИКИ**

Количество комплектов

на 2015 год по месяцам

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12

Куда

(почтовый индекс)

(адрес)

Кому

ПВ	место	литер

**ДОСТАВОЧНАЯ
КАРТОЧКА**

80935

на журнал **ВОПРОСЫ НОВОЙ ЭКОНОМИКИ**

Стоимость	подписки	руб.	количество комплектов
	переадрес.	руб.	

на 2015 год по месяцам

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12

<input type="text"/>														
(почтовый индекс)													город	
													село	
													область	
													район	
													улица	
<input type="text"/>														
дом	корпус	квартира												(фамилия, и.о.)

Главный редактор – *В. С. Сизов*
Главный научный редактор – *Е. Ф. Авдокушин*
Ответственный редактор – *С. А. Мальцева*
Дизайн обложки – *А. А. Сизова*

Учредитель:
НОУ ВПО «Вятский социально-экономический институт»

Адрес редакции: 610002, г. Киров, ул. Казанская, 91.
Тел./ф.: (833-2) 67-02-35, (833-2) 37-51-61.
E-mail: rus@vsei.ru, nauka@vsei.ru
www.vsei.ru

Адрес издателя: 610002, г. Киров, ул. Казанская, 91.
Тел./ факс: (833-2) 67-02-35, (833-2) 37-51-61.
E-mail: nauka@vsei.ru, rus@vsei.ru
www.vsei.ru

Подписано в печать 11.06.2015 г. Тираж 500 экз.
Формат 60x84/8. Объем 12,37 усл. печ. л. Заказ № 273.

Отпечатано в ООО «Издательство «Аверс».
610020, г. Киров, ул. Труда, 70.
Тел.: 8 (833-2) 47-42-77; e-mail: avers@kirovnet.net