

Содержание

ТЕОРИЯ НОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Сизов В. С.

Принципы менеджмента в новой
экономике 4

ГЕОЭКОНОМИКА И ГЛОБАЛИСТИКА

Михайленко В. Б.

На пути к новой парадигме мирового
хозяйства 23

НОВАЯ ИДЕОЛОГИЯ ДЛЯ НОВОЙ РОССИИ

Виногородский Б. Б.

Геополитическая история духа
русского народа (окончание) 41

ИННОВАТИКА

Беспярых В. И., Шехирев А. В.

Методические подходы к обоснованию
параметров франчайзинговых сделок 52

ИСТОРИЯ РОССИЙСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Бессолицын А. А.

Предпринимательство в СССР 59

СТРАТЕГИИ СОЦИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

Сардарова С. Ю.

Теоретические основы экономических
подходов к регулированию доходов
населения 71

Мордовченков Н. В., Рыбаков Р. А.

Модель стратегической трансформации
i-элементов системы современного
маркетинга в инфраструктуре
туризма (окончание) 79

ДИСКУССИОННАЯ КАФЕДРА

Кризис современной науки

(дискуссия на Междисциплинарном
симпозиуме: «Кризис современной науки:
философия, наука, искусство – познание,
осмысление, созидание» (Россия,
г. Киров, 27-29 апреля 2010 г.). 83

ЗАОЧНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Виногородский Б. Б., Сизов В. С.

Менеджмент в китайской традиции 101

Contents

NEW ECONOMY THEORY

Sizov V. S.

Management principles in new economy 4

GEOECONOMICS AND GLOBALISTICS

Mihailenko V. B.

On the way to a new paradigm of the world economy 23

NEW IDEOLOGY FOR NEW RUSSIA

Vinogradsky B. B.

Geopolitical history of the Russians' spirit 41

INNOVATION

Bespyatyh V. I., Shehirev A. V.

Methodological approaches to parameter basis of franchising deals 52

HISTORY OF THE RUSSIAN BUSINESS UNDERTAKINGS

Bessolitsyn A. A.

Business undertakings in the USSR 59

SOCIAL DEVELOPMENT STRATEGIES

Sardarova S. Y.

Theoretical bases of economical approaches to population income regulation 71

Mordovchenkov N. V., Rybakov R. A.

Model of strategic transformation of modern system marketing i-elements in an infrastructure of tourism 79

DISCUSSION CHAIR

Modern science crisis 83

CORRESPONDENCE UNIVERSITY

Vinogradsky B. B., Sizov V. S.

Management in Chinese Tradition 101

Принципы менеджмента в новой экономике

В. С. Сизов,

ректор Вятского социально-экономического института,

доктор экономических наук, профессор,

г. Киров

e-mail: vsei@vsei.ru

Management principles in new economy

V. S. Sizov

В статье рассматриваются основные принципы, на которых строится управление организациями в новой экономике. При этом специфическая особенность нового менеджмента проявляется в возможности и способности топ-менеджеров оказывать управляющее воздействие на внешнюю среду управляемой системы, в результате чего происходит образование новой среды компании – инфосреды.

Ключевые слова: технологический уклад, новая экономика, новый менеджмент, внешняя среда, инфосреда, информационные интервенции, деятельность в условиях неопределенности.

The article is devoted to the main principles laid in the organization management in new economy. The new management specific feature reveals itself in possibility and ability of top-managers to have a managing influence on the controlling system external environment. As a result a new company environment – infoenvironment – appears.

Key word: technological structure, new economy, new management, external environment, infoenvironment, information intervention, activity in the condition of uncertainty.

«Сегодня мы достигли такого уровня управления, манипуляции, когда человек не знает, что им управляют»

(Ю. М. Осипов, президент Академии философии хозяйства)

«Новый менеджмент»

как особый тип управления

В первом десятилетии XXI в. «новая экономика» стала общепризнанным явлением и одним из главных направлений развития мировой эко-

номики. Ей посвящены многие научные исследования от отдельных статей до объемных монографий¹. Однако тема специфики управления в новой экономике или «нового менеджмента» пока остается вне поля пристального внимания научных исследований. В своих статьях автор уже указывал на то, что «новой экономике» соответствует особый тип менеджмента – «новый менеджмент» или «неоменеджмент»². Особая акту-

¹ Среди отечественных публикаций особо следует выделить следующие монографии: Иноземцев В. Л. «Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы». – М.: Логос, 2000. «Экономическая теория на пороге XXI века». Кн. 5: Неоэкономика // под ред. Осипова Ю. М., Белолипецкого В. Г., Зотовой Е. С. – М.: Юрист, 2001; «Новая экономика» / Под ред. проф. Авдокушина Е. Ф., проф. Сизова В. С. – М.: Ма-гистр, 2009.

² См., например: Сизов В. С., «Лжеэкономика», или Философско-хозяйственное осмысление экономического кризиса // Философия хозяйства. Альманах Центра общественных наук и экономического факультета МГУ им. М. В. Ломоносова. – 2009. – № 4 – С. 20–26; Сизов В. С., Новая экономика как «лжеэкономика» // Вопросы новой экономики. – 2009. – № 2. – С. 3–18 и т. п.

альность исследования принципов нового менеджмента обоснуется тем, что он естественным образом не только вызывается, обуславливается и проявляется факторами новой экономики, но во многом сам и *формирует* ее контуры, принципы и особенности.

В настоящее время существуют отдельные научные исследования и даже научно-исследовательские темы по современным методам управления, которые их разработчики пытаются рассматривать в рамках традиционного менеджмента, хотя они явно относятся к управлению в условиях новой экономики, т.е. к новому менеджменту. К ним относятся исследования по управлению организационной культурой, брэндами, гудвиллом, знаниями, человеческими ресурсами и т. п. Когда изучение этих и подобных тем будет осуществляться с позиции теории нового менеджмента и в системе нового менеджмента, тогда они приобретут новое, более глубокое звучание и смысл. В настоящей статье излагается авторское представление о принципах, которые лежат в основе нового менеджмента, который, на наш взгляд, является особым *типом* управления. Безусловно, изложенные принципы – это лишь беглый взгляд на складывающуюся ситуацию, требующую дальнейших научных исследований.

Тип управления, характерный для той или иной страны, по-видимому, непосредственно связан с направлением, по которому идет развитие

экономики страны. В свою очередь направление развития экономики непосредственно связано с тем технологическим укладом, который доминирует в стране. В развитых странах Запада, во главе с США, сегодня лидирует пятый технологический уклад, связанный превалированием в экономической деятельности информационных технологий. Пятый технологический уклад породил принципиально новый тип экономики, получивший название «новая экономика» с которым человечество прежде не сталкивалось. Предполагается, что в ближайшее десятилетие страны с мощным научным и интеллектуальным потенциалом уже перейдут к шестому технологическому укладу, который вероятно будет основан на достижениях в области биоинженерии и нанотехнологиях. При этом нынешняя экономика так же претерпит существенную трансформацию. Экономике шестого технологического уклада, вероятно, по аналогии с историческими науками назовут «новейшей экономикой». Уже сейчас можно судить о некоторых чертах, которыми она будет характеризоваться. Например, сегодня всем становится понятно, что имеющиеся в распоряжении финансистов современные финансовые инструменты и технологии, способны «обанкротить» не только любую страну мира, но и человечество в целом. В мире денег современные финансовые инструменты и технологии подобны ядерному оружию. В «новейшей эко-

номике» в отношении их использования обязательно будут достигнуты общемировые договоренности, введены жесткие ограничения и такой же строгий контроль как за ядерным оружием.

Анализ типов технологических укладов и экономик представляется не полным, если «за кадром» остается вопрос о том, какими способами управления или типом менеджмента они характеризуется. Тема особых способов управления в каждом из типов экономики чрезвычайно важна, поскольку для того, чтобы эффективно вести хозяйственную деятельность, необходимо владеть специфическими технологиями управления, характерными только для данного типа экономики. В противном случае менеджер с управленческим мышлением, присущим четвертому технологическому укладу, работая на предприятиях новой экономики, будет похож на вальщика леса из известного анекдота, который держал в руках бензопилу, но, не зная о принципе ее работы, пользовался ею по-старинке как ручной пилой.

Напротив, менеджер с «новоэкономическим» мышлением, управляя предприятием низкого технологического уровня, непременно начнет проводить на нем изменения, стараться каким-то образом его модернизировать.

Наиболее известными, но не единственными управленческими технологиями нового менеджмен-

та (во всяком случае, получившие широкую огласку, что не означает раскрытия всех технологических тонкостей) являются рефлексивное управление и психоинженеринг. Интересно, что сначала эти технологии разрабатывались и использовались в государственном управлении и лишь затем пришли в бизнес. Можно предположить, что государство в использовании новейших методов и инструментов управления само невольно подталкивает бизнес следовать за собой. Это, в частности, объясняет, почему, например, в США, технологии нового менеджмента применяются гораздо шире и эффективнее, чем в России. Вследствие этого (конечно не единственного, но, на наш взгляд, важного фактора) экономическое развитие США значительно опережает как Россию, так и остальные страны мира. Сегодня в значительной мере именно уровень развития и использования современных технологий управления – нового менеджмента – определяет успех или отставание тех или иных стран, фирм и компаний в мировой и национальных экономиках.

Сущность трансформации менеджмента в новой экономике

Чтобы понять суть трансформации, которая происходит с менеджментом в новой экономике, надо вспомнить, с чем вообще работает менеджмент. В классическом менеджменте основные функции управления (по А. Файолю) заключа-

ются в администрировании, а также технической, коммерческой, финансовой, защитной и бухгалтерской деятельности. Кроме этого А. Файоль выделил пять основных элементов, из которых складываются непосредственно функции администрации: предвидение, планирование, организация, координирование, контроль¹. Дальнейшее развитие менеджмента на протяжении почти всего XX в. можно представить как придание тем или иным перечисленным функциям управления и администрирования большего или меньшего значения, чем другим. Соответственно происходила их более глубокая и всесторонняя разработка. Однако принципиальная функциональная сущность управления, сформулированная «отцом менеджмента» не изменилась.

Не изменилось так же и само понятие управления, которое обычно рассматривается как деятельность, направленная на достижение цели или перевод системы из одного состояния в заданное и т. д. Прочитируем одно из определений управления, которое в дальнейшем поможет лучше понять специфику нового менеджмента. «Управление (в общем виде) – это определенный тип взаимодействия двух объектов, один из которых при этом находится в позиции субъекта управления, а другой – в позиции объекта управления»².

Вследствие того, что в пятом технологическом укладе основой эконо-

мической деятельности становятся информационные технологии, новую экономику часто называют «информационной экономикой» или «экономикой знаний». Становится понятно, что отличие традиционного менеджмента от нового, также лежат, прежде всего, в характере работы с информацией. Однако подчеркнем еще раз, что сущность и цели управления от этого не изменились.

Если обратиться к рассмотрению перечисленных функций традиционного менеджмента, легко заметить, что в основе каждой из них так же лежит информация, которая тем или иным образом обрабатывается и используется в дальнейшем по тому или иному назначению. Действительно, администрирование заключается в том, чтобы должным образом управлять личным составом. Например, правильно подбирать и расставлять кадры невозможно без наличия информации о соискателе должности и по возможности очень подробной. Или, допустим, мотивация и стимулирование личного состава. Для их правильного использования руководству необходимо иметь информацию о жизненных ценностях и приоритетах сотрудников, представлениях об уровне «справедливой оплаты труда» и достатке, которые имеются в стране, регионе, на предприятии и многом другом. Для исполнения технической функции необходимо иметь представление (т.е. информацию) о технологиях тех производственных

¹ Гвишиани Д. М., Организация и управление. – 3-е, перераб. – М.: Изд-во МГТУ им. Н. Э. Баумана, 1998. – С. 64, 66.

² Семенов А. К., Набоков В. И. Основы менеджмента: Учебник. – М.: ИТК «Дашков и К», 2004. – С. 294.

Теория новой экономики



Рис.1. Схема работы с информацией в традиционном менеджменте

процессов, которые используются на предприятии. Коммерческая функция основана на использовании информации о ценах на сырье, товары и услуги, о платежеспособности и надежности поставщиков, заказчиков и потребителей и т. д.

Можно сделать вывод, что все, без исключения функции управления, – это, прежде всего, работа с информацией, ее сбор, обработка и анализ, перераспределение среди подчиненных и принятие на ее основе тех или иных решений.

Принципиальную схему работы с информацией в традиционном менеджменте можно изобразить следующим образом (см. рис. 1):

Теперь рассмотрим, как менеджмент работает с информацией в новой экономике. В традиционном управлении задача менеджеров состояла, прежде всего, в том, чтобы получить (добыть) необходимую для своей работы информацию. Не случайно девизом топ-менеджмента прошлого являлись сентенции типа: «Информация – это ключ к успеху», «Кто владеет информацией – тот владеет миром». Принципиальное отличие менеджмента в новой экономике состоит в следующем. На первое

место выходит задача не добывания информации извне, а *создание* информации с заданными параметрами внутри управляемой системы и вывода ее вовне. Целью этого процесса является *целенаправленное изменение параметров внешней среды*. То есть в новом менеджменте принципиально изменяется объект управления. Это не только и не столько управление организационной системой, частью которой является менеджер (как это было в традиционном менеджменте), но, прежде всего, *управление объектами внешней среды* организации, посредством внесения в нее определенной информации и управление этой информацией. При этом менеджмент принципиально не интересуется истинность или достоверность вносимой информации. Основным правилом здесь является ее правдоподобие. То есть такое качество информации, которое позволит ей, вне зависимости от того, как на самом деле обстоят дела, быть воспринятой внешними потребителями как заслуживающей доверия или, во всяком случае, имеющей большое вероятное значение.

В качестве примеров технологий внесения управляющим субъектом

информации во внешнюю среду с целью управления объектами внешней среды, можно привести рейтинги, сценарную прогностику (и вообще всякого рода прогнозы), создание гудвила, инсайдинговую информацию, торговые марки и брэнды – все они имеют своей целью донести до потенциального потребителя «нужную» фирме информацию.

Чтобы было более понятно, как работает стратегия «внесения информации вовне», приведем пример хорошо известной россиянам московской кондитерской фабрики по выпуску шоколадной продукции «Красный Октябрь». Это одна из старейших в России кондитерских фабрик, насчитывающих полутора вековую историю. Свое современное имя она получила в 1922 г., а ее продукция во времена СССР завоевала заслуженную любовь и признание граждан. Название московской кондитерской фабрики «Красный Октябрь» превратилось в хорошо известную торговую марку, гарантирующую в сознании потребителей высокое качество продукции. Фабрика имела свой торговый знак, под которым и реализовывала свою продукцию. Однако в настоящее время этот торговый знак используется и при выпуске продукции филиалов ОАО «Красный Октябрь» в Рязани, Коломне и Егорьевске, а так же еще пяти дочерних предприятий. Выпуск кондитерской продукции с торговым знаком «Красный Октябрь» увеличил-

ся в разы (вместе с прибылью ОАО), но вкусовые качества продукции снизились. С юридической точки зрения никаких нарушений нет. Однако теперь потребитель, приверженный торговой марке «Красный Октябрь», покупая ее продукцию, и не зная, что она произведена совсем не там, где он полагает¹, получает иное качество продукции, чем ожидает. Чаще всего потребитель не предполагает подмены, с сожалением констатируя факт, что конфеты «Мишка косолапый» или шоколад «Аленка» «...стали нынче не те». Снижение качества, даже при установлении одних и тех же производственных линий, происходит естественным образом, хотя причины этого явления руководству предприятия порою не ясны. Они лучше понимаются на примерах. Дело в том, что производить конфеты «Мишка косолапый» в Егорьевске – это примерно тоже, что открыть в этом старинном городке филиал МГУ и учить в нем специалистов по квантовой физике. Вероятно ни у кого не вызывает сомнений, что качество подготовки таких специалистов в Егорьевском филиале МГУ в ближайшие 10–15 лет будет хуже чем в Москве. Кроме производственных линий и оборудования нужны еще талантливые организаторы производства, заинтересованные в своем деле, с амбициями, которые, чтобы их реализовать, подобно Фердинанду Теодору фон Эйнему² приезжали в столицу, а не наоборот.

¹ Производитель не скрывает этого и указывает место изготовления мелким шрифтом на обертке конфет, но редкий российский покупатель обращает на это внимание.

² Основатель московской кондитерской фабрики, впоследствии получившей название «Красный Октябрь».

Теория новой экономики

В обозримом будущем ситуация с ОАО «Красный Октябрь», несомненно, приведет к снижению значимости торговой марки и ее рыночной стоимости и тогда руководство акционерного общества запустит в ход механизмы ребрэндинга или иные маркетинговые технологии. Вполне возможно, что акции фаб-рики продадут какому-нибудь иностранному инвестору. В новой экономике собственники (особенно в России) не стремятся особо прилагать усилия для то-го, чтобы «поставить на ноги» подконтрольные им предприятия или сделать торговую марку на качестве выпускаемой продукции. Чаще они ждут подходящей конъюнктуры, чтобы продать свои акции и вложить полученный капитал в новые проекты, кажущиеся им перспективными.

Сегодня технологии новой экономики и нового менеджмента широко распространены и можно где угодно столкнуться с ними. Даже в названии тех или иных понятий заложены новоэкономические или новоуправленческие принципы. Примером тому может служить наименование одного из самых «неприятных» для любого российского бизнеса налога – НДС, т.е. налога на добавленную стоимость, который на самом деле таковым не является. Этот налог взимается вовсе не с добавленной стоимости товара, которую произвело в ходе своей деятельности то или иное предприятие, а со всей стоимости товара, которая, как правило, уже многократно включает в

себя этот налог, выплаченный государству предыдущими владельцами товара или изготовителями тех или иных его компонентов. Наименование налога скрывает от внешнего наблюдателя, непосредственно не связанного с его уплатой (например, населения), абсолютно несправедливую, по сути, грабительскую сущность этого налога.

Другим примером таких ложных по своей сути названий является «анти-кризисное» или «конкурсное» управление предприятиями, объявленными бан-кротами. Такое управление, во всяком случае в российской действительности, в первую очередь призвано не помогать предприятию выйти из кризиса, а распродать его активы (иногда с целью рассчитаться за долги, а порою для его за-хвата – рейдерства).

После внесения управляющим субъектом информации определенного рода вовне процесс работы с информацией не заканчивается. Менеджмент постоянно отслеживает и анализирует получаемые извне сигналы, о том, как «работает» и видоизменяется внесенная во внешнюю среду информация.

Это происходит с помощью технологий анализа, например, таких как, анализ конъюнктуры рынков, новых технологий продуктов и услуг, акций, рабочей силы (в глобальных компаниях с целью наилучшего размещения производств) и т. п. Все это анализ и использование внешней информации.

Теория новой экономики



Рис. 2. Схема работы с информацией в новом менеджменте

Когда внешняя информационная среда достигает необходимой управляемой системе «консистенции», тогда, наконец, удастся реализовать ту цель или программу, ради которой осуществлялась «информационная атака».

Например, в начале 2009 г. средства массовой информации с подачи Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ) подняли небывалый бум вокруг вируса H1N1 – так называемого «свиного гриппа». Но как выяснилось, его опасность была чрезмерно и необоснованно раздута, из-за чего правительства многих государств потратили миллиарды долларов, проводя профилактические меры и закупая вакцину от него. Есть сведения о том, что на самом деле всю эту шумиху «руками» ВОЗ организовали фармацевтические компании, заработавшие на мировой панике огромные деньги.

Таким образом, если в традиционном менеджменте характер уп-

равляющего воздействия является в основном прямым, то в новом менеджменте гораздо чаще применяется опосредованное управляющее воздействие.

Принципиальную схему работы с информацией в менеджменте, работающем в новой экономике или в новом менеджменте, можно изобразить следующим образом (см. рис. 2):

Можно сказать, что *специфическая особенность нового менеджмента проявляется в возможности/способности топ-менеджеров оказывать управляющее воздействие на внешнюю среду управляемой системы.*

Создание инфосреды организации

Как правило, под внутренней средой предприятия понимают все то, на что его менеджмент может оказывать влияние, а под внешней средой, все то, что ему не доступно. Традиционные методы анализа внешней среды (типа STEP, SWOT или разного рода управленческий анализ)

рассматривают ее как источник неуправляемых возможностей и угроз. Однако никакому руководителю работа в условиях неопределенности и непредсказуемости никогда не нравилась. Еще бы! Неопределенность – это главный источник стресса. Любой руководитель всегда старается расширить внутреннюю среду своей управляемой системы до максимальных границ. В новой экономике и менеджменте эта проблема решается через использование ряда стратегий. Приведем три из них, являющихся на текущий момент по нашему мнению основными:

1. *Стратегия субкультур.* Распространение крупными корпорациями своих субкультур (корпоративных культур) во внешнее окружение и подчинение/вовлечение части внешней среды (прежде всего потребителей) своей корпоративной культуре.

Доступными примерами таких стратегий являются внедрение в сознание потребителя устойчивых связей, типа «рыбалка – пиво», «молодое поколение выбирает “пепси”», «сеанс в кино – попкорн» и т. п. Примеры таких связей были и раньше, но использовались в основном государством (например, «храните деньги в сберегательной кассе», «летайте самолетами Аэрофлота»). В новом менеджменте, основная цель которого – это максимизация прибыли коммерческих предприятий, крупные производители заставляют людей выражать свои политические взгляды, жизненную позицию, при-

верженность к той или иной культуре (панки, готы, эмо, рокеры, реперы, скинхэды и т. п.) и даже сексуальную ориентацию посредством музыки, причесок, фасона и цвета одежды, средств передвижения, журналов и книг, еды и напитков, разнообразных аксессуаров. Уже не производители стремятся успеть за тенденциями в молодежной среде, но сами создают те или иные тренды, внедряя в сознание людей те или иные культы и модные тенденции.

2. *Стратегия вхождения во власть.* Влияние на внешнюю среду и включение ее в состав контролируемой среды не редко происходит и более «грубыми» способами – через продвижение на все значимые должности исполнительной власти, в состав законодательной и даже судебной власти всех уровней «своих» людей – лоббирующих интересы продвигающих их коммерческих компаний. В современной России этот процесс принял небывалый размах. Сегодня среди депутатов и чиновников практически уже нет людей неаффилированных с теми или иными коммерческими структурами. Мало того, многие российские предприниматели стремятся лично занять то или иное место во власти, становясь губернаторами, мэрами городов, федеральными министрами, депутатами всех уровней, руководителями региональных отделений тех или иных политических партий и движений и т. п.

3. *Стратегия аутсорсинга.* Самый «мирный» способ проникнове-

ния организации во внешнюю среду и управление ею происходит посредством ее взаимодействия и интеграции с другими самостоятельными хозяйствующими субъектами на основе общей разумной заинтересованности и распределении между ними функций и обязанностей. Ярким примером такой интеграции и распределения функций служит аутсорсинг, сфера применения которого в условиях новой экономики многократно увеличилась и расширилась, затронув практически все отрасли и сферы экономики. Однако, говоря об аутсорсинге, не следует забывать, что использование или не использование, а так же широта использования той или иной компанией сторонних предприятий и фирм для реализации своих целей и задач целиком и полностью зависит от ее стратегии поведения во внешней среде, которую определил для себя топ-менеджмент данной компании. Так, например, Г. Е. Герасимова полагает, что в использовании аутсорсинга важны два момента: первый – работами, переданными в сторонние организации, следует полноценно управлять; второй – не слишком обольщаться в отношении экономии финансовых средств¹.

Не трудно заметить, что если менеджер той или иной компании управляет работами, которые производят юридически (а зачастую и фактически) независимые от его компании аутсорсинговые фирмы, то

они автоматически включаются в ее контролируемую среду.

Таким образом, в управлении предприятиями, которые работают по новоэкономическим принципам, произошло не просто расширение их внутренней среды, но фактически произошло смешение внутренней и внешней среды, замена их на принципиально новый вид – среды *информационного воздействия* или **инфосреды**.

Все этапы создания и передвижения информационных потоков, показанные на рис. 2, являются ничем иным как инфосредой предприятия.

Специфика нового менеджмента

Новый менеджмент имеет ряд особенностей, являющихся следствием того, что он «работает» прежде всего с информацией, направленной во внешнюю среду организации.

1. Харизматические лидеры уже не являются основой сильной организации и залогом ее успеха. Если таковые и стоят во главе организаций, то в действительности может оказаться, что их харизматический дар используется в интересах определенных групп, которые посредством внешнего влияния манипулируют лидером. В действительности в корпорациях реальная *власть принадлежит «серым кардиналам»* – расчетливым технологичным управленцам, предпочитающим держаться «в тени». Сами харизматические лидеры могут как осознавать, так и не осознавать ма-

¹ См. Герасимова Г. Е. Аутсорсинг. Что это значит? / www.outsourcing-perm.ru

нипуляционный характер своих решений и действий.

2. Понятие «команды» из сотрудников организации (или ее руководства, если речь идет о крупной компании) и задачи по «командообразованию», характерные для последних двух-трех десятилетий, в новом менеджменте уходят на второй или даже третий план. Теперь задачи распределяются между отдельными людьми и группами порою никак не связанными между собой, иногда даже не знакомыми. Мало того они могут являться членами разных организаций и образовывать временные «виртуальные организации» для решения тех или иных задач, если это выгодно всем участникам организационного процесса. Как указывает профессор Е. Кизильницкий, подобная виртуализация может вести предприятия малого и среднего бизнеса к трансформации в глобальную виртуальную организацию¹.

3. В новой экономике не только ТНК или крупные корпорации, но даже предприятия-«средняки» стремятся к созданию и развитию сетевой организационной структуры. Кроме иных преимуществ сетевой организации компании, в качестве таковых следует указать на возможность более эффективного воздействия на внешнюю среду, что ведет к вовлечению в ее инфосреду большего объема рыночного пространства. Рыночное пространство необходимо

для увеличения потенциального объема заказов, количества клиентов, т.е. для увеличения ёмкости рынка на которых действует компания. Сетевым формам организации предприятий соответствует и «сетевое» управление, характеризующееся большими объемами косвенных и опосредованных влияний на объекты управления одной сети. Объекты управления («элементы сети»), имея относительную хозяйственную независимость, в тоже время сильно зависят от состояния общей инфосреды организации (имиджа сетевой организации, ее брендов и торговых марок).

4. Для компаний работающих в новой экономике характерна высокая степень адаптивности к быстро изменяющимся условиям бизнеса. При этом речь идет не столько об условиях внешней среды (поскольку они стремятся ее контролировать), как о тех трендах, которые в ней возникают, в том числе и тех, которые компания разрабатывает сама, чтобы не остаться позади конкурентов. Это особенно характерно для компаний занимающихся разработкой и созданием электронных средств коммуникаций и программного обеспечения, кинокомпаний, домов модной одежды. В последние годы, в связи с высокой конкуренцией, к ним тяготеют концерны автопроизводителей.

5. Современные «новоэкономические» компании имеют гибкую организационную структуру, кото-

¹ См. Кизильницкий Е. Виртуализация как процесс трансформации предприятий малого и среднего бизнеса в глобальную виртуальную организацию // Вопросы новой экономики. – 2009. – № 3 – С. 16–28.

рая подвижна и в зависимости от требований насущного момента достаточно легко может меняться. Это связано с тем, что управленческая деятельность компаний перестает рассматриваться в качестве функции по поддержанию постоянства организационно-производственного процесса (который все чаще отдается «на откуп» в станы третьего мира), но в большей степени как деятельность по управлению теми или иными проектами. То есть для нового менеджмента в большей степени, чем раньше характерно *проектное управление*. Следствием этого является малое число иерархических ступеней («плоская иерархия») в компаниях, которые по этому признаку часто являются «горизонтальными корпорациями».

6. Необходимо констатировать, что принципы нового менеджмента далеки от выработанных и укорененных за последние две тысячи лет в сознании людей этических норм. Наоборот, именно наличие в сознании людей тех или иных норм и правил поведения, а в обществе – законов, делает технологии нового менеджмента особенно эффективными, поскольку сами они свободны от них. *Новый менеджмент циничен и жесток* по своей сути и в своих проявлениях. Он осуществляет управление и добивается поставленных целей любыми доступными, в том числе аморальными методами. Своеобразной «вершиной» искусства управления в новом менеджменте является

способность обойти установленные в обществе законы законными средствами.

В целом, кроме принципа управления объектами внешней среды, можно постулировать еще два важных принципа, на которых сегодня строится новый менеджмент. Это дистанционность и дистанцированность.

I. *Дистанционность*. В новом менеджменте как никогда ранее для управления используются различные технические системы, позволяющие осуществлять дистанционное управление управляемыми объектами. Сегодня уже не требуется постоянного и непосредственного присутствия руководителя в организации. Определение четкого местонахождения организации в новой экономике тоже весьма затруднительно. Технические системы управления базируются, прежде всего, на использовании глобальных (Интернет) и локальных (Интранет) коммуникационных сетей, широких возможностях современных средств связи, таких как сотовая связь, технологий типа Skype и использования видео- и web-камер. Современные технологии связи позволяют осуществлять не только коммуникации (т.е. организационную функцию управления), но и скрытого слежения (осуществление функции контроля) и дистанционной защиты (охранная функция).

II. *Дистанцированность*, т.е. удаленность менеджеров от понимания сущности производственных процессов на управляемых ими пред-

приятнях (и не только высшего, но и среднего, а порою и нижнего уровней управления). «Новые управленцы» могут не иметь глубоких знаний об объектах их управления, не «прикипать к ним душой», как это было распространено еще 10-20 лет назад. Они управляют очень технологично, расчетливо, но бездушно, действуя строго в соответствии с теми задачами, которые поставлены перед ними более высоким руководством. Их поведение характеризуется популярной фразой из американских вестернов: «Ничего личного». Они не будут «надрываться», что-бы «поднять с колен» предприятие оказавшееся в кризисе, а просто продадут его или обанкротят, направив вырученный капитал в более прибыльные отрасли.

Новый менеджмент и государственное управление

Технологии, которые сегодня использует новый менеджмент, как уже указывалось, вначале появились и стали активно использоваться в государственном секторе, прежде всего в сфере международных отношений с целью на-вязать странам-партнерам и странам-конкурентам свое представление о будущем и желаемое (для страны производящей информационную атаку) политическое или экономическое поведение. Самый показательный пример – это успех США по внедрению в целеполагающую деятельность правительств и сознание жителей многих государств (едва ли не большинства стран мира)

идеологии по-требления. Идеологии, которой в мире практически не существовало каких-то 200 лет назад. В России ее не было еще 20 лет назад, а сегодня – это господствующее мировоззрение в умах наших сограждан.

Принципы нового менеджмента хорошо прослеживаются и в технологиях по обеспечению внутренней стабильности и безопасности государств. Ярким примером может служить Китай, где высший государственный менеджмент производит постоянные «информационные интервенции» по отношению к своему населению. Для достижения поставленных задач активно используется идеология культивирования национальной гордости, инструментами которой является все: от культуры и истории страны, до традиционных религий и своеобразно понимаемых в Китае идей социализма; от почитания императоров прошлого и культа Мао Цзэдуна до гордости за победу в Олимпиаде и успех национальной экономики в мировом масштабе. Одновременно с информационными интервенциями в Китае действуют мощные фильтры, преграждающие путь не толерантной информации к создаваемому китайским правительством мировосприятию китайского народа.

Приемы и методы нового менеджмента, использующиеся коммерческими организациями, являются трансформацией в хозяйственную сферу приемов и методов, используемых в государственном управле-

нии. С развитием, рассекречиванием, и главное, удешевлением многих технологий, они становятся доступны в использовании коммерческим организациям. Примерами этому могут служить активное использование средств массовой информации в воздействии фирмами на выбор потребителей и продвижение своих торговых марок. Это выражается не только в прокате рекламных роликов по телевидению и радио, но и в создании специальных передач, навязывающих ту или иную потребительскую идеологию, а так же в создании крупными компаниями собственных радиостанций и телевизионных каналов, в выпуске собственных газет и журналов.

Сегодня коммерческими структурами применяется технология «агентов влияния», использовавшаяся ранее только государственными структурами. Суть ее в том, что управляющий субъект создает на интересующем его пространстве (географическом, общественно-политическом, социальном и т. п.) те или иные общественные, политические, научные молодежные, религиозные и т. п. организации, во главе которых стоит яркая личность с качествами харизматического лидера, действия которого контролируются и направляются управляющим центром. Подобные организации могут финансироваться или не финансироваться управляющим центром, связь с которым без внимательного изучения их деятельности обывате-

лю трудно проследить. А их лидеры получают за свою деятельность вознаграждение от управляющего субъекта (а то и очередные офицерские звания). Агентами влияния могут являться не только организации, но и отдельные люди.

Ярким историческим примером технологии «агентов влияния» начала XX в. служит деятельность особого отдела Департамента полиции в Санкт-Петербурге под руководством С. В. Зубатова, который вербовал и внедрял в деятельность рабочих профсоюзов подконтрольных полиции личностей. Задачей агентов влияния заключалась в том, чтобы рабочие профсоюзы были лояльны власти, подконтрольны и прогнозируемы, а так же чтобы в рабочую среду не проникали социалистические учения. Одним из завербованных С. В. Зубатовым был небезызвестный священник Георгий Гапон, организовавший и возглавивший 9 января 1905 г. шествие рабочих с петицией к царю Николаю II, которое закончилось расстрелом демонстрантов.

В настоящее время в бизнес-среде «агентам влияния» вменяются различные задачи. Например, К. А. Бакшта в книге «Большие контракты» под «агентом влияния» понимает осведомленного человека внутри компании-заказчика, связанного с вами доверительными личными отношениями, который знает, как делаются дела и решаются вопросы в его организации и может рассказать об

истинном положении дел с вашими переговорами¹.

Среди технических средств, пришедших в бизнес из служб государственной безопасности, можно упомянуть о легендарном полиграфе, который сегодня активно используется даже рядовыми коммерческими фирмами. Этим дело не ограничивается. Популярная ныне в коммерческих организациях мотивационная система грейдов на самом деле копирует государственную систему рангов и разрядов.

Подробно о том, как и какие технологии государственного управления, в том числе работы спецслужб, перешли на вооружение современного бизнеса описано в книге А. И. Доронина «Бизнес-разведка»².

Особенности работы с внутрифирменной информацией

Структурирование и дозирование информации внутри управляемой системы или внутрисистемное управление информацией в новом менеджменте приобретает гораздо больший масштаб и значение, чем в традиционном менеджменте. Связано это с тем, что поскольку именно внутри управляемой системы создается информация для внешнего потребления (всякого рода «образы желаемого завтра»), то любое не учтенное или не отслеженное изменение внутрисистемной информации может привести к непредвиденным сбоям и, как следствие, к получению незапланированного результата.

Примерами тому могут служить «оранжевые» революции на Украине, Грузии, Киргизии, крах новых финансовых пирамид в Америке, скандал с бывшим премьер-министром Великобритании Томом Брауном (из-за невыключенного микрофона) и т. п.

Работа с внутрифирменной информацией ведется на тех же принципах, что и работа с информацией «из» и «для» внешней среды. То есть для сотрудников управляемой системы ее высшее руководство так же создает определенные мифологемы, внедряя их в умы своих подчиненных с помощью тех или иных «информационных интервенций».

Самое неприятное для организации управляемой по принципам нового менеджмента заключается в том, что осознанные и неосознанные, управляемые и неуправляемые информационные интервенции регулярно осуществляются и внутри самой системы, в ее внутренней среде, самими работниками. Чаще всего это негативные интервенции, связанные с психологическими особенностями людей, которые не носят характера преднамеренной информационной диверсии. Однако они могут нести деструктивные последствия не меньшие, чем преднамеренные.

Не следует думать, что создание информационного контента и проведение информационной интервенции доступно только более-менее крупным компаниям. Это не так, потому что даже в самых больших корпора-

¹ Бакшта К. А. Большие контракты. – СПб.: Питер, 2010.

² Доронин А. И. Бизнес-разведка. 5-е изд. – М.: «Ось-89», 2010.

циях любой контент всегда создают конкретные люди – «креативные менеджеры» (они же режиссеры-сценаристы, медийщики, пиар-менеджеры, маркетологи и т. п.). Среди них есть более и менее талантливые. «Информационная бомба», созданная гением, может оказаться в тысячу или в миллион раз более эффективной по своим последствиям для своего создателя или той управляемой системы, которую она продвигает, чем усилия десятков и сотен других «креативщиков».

Примером могут служить малобюджетные видеоролики, снятые порою на камеру сотового телефона и выложенные на специальный сайт YouTube. Ино-гда их авторы в одночасье становятся знаменитостями¹. К малобюджетным, но достаточно эффективным следует отнести и интернет-технологии создания имиджа, управления общественным мнением и покупательским выбором. Сегодня практически любая фирма, организация, учреждение вне зависимости от своего размера имеет собственный сайт, размещенный в Интернете. Появились даже новые специальности, например, «блогер». В задачу «блогеров» и под-робных им специалистов по написанию заказных отзывов и статей входит создание в интернет-среде либо положительного, либо от-

рицательного имиджа тех или иных фирм, товаров и услуг с целью продвижения продуктов фирм-заказчиков или «уничтожения» конкурентов.

В настоящее время предотвращают (во всяком случае, стараются предотвращать) внутрисистемные деструктивные информационные интервенции, а так же вообще любые сбои в отлаженной работе организационного механизма с помощью ряда технологий, которые можно подразделить на две большие группы:

1) *ИКТ или информационно-коммуникационные технологии*. Создаются компьютерные программы, задача которых обеспечить бесперебойную и без-ошибочную работу основных организационных процессов любого учреждения или предприятия (от государства до частного предпринимателя). Это электронная логистика, документооборот, управление складом и товарными запасами, ERP, CRM и другие².

2) *Морально-психологические методы управления персоналом*. Например, через целенаправленное формирование организационной (корпоративной) культуры предприятия и систематическое воздействие на персонал посредством ее средств воздействия³. Другим примером может служить технология Mystery

¹ Так было, например, с российским музыкальным коллективом под управлением Петра Налича, приобретшим свою популярность именно после того как в 2007 г. в Интернете был выложен их ролик, а в 2010 г. коллектив уже защищал честь России на престижном международном музыкальном конкурсе «Евровидение».

² См. подробнее об этом в настоящем номере журнала «Вопросы новой экономики» в статье Михайленко В. Б. «На пути к новой парадигме мирового хозяйства».

³ Эти процессы хорошо описаны в монографии Гвоздковой Г. Ю. Стратегическое управление организационной культурой в предпринимательской деятельности. – Киров: ВСЭИ, 2009.

Shopping («таинственный покупатель»), набирающая в последнее время популярность среди фирм¹.

Экономический кризис и деятельность в условиях неопределенности

Ситуация активного проникновения новых управленческих технологий в бизнес привела к усложнению схемы работы с информацией в новом менедж-менте. Поскольку теперь необходимо стало учитывать не только состояние внешней среды, но и совокупность тех информационных интервенций, которые в ней перманентно происходят. Сама внешняя среда при этом, с точки зрения информации о ней, превращается в виртуальную среду, формируемое представление о которой у стороннего наблюдателя никоим образом не соотносится с истинным положением дел. Мало того, информационные интервенции происходят непрерывно, и их разработчики уже отталкиваются от сложившегося у них виртуального, т.е. ложного образа внешней среды. В результате уже никто, никакой эксперт или аналитическая группа принципиально не способны различать подлинные контуры внешней среды, отделить их от намеренно внесенной дезинформации. Эта ситуация чревата многими негативными последствиями. И не только для отдельных хозяйствующих субъектов, которые потерпели фиаско, не сориентиро-

вавшись в туманных хитросплетениях внешней среды. Такое фиаско могут терпеть и крупные корпорации (Goldman Sachs, Lehman Brothers, Dubai World и т. д.) и целые страны (Греция, Ирландия).

Профессор В. Г. Белолипецкий в одном из выступлений заметил, что сегодня мир вступил в эпоху, когда предпринимательская среда действует в условиях полной неопределенности. Бизнес стал работать не в условиях риска как раньше, а именно неопределенности, когда результат деятельности заранее неизвестен. Следовательно, вовсе невозможно что-либо планировать².

Именно в непрестанно создаваемых десятками государств и миллионами кампаний ложных образов для внешнего потребителя, начиная с «нечестной» рекламы и кончая «грязной» политикой, и возникает эффект неопределенности.

Причины экономических кризисов, происходивших в XX в. усматривали в отсутствии или избытке тех или иных материальных ресурсов. Самым дефицитным ресурсом, приведшим к мировому кризису, ознаменовавшим собою начало XXI в., стала *достоверная информация*. Было бы не верно утверждать, что та или иная информация, на которой основывались решения, приведшие к печальным последствиям, была обязательно недостоверной. Проблема в том,

¹ Во времена СССР нечто подобным занималось ОБХСС, которое систематически проводило «контрольные закупки» на предприятиях советской торговли.

² См. Сизов, В. С. Кризисная модернизация или модернизация кризиса? (обзор научных дискуссий V Малого университетского форума «Российское перестроение: общество, политика, экономика») // Вопросы новой экономики. – 2010. – № 1. – С. 9.

что эта информация базировалась на изначально ложных посылах, на иллюзорных представлениях о том, что представляет собой реальный мир с его ре-альным хозяйством. Поэтому любые математически идеальные построения и исчисления, построенные на неверных основаниях, не имели смысла, лишь еще больше запутывая ситуацию, затеняя ее изначально ложность.

Однако если бы компании не могли совершенно работать в условиях неопределенности, то мы неизбежно столкнулись бы с массовым банкротством и остановкой всей экономической жизни. Но этого, как мы видим, не происходит.

Работать в условиях неопределенности возможно, но чрезвычайно сложно и для этого необходимо иметь особые навыки нового менеджмента. По нашему мнению существует два принципа работы в условиях неопределенности.

Первый принцип – это «вытеснение». Он заключается в том, что управляемая система создает новый образ для очередной информационной интервенции, который, будучи чрезвычайно мощным по содержанию и средствам его продвижения во внешней среде, на какое-то время полностью «переформатирует» внешнюю среду, вытеснив из сознания потенциальных потребителей все иные образы (например, использование государством праздника 65-летия Победы в ВОВ для создания патриотических настроений в

массах и вытеснения из гражданского сознания предшествующих этому негативных настроений, вызванных кризисом).

Второй принцип – это «перенастройка». В этом случае управляемая система вносит во внешнюю среду незначительную дозу особым образом сконструированной информации, способной действовать как катализатор (например, запуск того или иного слуха, некий сюжет-разоблачение, показанный по ТВ) и полностью менять всю ситуацию, придавая ей совершенно иной смысл, чем был изначально.

Если использование первого принципа доступно только мощным управляемым системам, имеющим большой финансовый, интеллектуальный и административный ресурс, то сработать в режиме «перенастройки» способны управляемые системы любого размера и запаса ресурсов.

Следует отметить, что новый менеджмент, хотя мы и назвали его «новым», включает в себя элементы и функции традиционного менеджмента, но сверх этих функций активно занимается созданием, сбором, распределением и управлением информационными потоками. В будущем есть вероятность, что ряд компаний откажутся от выполнения ряда традиционных функций менеджмента, во всяком случае, существенно их сократят. Уже сегодня многие крупные компании, работающие в новой экономике, частично или полностью отказываются не только от произ-

водства продукции, выпускаемой под их брен-дами, но даже и от самостоятельной разработки новых товаров. Понятно, что в этом случае отпадает необходимость в производственном менеджменте и значительно падают объемы управленческого администрирования.

В этом отношении профессор Е. Ф. Авдокушин указывает: «На рынках наукоемких товаров практикуется передача зарубежным партнерам не только сборочных операций, но и разработки новых изделий. Ряд ТНК для оптимизации издержек производства и сокращения сроков выпуска новой продукции передают по международному аутсорсингу перспективные исследования и инновационные разработки. <...> Многие крупные фирмы-производители электрон-ных компонентов, автодеталей, мебельных конструкций и т. п. самостоятельно фактически не производят свои изделия полностью, а лишь на 20–30%. Многие производители предпочитают не иметь собственных серийных заводов, а вкладывать средства в разработки по заказу и размещению производственных заказов на стороне»¹.

Итак, новый менеджмент не отменяет использование традицион-

ных под-ходов к управлению как, например, появление школы «человеческих отношений» в менеджменте, не отменило использование принципов административного или научного управления. Разные типы и инструменты управления сосуществуют в одном пространстве и времени, в том числе используются в одной управляемой системе для достижения разных целей. Современные компании работают, используя одновременно как принципы традиционного, так и нового менеджмента. Но только практическое применение управляемой системой принципов нового менеджмента, а именно использование разнообразных инструментов управляющего воздействия на внешнюю среду, является указанием на то, что она работает в пятом технологическом укладе, в новой экономике. Можно сказать, что это является основным отличительным признаком всей новой экономики.

В заключении, укажем, что, как и любая иная научная дисциплина, новый менеджмент является широкой и многогранной. Раскрытие и изучение этих граней является большой и долговременной научной задачей.

¹ Авдокушин Е. Ф. Глокализация как объективный процесс и корпоративная стратегия // Вопросы новой экономики. – 2010. – № 2. – С. 4–18.

На пути к новой парадигме мирового хозяйства

В. Б. Михайленко

заместитель директора по экономическому развитию

ООО «Наталка ПРО»,

г. Москва

e-mail: vsei@vsei.ru

On the way to a new paradigm of the world economy

V. B. Mihailenko

Перед мировым сообществом встает проблема парадигмального сдвига. На фундаменте постиндустриального общества зарождается новый универсум. Чтобы определить контуры зарождающегося экономического миропорядка, необходимо выявить основные процессы, в русле которых сегодня происходят трансформации, найти точки их соприкосновения и на основе полученного знания определить направление дальнейшего развития мирового сообщества.

Ключевые слова: мировое сообщество, парадигмальный сдвиг, постиндустриальное общество, экономический универсум, трансформации, развитие.

The world association faces the problem of the paradigm dislocation. A new world is generating on the basis of the postindustrial society. To define the outlines of the generating economic world it is necessary to reveal the main processes directing the modern transformations, to find the contiguity points and on the basis of the knowledge to determine the way of the world society further development.

Key words: world association, paradigm dislocation, postindustrial society, economic world, transformations, development.

Постиндустриальное общество. – наука об объёмно-пространственном восприятии и интерпретации мировой системы, включающая в себя как системные, так и несистемные составляющие мировых процессов. Геоэкономика выводит на новый уровень размышлений о роли и месте неэкономических факторов в формировании новой хозяйственной панорамы нашего мира³. Эта сюжетная линия преломляется через формирование постиндустриальной модели⁴.

Постиндустриальное общество. – наука об объёмно-пространственном восприятии и интерпретации мировой системы, включающая в себя как системные, так и несистемные составляющие мировых процессов. Геоэкономика выводит на новый уровень размышлений о роли и месте неэкономических факторов в формировании новой хозяйственной панорамы нашего мира³. Эта сюжетная линия преломляется через формирование постиндустриальной модели⁴.

¹ Авдокушин Е. В., Сизов В. С.. Новая экономика. М.: Магистр, 2009.

² См.: Кочетов Э. Г. Геоэкономика. Освоение мирового экономического пространства. – М.: Бек, 1999, 2002, НОРМА, 2006, 2010.

³ См.: Антипина О. Н., Иноземцев В. Л. Постэкономическая революция и глобальные проблемы // *Общественные науки и современность*. – 1998. – № 4; Кочетов Э. Г. Неэкономика – новая цивилизационная модель экономического развития и Россия // *Мировая экономика и международные отношения*. – 1997. – № 3 и др.

⁴ См. подробнее: Иноземцев В. Л. Модели постиндустриализма: сходство и различия // *Общество и экономика*. 2003. № 4-5.

Сформировавшаяся более шести-десяти лет назад модель постиндустриальной экономики определила отход от идей индустриализации и массового материального производства, как способа извлечения прибыли, в сторону нематериального производства. В настоящий момент постиндустриализм включает массу ярких и выразительных концепций, одновременно протекающих в современной мировой экономике, таких как: информационное общество, глобализация, экономика знаний, сетевое общество, сервисная экономика и др. Многие из данных концепций вышли за рамки постиндустриальной модели и претендуют на роль новой ведущей парадигмы мирового хозяйства.

* * *

Дать единую концептуальную оценку состояния мировой экономической системы сегодня является сложной задачей. С одной стороны, есть общепринятый термин – постиндустриальное общество, охватывающий все наиболее значимые процессы в мировой экономике. С другой, в данный момент существует множество концепций описания состояния системы мировой экономики, выросших до возможности претендовать на место приемника постиндустриализма.

Сегодня происходит трансформация мировой экономики и социума в целом. «Рассмотрение постиндустриального ландшафта приводит к

кардинальной мысли – чётко и ясно обозначился выход не из каких-либо вышеотмеченных формационных моделей (капитализм, социализм, национал-социализм, постиндустриальный капитализм), а о более широкоформатном выходе в целом из нашего мироздания...» [10,14]. В данных условиях наиглавнейший вопрос методологии мировой экономики в том, чтобы определить «границы» данных концепций, точки их соприкосновения, а заодно найти место постиндустриализму как законченной формализованной модели и определить направление его дальнейшей эволюции.

Из совокупности протекающих сегодня процессов в рамках постиндустриальной парадигмы можно выделить три, которые оказывают наибольшее влияние и определяют тенденции дальнейшего направления развития мирового сообщества. Это – *глобализация, информатизация и эволюция НИОКР*. Все три зародились примерно в одинаковое время. Однако их развитие не было параллельным. Первой в активную фазу развития вступила экономическая глобализация, обозначив первостепенность экономических интересов над всеми остальными, о чём сегодня свидетельствует установившийся геоэкономический порядок. По мере усложнения и развития интеграционных экономических процессов потребовались более совершенные механизмы операционной деятельности. Человеческий труд стал заменяться машинным. И пос-

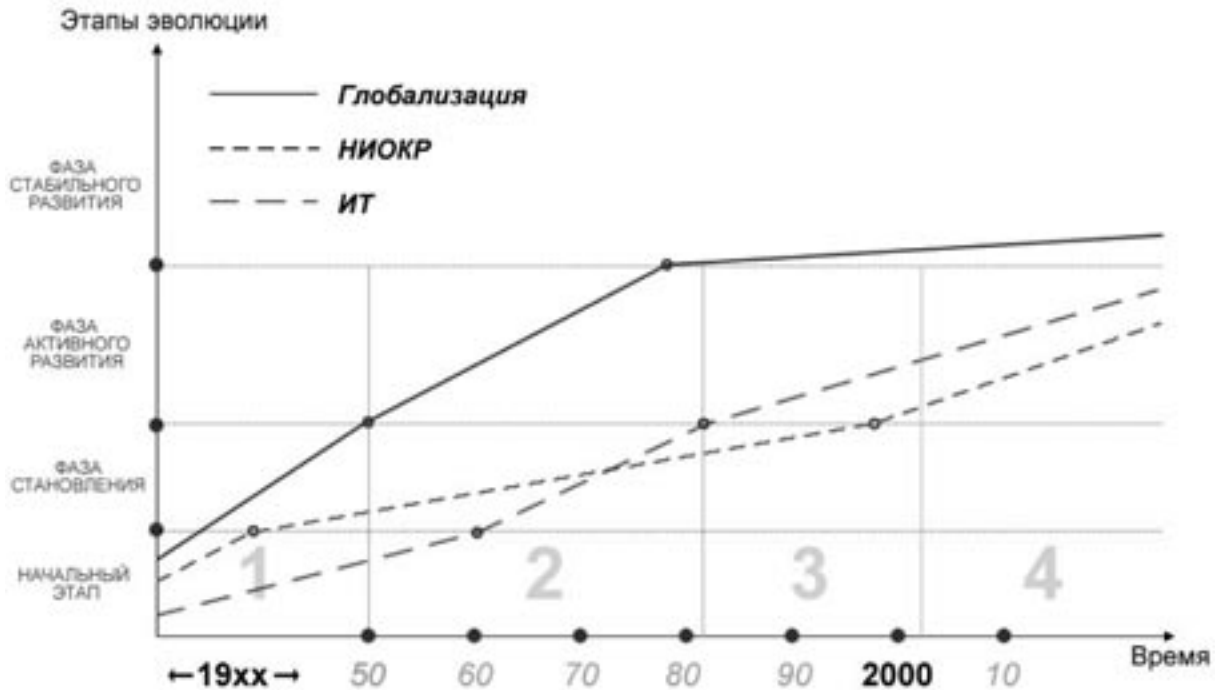


Рис. 1. Эволюция постиндустриального общества с учётом основных формирующих его процессов

ле того как произошла революция в микропроцессорах (1980-е гг.), методы работы с применением информационных технологий стали всё шире и глубже проникать в коммерческую деятельность. В последние годы активное развитие получила концепция «экономики знания», отражающая эволюцию НИОКР под воздействием современных геоэкономических условий и технологий обмена информацией.

Схематично эволюция постиндустриального общества с учётом основных формирующих его процессов отражена на рис. 1.

Можно выделить следующие 4 этапа эволюции постиндустриального общества:

1. До пятидесятых годов все процессы протекали приблизительно на одном уровне. Появились первые

образцы машин для работы с информацией (прообраз информационных технологий), которые использовались государством для облегчения статистического учёта (учёта населения, ресурсов и др.) и бизнесом (учёт клиентов банками, учёт сотрудников и др.). Научное знание начинает всё чаще проникать в общество и влиять на его развитие, появляются технологии массового индустриального производства. Однако возможности и методы использования инноваций для получения конкурентных преимуществ в мировой экономике только начинают разрабатываться, и потому проникновение результатов научно-исследовательской деятельности в общество происходит с длительным интервалом.

2. Активно развиваются процессы интеграции государств и интер-

национализации экономической деятельности. Начинается активное освоение международного рынка, появляются новые высоко конкурентные технологии. В начале данного периода происходит зарождение оболочки постиндустриального общества. Возрастает важность информации, формируются методы экономической деятельности, основанные на эффективной работе с информацией как с экономическим ресурсом. Возрастает важность информационных технологий, которые к тому моменту сформировались в отраслевом плане, но пока ещё не получили массового распространения. Появляются первые сети для обмена данными. Структуры НИОКР всё чаще начинают взаимодействовать с коммерческим капиталом. В стратегию получения конкурентного преимущества начинает проникать концепция извлечение выгоды на основе более частого технологического совершенствования.

3. Глобализация прошла период активного лавинного роста, сформировавшись в системном плане и выйдя на уровень стабильного последовательного незначительного увеличения. В соответствии с новыми критериями формализовались основные субъекты: национальные экономики, ТНК, международные институты. Уже на данном этапе бизнес-функции корпораций не возможно осуществить без использования информационных технологий. Информация приобретает свою ис-

ключительную важность как основной ресурс общества, а её объём и необходимость передачи требует всё более совершенных технических средств. Информационные технологии используются повсеместно и во всех сферах деятельности. Насыщенность международных рынков была практически завершена, и основное внимание в целях получения конкурентных преимуществ стали уделять совершенствованию продукта. Увеличилась частота взаимодействия структур НИОКР и коммерческого капитала и, как следствие, более частое проникновение новых научных достижений в общество.

4. Глобализация находится в небольшом, но стабильном развитии. Продолжается активное совершенствование информационных технологий, которые проникают всё глубже в деятельность субъектов мирового хозяйства, расширяются методы и возможности их использования. Коммерческая деятельность неразрывно связана с НИОКР. Инновации практически непрерывно генерируются в обществе.

Все три процесса занимают одинаково важное место в формировании как мирового экономического пространства, так и универсума в том числе. Наибольшее же влияние в данный момент исходит от информационных технологий, которые не только всё ещё находятся в динамичном развитии и распространении, но также принимают активное участие в трансформации мировой парадигмы.

Практические аспекты

Использование информационных технологий (ИТ) в международном бизнесе началось ещё в начале двадцатого века. Яркий пример тому является компания CTR – Computing Tabulating Recording (дословно: Вычисление, Регистрация, Запись), которая в 1921 г. изменила своё название на IBM – International Business Machines (т.е. «машины для международного бизнеса»). Получившие бурное развитие в середине глобализации, ИТ внесли весомый вклад в развитие мирового сообщества в целом и мировой экономики в частности. Решающим фактором их распространения стала возможность использования сетевой формы организации. Сети использовались и раньше. Однако такая структура имела серьёзные недостатки, такие как сложность контроля и управления, которые не позволяли использовать её для масштабных географически распределённых структур. ИТ позволили решить эту задачу. Информация в такой структуре передаётся немедленно, также быстро генерируется анализ и решение, которое немедленно может быть разослано обратно и вся система заработает по новым правилам. При этом информационные технологии позволяют управлять как всей совокупностью включённых в сеть звеньев (комплексность), так и изменять одно звено, либо выделенную группу звеньев. Благодаря возможности применения сетевых структур использование информационных технологий «пошло в массы» сначала в бизнесе, а затем и

в социальную среду, породив феномен «информационного общества» (в рамках данной идеологии также используются понятия «виртуальное общество», «цифровое общество», «сетевое общество» и др.). Основой концепции информационного общества является как сама информация, так и возможность взаимодействия – передачи/обмена информации. Поэтому последнее время термин информационные технологии (ИТ) заменяют на информационно-коммуникационные технологии (ИКТ), что более точно отражает специфику данной концепции. Ячейки общества (экономические, политические, социальные, культурные), объединённые в сеть на основе ИКТ, создают новый универсум – виртуальное пространство.

Сегодня информационному обществу посвящено немало трудов, во многом благодаря масштабы распространения данного феномена (глобальность) и глубины вовлечённости в геоэкономические взаимодействия. Виртуальное пространство, созданное на основе информационно-сетевых технологий, стало местом социальных отношений, рынком для приобретения товаров и услуг, а также местом взаимодействия коммерческих и государственных структур. Наиболее высокие ИКТ используются бизнесом и государственными структурами.

Основной субъект геоэкономического пространства в настоящее время – это корпорация, характеризуемая масштабом деятельности, территориальной распределённостью и

необходимостью осуществления нескольких видов деятельности одновременно. Конкурентоспособность в мировой экономике недостижима без полного контроля над протекающими процессами, возможности быстрой адаптации (гибкость) и построения эффективной производственной модели при максимальном снижении издержек (оптимизация) и возможности частого инновационного совершенствования¹. Для этого компания должна располагать инфраструктурой, которая позволяла бы выигрывать в скорости и качестве работы с большим массивом данных, а также создавать из совокупного территориально-распределённого множества подразделений единую экономическую среду взаимодействий. Места в таковой структуре на 100% опосредованы информационными технологиями. Под каждый вид деятельности сегодня существует отдельное программное обеспечение – бизнес приложения (сфера операционной деятельности) или аналитические приложения (сфера управления и анализа эффективности бизнес-процессов). Для взаимодействия с клиентами используется CRM (Customer Relationship Management – «Система Взаимодействия с Клиентом»), за ресурсы организации отвечает ERP (Enterprise Resource Planning – «Система Планирования Ресурсов Предприятия»), документооборот осуществляется на основе СЭД («Система

Электронного Документооборота»), управление складами и логистикой через SCM (Supply Chain Management – «Система Управления Цепочками Поставок»), учёт трудовых ресурсов происходит в HRM (Human Resource Management – «Система Управления Персоналом»), аналитика и контроль над деятельностью осуществляется системами класса BI (Business Intelligence – «Бизнес Интеллект» или «Бизнес Аналитика») и BPM (Business Performance Management – «Система Управления Эффективностью Бизнеса»), предназначена для высшего управленческого уровня) и другие системы. Чтобы получить максимальные конкурентные преимущества в организации геоэкономической деятельности, необходимо как можно больше функций опосредовать через ИКТ и в рамках такой структуры осуществлять оптимизацию (снижение издержек и увеличение эффективности) и автоматизацию (взаимодействие приложений между собой) операционной деятельности. Для этого, все имеющиеся системы должны быть интегрированы между собой (взаимодействовать друг с другом) на основе автоматизированного обмена информацией. Построенная таким образом структура способна управляться через единый центр, что даёт централизованность всей системе, гибкость и позволяют целостно выступать в геоэкономическом пространстве как единый организм².

¹ См. подробнее: Геоэкономика и конкурентоспособность России: Научно концептуальные основы геоэкономической политики России: Научноаналитический доклад / М. Ю. Байдаков, Н. Ю. Коница, Э. Г. Кочетов, Е. В. Сапир, В. Л. Сельцовский, Н. С. Столярова, Е. Д. Фролова / Под науч. ред. Э. Г. Кочетова; Обществ. ак.наук геоэкономики и глобалистики. М.: Книга и бизнес, 2010.

² См. подробнее: Михайленко В. Б. Сетевая геоэкономика: геоэкономический атлас как поле стратегического безопасного маневрирования // Безопасность Евразии. 2006. № 3.

На основе комплексной информатизации и автоматизации формируются производственные стратегии. Например, модель интернационализированного воспроизводственного цикла JIT (just in time – «точно во время») позволяет свести к минимуму использование складских помещений. Автоматизируя взаимодействие системы отношения с клиентом (CRM) и системы управления логистическими потоками (SCM) исходное сырьё в нужном количестве направляется на производство, а затем готовая продукция непосредственно конечному потребителю, исключая промежуточные фазы складирования по всей цепочке. Большого успеха в построении геоэкономической воспроизводственной модели на основе комплексного применения ИКТ добилась компания Тойота, применившая концепцию «умного производства» (learning manufacturing). Главная идея этой концепции заключается в непрерывном комплексном мониторинге деятельности с целью выявления «узких мест» с последующей их нейтрализацией. Эффективность данной модели основана на использовании ИКТ и возможности постоянного внедрения усовершенствований.

Непрерывное внедрение нововведений, полученных на основе научного знания – другой важный процесс, связанный с постиндустриальной парадигмой и получивший своё развитие в период становления глобализации, отмеченный как

НТР в начале, сегодня вырос в концепцию «экономики знания». Уже в становлении процессов интеграции государств и интернационализации мировых экономических отношений ужесточилась международная конкуренция. Для того чтобы оставаться на международном рынке, необходимо непрерывно совершенствовать свой продукт, в начале для технологического опережения, затем для более точного удовлетворения потребностей потребителя. Необходимо также совершенствовать и свою внутреннюю организационную систему на предмет удовлетворения критериям эффективности и экономичности оперирования в геоэкономическом пространстве. В результате стала возрастать частота взаимодействия между структурами НИОКР и ТНК при снижении участия государства, что, в итоге, привело к коммерциализации знания. НИОКР сегодня существует в тесной зависимости от коммерческого капитала, который, в свою очередь, зависит от нужд рынка. Дальнейшее развитие сектора научно-исследовательских и конструкторских разработок определяется состоянием геоэкономической конъюнктуры. В результате изменилась система ценностей к определению конечного продукта НИОКР.

В настоящее время широко применяется категория «инновация», которая включает как само изобретение, так и метод его коммерческого использования. Различают два основных вида инноваций: радикальные и

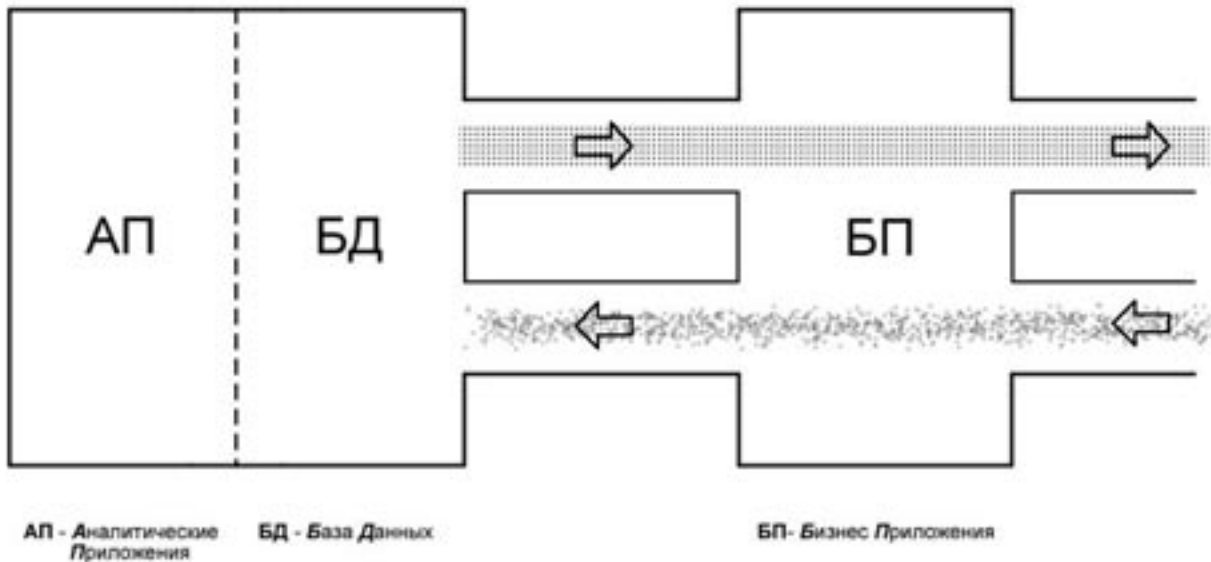


Рис. 2. Алгоритм непрерывного генерирования инноваций с использованием ИКТ

инкрементальные.

Радикальные инновации изменяют облик мира и связаны с длительным и дорогостоящим процессом научно-исследовательских разработок. К радикальным инновациям относятся такие как: внедрение Генри Фордом конвейера, микроэлектроника, нанотехнологии, геновая инженерия, информационные технологии и др.

Инкрементальные инновации менее грандиозны по степени своего влияния, главной их целью является незначительное усовершенствование уже имеющегося объекта (товара, услуги, процесса). Они недороги, не требуют длительных разработок и легко внедряемы. При том, что важность радикальных инноваций никто не оспаривает, наибольшее распространение получили инкрементальные.

Тактика извлечения преимущества на основе инкрементальных инноваций заключается в создании процесса непрерывного их генерирования. Так

как исходным «сырьём» знания является информация, не трудно предположить, что ИКТ сыграли решающую роль в эволюции методов вовлечения научного капитала в коммерческую деятельность и подняли значение и важность категории «знание». Именно применение ИКТ во взаимодействии с НИОКР позволяют осуществлять процесс непрерывного инновационного совершенствования. Для этих целей в структуру компании включаются аналитические приложения, которые работают вместе с единой по организации базой данных (наиболее совершенным сегодня является ЦОД – центр обработки данных). Данные, получаемые от операционной деятельности, проходящей через бизнес-приложения, обрабатываются и предоставляются аналитическим приложениям для последующей работы с ними (см. рис.2). Чем больше данных способна обработать ИКТ-структура, тем более качественная получится инновация.

Информация, непрерывно поступающая от различных бизнес-приложений со всех сфер деятельности организации, включая взаимодействие с потребителем, данные о передвижении материальных запасов, объемов готовой продукции и сырья, эффективности сотрудников, внешнеэкономические показатели, деятельность конкурентов и другие аспекты собираются и структурируются в БД, после чего предоставляются на обработку по заданным алгоритмам аналитическим приложениям. После проведения анализа, который может включать как обработку только текущих данных, так и использование прошлых архивных показателей, формируются контуры инновации – позиции, которые необходимо усовершенствовать и возможные направления усовершенствований. После чего выработанные нововведения поступают обратно в бизнес-приложения, меняя алгоритм их работы взаимодействия между собой и с внешним миром. В результате структура начинает работать по новым правилам, одновременно собирая информацию для последующих инноваций. Таким образом, процесс инновационного совершенствования происходит непрерывно. Информация, сохраняемая в хранилище данных, представляет собой личный накопленный опыт организации, а интегрирование аналитических приложений создаёт подобие мозга компании – искусственного интеллекта. Аналитические приложения, объ-

единённые вместе с современными системами хранения данных, участвуют как в накоплении уже полученного знания, так и в создании нового, что составляет основу концепции «умной корпорации».

Выделяют технологические продуктовые инновации, направленные на улучшение взаимодействия с клиентом (усовершенствования товара/услуги), и процессные, целью которых является совершенствование методов управленческой и операционной деятельности. Также, полноценные аналитические приложения дифференцируют данные, которые необходимы управленческому персоналу и операционному сотруднику. В итоге компания во всех сферах деятельности, и внутри и снаружи, вовлечена в непрерывный процесс усовершенствования. Бизнес-приложения по средствам цифровой информации интерпретируют окружающую геоэкономическую ситуацию, аналитические приложения создают вектор дальнейшей активности. Процесс инновационного совершенствования в результате такого алгоритма становится тесно связан с реальной действительностью. В результате компания получает большую точность в принятии решений и предпринимаемых действий, уменьшается риск запаздывания, а взамен появляется больше возможностей действовать на упреждение. Всё это добавляет гибкости (адаптации) организационной структуре в геоэкономических отношениях и возможность вовремя

реагировать на малейшие изменения окружающей среды.

Связь глобализации и науки с применением ИКТ и влияние данного симбиоза на специфику геоэкономической деятельности наиболее ярко отражается в клиенториентированной концепции. В основе данной стратегии лежит эволюция методов взаимодействия с клиентом на взаимовыгодных условиях, реализуемая через системы класса CRM. Истоки клиенториентированной стратегии начинаются от фазы активной глобализации в тот период, когда спрос на товарных рынках практически был удовлетворён. В условиях массового индустриального производства потребитель окружён большим количеством продуктов, отличающихся между собой лишь упаковкой. Простое предложение больше не является гарантией сбыта. Низкая цена, реклама и маркетинг также потеряли свою эффективность. Теперь в целях усиления конкурентоспособности продукту стали придавать специфические индивидуальные свойства под конкретную группу потребителей. Основная задача – максимально удовлетворить потребности клиента, для чего необходим персонализированный подход к каждому. В этих целях необходимо собирать, хранить и обрабатывать как можно больше информации о клиенте. Учитывается не только история его предыдущих заказов (структура потребления, средний счёт, периодичность заказов), важную роль играют факторы, прямо не

относящиеся к потребительской истории клиента, но при этом способные повлиять на его окончательное решение (такие как уровень образования, семейное положение, место работы, предпочтения проведения досуга, интересы и др.). Кроме того, в условиях частого технологического обновления существует риск выхода на рынок с устаревшим продуктом. Чтобы решить эти задачи и создать актуальную продукцию, используются системы взаимодействия с клиентом (CRM) вместе с аналитическими приложениями (BI, BPM). Информация о состоянии рынка, данные по клиентам и показатели по продукции, как собственной, так и конкурентной собираются и обрабатываются аналитическими приложениями, после чего генерируется инновация, совершенствующая продукт либо процесс его потребления (послепродажная поддержка, возможность модификации продукта, исправление найденных недостатков). В итоге, один и тот же товар/услуга может иметь множество модификаций в зависимости от требований региона его конечного потребления. В координатах глобальной экономики CRM и создаваемые на основе клиенториентированной концепции инновации развернули производственные мощности в направлении более точного удовлетворения клиента, акцентируясь на деталях его вкусовых предпочтений – наука и производство стали непосредственно тесно связаны с реальными потребностями рынка.

Реализации клиентоориентированной стратегии требует подчинения всей организации её принципам. CRM – это не просто функция одного подразделения, а направление всей воспроизводственной цепочки, формирующее корпоративную культуру. В результате, управление взаимоотношением с клиентом стало частью идеологии компании, заняв важное место в иерархии стратегических ценностей. Собранная и обработанная информация о клиентах становится составляющей системы знаний организации, на основе которой затем формируются инновации и стратегии освоения мировых рынков, выделяющую компанию среди конкурентов.

Комплексный подход в использовании информационно-коммуникационных технологий требует любая выбранная стратегия освоения геоэкономического пространства. Простое дублирование бизнес деятельности через ИКТ и использование аналитических приложений не означает получение конкурентных преимуществ. Информатизация геоэкономической деятельности связана с серьёзной структурной реорганизацией компании по определённым правилам и критериям. Совокупность мер, необходимых для осуществления экономической деятельности на основе эффективного применения ИКТ объединяется концепцией «реинжиниринга бизнес-процессов» (business re-engineering). В данный момент создано множество трудов и ме-

тодов, посвящённых вопросу построения архитектуры компании с учётом специфики сетевых взаимодействий и особенностей информационных систем. В соответствии с данной концепцией конкурентоспособность в глобальной экономике достигается не только наличием систем, опосредующих внешнеэкономическую деятельность и аналитических приложений, но и созданием единого информационного пространства для структурного объединения (интеграции) всех приложений с возможностью автоматизированного взаимодействия между ними на основе сетевого обмена данными. В результате у компании появляется дополнительный важный актив – структурный капитал, отражающий уровень инновационности и ИКТ-развития организации. Структурный капитал оценивается по числу бизнес функций опосредованных на ИКТ (информатизация), количеству и качеству взаимодействия различных приложений между собой (уровень интеграции и автоматизации приложений), использование ИКТ в среде управленческого и операционного персонала. Другой важной составляющей структурного капитала является возможности в сфере работы со знанием. Имеет значение уровень аналитических приложений и технологий хранения данных, которые определяют опыт компании и возможности инновационного совершенствования. Также важное внимание уделяется накоплению опыта каждого сотрудника,

Геоэкономика и глобалистика

включая его личные методы работы, клиентскую базу, выстроенные контакты с партнёрами и т. д. (при данном подходе в случае ухода сотрудника накопленное им знание остаётся в организации).

Процесс инновационного совершенствования и геоэкономическая деятельность тесно взаимосвязаны в рамках одной организации по средствам ИКТ (см. рис. 3).

В конечном счёте, архитектура взаимодействия ИКТ в структуре компании должна отражать специфику деятельности организации и подчиняться выбранной геоэкономической стратегии. Одновременно комплексное применение информационно-коммуникационных инструментов позволяет разрабатывать геоэкономические стратегии и модели с учётом преимуществ информации как ресурса и сетевых коммуникаций.

ИКТ приобретают особую важность на стратегическом и тактическом уровне организации. В тактической плоскости имеет значение возможность извлечения преимуществ от информатизации и автоматизации бизнес-процессов как внутри корпорации, так и с внешним миром. Стратегический уровень предполагает разработку и внедрение наиболее

совершенной уникальной ИКТ-инфраструктуры, как инструмента достижения конкурентного преимущества. Без осознания важности построения стратегии и тактики геоэкономической деятельности по идеологии информационно-сетевых взаимодействий невозможно построить эффективную внешнеэкономическую доктрину. Широкое использование информационно-коммуникационных технологий и их эффективность в мировом экономическом взаимодействии требует повышенного внимания к разработке и модернизации ИКТ-инфраструктуры. Если раньше использование ИКТ было добровольным делом каждой организации, то сегодня это обязательное условие оперирования в геоэкономическом пространстве. Любая деятельность, в основе конкурентной стратегии которой не лежит принцип эффективного использования возможностей ИКТ, не принесёт серьёзного и продолжительного эффекта. При этом, субъект геоэкономического пространства



Рис. 3. Структурный капитал: связь геоэкономики и экономики знания внутри компании

должен наращивать своё присутствие в виртуальном пространстве, так как по закону Меткалфа – полезность сети пропорциональна квадрату числа её пользователей¹.

Технологии, используемые корпорациями для освоения геоэкономического пространства пригодны для институтов национальных экономик. На основе ИКТ государство может взаимодействовать со своими учреждениями, с другими государствами, остальными субъектами глобальной экономики, получая те же преимущества от использования информационно-сетевых взаимодействий, что и корпорации. Такие функции, как работа с документами, расчёт поступления доходов в бюджет, госуправление, статистический учёт, взаимодействие с юридическими и физическими лицами, система госзакупок, природопользование и многое другое уже давно частично или полностью опосредованы ИКТ². Сегодня национальной экономике не просто рекомендуется осваивать новейшие информационно-коммуникационные технологии, а она обязана это делать, чтобы соответствовать общему уровню мирового развития и быть конкурентной во внешнеэкономической сфере.

На конкурентоспособность национальной экономики в парадигме информационного общества влияет

уровень развития телекоммуникационной инфраструктуры внутри государства, число рабочих мест и домохозяйств, оборудованных ИКТ, уровень грамотности населения и трудовых ресурсов в данной сфере, использование ИКТ институтами государственной власти, доля инновационной продукции в ВВП и др. Методология внедрения инструментов ИКТ в государстве рассматривается в рамках концепции «электронного правительства» (e-government) и направлена на повышение эффективности деятельности государственных учреждений и усиления конкурентоспособности национальных экономик. Оценка уровня развития информационных технологий и степень приближения к идеологии электронного правительства проводится многими авторитетными международными организациями. Так наиболее развитыми странами по рейтингу Фонда информационных технологий и инноваций (Information Technology and Innovation Foundation – ITIF³) являются Сингапур, Швеция и Люксембург. Россия в данном рейтинге занимает 35 место из 40, оставляя после себя Кипр, Грецию, Бразилию, Мексику и Индию.

Также важную роль занимает наличие внутри национальной экономики развитого ИКТ сектора, который способствует переходу госу-

¹ Данный закон действует в идеальных условиях: если все узлы сети будут устанавливать связи друг с другом. В реальном воплощении он также имеет свою актуальность, но с некоторыми корректировками на обстоятельства.

² См.: Холмс Д., eGov. Стратегии электронного бизнеса для государства. – М.: «Издательство Астель», «Издательство АСТ». – 2004.

³ Официальный сайт: <http://www.itif.org/>

дарства на технологии электронного правительства и позволяет получать значительные доходы в сфере материального и нематериального производства и в сфере услуг.

В данный момент сектор ИКТ является достаточно динамичным и прибыльным рынком, оказывающим влияние на формирование геоэкономического ландшафта. Объём мирового рынка затрат на информационно-коммуникационные технологии, по оценкам Gartner, в 2009 г. с учётом 3,8% кризисного снижения по сравнению с 2008 г. составит \$ 3,2 трлн. Последняя тенденция, связанная с активным развитием ИКТ сектора, является появление феномена «оффшорное программирование». Сегодня экспортом информационных услуг по такой модели занимаются многие страны: Ирландия, Филиппины, Мексика, Израиль, Китай, Россия и др. За счёт более низкой заработной платы спе-

циалистов и особых экономических условий региона ценовая составляющая на осуществление ИКТ заказов значительно ниже общемировых стандартов, что привлекает туда инвестиции западных компаний, которые либо отдают какие-то функции на аутсорсинг либо открывают там свои филиалы. За счёт этого данные регионы сейчас развиваются и в ближайшее время займут весомое место, как в структуре мирового ИКТ сектора, так и в общей системе мирового хозяйства.

По данным EITO (European Information Technology Observatory) с 2009 г. Бразилия, Индия и Китай являются наиболее динамично развивающимися в сфере ИКТ. По итогам 2010 г. им также прогнозируется наибольшая динамика роста, большая, чем у лидеров в данной сфере – США, ЕС, Японии (см. диаграмму на рис. 4).

Из диаграммы на рис. 4 следует, что, несмотря на разницу в динамике развития ИКТ рынка между развитыми и развивающимися странами, объёмы рынка развивающихся стран значительно уступают развитым государствам. Объясняется это тем, что ИКТ рынок также дифференцируется по степени инновационности. В развитых



Рис. 4. Глобальный рынок ИКТ 2010 г. (млрд., евро)

странах он именно инновационный, нацеленный на извлечение интеллектуальной ренты (экспорт технологий, ноу-хао, лицензий) и предоставлении сервисов (разработка программного обеспечения, ИКТ архитектуры, моделирование бизнес-процессов, ИКТ интеграция, аутсорсинг и т. д.). Тогда как непосредственный труд – программирование или производство техники – происходит в развивающихся странах. Схема работы между ними – заказчик-исполнитель, где заказчик – США, ЕС и Япония, а исполнитель – Китай, Бразилия и Индия. Собственно такой порядок аналогичен с материальным производством, с одной разницей, что точка приложения более сместилась в нематериальную сферу и сферу услуг. Основными потребителями созданного таким образом продукта выступают развитые государства, о чем и свидетельствует объёмы их рынков, значительно превышающие аналогичный показатель у развивающихся стран. Если теперь соотнести эти данные с понятиями геоэкономической стратегии, получается вывод, что в развитых странах присутствует инновационный сектор ИКТ, характеризующийся получением сверхприбылей на основе интеллектуальной ренты и услуг, осуществляемых в сфере информационно-коммуникационных технологий. Данный аспект является ещё одним важным критерием развитых стран в постиндустриальной мировой экономике, выделяющим их в данную группу.

Динамичное освоение ИКТ идеологии осуществляется не только корпорациями, но также и государствами. Активно развивая собственные институты, стимулируя национальные организации и местный рынок информационно-коммуникационных технологий, национальная экономика трансформируется по принципам информационно-сетевых взаимодействий и вносит свою лепту в глобальное распространение идеологии информационного общества.

Здесь необходимо уделить особое внимание сервисам, как составляющей в структуре геоэкономического сотрудничества. Данная категория сегодня получила значительное распространение. Исследование этого феномена создало целую концепцию «сервисной экономики».

С одной стороны сервис – это сфера нематериального производства, категория постиндустриальной модели. С другой, предоставление сервиса хоть и основывается на нематериальном производстве, но при этом сам сервис становится на ступень выше, перерастая породившую его категорию. Это особенно заметно в секторе ИКТ. Например, программное обеспечение относится к нематериальному производству. Но создание программного обеспечения по лицензии или под заказ уже рассматривается как сервис. Также программное обеспечение распространяется по модели SaaS (Software-as-a-Service – программное обеспечение как услуга) при которой пользователь не

приобретает лицензионное программное обеспечение, а «арендует» его у другой компании, используя сеть для доступа к ресурсам ИКТ. Среди сервисов также выделяется аутсорсинг – передача сторонней организации функций, которые ранее осуществлялись в рамках компании-заказчика. Аутсорсинг осуществляется как в сфере материального производства (производство комплектующих, деталей) так и в сфере нематериального (работа с персоналом, управление ИКТ инфраструктурой), что показывает уровень охвата парадигмы сервисной экономики и возводит сервис в отдельную категорию, выходящую за рамки концепции постиндустриальной экономики.

Сервисная экономика в данный момент развивает достаточно динамично. По некоторым оценкам 60% мирового ВВП приходится на долю сервисов (см. табл.).

Как следует из данных таблицы, наибольший процент добавленной стоимости в ВВП занимает сектор услуг. При этом развитые экономи-

ки отличает доминирование сервисов над другими отраслями. Если принять во внимание, что категория сервисной экономики, как результат эволюции нематериального производства, перерастает идеологию постиндустриального общества, то данный фактор является весомым критерием, свидетельствующим о выходе из границ постиндустриализма и приближении новой парадигмы мирового хозяйства.

Сервисность экономики во многом стала возможной в связи с развитием ИКТ, которые позволяют подключить сторонние компании из других регионов, эффективно взаимодействовать с ними и контролировать их работу. В самой структуре ИКТ отрасли, предоставление сервисов – это один из наиболее динамично развивающихся видов деятельности с достаточно весомым уровнем доходов. Наиболее востребованными сервисами в сфере ИКТ являются аутсорсинг, интеграция и консалтинг, что указывает на важность информационно-сетевых взаимодействий в геоэкономической

Таблица

Уровень добавленной стоимости по секторам экономики (% от ВВП)

Страны	Агропром	Материальное производство	Нематериальное производство	Услуги
США	1	14	8	77
Швейцария	1	20	8	71
Англия	1	14	10	76
Германия	1	23	7	69
Бразилия	6	18	11	66
Китай	11	34	15	40
Россия	5	19	19	57

Источник: *The Global Competitiveness Report 2009–2010, World Economic Forum*

деятельности и показывает тенденции, связанные с применением данных технологий.

Широкое применение ИКТ субъектами глобальной экономики переносит геоэкономическое пространство в координаты информационно сетевых взаимодействий – виртуальное пространство. Виртуальная экономика обладает всеми необходимыми критериями для этого: отсутствие территориальной привязки виртуального пространства, глобальный характер распространения, наличие основных субъектов (ТНК, институтов национальных экономик, международных организаций), эффективность осуществления геоэкономических взаимодействий и новые возможности в организации процесса непрерывного инновационного совершенствования.

Несмотря на то, что специфика деятельности компаний и государства может значительно отличаться, как по виду оказываемых услуг, так и по возможностям применения организационных моделей, в виртуальном пространстве, лишённом привязки к физическим территориям, государство с институтами национальной экономики и корпорация со своими подразделениями фактически уравниваются. Государство, по идеологии информационного общества, выступает в качестве корпорации и оказывает особый тип «государственных услуг» своим клиентам – резидентам

и нерезидентам. Однако, жёсткая привязка к конкретным территориям, в критериях виртуальной экономики, является обременительным фактором, ограничивающим мобильность и гибкость. Потому именно корпорации имеют больше конкурентных преимуществ в виртуальной парадигме, по сравнению с государством.

Корпорации с помощью информационных технологий являются мощным объединяющим фактором для человеческих ресурсов, расположенных по всему миру, для чего коммерческие компании эффективно взаимодействуют с сетевыми сообществами, которые, по сути, представляют собой транснациональные надтерриториальные объединения. В настоящее время можно выделить социальные сети, объединяющие людей по интересам, и профессиональные трудовые площадки, такие как единая логическая сеть, единая туристическая сеть, биржевые сети, зоны «оффшорного программирования» и др.¹ Сетевое сообщество – важная геоэкономическая площадка для транснационального капитала.

В профессиональных трудовых сообществах функционируют экономические правила, регулируемые корпорациями. Например, в сетях логистики практикуется постоянная передача на аутсорсинг доставки груза от одного перевозчика к другому. Если необходимо доставить какой-либо товар, множество транспорт-

¹ См. подробнее: Смородинов О. Бизнес-модели в сегменте B2C и образование сетевых сообществ потребителей // eCommerce World, – 2001. – № 4.

ных компаний, распределённых по разным территориальным участкам, объединяются для создания единой цепочки поставки объекта из пункта А в пункт Б. Все взаимодействия перевозчика, логистической компании (организатора), владельца груза и других участников происходят в информационно-сетевом пространстве. Координация и контроль осуществляется посредством системы SCM.

Во взаимодействии с сетевыми социальными сообществами компании внедряются на данные площадки с целью осуществления функции работы с рынком (различные виды и методы маркетинга). Сетевые социальные сети отлично приспособлены для информационного продвижения товара, сбора пользовательской информации о собственном продукте и конкурентном, аналитики движения спроса в нишевых группах и т.

д. Также социальные сети идеально подходят для продвижения корпоративной культуры. Наиболее перспективными в данных целях являются созданные под конкретный продукт/услугу порталы, а также создание или взаимодействие с уже работающими высшими учебными заведениями, методы работы которых также претерпели значительную трансформацию в эпоху глобализации и информационных технологий¹.

Объединяя людей в виртуальном пространстве, компания тем самым реализует геоэкономические интересы по идеологии государственного управления. Если над территорией властны национальные правительственные образования, то в виртуальной экономике господствуют корпорации.

Окончание в следующем номере

¹ См.: Платонова И. Н., Использование компетентностного подхода при углублении практической направленности учебных пособий по дисциплине «Международные экономические отношения» / И. Н. Платонова // Компетентностный подход в высшем экономическом образовании. Сборник научных статей по материалам межвузовской методической конференции (декабрь 2008 г.) / под ред. проф. В. К. Поспелова. – М.: Финакадемия, 2009.

Геополитическая история духа русского народа¹

Б. Б. Виногородский,

президент фонда «Экология социальной культуры», руководитель российско-китайской лаборатории «Идеология управленческих стратегий»?

г. Москва

e-mail: info@kitaed.ru

Geopolitical history of the Russians' spirit

B. B. Vinogradsky

Предлагается оригинальная идея-концепция для объединения нации через осознание геополитической истории духа русского народа. По мнению автора, необходимо по-новому строить отношения с образами, которыми пишется история страны, т.к. она влияет на устройство сознания ее жителей.

Ключевые слова: образ, история, страна, вопрос, смыслы, народ, дух, изменения, русские, понятия, ценности.

Here it is proposed an original idea-conception as related to the uniting of the nation through realizing geopolitical historical spirit of the Russians. In the author's opinion, it is necessary to build new relations with the images by means of which the history of our country is being written because it influences on the people's consciousness.

Key words: image, history, country, question, essences, people, spirit, changes, the Russians, concepts, values.

ЧАСТЬ II. ЦЕННОСТИ

1. Что есть высшая ценность?

Высшая ценность – это то, что сохраняет и поддерживает длительность ценностей, обеспечивающих существование народа во времени, в пространстве, объединённом в сознании общим укладом представлений.

2. Что есть ценность?

Для начала разделим ценности на внутренние и внешние. Внутренние ценности позволяют обеспечивать и

сохранять правильное проживание жизни личности во времени. Ценность – это образ образа внутри устройства личности. Этот сверхобраз непосредственно не ощущается в теле человека, но правильная последовательность ощущений поддерживается путём сохранения этого сверхобраза. Знания существуют для того, чтобы сохранять ценности. Человек воспринимает ценности через образы будущего. То есть во всех случаях ценности связаны с образами ожидаемого будущего в ощуще-

Окончание. Начало в № 2, 2010.

ниях. Ценности обеспечивают сбытие ожидаемых качеств ощущения в будущем, которое видится через образы.

Внешние ценности – это отражения внутренних переживаний, направленные на определённые предметы и вещества, в первую очередь также способные менять качества переживаний образов. Нет ни одной ценности, которая не была бы связана с образами, указывающими на возможные переживания в будущем.

3. Что есть ценности на уровне страны?

Основная ценность на уровне страны – это целостность, но целостность эта понимается в первую очередь не как целостность и неделимость пространства, а как целостность пространства духа, то есть духовных ценностей, среди которых главной является целостность духа. Целостность духа – это непротиворечивая связность образных рядов, составляющих пространство духа. Это ясность понятий, описывающих эти ряды, это понятность осмысленных обрядов, близких каждому жителю страны, представителю её великого народа.

4. Что есть ценности на уровне правителя?

Основная ценность на уровне правителя – это ясность и чёткость, позволяющая ему поддерживать должный уровень понимания и осознанности. Этот вид понимания опре-

деляется верой, а вера – это в свою очередь умение удерживать внимание на образах, которые для тебя являются священной опорой вне зависимости от любых обстоятельств, выпадающих на твою долю. Умение применять свою волю, принимая судьбу, находить тончайшую грань равновесие во взаимодействии воли и судьбы – это великие ценности правителя.

5. Что является ценностями на уровне народа?

Высшая ценность на уровне народа – это преданность своей стране, как пространству образов, созидающих пространство духа и наполняющих сердце достоинством, гордостью, честью, силой, совестью, любовью, волей. Умение строить свою жизнь по совести, а не по выгоде – это и есть высшая ценность на уровне народа. Правитель должен любить свой народ, а народ должен чтить своего правителя. Правитель должен заботиться о народе, помнить о народе, как о своих детях, и тогда народ будет почитать правителей своих, как он должен почитать собственных родителей.

6. Что есть ценности на уровне народностей?

Будучи представителем народности, ты должен сохранять свои родовые ценности, полученные в виде заветов отцов и матерей, чтобы правильно передать их своим детям, из века в век преумножая богатство,

силу и славу рода, под крылом птиц, создающих и несущих пространство мира.

7. Что есть ценности на уровне семьи?

На уровне семьи ценности – это умение через уклад передать представления о непреложной необходимости почитания старших и любви к младшим. Уклад же поддерживается через сохранение представлений об образах, переживаемых правильно и осмысленно в пространстве духа. Сохранение такого уклада создаёт достаток в семье, который выражается в слаженности действий, помыслов и слов. Каждый осознаёт и находит своё место в укладе представлений о мире, где приходится жить.

8. Что есть ценности на уровне личности?

На уровне личности основной ценностью является вера в разумное устройство мира, который сохраняется и поддерживается с помощью твоего осознанного усилия по правильному переживанию ценности образа твоего мира вне зависимости от обстоятельств, которые предлагаются тебе судьбой. Тогда воля твоя согласуется с волей судьбы, а движения мировых сил протекают через твоё тело слаженно и мирно. Как следствие ты оказываешься здоровым духом в здоровом теле лично себя и своего мира, за который несёшь ответственность перед своими родителями и детьми, перед родом, народом, страной и че-

ловечеством, действуя всегда по совести, а не по корысти.

9. Каким образом ценности определяют образ действия?

В тебе одновременно присутствуют ценности на уровне человечества, страны, народа, рода, семьи и личности, и в любых обстоятельствах ты всегда действуешь из пространства духа, сопоставляя свои помыслы, слова и действия с образами и образцами, которые ты получаешь в семье, в роду, в народе, в стране и в мире.

10. Как связаны ценности со временем?

Нет ничего, что не было бы связано со временем. Жизнь – это осязаемое переживание времени в пространстве духа. Пространство духа – это обозначенное осязаемыми переживаемыми образами пространство.

Пространство тела можно ощущать, пространство духа можно переживать, то есть чувствовать. Но понимание и осмысление происходит на основании работы с переживаемыми образами. Образы связаны с качествами, которыми дух человеческий наделяет эту осязаемую действительность, и с представлениями, как эти качества превращаются друг в друга. Те единицы осязаемой действительности, которые позволяют производить превращения переживаний и ощущений в общем поле мира рассматриваются людьми как ценности. Ценностями можно управ-

лять только через правильное переживание образов и осмысление понятий. Ценности живут во времени, ибо нет ничего, что не было бы пронизано волнами времени, не попадая в координаты смены ночей и дней, лет и зим. Время – это и есть переживаемая действительность и последовательность закономерной смены чувств и ощущений в пространстве осмысленных образов.

11. Как создаются ценности во времени?

Все ценности созданы изначально. То есть ценности – это неотъемлемая часть пространства духа. Они могут только теряться при передаче из поколения в поколение. Ценности существуют только для того, чтобы управлять движением образов. Образы не просто соединяют прошлое и будущее в сознании, они являются средством преобразования прошлого в будущее в потоках времени. Движение образов в свою очередь управляются нравственными понятиями, такими как честь, совесть, разумность, вера. Эти понятия в свою очередь тоже могут выражаться образами, именно с целью управления потоками переживаемых образов во времени пространства духа.

12. Как ценности теряются и искажаются?

Когда на переходах временных кругов или эпох, неизбежно меняются способы осмысления происходящего вследствие накопившихся

за предыдущий круг изменений, одновременно меняется и устройство движений внимания в пространстве духа каждого человека, живущего в этом мире. Люди, более способные сохранять покой, не впадать в крайности, удерживаться от беспочвенных тревог, возникающих в связи с повышенной подвижностью образов в сознании, менее подвержены искажениям ценностей. Имея определённое влияние в сообществах, они могут предотвратить их целостное изменение, которое приводит к ухудшению качества жизни сообщества. Если таких людей нет, на передний план выходят разного рода личности, которые не способны правильно управлять пространством образов, а, следовательно, и ценностями. Они начинают упрощать эти ценности, сводить их к простейшим образцам осязаемого и очевидного свойства. Занимая основные каналы распространения ценностей, они перестают обращать внимание на смыслооборот, а занимаются в большей степени присвоением ценностей.

13. Какие ценности должны быть восстановлены?

Необходимо восстановить ценность таких понятий как честь и совесть, почтение к старшим, любовь к младшим, уважение друг к другу, человечность и милосердие. Только восстановление это не может осуществляться посредством простого призыва их восстановить. Процесс восстановления можно запустить

только включив правильные образы, которые запустят переживания, а из соединения правильного переживания образов с понятиями родится смысл и, следовательно, действие, которое и явится следствием этого восстановления. Так что, восстанавливая ценности, нужно восстанавливать их осмысленное понимание, которое позволит каждому представителю русского народа понимать, то есть ощущать, что его здоровье и счастье напрямую зависят от правильного обращения с этими выше-названными ценностями в себе самом и своём ближайшем окружении.

14. Как ценности передаются во времени?

Ценности передаются во времени через передачу переживаемых образов, которые закрепляются в календарных и семейных обрядах. Эти обряды должны быть связаны с пространством, которое составляется реками, горами, деревьями, равнинами, болотами, зверьми, людьми, почвами, цветами, объединёнными в сознании населяющих его людей общей системой образов. Эта общая система образов должна иметь основания, коренные образы, которые являются очевидными, ощутимыми, позволяют строить все остальные образы, создавать систему ценностей, устремляя народ к высшим целям. А высшими целями для народа являются цели, которые выводят его за пределы самосознания как народа. Это осознания роли народа в стране,

семье народов, в человечестве, в обществе стран, в космосе или мире в целом.

15. Ценности в пространстве

Ценности в пространстве – это в первую очередь ценности пространства сознания, то есть, то, что поддерживает, сохраняет и берегает целостность пространства сознания. Эти ценности в свою очередь через образы могут накладываться на внешние очертания пространственных образований. Внутренние ценности уподобляются образам внешней действительности через качества, а эти качества определяются во внешних сущностях через уподобление этим образам. Так птицы, которые являются образами качеств, и несут в себе разные признаки устройства духа, накладываясь на видимые очертания горных хребтов и рек, совпадая с ними внешним обликом, неизбежно переносят в пространстве духа эти качества на отдельные места в частности и пространства в целом.

16. Каким образом связаны ценности с пространством?

Пространство возникает в сознании только в виде сочетаний ощутимых признаков, а главным из ощущений является зрение. Потому видимые очертания составляют основу карты. Появляющиеся на этой видимой основе цвета и очертания создают основу для наделения этих очертаний признаками живых существ, носителей качеств, обладаю-

щих ценностями духа. Эти духовные ценности становятся ценностями народов, которые проживают в соответствующих местах и пространствах. Так очертания гор, рек, долин, равнин, холмов, логов, урочищ, утёсов обретают качества, указывающие на духовные ценности, то есть ценности пространства духа. Это качества целостности, то есть верности, честности, правды, отваги, мужества, доблести, доброты, разумности, красоты и т. д. Так устроено наше мышление, что любое мыслительное действие, которое приводится в движение образами, обязательно через переживание распространяет своё влияние и вовнутрь и вовне. Ведь воспринимаемое пространство также находится внутри пространства духа, пространства восприятия, и становится осязаемым только соединяясь с оценками, суждениями, переживаниями и всеми остальными движениями души в пространстве тела личности.

17. Каким образом распространяются ценности в пространстве?

Ценности в пространстве распространяются не сами по себе, а только через сознание людей, которое является носителем этих ценностей. Самое ценное из существ, населяющих землю, – это человек, и именно он наделяет ценностью всё сущее, он осознаёт, что и земля – это живая сущность. Ибо ценность – это всегда выделение одного качества и противопоставление его другому. Такова

природа разума, и такова природа течения жизни в пространстве и во времени. Земля – это единое живое тело, живая сущность, но такой она становится в сознании людей только тогда, когда появляются правильные образы, позволяющие человеку переживать через эти образы понятие земли как единого живого тела. То есть через имена и понятия земле приписываются качества и свойства в их соответствии пространству, которое видит человек на этой земле. После этого человек начинает по-новому понимать пространство, в котором он обитает. Страна – это очень большое составное понятие, и пространство страны необходимо наделить качествами духа, только тогда эти качества духа обретут единое пространство в пространстве духа отдельных людей.

18. Образ ценности

Образ ценности возникает в пространстве духа как вторичный образ, и появляется он в результате многократного наложения качеств на предметы, что приводит к появлению в нём определённой отвлечённости. Именно поэтому нужны правильные обряды, обычаи и предания, которые способны удерживать и сохранять осязаемость образов ценности.

Образ ценности сохраняется и удерживается преданием, сложным рассказом о том, как ценность появляется, как она присваивается тем, кому она не принадлежит, и какие качества должен проявить человек,

чтобы вернуть эту ценность на место, когда он последовательно решает определённое количество задач, проходя через определённые обстоятельства и состояния.

19. Какие ценности и настроения способствуют объединению людей?

Это жизнеутверждающие ценности, которые являются непреходящими: правильное понимание добра и зла и выбор своего отношения к этим понятиям, уважение к старшим и любовь к младшим, крепкие и добрые семейные отношения, правильное соседство, взаимопонимание и взаимопомощь, здоровое долголетие. Знание общих целей движения страны во времени и, следовательно, наличие общей истории, которая объединяет, а не разъединяет людей.

20. Что способствует разъединению людей?

Разъединение происходит, когда теряются смыслы, а смыслы теряются, когда нарушается смыслооборот в сообществе, а смыслооборот в сообществе нарушается, когда разрушается система понятий и представлений, позволяющая ориентироваться родовым образованиям во времени, так как родовые образования выходят за рамки длительности жизни одной личности и одной семьи. Именно через родовые ценности можно восстанавливать единство народа и народов в стране.

**ЧАСТЬ III.
ВРЕМЯ ВО ВРЕМЕНИ**

1. По каким циклам развивается природа?

Природа движется по кругам времени, и среди наиболее видимых, осязаемых движений времени по кругам – это постоянство смены дня и ночи в течение суток, постоянство смены тепла и холода в течение года, постоянство смены подвижности и покоя в течение лунного месяца. Однако кроме этих кругов существуют и другие более длительные, которые собираются в ещё более крупные круги. Следует выделить круги по 12 и по 10 лет, по 60, 120, 180, 540, 1080 и т. д. Существуют также внутренние круговращения веществ и ощущений в человеческом теле, что сопряжено со сменой состояний сознания. Внешние большие круги соотносятся с внутренними кругами, и в кругах внутренних состояний движутся образы, переживаемые в ощущениях, и понятий, осмысленные в действиях. Через образы большие круги времени можно осмысливать как находящие своё отражение в малых кругах состояний. Разные типы сочетаний шести составляющих создают разные состояния и настроения, которые всегда выражены образами во внутреннем пространстве восприятия, которое мы для удобства называем сознанием.

2. Как развиваются события?

События – это внешние движения осязаемой действительности, в соот-

несении с движением состояний, в ходе которого меняется узор переживаемых образов и осмысления понятий.

3. По каким циклам развиваются состояния?

Состояния развиваются и движутся в человеке по кругам времени, начиная от мельчайшего, который можно определить как миг и заканчивая циклом всей человеческой жизни. Любой круг времени определяется силой и длительностью дыхания, образующего этот круг. А любое дыхание – это выражение действия духа в душе, и оно обязательно состоит из вдоха и выдоха. Нужно иметь правильные образы, чтобы научиться ощущать дыхание времени, то есть духа, по разным кругам, которые можно определить как час, день, месяц, год, и дальше по мере возрастания длительности дыханий мирового духа, то есть ощутимого времени. Важно научиться ощущать, какой из кругов дыхания духа действует именно в этот миг, который определяет такой узор обстоятельств, скрепляемый образами и представлениями о ценностях в пространстве духа конкретного человека.

4. Каким образом связано время и пространство?

Время непосредственно связано с происходящим в сознании. Время создаёт структуру процессов в сознании, а пространство – это категория, на которую ложатся понятия времени. Между временем и про-

странством всегда лежит ум человеческий.

5. Время в образах

Время в образах представлено узорами, описывающими календарные обряды и позволяющими понимать устройство движений духа в образах по кругам времени. Внешнее выражение движения времени проявляется в узоре кругов обстоятельств, связанных напрямую с узором кругов состояний. Нужно понимать, что разное время подходит для разных дел и состояний, и некоторые действия своевременно совершаемые приносят богатые плоды, а когда они делаются несвоевременно наоборот могут разрушить что-то уже созданное. Потому образы очень важны, чтобы правильно находить свое место в движении состояний, выражающих движение времени через тело. Ещё раз напомним о правильном, то есть своевременном переживании образов в пространстве духа, что должно опираться на осмысленное понимание своих дел и действий в то или иное время.

6. Время через ценности

Время через ценности выражается в праздниках, которые представляют определённые точки во времени, когда движение кругов обстоятельств в пространстве мира совпадает с движением кругов состояний в пространстве духа. Праздничные обряды описывают и закрепляют образцы отношений с ценностями во време-

ни. Таким образом, через ценности и выраженное в обрядах отношение к ним осознаётся время, и достигается слаженность с его прохождением через мир человеческих отношений.

7. Что определяет последовательность событий?

Последовательность событий в истории определяется циклами времени, которые накладываются на ум. То есть поток времени приводит в движение образы и переживания, которые потом осмысляются и понимаются, в зависимости от чего человек направляет в ту или иную сторону свои действия в соответствии с представлениями о ценностях, преобладающих в то или иное время в его уме. Таким образом, складываются последовательности событий.

ЧАСТЬ IV. ПРОСТРАНСТВО В ПРОСТРАНСТВЕ

1. Пространство во времени

Пространство во времени меняется вместе с длинными волнами осязаемого потока духа времени через пространство. Человек способен воспринимать изменения времени в пространстве и изменения пространства во времени только через разное проявление в состояниях основных образов, с помощью которых он определяет очертания образа мира.

2. Что связывает людей живущих на одном пространстве?

Люди в первую очередь живут в едином времени и в общем образе,

а потом уже это может накладываться на представления о пространстве. Для того или иного народа общим пространство делают не государственные границы, а общие представления, представленные в образах. Изначально – это представления о реках и горах, об их значении и значимости в жизни народа, в жизни рода. Если эти образные представления совпадают в стране у разных жителей, тогда страна способна сохранять силу духа, проводить её во времени, укреплять и делать всё более прочной в каждом представителе этого народа.

3. Образы птиц в пространстве страны Россия

В левой части мы видим два крыла европейской части России и Восточно-Сибирской низменности, крепящихся к хребту Урала, который соединяет полярное море со средней Азией, направляя свой полёт виз. Левое крыло России – это её Европейская часть, которая верхом левого крыла опирается на горы Кавказского хребта. Там располагается самая высокая гора России и в том числе Европы – Эльбрус. Рядом находится Казбек. Эти две вершины России являются основными направляющими опорными точками, от которых происходит движение, определяющее взаимодействие с условным Западным миром. Таков символизм, и этот символизм подтверждается августовскими событиями 2008 г. на Кавказе, которые поменяли отношения России с Западом, повернув вектор направленности страны на Восток. А

на Востоке в это время происходило открытие пекинской олимпиады.

Правое крыло этой птицы представлено Восточно-Сибирской низменностью и простирается от Урала до Енисея. Там находятся основные запасы нефти, игравшие и играющие огромную роль в построении политики страны за последние несколько десятков лет.

Правая, азиатская птица водная, то есть центральная её часть проходит по величайшей сибирской реке Лене, на правом берегу которой простирается Верхоянский хребет. Голова птицы устремлена на Север, а хвост увенчан Байкалом, от которого отроги гор простираются в Азию и по хребтам создают связь с Тибетом, являющимся «крыше мира» с точки зрения высоты своего расположения на планете.

Таким образом, горная и водная птицы составляют тело России, и каждая летит в свою сторону, а в представлении жителей России всегда присутствует двойственность, и это понятно, потому что трудно правильно соединить в сознании работу четырёх крыльев, несущих эту планету в космосе пространства и времени. Потому что разнонаправленное движение этих двух птиц создаёт вращающий момент земной оси, раскручивая планету вокруг северного полюса в сознании людей её населяющих.

4. В чем ценность пространства гор в стране?

Ощущение человека в горах особенное и отличается от того, как мы ощущаем себя на равнине. Это связано с тем, что земля – это живой организм, который проводит через себя дыхание времени, также как и все остальные сущности переживаемого людьми пространства мира.

5. В чем ценности пространства по имени Россия?

Пространство, которое именует себя Россией, живёт идеей Рода. И Род лежит в основе смыслового устройства этого пространства. Если мы осознаём себя как часть рода, тогда в нас есть сила, и сила эта связано с Родом, и Россия жива в нас. Нужно отыскивать эти ценности, возвращать их в себе, понимать их значение для сохранения. Наше пространство – это поле, в котором колосится рожь наших душ, созидающих движение времени сквозь историю страны.

6. Каким образом люди разных народностей могут объединяться на пространстве одной страны?

Когда у людей, у представителей разных народов существует общие представления, которые выходят за пределы образного устройства описания мира отдельного народа и объединяют системы описания, объединяя эти народы в пространстве и во времени, тогда разные народы могут правильно существовать в пределах одной страны, сохраняя при этом свои местные способы описания мира так, что они не про-

тиворечат общей системе представлений.

7. В чем ценность земли?

Как говорится в поговорке одного древнего народа, «никогда не забывай, что всё, что ты ешь и носишь, происходит из земли». Это правда и, живя на земле, ты должен любить землю, на которой ты живёшь. Это твоя земля, она тебя порождает, это и есть источник порождения всех твоих ценностей, и ты обязательно вернёшься в неё независимо от того, какие представления ты получил за свою жизнь от разных людей. Поэтому нужно объединяться с другими представителями твоего народа, твоей страны общей системой представлений.

8. В чем заключается смысл расширения пространства страны?

Не существует никакого особого смысла в расширении пространства страны, хотя в определённые периоды времени могут меняться представления у целых народов относительно своей государственной идентичности, и тогда могут менять границы государственных образований. Однако ни одна страна не должна иметь целей, направленных на расширение пространства за счёт своих соседей.

От богатства соседей силой никогда не разбогатеешь. Только мирное и дружелюбное соседство приносит пользу всем.

9. Как может целостно осмысляться пространство страны?

Целостное осмысление пространства страны связано с наличием общих образов в сознании народов, составляющих эту страну. Нужно точно понимать, какие основные реки и горы составляют пространство этой страны, как нужно правильно описать это пространство, создав общий набор преданий, направляющих народ страны в истории. Что касается Руси, то это деление по хребтам и рекам, разделяющим и питающим землю, на две основных части – западную и восточную. Эти две части представлены двумя птицами – орлом и орлицей, которые несут страну на своих четырёх крыльях через время планеты Земля.

10. Каким образом связаны качества земли с характером народа?

Качества земли напрямую связаны с характером народа, но сами по себе, без образов, которые позволяют объединить эти качества в народном сознании, они не имеют никакой силы.

Методические подходы к обоснованию параметров франчайзинговых сделок

В. И. Беспятых,

проректор по научной работе Вятского социально-экономического института,
доктор экономических наук, профессор,
г. Киров

А. В. Шехирев,

аспирант Вятского социально-экономического института,
г. Киров
e-mail: vsei@vsei.ru

Methodological approaches to parameter basis of franchising deals

V. I. Bespyatyh

A. V. Shehirev

В статье рассматриваются вопросы поиска новых форм сотрудничества субъектов хозяйствования для продвижения инноваций. Одной из таких форм является франчайзинг. Для его участников чрезвычайно важно представлять механизм франчайзинга и видеть научное обоснование франчайзинговых платежей.

Ключевые слова: франчайзинг, франчайзинговые платежи, развитие, бизнес, продвижение, инновация, франчайзер, франчайзи.

In this article searching for new forms of enterprises cooperation for innovation promoting is examined. Franchising is one of these forms. It is very important for participants to know the franchising mechanism and to observe the scientific basis of franchising payments.

Key words: franchising, franchising payments, development, business, promotion, innovation, franchiser, franchisee.

В условиях кризиса национальной экономики весьма актуальной становится проблема эффективного развития и функционирования малого бизнеса как одной из основных стабилизирующих частей экономической системы страны. В такой непростой ситуации необходимо искать новые формы сотрудничества субъектов хозяйствования, в том числе субъектов малого предпринимательства, эффективно содействующие продвижению инноваций любого вида: организационных, технических, технологических и других, а также укреплению достигнутых позиций на рынке, что способствует прогрессивности развития таких предприятий и обеспечивает потребителей современной продукцией и услугами. Одной из таких форм эффективного сотрудничества является франчайзинг.

Франчайзинг представляет собой коммерческую инновацию, которая способствует быстрому эффективному продвижению новых предпринимательских идей, но в нашей стране еще не приобрела масштабного использования. Для активного использования этого инструмента в хозяйственной деятельности предпринимателю необходимо ясно представлять механизм такого сотрудничества, реалистически оценивать мотивы и интересы сторон, эффективность сотрудничества, рассматривать различные варианты франчайзинговой деятельности в зависимости от изменения внешних и собственных возможностей субъектов хозяйствования, участвующих в сделке. Такая предварительная оценка альтернативных вариантов сотрудничества, их эффективности, возможных последствий реализации и развития франчайзинговых схем позволяет обосновать выбор наиболее приемлемого варианта, учесть воздействие рисков, возникающих в условиях нестабильной внешней среды, а также по мере осуществления франчайзингового проекта.

Важным является обоснование структуры и параметров франчайзинговых платежей для повышения качественных характеристик функционирования франчайзинговых взаимоотношений, которые формально могут быть представлены в виде обоснования особого инвестиционного проекта продвижения коммерческой инновации.

Франчайзинг в силу определенной специфики своего функционирования представляет разнообразные схемы сотрудничества, в котором обязательства сторон могут варьироваться, что позволяет максимально учитывать интересы субъектов хозяйствования на каждом этапе осуществления франчайзинга.

Как известно, суть франчайзинга состоит в предоставлении одним субъектом предпринимательской деятельности (франчайзером) права на осуществление определенной деятельности с использованием его торговой марки, технологий, ноу-хау и других объектов интеллектуальной собственности другому субъекту предпринимательства (франчайзи) на протяжении установленного срока на ограниченной территории и на определенных условиях. Такое право называется франшиза. Именно использование франшизы и эффективное сотрудничество с франчайзером, как показывает мировой опыт, содействуют повышению эффективности деятельности малых предприятий.

Основными причинами, сдерживающими развитие франчайзинга среди субъектов малого предпринимательства в России, являются: отсутствие методических рекомендаций по осуществлению франчайзинговых схем, недостаток профессионального опыта и навыков работы в конкурентной среде, а также отсутствие глубоких специфических профессиональных знаний в области маркетинга.

Как показывает практика, вопрос технико-экономического обоснования франчайзингового проекта для субъекта малого предпринимательства требует взвешенного подхода и особого внимания ко всем компонентам такого сотрудничества. Следует отметить, что в принятии решения о возможном сотрудничестве будущего франчайзи с предполагаемым франчайзером есть определенная степень необоснованного доверия. Как следствие этого и сопутствующего ему риска, вызванного асимметричностью информации в пользу последнего. Кроме того, для малого предпринимателя сумма инвестируемых средств в такой проект в большинстве случаев является значительной, а также исключает возможность направить привлеченные средства на другие проекты. Утрата вложенных средств в случае неудачи может служить основанием для прекращения деятельности и банкротства субъекта малого предпринимательства. Поэтому появляется настоятельная необходимость в обосновании таких сделок, разработке методических подходов к построению франчайзинговых отношений, способствующих принятию франчайзи, то есть субъектом малого бизнеса, максимально взвешенных обоснованных решений как на этапе создания франчайзинговой предпринимательской схемы, так и в процессе ее функционирования.

При создании предприятия для использования франчайзинговой схемы или сотрудничестве на основе фран-

чайзинга уже действующих субъектов хозяйствования перед ними возникает ряд вопросов, которые являются ключевыми при принятии решения. К числу таких вопросов относятся: величина суммы инвестируемых средств, срок их возврата и возможная прибыль в случае удачного сотрудничества или величина убытков в случае, если проект окажется нецелесообразным как на стадии проработки, так и на стадии функционирования. При этом следует исходить из допущения, что предприниматель сделал осознанный шаг и осуществил выбор конкретной сферы деятельности исходя из своих предпочтений, а также учел иные имеющиеся или доступные ему возможности диверсификации бизнеса с целью снижения рисков.

Как и при проведении любого проекта, оценка осуществимости франчайзинговой схемы базируется на предварительном проведении ряда экспертиз, связанных с определением возможности реализации франчайзингового проекта, оценке его эффективности, а также других параметров, на основе которых может быть принято окончательное взвешенное решение о начале коммерческого сотрудничества двух или группы субъектов хозяйствования. Для оценки эффективности франчайзинговой схемы необходимо определить основные компоненты для расчета планируемой прибыли по данной предпринимательской схеме, а также срока окупаемости проекта осуществления франчайзинга. Таковыми компонентами являются, прежде

всего, объемы планируемых доходов и расходов, связанных с осуществлением франчайзингового сотрудничества.

Для планирования денежных потоков доходов необходимо учитывать организационные и технические моменты франчайзингового проекта, связанные с его осуществлением, в том числе используемые маркетинговые технологии, повышающие эффективность работы потенциального франчайзи. Эта сторона бизнеса в большей мере зависит от франчайзера, от эффективности и отработанности его бизнес-схемы. В структуре франчайзинговой сделки каждая составляющая этого процесса несет собственную смысловую и стоимостную (компенсационную) нагрузку. Так, важной компонентой в расчетах эффективности схемы является не только величина, но и структура франчайзинговых платежей, которые в определенной мере влияют на величину расходов по финансированию проекта. В этом плане необходимо тщательное обоснование всех компонент расчета для обоснования количественных и повышения качественных характеристик функционирования франчайзинговой схемы взаимоотношений. Количественные характеристики франчайзингового проекта базируются на показателях потоков доходов и расходов, прибыли и других. К качественным характеристикам франчайзинга можно отнести: соблюдение эталонных (фирменных) параметров фирменного продукта или услуги, обеспечение своевременного их предоставления, учет региональных

особенностей предоставления продукта или услуги, дифференциация продукции и услуг по разным ценовым категориям, потребителям и др.

В этом плане важно уяснение потенциальными франчайзи сути и эффективности франчайзинга. Нельзя не сказать и об основных преимуществах применения франчайзинговых бизнес-отношений – это использование опыта и отработанных методов ведения предпринимательской деятельности франчайзера, репутации франчайзера, эффекта масштаба в рекламной и закупочной деятельности.

В настоящее время в России франчайзинговые отношения в основной своей массе строятся на основе коммерческой концессии, лицензионного договора, договора купли-продажи. В Гражданском кодексе России относительно этих понятий не имеется достаточно четкого трактования, в других нормативных документах также не установлено четких границ по применению правовых рамок для наиболее важных аспектов сотрудничества потенциальных партнеров, например, в части наступления ответственности франчайзера в случае неэффективности использования бизнес-идеи последнего, вследствие чего франчайзи может понести убытки, а также безвозвратно может быть испорчена деловая репутация начинающего предпринимателя, так как не исключена вероятность невыполнения определенных договором финансовых обязательств в случае различных обстоятельств, а также банкротства.

Для повышения обоснованности и эффективности франчайзинговых сделок нужно четко сформулировать основные ключевые моменты франчайзингового договора. Так, выявление сильных и слабых сторон франшизы путем анализа условий франчайзингового договора позволяет обосновать целесообразность сотрудничества франчайзи. Поэтому выявление таких неопределенных моментов в планируемом франчайзинговом сотрудничестве позволяет франчайзи своевременно учесть их в разработке указанных договоров о сотрудничестве, а также разработать схемы, способствующие выполнению прочих взятых обязательств.

Стоимость франчайзинга включает в себя в большинстве случаев следующие виды платежей: начальная плата (паушальный взнос), периодические отчисления (роялти), плата за рекламу, а также дополнительные платежи за услуги франчайзера, не предусмотренные франчайзинговым соглашением.

Следует отметить, что четко установленные правила и нормы по приведенным выше платежам отсутствуют. В хозяйственной практике приемлемым считается паушальный взнос в размере 10% от суммы необходимых начальных вложений. Процентные ставки по роялти варьируются в диапазоне от 0,5% до 15% от прибыли или валового оборота, затраты на рекламу составляют от 0,5% до 6% от валового оборота.

Размер паушального платежа, несомненно, должен учитывать сферу

применения франчайзинговых схем. Так, торговля дает быстрый оборот капитала и там паушальный платеж может быть более высоким, нежели в производстве. Поэтому справедливо было бы паушальный взнос распределять на определенный промежуток времени и выплачивать из прибыли, это же соображение касается процентов по роялти и рекламных отчислений, которые целесообразно платить также исходя из размера полученной прибыли. Такая процедура формирования платежей обосновывается тем, что франшиза по своей сути является готовым бизнесом, имеющим свою специфику обслуживания и продвижения товара или услуги, предназначенных для продажи, поскольку представляет собой инструмент для зарабатывания денег, т.е. готовым объектом, который в случае реализации обеспечивает заранее определенную прибыль. Такая схема заставит и франчайзера более ответственно относиться к механизмам функционирования своего бизнеса, который продвигает с помощью франчайзинга, поскольку схема отдачи заработает при условии получения положительных результатов хозяйствования. В противном же случае бизнес-технология, которая не приносит прибыль, а требует дополнительных вложений на протяжении длительного промежутка времени, ставит под сомнение целесообразность своего применения, а тем более продажи для получения эффекта за счет сбора первоначальных (стартовых) платежей с франчайзи.

К сожалению, на сегодняшний момент существует множество негативных примеров использования франчайзинга франчайзи, которые разорились только потому, что франчайзером была намеренно завышена величина планируемой выручки. Это обычно делается для того, чтобы заинтересовать потенциального франчайзи инвестировать свои денежные средства в проект. Выгоды франчайзера в данном случае – это продвижение на новом рынке товаров (с наценкой франчайзера), получение прибыли от продажи оборудования, паушальный взнос и, в большинстве случаев, исключение возможности диверсификации бизнеса, то есть использования оборудования в аналогичной предпринимательской сфере, т.е. формирование элементов монополизма. Полученную выгоду франчайзер рассматривает в виде части перечисленных выше средств или всей суммы.

Однако, несмотря на то, что по своей природе франчайзер заинтересован в быстрой отдаче и стремится максимизировать свою прибыль в более короткие сроки, франчайзинговый платеж целесообразно будет формировать исходя из расчета определенного процента от полученной прибыли, поскольку именно такая схема позволит франчайзи обеспечить устойчивость своего бизнеса. Для франчайзера это позволит обеспечить стабильное поступление платежей и определенную устойчивость финансовых потоков.

Формула для расчета франчайзингового платежа, в соответствии с оптимизацией стремлений франчайзера и франчайзи, имеет следующий вид:

$$\Phi\Pi = \Pi * \Pi_{пв} + \Pi * \Pi_{ро} + \Pi * \Pi_{ре},$$

при $\lim(\Pi) \rightarrow \max$, а $\Pi_{пв} + \Pi_{ро} + \Pi_{ре} \leq 1 - \Pi_{ра}$

где $\Phi\Pi$ – франчайзинговый платеж, руб.;

Π – прибыль от хозяйственной деятельности франчайзи, руб.;

$\Pi_{пв}$ – норма выплаты паушального взноса от прибыли за определенный период;

$\Pi_{ро}$ – норма роялти за определенный период;

$\Pi_{ре}$ – норма отчислений на рекламу;

$\Pi_{ра}$ – норма от прибыли на решение собственных проблем развития франчайзи.

Франчайзинг в силу определенной специфики своего функционирования представляет разнообразные схемы сотрудничества, в котором обязательства сторон могут варьироваться, что позволяет максимально учитывать интересы субъектов хозяйствования на каждом этапе осуществления франчайзинга.

Исходя из вышеизложенного, сформулируем следующие методические подходы к обоснованию состава, структуры и абсолютной величины каждой из составляющих франчайзинговых платежей:

1. Для осуществления франчайзинговой сделки франчайзер и фран-

чайзи должны иметь обоюдную заинтересованность. Основой для этого является определенная степень доверия сторон при максимальном устраниении асимметрии информации и хеджировании интересов.

2. Обеспечение привлекательности сделки для франчайзера осуществляется путем получения максимальной величины единовременного паушального платежа, а затем фиксированной части прибыли в качестве роялти. Дополнительным благом для франчайзера является также и то, что в процессе хозяйственной деятельности франчайзи происходит увеличение стоимости торговой марки, которая является интеллектуальной собственностью первого, за счет возрастания ее популярности. Это, в свою очередь, увеличивает стоимость торговой марки и дает в дальнейшем основание для увеличения паушальных платежей и роялти.

3. Основным фактором привлекательности сделки для потенциального франчайзи является величина прибыли и гарантии ее получения. Другими словами, франчайзи, соглашаясь платить за использование эффективной франчайзинговой модели, хочет быть застрахован от предпринимательских неудач. Предлагаемая франчайзером бизнес-схема должна приносить прибыль франчайзи, часть которой он будет согласен отдавать франчайзеру.

4. Для обеспечения гармонизации интересов франчайзера и франчайзи в отношении заинтересованности в осуществлении сделки необходимо выполнение следующих условий, которые, в свою очередь, раскрывают сущность франчайзингового сотрудничества. А именно, сотрудничество должно носить характер доверительного и взаимодополняющего. Этого можно добиться путем внедрения таких экономических рычагов взаимного воздействия и контроля, при которых обе стороны будут заинтересованы во взаимодействии на протяжении всего периода совместной деятельности.

5. Для повышения качественных характеристик функционирования франчайзинговых взаимоотношений целесообразно рассчитывать франчайзинговые платежи на базе прибыли франчайзи. Франчайзинговый платеж не должен превышать суммы полученной прибыли, а оставшаяся у франчайзи прибыль должна иметь целевой характер использования – на его развитие (для реинвестирования). В этом случае повышается заинтересованность франчайзера в эффективности работы франчайзи. В таких условиях исключается возможность необоснованного увеличения стоимости франчайзингового проекта со стороны франчайзи в пользу получения прибыли франчайзером.

История российского предпринимательства

Предпринимательство в СССР¹

А. А. Бессолицын

заведующий кафедрой истории российского предпринимательства

Московской финансово-промышленной академии,

доктор экономических наук, профессор,

г. Москва

e-mail: a_bessolitsyn@mail.ru

Business undertakings in the USSR

A. A. Bessolitsyn

Автор рассматривает исторический аспект развития предпринимательства с конца 20-х гг. по 90-е гг. XX в. Автор пришел к выводу, что в период с 1920 по 1953 гг. правительство нашей страны предпринимало все усилия для уничтожения предпринимательства.

В период правления Хрущева и Брежнева можно говорить об интенсивном развитии сельского хозяйства, однако в этот же период появляется такое явление как «теневая экономика».

Период перестройки (1985–1991) характеризовался экономическими экспериментами, что привело к быстрому росту кооперативного движения и индивидуального предпринимательства в России.

Ключевые слова: предприниматель, производство, частное предпринимательство, теневая экономика, перестройка, кооператив.

The author examines a historical aspect of business undertakings development since 1920-s to 1990-s. The author makes a conclusion that in the period of 1920–1953 the Government of our country made every effort for business undertakings disparagement.

In the period of Khrushchyov and Brezhnev governing it is considered to speak about intensive development of agriculture but at the same time during this period “shadow economy” appears.

Reconstruction period (1985–1991) is characterized by economic experiments which led to a rapid increase of cooperative societies and private business undertakings in Russia.

Key word: entrepreneur, production, private business undertakings, shadow economy, reconstruction, cooperative society.

1. Особенности предпринимательства в условиях формирования командно-административной системы

С конца 20-х гг. XX в. началось форсированное вытеснение сельского предпринимателя. Особенно

этот процесс активизируется в связи с курсом на коллективизацию сельского хозяйства и ликвидацию кулачества как класса. В мае 1929 г. было опубликовано постановление СНК СССР о признаках кулацкого

¹ Публикация ранее не издававшейся главы, подготовленной к очередному переизданию популярного учебного пособия Бессолицына А. А. История российского предпринимательства (редакция).

История российского предпринимательства

хозяйства. Теперь к ним могли быть отнесены хозяйства, имевшие машины с механическим двигателем, крупорушки, мельницы, шерстобитки, а также лица, постоянно или временно сдававшие внаем помещения и сельскохозяйственные машины, занимавшиеся торговлей и посреднической деятельностью. В ходе проведения этой политики хозяйства кулаки были разорены, имущество конфисковано, владельцы репрессированы. В результате кулачество было «ликвидировано как класс».

Подобная политика привела к падению объемов сельскохозяйственного производства и способствовала развитию голода в ряде регионов страны, особенно на Украине. При этом возросли объемы зернового экспорта СССР. Если в 1928 г. было вывезено 89,3 тыс. пудов зерна, то в 1932 г., не смотря на голод, на экспорт было отправлено 1 млн. 808 тыс. пудов¹.

Голодом 1932–1933 гг. помимо Украины, население которой сократилось за этот период примерно на 3 млн. человек, были охвачены Казахстан, Северный Кавказ, Дон, Кубань, бассейн Волги, некоторые районы Западной Сибири. Оценки числа жертв голода колеблются в пределах от 6 до 16 млн. человек².

Валовая продукция сельского хозяйства смогла восстановиться к уровню 1928 г. лишь в 1937 г. Не смотря на сложившуюся ситуацию

Пленум ЦК уже в 1939 г. своим решением радикально сократил размеры приусадебных участков, с которых кормилась большая часть крестьянского населения СССР. У колхозников было изъято примерно 2,5 млн. га. земли, при том, что резко возросли обязательные поставки продукции животноводства³. Это отрицательно сказалось на развитии частной и кооперативной торговли.

Что касается города, то здесь частное предпринимательство еще некоторое время сохранялось в различных формах, в основном в розничной торговле. Так в 30-е гг. в Москве было полно молочниц. По воспоминаниям москвичей, «это были женщины, которые из ближайшего пригорода с двумя бидонами на спине и с мешком картошки спереди на груди, ездили каждое утро по определенным квартирам. У всех были свои молочницы. Иногда меняли молоко на хлеб, потому что из деревень забирали всю муку в город и хлеба у них не было, иногда на тряпки, которые трудно было тогда достать, а то и на деньги»⁴.

В 1940 г. на долю приусадебных хозяйств приходилось всего 13% посевных площадей, но они давали 65% картофеля, производимого в стране, 40% овощей, 72% мяса, 77% молока, 94% яиц⁵.

В довоенный период частник последовательно вытеснялся из всех отраслей народного хозяйства. Само-

¹ Гайдар Е. Т. Долгое время. Россия в мире: очерки экономической истории. М.: Дело, 2005. С. 315.

² Там же. С. 314.

³ Там же. С. 347.

⁴ Дорман О. Подстрочник. М.: Астрель, 2009. С. 80.

⁵ Конотопов М. В., Сметанин С. И. История экономики России: учебник. М.: КНОРУС, 2008. С. 258.

История российского предпринимательства

стоятельная предпринимательская активность могла проявляться только на колхозных рынках, а также в индивидуальной трудовой деятельности часовщиков, сапожников и прочих кустарей. Тем не менее, мелкое предпринимательство не исчезло, т.к. его сохранение было обусловлено экономическими причинами.

В период Великой Отечественной войны государственный контроль за частниками был несколько ослаблен, что способствовало оживлению колхозных рынков и мелких кустарных производств. Следует особо выделить роль приусадебных участков колхозников, а также рабочих и служащих, во многом обеспечивших их выживание в годы войны и в первые послевоенные годы. Если удельный вес личных подсобных хозяйств в доходах колхозников в 1940 г. составлял 51,7%, то сразу после окончания войны в 1946 г. он вырос до 69,5%, в дальнейшем этот показатель начинает снижаться и к 1950 г. составляет уже 45,3%¹.

В самый напряженный период Великой Отечественной войны, когда сложилось достаточно тяжелое положение с обеспечением населения продовольствием, в апреле 1942 г. было принято постановление СНК СССР и ЦК ВКП(б) «О выделении земель для подсобных хозяйств и под огороды рабочих и служащих». Правда, площади приусадебных участков не могли быть больше 0,15 га. Кроме того, и подсобные хозяйства, и приусадебные участки облагались налогами.

После окончания войны, несмотря на то, что среди экономистов и государственных деятелей оставались сторонники допущения рыночных отношений под государственным контролем, партийная верхушка вновь взяла курс на окончательную ликвидацию товарного производства колхозников и городских мелких производителей.

Государство продолжало через ценовую политику осуществлять неэквивалентный товарообмен между городом и деревней. Крестьяне, работая в колхозах, практически ничего не получали. Они жили в основном за счет личного приусадебного хозяйства, но, начиная с 1946 г., приусадебные участки были сокращены и обложены непомерными налогами. Каждый крестьянский двор обязывался поставлять государству определенное количество мяса, яиц, молока и т. п. Лишь после сдачи его государству колхозник мог заниматься торговлей на рынке оставшимися продуктами. В 1947 г. был подтвержден обязательный минимум трудодней, введенный в конце 30-х гг. За его невыполнение грозила ссылка. Однако весной 1948 г. государство вновь внесло изменения в закон о сельскохозяйственном налоге, увеличив его размер еще на треть по сравнению с 1947 г. и распространив его на все сельское население. Налогообложение единоличников возросло вдвое. Отменялись прежние льготы для многодетных, нетрудоспособных и стариков. Создавалось положение,

¹ Экономическая история СССР: очерки. М.: ИНФРА, 2007. С. 156.

История российского предпринимательства

когда сельское население не могло выплачивать налоги даже под угрозой насилия. Не имея никаких доходов, крестьяне не могли рассчитаться с государством. В 1951 г. недоимки по сельхозналогу составили 91 млн. руб. Повышение сельхозналога в 1952 г. привело к полному истощению деревни¹. В счет погашения недоимки у крестьян забирали скот и имущество. Кроме того, на колхозников не распространялось положение об оплате временной нетрудоспособности, они не имели пенсионного обеспечения. Крестьянам по-прежнему не выдавались паспорта, что ограничивало возможности их передвижения и поиска новой работы. Фактически они находились на положении крепостных.

Не менее половины совокупного дохода крестьяне получали от приусадебных участков. Именно подсобное хозяйство становилось основным источником существования колхозников, и там они работали с полной отдачей сил.

Очевидно, что первые послевоенные годы можно характеризовать как логическое завершение начавшейся после свертывания нэпа линии на искоренение всех видов частного предпринимательства и индивидуальной деятельности. В результате сфера предпринимательской активности была зажата рамками колхозного рынка и подпольной торговли.

Таким образом, период 1929–1953 гг. можно квалифицировать как период господства тоталитарной эконо-

номики, элиминировавшей рынок и частную собственность.

2. Предпринимательство в период «хрущевской оттепели» и «брежневского застоя»

После смерти И. В. Сталина наметилась либерализация отдельных сфер жизни общества, в том числе и на селе. Инициатором разработки новых реформ в сельском хозяйстве выступил Г. М. Маленков. По его инициативе правительство в марте 1953 г. списало всю задолженность колхозов и колхозников за прошлые годы. Кроме того, оно втрое повысило закупочные цены на все виды сельскохозяйственной продукции и резко снизило налог с личных приусадебных участков колхозников. Наконец крестьянам было разрешено получать паспорта, что сделало их равноправными членами общества.

Н. С. Хрущев, выступая на сентябрьском (1953 г.) пленуме ЦК КПСС, лишь повторил идеи главы правительства о повороте экономики лицом к человеку. Однако в новых условиях, без Сталина, в политическом руководстве страны возникли разногласия о путях увеличения производства зерна и продукции животноводства.

Маленков и Молотов предлагали развивать российское Нечерноземье, сосредоточить основные усилия на повышении урожайности зерновых культур, т.е. интенсификации земледелия.

Хрущев настаивал на освоении целинных и залежных земель Южного Урала, Западной Сибири и Казахстана,

¹ Шумилов М. И., Шумилов М. М. История России: конец XIX – начало XX веков. СПб., 2008. С. 424.

История российского предпринимательства

способных, как ему представлялось, дать немедленный эффект. Хрущеву удалось заручиться поддержкой февральско-мартовского (1954 г.) Пленума ЦК, который принял решение «О дальнейшем увеличении производства зерна в стране и освоении целинных и залежных земель». Освоение более 40 млн. гектаров новых земель позволило добиться быстрого и заметного результата: к концу десятилетия валовый сбор зерна увеличился на 40%. При этом целинные совхозы стали основными поставщиками пшеницы.

Наряду с увеличением производства зерна развивались и другие отрасли сельского хозяйства. Производство овощей, молока и мяса за 1950-е гг. удвоилось.

Облегчение налогового бремени и пятикратное повышение закупочных цен на сельскохозяйственную продукцию в конце 50-х – начале 60-х гг. способствовали улучшению жизни российского крестьянства. Денежные доходы колхозов за 1953–1958 гг. выросли в три раза, что сказалось на оплате труда колхозников. Более того, если в 1958 г. доходы крестьян от оплаты труда в колхозном производстве составляли 36,9%, то в 1965 г. они выросли до 53,3%. Следовательно, к концу рассматриваемого периода основные доходы колхозники стали получать от работы в колхозе, а не с приусадебного участка¹.

С 1959 г. денежная оплата труда колхозников стала ежемесячной. Тем

не менее, хотя денежный доход колхозников в среднем на одну семью к концу 50-х гг. увеличился в 2 раза, он по-прежнему не превышал половины от средней зарплаты в промышленности.

Особенно пагубным для деревни стало проводимое сселение «неперспективных деревень». Вместо небольших колхозов создавались огромные (по территории и рабочей силе), плохо управляемые совхозы. При этом руководство страны развитие колхозного строя непосредственно связывало с процессом свертывания личных подсобных хозяйств, как отвлекающих колхозников от производительного труда в общественном секторе. В 1957–1958 гг. проводилась кампания по изъятию скота и земли из личного пользования. В результате за период с 1958 по 1964 гг. в РСФСР размеры сельхозугодий, находившихся в пользовании граждан, сократились на 600 тыс. га. или на 19%. Это привело к снижению производства продуктов питания в личном хозяйстве².

Начался обратный процесс, когда продукты везли не из деревни в город, а из города в деревню. В рассказе А. И. Солженицына «Матренин двор» автор, описывая положение в русской деревне Нечерноземной полосы в конце 1950-х гг., отмечает: «Увы, там не пекли хлеба. Там не торговали ничем съестным. Вся деревня волокла снесь мешками из областного города»³.

¹ Шумилов М. И., Шумилов М. М. История России: конец XIX – начало XX веков. С. 440, 441.

² Там же. С. 442.

³ Солженицын А. Малое собрание сочинений. Т. 3. Рассказы. М., 1991. С. 113.

История российского предпринимательства

Следствием нестабильности положения в деревне явилось сокращение численности сельского населения. При этом больше всего пострадали сельские районы в Нечерноземной зоне, что отрицательно сказалось на объемах производимой сельскохозяйственной продукции. Страна стала ощущать нехватку зерна и продуктов животноводства. В результате в 1961 г. даже пришлось вводить в городах нормирование в потреблении хлебобулочных изделий, а с 1962 г. СССР приступил к регулярным закупкам хлеба за рубежом (первая партия составила порядка 12 млн. т.). Закупки зерна за рубежом непрерывно продолжались следующие 35 лет, вплоть до 1998 г. Накануне перестройки в 1985 г. импорт зерна достиг рекордных 45,6 млн. тонн¹.

Немало проблем в рассматриваемый период наблюдалось и в промышленности, в которой нарастали структурные диспропорции. Если в 1940 г. на долю тяжелой индустрии приходилось 61,2% всей выпускаемой промышленной продукции, то в 1960 г. этот показатель увеличился до 72,5%, что в свою очередь привело к снижению объемов производимой продукции народного потребления. Поэтому некоторые компенсирующие функции в народном хозяйстве СССР выполняла так называемая **теневая экономика**.

На сегодняшний день нет общепринятого определения теневой экономи-

ки и базовой типологии конкретных форм ее проявления, но чаще всего она определяется как экономическая деятельность, не учитываемая официальной статистикой и не попадающая под налогообложение.

Теневая экономика, а точнее теневой сектор экономики включает так называемый ненаблюдаемый и скрытый сегмент экономики². Первый сегмент реализуется вне сферы правового регулирования и включает, как правило, производство товаров и услуг внутри домашнего хозяйства, а также другие виды предпринимательской деятельности, не учитываемые ВВП, т.е. так называемая повседневная теневая экономика.

Второй сегмент, включает любую деятельность, сознательно укрываемую субъектами от государства с целью минимизации издержек, в том числе и криминальную деятельность. В рассматриваемый период этот сегмент был в основном представлен **«подпольными цехами»**.

Особенно активно теневая экономика стала проявляться с конца 50-х – начала 60-х гг., превратившись постепенно в структуру, параллельную официальной экономике. Поскольку в государственной экономике приоритет отдавался развитию отраслей тяжелой промышленности, то теневая экономика восполняла дефицит товаров народного потребления, которые производились в подпольных цехах, а также за счет сверхурочных работ на

¹ Гайдар Е. Т. Долгое время. С. 340.

² Фролов Д. П. Эволюционная перспектива институциональной экономики России. Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2008. С.300, 301.

неучтенном («левом») сырье на государственных предприятиях.

Понятно, что теневое предпринимательство не могло развиваться без содействия государственных органов, поскольку необходимо было приобретать сырье, машины, оборудование, сбывать подпольную продукцию в государственной торговле. Поэтому подкупались работники Госплана, Госснаба, ОБХСС, правоохранительных органов. Постепенно сформировались прочные деловые связи **«теневики»** со структурами власти.

Расцвет теневой экономики наступил в 70–80-е гг. Целые отрасли народного хозяйства – заготовка и переработка хлопка, кустарно-промысловая и легкая промышленность, бытовое обслуживание населения, государственная торговля и общепит – были в значительной степени вовлечены в теневую экономику. Теневой сектор советской экономики к исходу 70-х гг. по некоторым оценкам давал 30% валового национального продукта, в нем было занято 18–20% всей рабочей силы, а уровень доходов в 8–10 раз превышал средний доход по стране¹.

«Теневики» или, как их еще называли – **«цеховики»** (владельцы подпольных предприятий, производящие товары народного потребления), четко реагировали на все изменения платежеспособного спроса по группам населения, стремились воплотить достижения научно-технического прогресса и веяния моды.

Причины существования теневого бизнеса следует искать в том, что административно-командная система была не в состоянии сбалансировать отраслевую структуру экономики, обеспечить соответствие производства и платежеспособного спроса. Поэтому «черный рынок» в Советском Союзе в отличие от цивилизованных стран удовлетворял не столько какие-то пристрастия или пороки (например, наркотики), сколько насущные, повседневные потребности человека в одежде, обуви и даже в книгах. Таким образом, он являлся экономическим инструментом, восполнявшим нехватку жизненно важных товаров. В этой связи следует отметить, что теневая экономика в значительной степени гасила инфляционные тенденции в советской хозяйственной системе, сокращая разрыв между растущим платежеспособным спросом (особенно в 70-е гг., когда в страну хлынули нефтедоллары) и неадекватным предложением со стороны государственного производства.

Вместе с тем подпольная рыночная экономика неизбежно приобретала криминальный характер. Это проявлялось в расхищении теневиками государственных ресурсов, подкупе администрации, органов правопорядка, партийного руководства. Практически вся торговля и сфера обслуживания была поражена коррупцией. Чрезвычайно опасным для советского общества являлось то, что теневая экономика постепенно начинала сра-

¹ Илларионова Е. В., Фомина А. С., Гуськов С. А. и др. История российского предпринимательства. М.: МЭСИ, 2003. С. 92, 93.

щиваться с организованной преступностью.

Последние годы жизни Л. Брежнева и особенно первые годы после его смерти, когда к власти пришел Ю. Андропов, ознаменовались целым рядом уголовных дел – «рыбным», «сочинским», «краснодарским», «елисеевским», «узбекским» и др., которые закончились судебными процессами, осудившими некоторых коррупционеров во власти и представителей «теневой экономики». Однако главные покровители «теневиков» были выведены из-под удара.

Таким образом, предпринимательство в советском обществе играло определенную экономическую и социальную роль, компенсируя недостатки социалистической экономики, снимало кризисные явления и социальную напряженность в обществе. Период 1953–1985 гг. можно охарактеризовать, как господство государственно-капиталистической экономики с элементами полускрытого рынка и теневой частной собственности.

3. Предпринимательство в период «перестройки» (1985–1991 гг.)

В марте 1985 г. генеральным секретарем ЦК КПСС был избран М. С. Горбачев, а председателем Совета Министров стал Н. И. Рыжков. Начался новый и последний этап в истории СССР, получивший название «Перестройка». Общество было готово к реформам, оно было заинтересовано в них, что объясняет положительную реакцию на инициативы Горбачева,

который в 1985 г. провозгласил курс на перестройку и ускорение социально-экономического развития страны, его основными целями были обозначены научно-техническая революция и активизация «человеческого фактора». Хотя еще в 1985 г. в официальных документах слова «рынок», «социалистическая рыночная экономика» оставались запретными.

Перестройка занимает особое место в экономической истории и условно распадается на два самостоятельных этапа, имеющих различное значение для формирования предпринимательской активности населения сначала СССР, а затем России.

Первый этап начинается с 1985 г., а второй – можно датировать 1990–1991 гг. Если в рамках первого этапа, на фоне нарастания кризисных явлений в экономике страны, идет поиск новой модели экономической организации и управления, то на втором этапе, в условиях крушения бывшего СССР, экономика начинает функционировать в рамках уже новой модели, получившей название «шоковая терапия», и явившейся, по сути, конечной целью преобразований. Это предопределило различие между стратегиями в рамках всего периода и придало ему законченную форму.

Перестройка началась с попыток найти новые подходы к преобразованиям в экономике. В ряде союзных республик (в основном прибалтийских), краев (Краснодарский и др.) и областей (Московская, Тульская и др.) начались экономические экспе-

История российского предпринимательства

рименты с целью поиска гибких форм хозяйствования, прежде всего в АПК и социальной сфере. С этой целью, в 1986 г. принимается закон «Об индивидуальной трудовой деятельности» (вступил в силу с 1 мая 1987 г.). В соответствии с этим законом, названный вид деятельности допускался в сфере кустарно-ремесленных промыслов, бытового обслуживания населения, а также других видах деятельности, основанных исключительно на личном труде граждан и членов их семей. Так как основная масса товаров и услуг производились не индивидуальным предпринимателем, а в рамках общественного производства, индивидуальная трудовая деятельность должна была служить лишь более полному удовлетворению общественных потребностей в товарах и услугах. Поэтому закон разрешил заниматься ею либо в свободное от работы время (для лиц, занятых в общественном производстве), либо лицам, не занятым в общественном производстве (инвалидам, пенсионерам, домохозяйкам, студентам и учащимся). Таким образом, закон, разрешив гражданам эту деятельность, расширил перечень объектов права личной собственности, включив в него средства производства. Это способствовало активному возникновению **кооперативного движения**.

Большое значение для развития этой формы предпринимательства имел закон 1987 г. «О госпредприятии (объединении)», который вступил в силу с 1 января 1988 г. Он не-

сколько приблизил членов трудового коллектива к общенародной собственности, поскольку установил, что предприятие должно было осуществлять свою деятельность на принципах полного хозяйственного расчета и самофинансирования. Это означало, что хозрасчетный доход предприятия (доход после исполнения обязательных платежей в бюджет) поступал в полное распоряжение предприятия, не подлежал изъятию и использовался самостоятельно, причем многие вопросы производственного и социального развития решал трудовой коллектив. Кроме того, вводимые в соответствии с этим законом формы хозяйственного расчета стимулировали освоение гибких форм арендных отношений на небольших предприятиях местной промышленности и бытового обслуживания. Активнее всего распространение индивидуального и семейного подряда осуществлялось в сфере бытового обслуживания. Арендный подряд осваивали кафе, бары, небольшие торговые предприятия, бригады и фермы в сельском хозяйстве.

В результате кооперативное предпринимательство стало наиболее динамичной частью экономики периода «перестройки». По состоянию на 1 января 1988 г. в СССР действовали 13,9 тыс. кооперативов, через год – 77,5 тыс., а на 1 января 1990 г. их уже насчитывалось 193,1 тыс. Возрастала и численность занятых в кооперации: соответственно – 156 тыс., 1,4 млн., 4,9 млн. человек. Если в начале

История российского предпринимательства

1988 г. на 90% всех кооперативных предприятий приходилось всего четыре типа кооперативов (производство товаров народного потребления, бытовое обслуживание, общепит, заготовка и переработка вторичного сырья), то к началу 1991 г. уже насчитывалось более 20 видов кооперативной деятельности¹.

Бурное развитие новых кооперативов можно считать началом возрождения предпринимательства в Советском Союзе и интенсивным стартом фазы формирования начального капитала. Изучение действующих кооперативов, проведенное с участием работников Государственной комиссии по экономической реформе в 1989–1990 гг., показало, что эффективность их хозяйственной деятельности была в 5–6 раз выше аналогичных (порой соседних) государственных предприятий. Организация дела, механизм управления, подбор работников, формы оплаты труда (поощрения, наказания) – все говорило о том, что кооперативы – это прообраз малых частных предприятий.

С новым сектором экономики приходилось считаться. Только за один год с 1988 г. по 1989 г. доля выручки от реализации продукции (работ, услуг) кооперативов возросла с примерно 1% в ВВП до 4,4%².

Еще одной формой предпринимательской активности в рассматриваемый период явилось развитие

индивидуально-частного предпринимательства. Индивидуальная трудовая деятельность (ИТД) к концу «перестройки» объединяла около 18 млн. человек, которые производили товаров и услуг на сумму 14–16 млрд. руб.³.

Таким образом, с самого начала «перестройки» экономическую реформу определяли две основные тенденции: расширение хозяйственной самостоятельности государственных предприятий и одновременно – сферы деятельности частного сектора, который реализовывался в основном через кооперативное движение. При этом надо отметить, что большинство кооперативов (около 80%) были созданы внутри или при государственных предприятиях или научно-исследовательских организациях, которым они по договорам реализовывали значительную часть своей продукции и услуг. Это порождало ненужную конкуренцию, а также определенную зависть к кооператорам со стороны населения.

Кроме того, неприязнь к кооперативам вызывалась и тем обстоятельством, что в этом виде деятельности, по сути, был легализован большой сектор «теневого экономики». По мнению некоторых исследователей в этом секторе, по самым скромным подсчетам, «прокручивалось» до 90 млрд. рублей (в масштабах цен того времени), доставшихся их владель-

¹ Бессолицын А. А., Кузьмичев А. Д. Экономическая история России. Очерки развития предпринимательства. М.: Изд.дом ГУ ВШЭ, 2005. С. 222.

² Орлов А. Предпринимательство в России (истоки и этапы до 1992 г.) // Вопросы экономики. 1999. № 12. С. 85.

³ Динкевич А. И. Россия: Очерки экономического развития. М., 2006. С. 178.

История российского предпринимательства

цам самыми различными путями, включая уголовно наказуемые¹.

Это произошло потому, что в конце 1988 г. кооперативам было разрешено превращать безналичные средства в наличные деньги. Поскольку такое разрешение касалось только кооперативов, к услугам последних стали прибегать и предприятия-учредители и другие хозяйственные субъекты (теневики, спекулянты). Они направляли в кооперативы безналичные средства из своих фондов развития, «прокручивали» через них часть фондов зарплаты, спекулятивные доходы и т. п. Выручку делили заправилами кооперативов, в роли которых, как правило, выступали сами же руководители предприятия-учредителя, нередко прибегавшие и к такому методу, как перечисление предприятиями части доходов на счета кооперативов, которые намного превышали собственные доходы кооперативов, к другим финансовым махинациям с тем, чтобы максимально снизить выплачиваемые налоги. Величина последних была в среднем более чем вдвое меньше, чем налоговые ставки для госпредприятий².

Не в последнюю очередь это стало возможным в силу того, что с провозглашением многоукладности экономики не была должным образом разработана законодательная база становления государственной поддержки частных (и иных форм собственности). Эту задачу приходилось

решать уже на последнем этапе «перестройки», когда в стране усилились центробежные тенденции. В результате оказалось, что законодательная база республик в сфере принятия законов о собственности, предприятиях и предпринимательской деятельности оказалась более продвинутой, чем на союзном уровне.

В РСФСР коренные изменения в институте права собственности связаны с принятием 24 декабря 1990 г. закона «О собственности в РСФСР», вступившего в действие 1 января 1991 г. Он восстанавливал частную собственность в Российской Федерации и выделил ее как отдельную форму. Объектом права собственности теперь могло быть практически любое имущество. Закон включал в этот перечень предприятия, имущественные комплексы, земельные участки, горные отводы, здания, сооружения, оборудование, сырье и материалы, деньги, ценные бумаги, другое имущество производственного, потребительского, социального, культурного и иного назначения, а также продукты интеллектуального и творческого труда. С принятием закона «О собственности в РСФСР» государство утратило свой статус основного собственника средств производства. Теперь в его собственности находились лишь объекты общегосударственного значения (т.е. имущество, необходимое для осуществления задач государства). Наконец, с принятием 25 декабря 1990 г.

¹ Бондарев В. И. История предпринимательства в России. Шахты, 2004. С. 62.

² Динкевич А. И. Россия: очерки экономического развития. М., 2006. С. 180–181.

История российского предпринимательства

Закона РСФСР «О предпринимателях и предпринимательской деятельности» частное предпринимательство было признано общественно полезным делом.

Таким образом, эти нормативно-правовые акты, принятые на излете «перестройки», внесли принципиальные изменения в регулирование отношений собственности, и способствовали тому, что страна вступила на путь перехода к рыночной экономике. Однако это уже не могло остановить центробежных тенденций, которые по мере нарастания экономических трудностей еще более усиливались. В союзных республиках шло создание своих структур поддержки предпринимательства. Осенью-зимой 1991 г. нарастал дефицит основных продуктов питания. Российское правительство, которое возглавил Е. Т. Гайдар начало с заявлений о подготовке реформы цен и грядущей либерализации экономики.

По мнению Е. Т. Гайдара, основными социальными группами, резко разбогатевшими в данный период являлись: часть чиновников и директорского корпуса, руководители «избранных» кооперативов по тем или иным причинам получившие изначально крупные государственные деньги, «комсомольский бизнес». Именно эти

группы аккумулировали первые капиталы, с которыми они спешно создавали «независимые банки», компании по торговле недвижимостью, захватывая (точнее, формируя) самый выгодный рынок¹.

К концу 1991 г. в стране сформировался гибрид бюрократического и экономического рынков, при преобладании первого. Было в основном построено здание номенклатурного капитализма, при котором господствовала идеальная для бюрократического капитализма форма – лжегосударственная форма деятельности частного капитала. При этом реально на 1 января 1992 г. в России было приватизировано 107 магазинов, 58 столовых и ресторанов, 36 предприятий службы быта. Реально – по способам распоряжения собственностью, извлечения доходов и т. д. – номенклатурой была приватизирована практически вся сфера хозяйства². В результате подобной приватизации страна оказалась на грани гибели.

Таким образом, в период с 1985 по 1991 гг. сформировалась государственно-капиталистическая экономика, сначала, по выражению Е. Т. Гайдара, в форме «лжегосударственной», с постепенным переходом к открытой частной собственности и легитимизации бюрократического рынка³.

¹ Гайдар Е. Т. Государство и эволюция. СПб.: Норма, 1997. С. 159, 160.

² Гайдар Е. Т. Государство и эволюция. СПб.: Норма, 1997. С. 163.

³ Там же. С. 213.

**Теоретические основы экономических подходов
к регулированию доходов населения**

Севда Юсиф кызы Сардарова,

старший преподаватель Азербайджанского государственного экономического
университета,
г. Баку
e-mail: vsei@vsei.ru

**Theoretical bases of economical approaches
to population income regulation
S. Y. Sardarova**

Исследованы и обобщены основные положения по проблемам регулирования доходов экономических школ сформированных в различные периоды. Обосновано, что эволюция основных взглядов связанных с участием государства в распределении доходов отражены в развитии динамических и статических методов распределения. В динамической модели распределение доходов отражающие результаты экономического роста рассматриваются с точки зрения рыночной эффективности. Статическая модель распределения предполагает перераспределение доходов и результатов экономического роста, снижение неравенства и стимулирование экономического роста.

Ключевые слова: доходы населения, конкуренция, воспроизводство, производительный труд, заработная плата, наемный рабочий, распределение и регулирование, уровень жизни.

The target work has investigated and summarized the theoretical conceptions of regulating the incomes by different economic Institutions founded in different periods. It is mainly defined that the regulation and sharing of the government income has been vividly classified in the methods of dynamical and statistical consumption during the developing decade. In the dynamical method income sharing of economic increase and market classification is investigated totally by economic administration. Statistical dignity models considerate sharing of income and economic increase results, lessening of non-equality and improving economic increase.

Key words: population incomes, competition, reproduction, labor, salary, employer, distribution and regulation, level of life.

В истории экономической мысли экономической школы меркантилистов встречаются различные концептуальные суждения о рас-
подходы к понятию доход, его источни- пределении и регулировании дохо-
кам, распределению и регулированию. дов. Представители данного учения

Уже в теории о торговом балансе считали, что государство участвует
последних представителей первой в регулировании экономики. Оно

Стратегии социального развития

участвует в экономике, используя деньги при развитии промышленности и торговли, а так же проводя политику умножения богатства страны. Отмечалось, что участие государства в распределении доходов населения особого значения не имеет.

В отличие от меркантилистов классическая политическая экономия, опирающаяся на принципы свободного предпринимательства, выступала против вмешательства государства в экономические процессы. В экономических учениях представителей классической школы в зависимости от того, с какой позиции подходить к исследованию доходов и их регулированию – производства или потребления, – выделяется два подхода. Первый – это динамический подход, предполагающий анализ распределения в процессе экономического роста. Второй – статичный, опирающийся на распределение результатов экономического роста. Первый подход рассматривает доход с позиции его производства, второй – с позиции его полезности. А. Смит, связывавший рост доходов населения непосредственно с ростом произведенной в стране продукции, считается основоположником первого направления. Он считал, что первоисточником любого дохода являются зарплата, прибыль и рента. Только труд А. Смит считал фактором производства общественного богатства. Согласно его учению, наличие в экономике «невидимой руки» – рыночной конкуренции – обеспечивает эффективность

первичного распределения и рыночной справедливости, вследствие чего перераспределение и регулирование доходов утрачивают свое значение.

Свое особое место в истории экономических учений занимает теория «трех факторов», которая сыграла большую роль в обосновании положений классической школы о создании и распределении доходов. Д. Рикардо, акцентировавший внимание на том, что основной задачей экономической науки является изучение законов экономического развития, считал, что необходимо найти закономерности, регулирующие распределение доходов. В своих исследованиях он приходит к заключению, что доля продукта, достаемого каждому классу в виде «зарплаты», «прибыли» и «ренты», на разных этапах социального развития бывает разной. Выявление закона, которому подчиняется распределение, является одной из важнейших задач, стоящих перед экономической наукой.

Особое место в классической теории дохода имеют теоретические воззрения Т. Мальтуса и Дж. Милля. Интересным представляется взгляд Т. Мальтуса на концепцию А. Смита об общественном воспроизводстве и производительном труде. Он считал, что в создании и распределении совокупного общественного продукта принимают участие не только производительные, но и непроизводительные силы общества, некие «третьи лица». Дж. Милль, критически подходя к теории факторов производ-

тва классической школы, отмечал недопустимость подхода к рабочим лишь как к фактору производства. Так же он считал необходимым отделять законы распределения от экономических законов производства, ибо экономические законы носят объективный характер и не оставляют места для самовольности, а законы распределения являются результатом общественной практики и формируются людьми.

Занимаясь проблемой доходов, К. Маркс разработал теорию прибавочной стоимости. По его мнению, капиталист эксплуатирует рабочего, не доплачивая ему за определенную часть рабочего времени. В результате этого между стоимостью рабочей силы и стоимостью произведенного благодаря его труду товара возникает разница, что и составляет присваиваемую капиталистом прибавочную стоимость. Маркс выступал против любого социального неравенства. Причину бедности он видел в самом капиталистическом обществе, где бедные становятся еще беднее, а богатые еще больше обогащаются, и критиковал Мальтуса, считавшего причиной бедности увеличение народонаселения.

Представитель неоклассической школы Дж. Б. Кларк в работе «Распределение богатства» отмечает, что в основе теории распределения лежит принцип снижения предельной продуктивности факторов производства. Теория распределения по факторам производства подтверждает получе-

ние соответствующего дохода каждым из владельцев факторов производства. То есть наемный рабочий за свой труд получает заработную плату, владелец капитала – прибыль, а землевладелец – ренту. А это отражает взаимосвязь теории распределения по факторам производства, как модели динамического распределения, с теориями экономического роста. Распределение доходов, показывающее результаты экономического роста в модели динамического распределения, рассматривается с точки зрения эффективности рынка.

Анализ взглядов вышеупомянутых авторов и школ на доходы и их регулирование приводит нас к заключению, что они обосновывали динамическое развитие экономики и установление равновесия посредством механизмов саморегулирования рынка, автоматическими регуляторами. Однако регулирование распределения доходов любыми внешними факторами, в том числе посредством участия государства в данном процессе бессмысленно.

Из динамической модели становится ясно, что если даже государство будет стремиться создавать конкурентные условия, в реальной действительности достичь совершенной конкуренции невозможно, что объясняется многими причинами, в том числе и подверженностью рынка кризисам. Таким образом, участие государства в регулировании распределения доходов определяется указанием на его место в

статической модели распределения. Статические модели предполагают перераспределение доходов и результатов экономического роста, снижение неравенства и стимулирование экономического роста. Отметим, что статические модели отличаются осуществлением перераспределения и регулирования доходов посредством прогрессивного налогообложения и трансфертных выплат. В реальной жизни несовершенство рыночных механизмов распределения доходов делает необходимым применение государством моделей статического распределения.

Факторами производства общественного богатства, по теории распределения, являются не только труд (в теории труд-стоимость А. Смита его отличие именно в этом), но и капитал и земля. Эта теория позволяет отражать порядок распределения богатства и доходов между владельцами факторов производства, что в рамках данной теории рассматривается как явление обычное, т.к. эффективность любой экономической системы определяется соотношением вложенной в создаваемый продукт стоимости и расходами на покупку факторов производства.

Рассмотрение учений о доходах в хронологической последовательности показывает, что эволюция классического учения закончилась появлением маржиналистского, а потом неоклассического учения. Маржиналистские учения отличаются новым взглядом на проблему регу-

лирования распределения доходов. Следует отметить и то, что на формирование современных взглядов на доходы и характер их регулирования серьезное влияние оказало учение о предельной полезности.

Обратимся к взглядам Г. Свиджика и А. Пигу. Сиджвик считал, что распределение доходов поровну способствует повышению общего благосостояния. Пигу, поддерживая данную позицию, пошел еще дальше и разработал теорию перераспределения, соответствующую прогрессивному налогообложению и идее конечного равенства всех граждан. По его мнению, если применять к большим доходам большие, а к небольшим доходам небольшие налоговые тарифы, это приведет к одинаковой потере полезности для людей этих категорий. Целью эффективного распределения доходов является повышение общего благосостояния. Рассмотренная теория позволяет изучить проблему доходов. Так, если учесть, что общие доходы всего общества являются совокупностью полезностей для всех индивидов, можно количественно посчитать их распределение и направить на максимизацию благосостояния. Как видим, эта теория отличается от классических теорий доходов и их распределения.

Оригинальным является взгляд на доходы и их распределение В. Парето. Концепция максимальной полезности, называемая «Оптимум Парето», ориентирована на эффективное использование ресурсов. По Парето,

расточительное использование ресурсов и рациональное эффективное использование их соответственно должны считаться плохим и хорошим. И естественно, улучшение благосостояния одного за счет другого должно способствовать устранению лишних потерь. Движение ресурсов, одновременно и доходов можно оценивать и с позиции благосостояния людей. Такой подход, осознаваемый как любое изменение, которое никому из участников рынка не вредит и хотя бы одному приносит пользу, в экономической литературе подучил название Парето-улучшение.

Критерии Парето доказывают, что увеличение доходов не всегда сопровождается эффективным распределением ресурсов, неравенство доходов уменьшается в том случае, когда рост доходов и производства опережают рост населения. Прогрессивное значение данной теории в том, что если в распределении низких доходов происходят резкие колебания, то эти колебания устраняются общим ростом доходов, в результате чего повышается благосостояние населения, обеспечивается социальная справедливость и социальная стабильность. С точки зрения равномерного распределения доходов, критерий Парето больше отвечает требованиям социальной справедливости. По Парето, для обеспечения справедливости в распределении доходов необходимо вмешательство государства.

Концепция видного представителя неоклассической школы А. Мар-

шала об избытке производителей и избытках потребителей, выдвинутая при разработке учения о рыночном равновесии, занимает особое место в ряду теорий о доходах и их распределении. Преимущество указанной концепции в том, что в нем рассматриваются подходы к анализу доходов, как с позиции производства, так и с позиции потребления. Положения данной концепции и сегодня сохраняют свое научное и практическое значение. Так, они применяются при аналитическом анализе для принятия решений государством в области регулирования, например, при определении налогового бремени и оптимизации налогообложения, а так же при оценке объема субсидий, направленных на стимулирование процесса потребления.

Рассмотренные выше учения в соответствии с проблемами своего времени были направлены в основном на решение проблем на уровне микроэкономики. Серьезные социально-экономические последствия безработицы и инфляции в XX в. породили потребность в проведении исследований в области распределения доходов и их регулирования уже на макроэкономическом уровне.

В концепции вмешательства государства в экономику Дж. М. Кейнс выдвинул свои теоретические взгляды о распределении доходов и их регулировании. Именно при увеличении производства происходит повышение доходов и увеличение потребления, что стимулирует эф-

эффективное использование факторов производства. Центральной проблемой этого учения является то, что увеличение производства способствует повышению занятости, а это означает повышение доходов. Хотя повышение и способствует общему повышению потребления, но при этом доля потребительских расходов в общих расходах уменьшается (это происходит из-за направления части доходов на сбережения). Потому-то равномерное повышение доходов повышает совокупное потребление и способствует обеспечению полной занятости.

Появление необходимости в установлении оптимального соотношения государственного регулирования и рыночного механизма в экономике в последние годы привел к появлению иного подхода у неокейнсианцев, которые считают целесообразным при анализе проблем распределения и регулирования доходов уделять больше внимания сбережениям, чем потреблению. Тем самым они выступают сторонниками неравенства, т.к. такое распределение доходов повышает объем сбережений и, значит, увеличивает капиталовложения.

В последние годы в развитии экономической науки наблюдаются такие новые учения и направления, как неоклассическая экономическая теория, посткейнсианский синтез, монетаризм и другие, которые зародились на базе классической экономической теории и идей представителей кейнсианства. Практически все кон-

цепции в регулировании и перераспределении доходов большое место уделяют государственным мероприятиям. Отличаются они друг от друга в вопросе определения соотношения рынка и государства. Так, неоклассики и монетаристы выступают за снижение роли государства в перераспределении. А последователи Кейнса, наоборот, считают, что государство должно активно участвовать в перераспределении доходов и стимулировать экономический рост.

Регулирование доходов населения и повышение уровня благосостояния в стране непосредственно зависят от проводимой в стране экономической и социальной политики. Каждый занимающийся экономической деятельностью субъект рынка стремится максимизировать свои доходы, т.к. доход считается конечной целью, объективным и необходимым условием деятельности субъектов рынка. Посредством социальной политики осуществляется регулирование доходов населения и тем самым достигается непрерывный рост уровня жизни, устранение социального неравенства, обеспечение социального благосостояния.

С этой точки зрения, при исследовании теоретико-методологических основ регулирования доходов населения важно раскрыть сущность и взаимосвязи понятий «уровень жизни» и «доходы населения». Учитывая, что эти понятия дополняют друг друга и доходы являются важной составляющей уровня жизни.

Стратегии социального развития

Под «уровнем жизни» обычно подразумевается уровень удовлетворения материальных и духовных потребностей людей. Уровень удовлетворения в данном случае определяется как уровень стандартов потребления для жизни и деятельности людей. Как видим, уровень жизни определяется не только по доходам, но и на основе комплексных показателей.

Обратившись к опыту развитых стран, а так же к экономической литературе, увидим, что между доходами населения и уровнем жизни имеется прямая взаимозависимость. Так, если уровень жизни в стране низкий, значит уровень доходов населения тоже низкий, или же наоборот, если уровень доходов низкий, значит, и уровень жизни низкий. Интересно, что в настоящее время экономическая мощь государств мира измеряется не наличием в их бюджете и казне большого запаса денег или золота. Сегодня реальность такова, что экономическая мощь государства определяется уровнем жизни, доходов населения, возможностями и уровнем удовлетворения его материальных и духовных потребностей.

Следует отметить, что рост доходов и улучшение уровня жизни в стране напрямую зависит от проводимой в стране социально-экономической политики, эффективного использования имеющихся ресурсов. Именно поэтому источники формирования доходов населения, их справедливое распределение между социальными

группами, домохозяйствами и другими группами населения считается основным и главным условием обеспечения социальной стабильности в обществе. При оценке уровня жизни учитывается целый ряд показателей. В их число входят такие комплексные социально-экономические показатели, как денежные доходы населения (в среднем на душу населения в месяц); прожиточный минимум; расслоение населения; средний размер пенсии; потребности и расходы населения; покупательская способность; уровень образования; здоровье, расходы на социальную сферу; средняя продолжительность жизни и уровень рождаемости и др. Как видим, при определении уровня жизни используются многие показатели, но необходимо подчеркнуть, что все они напрямую зависят от проводимой в целом социальной политики государства и доходов населения, являющихся логическим следствием данной политики. Если проводимая государством социальная политика несовершенна, то будет нарушен принцип социальной справедливости и уровень доходов населения, особенно денежных, будет низким. При этом снизятся и полученные результаты по вышеперечисленным показателям. Но следует иметь в виду, что высокие доходы населения не могут в полном смысле слова влиять на повышение уровня жизни, т.к. для повышения уровня жизни необходимо широкое развитие и других компонентов – социальной инфраструкту-

Стратегии социального развития

ры. Таким образом, понятие «уровень жизни» гораздо шире понятия «доходы населения» и характеризуется комплексом показателей.

Доходы населения, как социально-экономическая категория, характеризуют экономические отношения в обществе по присвоению созданного продукта между социальными группами, домохозяйствами и семьями, отдельными лицами и распределению между ними. Учитывая данную особенность, в экономической литературе доходы рассматриваются как важнейший показатель, характеризующий уровень жизни, и исследуются как ее составная часть. При таком подходе «доходы населения» являются сложной социально-экономической категорией.

Источники доходов населения весьма разнообразны. Сюда входят такие денежные доходы, как дохо-

ды от занятости, доходы от самозанятости, собственности (проценты, дивиденды, рента), доходы от сельского хозяйства, полученные текущие трансферты, пенсии, стипендии, пособия и социальная помощь, натуральные социальные трансферты, компенсации и другие выплаты (включая благотворительную помощь) и др. Каждый из этих факторов сам по себе в той или иной мере влияет на неравномерность доходов.

Политика доходов населения, принятая в экономике как направление государственного регулирования, является централизованным средством влияния на распределение и перераспределение всей созданной стоимости. С этой точки зрения, проведение политики доходов населения в направлении регулирования доходов имеет большое значение как для развитых, так и развивающихся стран.

**Модель стратегической трансформации i-элементов системы
современного маркетинга в инфраструктуре туризма¹**

Н. В. Мордовченков

заместитель директора по научной работе филиала Сочинского государственного
университета туризма и курортного дела,
доктор экономических наук, профессор,
г. Н. Новгород

Р. А. Рыбаков

преподаватель филиала Сочинского государственного университета
туризма и курортного дела,
г. Н. Новгород
e-mail: vsei@vsei.ru

**Model of strategic transformation of modern system
marketing i-elements in an infrastructure of tourism**

N. V. Mordovchenkov

R. A. Rybakov

Автор представляет систему основных приоритетов государственного регулирования, необходимых для функционирования новой экономики.

Ключевые слова: модель, современный маркетинг, инфраструктура туризма, интеграция, интернационализация, интенсификация.

The article represents the system of state regulation priorities being major and balanced at formation and functioning of new economy.

Key words: model, modern marketing, infrastructure of tourism, integration, internationalization, intensification.

Существуют также и другие компоненты модели стратегической трансформации i-элементов системы современного маркетинга в инфраструктуре туризма (см. рис.1).

7. Интеграция. Интеграция как процесс в туризме, как правило, наблюдается в международных отношениях – это конвергенция национальных турресурсов, их фун-

кционирование в едином воспроизводственном процессе в условиях интернационализации экономики и интеллектуального капитала.

Современный маркетинг международной интеграции в инфраструктуре туризма – это новый и наиболее сложный уровень интернационализации инфра-тур-потенциала стран в мировой системе туристской индустрии.

¹ Окончание. Начало в № 2 (10) 2009 г.

Стратегии социального развития



Рис. 1. Модель стратегической трансформации i-элементов системы современного маркетинга в инфраструктуре туризма

При этом происходит не только конвергенция туристских отраслей различных стран, но и возникает биэффект синергии и «эффекта масштаба» экономической трансформации стран. При создании макро и глобальной правовой инфраструктуры, регламентируемой финансово-правовыми инфраструктурами мира, наблюдается унификация организационно-экономических механизмов (в т.ч. лизинг, контроллинг, аутсорсинг, реинжиниринг и др.).

8. Индикативность. Индикативность характеризуется как наблюдение в плане фиксирования базовых показателей с использованием экономически обоснованных методов, механизмов и форм управления на альтернативной основе. Индикативность целесообразно применять в бизнес-планировании

предприятий (организаций) и регионов, что является эффективным средством, с помощью которого разрабатывается оптимальный бизнес-план по элементам и в целом по всей системе¹.

9. Инвентаризация. Современная теория человеческого капитала в инфраструктуре туризма нуждается в разработке мобильных и комплексных методов количественной и качественной интерпретации ресурса кадрового потенциала.

В информационном ресурсе затраты на формирование и становление человека, воспроизводство человеческого капитала формируются как фонд потребления, а не аккумуляции и тем более как инфра-отдача. Вместе с тем при создании оценки человеческого капитала имеется ряд эконометрических методов и моделей, теоретико-методологических подходов. Основатель одного из них, американский экономист Дж. Кендрик, предложил при инвестировании в человеческий капитал использовать метод «непрерывной инвентаризации»².

Этот алгоритм основан на принципе суммирования свода затрат за фиксированный период времени процесса подготовки рабочей силы. Например, известно, что дети находятся на иждивении родителей до достижения ими трудоспособного возраста и получения определенной специальности: в дальнейшем происходит переподготовка и повышение квалифи-

¹ Петров, Ю. Н. Инновационная школа комплексной системы управления региональной инфраструктурой в условиях рынка / Ю. Н. Петров, Н. В. Мордовченков // Менеджмент и государственное регулирование экономики // Сборник трудов I международной НПК. – Н. Новгород: ВГИПА, 2004. С. 215.

² Кендрик, Дж. Совокупный капитал США и его формирование. М.: Прогресс, 1978.

кации, миграция и воспроизводство рабочей силы, и, наконец, возникает потребность в здравоохранении.

Предусматривается также использование индекса-дефлятора для того, чтобы все затраты с учетом коэффициента дисконтирования соотносились по лагу времени со стоимостью человеческого капитала. Откликом является оценка капитала экономической категории «восстановительная стоимость». Этот подход важен не только с точки зрения мотивации, но и с точки зрения стимулирования труда работников в инфраструктуре туризма. Поэтому методология мониторинга «чистой стоимости» человеческого капитала на современном этапе развития маркетинга нуждается в экономически обоснованных исследованиях с учетом сопоставимых методов оценки морального и физического износа накопленных человеческих знаний, компетенции, профессиональных навыков, социально-культурных мероприятий и т. д.

10. Интернационализация. Интернационализация в инфраструктуре туризма – это координация взаимодействия социальных, институциональных, производственных, рыночных сегментов в экономике туризма под влиянием международного маркетинга в плане участия стран в мировом хозяйстве и международном бизнесе в глобальной инфраструктуре.

При этом необходимо затрагивать и учитывать интерес стран «встраиваемых» в орбиту сотрудничества глобального маркетинга в инфраструктуре туризма.

11. Интенсификация. Интенсификация в современном маркетинге соотносится с методами обучения, ретранслируемыми достижениями научно-технического прогресса при решении инфраструктурных проблем, в том числе в сфере туризма для подготовки высококвалифицированных маркетологов, туроператоров и турагентов.

Вместе с тем интенсивные методики направлены на интенсивную преподавательскую деятельность, негативно отражаются на психическом состоянии кадровой инфраструктуры, в т.ч. в инфраструктуре туризма при подготовке, например, турмаршрута, а также методистов, аниматоров и экскурсоводов. Поэтому при подготовке кадровой инфраструктуры и ретрансляции, например, экскурсионного текста для теплоходного маршрута с использованием современных информационных технологий, мультимедийных обучающих программ (эстетически оформленных и не требующих от преподавателя интенсивных психологических нагрузок) получить сиюминутный максимальный эффект экскурсионного сопровождения при предоставлении туристских услуг затруднительно.

По нашему мнению, интенсификация туристско-экскурсионного процесса – это комплексная система специальных приемов, которые задействуют резервный потенциал туриста (экскурсанта) при одновременной трансформации познавательного или оздоровительного сценария функционирования инфраструктуры туризма.

12. Истеблишмент. Истеблишмент (может быть использован в современном маркетинге в туризме) имеет элитарное значение, являясь своего рода генератором и ретранслятором идеи, той кадровой инфраструктурой, от которой зависит успех в инфраструктуре бизнеса (в т.ч. эффективность туристских услуг). Истеблишмент затрагивает не только глобальные проблемы и с помощью сбалансированной «команды» их решает, но и формирует социально-психологический маркетинг, трансформируя личностные и профессиональные характеристики маркетолога на достижение ожидаемого успеха туристской фирмы в целом.

Современная философия истеблишмента характеризуется формированием эффективных управленческих решений на основе имеющегося у маркетолога информационного ресурса, IQ и возможностью моделирования и прогнозирования процесса функционирования туристического бизнеса.

На стадии принятия решения используют мозговой шторм (метод Дельфи), сбалансированную организационную структуру и позитивную харизму лидера.

В ходе использования ресурса истеблишмента необходим не только интеллектуальный капитал, но и социальный маркетинг, синергический эффект¹. От уровня развития института истеблишмента в современном маркетинге в значительной степени зависит успех в инфраструктуре туризма.

13. Инвариантность. Инвариантность может применяться в государственном регулировании инфраструктуры туризма в зависимости от комплексного воздействия с помощью системного инструментария маркетингового исследования. При этом следует выделить понятие полиинвариантность в инфраструктуре туризма, когда сложившаяся стабильность популярных туристских маршрутов не подвергается существенным изменениям (например, на возможный туристический поток существенно не влияет временное изменение погодных условий; привлекательность туристического маршрута в целом или экскурсионного объекта не снижается).

При создании комплексных туристско-экскурсионных маршрутов, когда в ходе разработки схемы развития туризма составляется алгоритм (методика) открытия новых комплексных маршрутов, с последующим созданием карты маршрута, в которые включены не только возможные виды транспорта, но и туристские центры, и экскурсионные объекты.

Таким образом, между предлагаемыми нами модульными i-«кольцами» инфраструктуры туризма, несмотря на то, что они иногда имеют диаметрально противоположную экономическую сущность и «вектор полезности», наблюдается явление конвергенции, которую необходимо формировать и развивать в направлении создания мезомаркетинга как базового элемента трансформации инфраструктуры туризма в регионе.

¹ Коровкин, С. Ю. Политический истеблишмент и чувство «Мы» в сфере международной политики. Научный поиск: Сб. научных работ студентов, аспирантов и преподавателей / Под ред. А. В. Карпова. Ярославль: изд-во Яросл. гос. ун-та, 2005. – С. 164–169.

Дискуссионная кафедра

Кризис современной науки

текст подготовил к публикации профессор В. С. Сизов
e-mail: vsei@vsei.ru

Modern science crisis

V. S. Sizov

Представлен основной ход первой дискуссии, развернувшейся на Междисциплинарном симпозиуме: «Кризис современной науки: философия, наука, искусство – познание, осмысление, созидание» (Россия, г. Киров, 27–29 апреля 2010 г.). Всесторонне рассматривается тезис о том, что современная наука, равно как и философия и искусство, находятся в глубоком кризисе. Выясняются причины этого кризиса и его следствия.

Ключевые слова: кризис науки, предмет науки, научные идеи, отношения между наукой и философией, физикалистский подход в науке, современное искусство, антимир, «техномика».

Here it is represented the first discussion that took place at the Interdiscipline Conference “The crisis of modern science: philosophy, science, art – cognition, interpretation, creation” (Russia, Kirov, 27-28th of April, 2010). Both the modern science and philosophy and art are considered to be in a deep crisis. The causes and consequences of it are explained.

Key words: crisis of science, subject of science, scientific ideas, relations between science and philosophy, physical approach to science, modern art, antiworld, “technomika”.

Редакция журнала «Вопросы новой экономики» представляет читателям основной ход первой дискуссии, развернувшейся на Междисциплинарном симпозиуме: «Кризис современной науки: философия, наука, искусство – познание, осмысление, созидание», организованном Вятским социально-экономическим институтом совместно с Академией философии хозяйства, Центром общественных наук МГУ им. М. В. Ломоносова и Вятским интеллектуальным клубом, который проходил в г. Кирове, 27–29 апреля 2010 г.

Основные участники дискуссии:

Ю. М. Осипов – президент Академии философии хозяйства, дирек-

тор Центра общественных наук МГУ им. М. В. Ломоносова, доктор экономических наук, профессор;

В. С. Сизов (ведущий дискуссии) – ректор Вятского социально-экономического института, главный редактор журнала «Вопросы новой экономики», доктор экономических наук, профессор;

Ф. И. Гиренок – профессор кафедры философской антропологии и комплексного изучения человека МГУ им. М. В. Ломоносова, доктор философских наук;

А. А. Бессолицын – заведующий кафедрой истории российского предпринимательства Московской

Дискуссионная кафедра

финансово-промышленной академии, доктор экономических наук, профессор;

В. С. Князьков – директор Центра супервычислительной техники Вятского государственного университета, доктор технических наук, профессор;

Н. С. Александрова – начальник отдела аспирантуры Вятского социально-экономического института, заведующая кафедрой педагогики ВСЭИ, доктор педагогических наук, профессор;

Н. И. Злыгостева – доцент кафедры философии Вятского социально-экономического института, кандидат философских наук;

Ю. Н. Тимкин – доцент кафедры философии Вятского социально-экономического института, кандидат исторических наук.

В. С. Сизов: Уважаемые коллеги! Мы начинаем наш научный симпозиум. Его название «Кризис современной науки: философия, наука, искусство. Познание, осмысление, созидание».

Формат этого симпозиума выбран весьма необычный. Отсутствуют заранее подготовленные выступления, и даже темы дискуссионных сессий условные, обозначенные лишь для завязки разговора, который дальше может развиваться как угодно. Почему именно так? Потому что если вопрос или тема заданы жестко, то это ограничивает возможность улавливать новые тенденции или выйти в

ходе дискуссии на те проблемы, которые действительно актуальны и волнуют наше сообщество. Когда тема не ограничена жесткими рамками, то люди начинают говорить именно о том, что их волнует.

В программе семинара намечены некие вехи. Никто не знает, как пойдет наш разговор, и к чему мы придем. Если дискуссия выведет нас на обсуждение чего-то принципиально важного, но в программе не обозначенного, ведущий не будет препятствовать этому. Однако все будет зависеть именно от активности участников при обсуждении того или иного вопроса. Если тему поддерживают несколько человек – значит, она важна, интересна и мы разворачиваем дискуссию в ее сторону.

Тема первой дискуссионной сессии так и обозначена: «Кризис современной науки». Для начала разговора нужна некая интрига, провокация. И я попрошу сделать ее профессора Федора Ивановича Гиренка. Он не знал о том, что ему придется начинать, но я уверен, что он, как никто другой, сможет завязать дискуссию.

Ф. И. Гиренок: Я начну с одной вещи, которая меня занимает. Это весенняя сессия Российской академии наук. Как вам известно, в большой академии проходят собрания весной и осенью. На них обсуждаются различные проблемы. Мне это интересно и я слежу за тем, что там делается.

Эта сессия показалась мне довольно страной. У меня критическая

позиция по отношению к науке. А у науки критическое отношение к лженауке, с которой она сейчас борется. Но я не отношу себя ни к науке, ни к лженауке, просто мне забавно наблюдать эту борьбу. Собралась сессия, ученые делают доклады и прочее. А потом к ним вдруг приходят журналисты и спрашивают про итоги сессии. И ученые отвечают: «Мы теперь поняли, во-первых, что душа – это научный термин. Во-вторых, что сознание – это поток». Смешно!

Сейчас делается попытка совместить науку о мозге с наукой о сознании. Но это, право, забавно! Я вынужден констатировать: современная наука – это наука, которая состоялась ещё в начале XX в. И в этом смысле мы находимся еще в начале XX в., потому что вся современная наука там. Физика, биология – все там. Начиная, примерно, со времени, когда появилась книга Эрвина Шрёдингера «Что такое жизнь с точки зрения физики» (1946) – никаких новых идей в науке не появилось, ни одной идеи! Новые технологии и аппаратура появляются. Но новые идеи – нет. Что это означает? – Существуют некие тупики. Какие тупики? На мой взгляд, современная наука – это совершенно институализированное учреждение. В науке перестали водиться так называемые «сумасшедшие», т.е. люди, которые выдвигают какие-то бредовые, сумасшедшие идеи. Для начала XX в. это ещё было характерно. А сегодня мы имеем массу научных сотрудников, которые работают так,

как работает клерк в любой конторе: с 9 до 18 часов. Пришёл, сделал, ушёл.

Я полагаю, что наука перестала быть собранием или пространством, в котором ждут сумасшедшие идеи. Также собрания Академии наук перестали быть местом, где обсуждаются немыслимые идеи. Сегодня там говорят о том сколько построили, на сколько увеличили зарплату, взяли, сократили, прибавили, учредили один, слили два института. Всё!

Теперь поговорим о науке. Почему вдруг у меня появляются некоторые пределы? Это, действительно, проблема для учёных. Люди ранга Ньютона, Бора или Эйнштейна – это сумасшедшие. А что происходит сегодня? Нужно несколько десятков лет, чтобы войти в научный предмет. Пять лет учебы в вузе плюс аспирантура, подготовка и защита диссертации – итого 10–15 лет. А затем нужно суметь выйти из научного предмета, как делают всякие приличные учёные. Выходят из научного предмета с тем, чтобы попасть в какую-то странную рефлексивную позицию, с тем, чтобы стать открытыми для каких-то новых идей. А что делается в нашей науке сегодня? Мы только входим в научный предмет и никогда из него не выходим. Не знаю почему, но мы не можем выйти из этого предмета. А выйти – это означает сделать то, что делали вышеназванные мною люди. Речь не идет только о физике или экономике. Не важно, о какой научной области мы говорим.

Дискуссионная кафедра

Итак повторяю, в последнее время никто не выходил из научного предмета, не предлагал каких-то принципиально новых научных идей, парадигм, стратегий. На что подвинулась вся современная наука – это строительство коллайдера, который требует огромных затрат. Конечно, можно сказать, что современная наука сейчас такова, что для того, чтобы сделать что-то требуются огромные средства, потому что предмет изучения таков и так далее. Но ведь при этом мы не получили ни одной идеи! Теперь ждут, может быть коллайдер поможет что-нибудь сформулировать. На мой взгляд – это бессмысленные ожидания. Коллайдер есть, а идей не будет.

Как же устроена наука? Есть границы науки, к которым мы можем приблизиться и, приблизившись к ним, наука, которую мы знали – исчезает, остаются лишь научные клерки. Потому что наука устроена по существу, если я правильно понимаю (хотя я могу и не правильно понимать). Первое, – это пространственно-временной предмет, т.е. как отличаются научные знания от не научных. Научный предмет имеет пространственно-временные характеристики. Он задан в пространстве и времени – вот два ключевых слова. Всё! Вне этого знания могут быть какими угодно. Можно, конечно, увидеть сон и сказать, что затем случится с твоими родственниками, но наука здесь не причём. Она про это не понимает, у неё для этого нет аппарата, нет средств

для изучения. И хотя мы все знаем, что вещи, подобные вещим снам, бывают, – это за пределами науки. Этим наука не занимается, и не будет заниматься. У нее есть пространственно-временные ограничения. Р. Декарт писал, что материя – есть «непротяжённость». Что это означает? А то, что предмет заперт в пространстве и времени и нет никаких скрытых измерений.

Второе. Наука строится в предположении, что у её предмета никогда не может быть скрытых от наблюдения состояний. Это большая проблема для социальных, гуманитарных, экономических и других наук. Это проблема, которая заставляет их всегда быть на грани так называемой алхимии. Мы можем чего-то не знать, мы всегда чего-то не знаем, но есть предположение, что всегда можем узнать. Ничто, ни один закон не мешает нам это сделать. Строятся предположения, что фактически предмет изучения как бы вывернут, у него нет скрытых состояний, и ещё с картезианских времён идёт классическая аргументация. Если мы допустим наличие в предмете скрытых состояний, что есть какие-то скрытые «пятна», то это означает, что там может водиться «дьяволёнок». Там может водиться кто угодно, тот, кто будет водить учёного «за нос». То, что позволит вводить нас в заблуждение. Поэтому наука строится в предположении, что нет этих состояний. Ученые говорят о том, как устроен мир. А он сложнее, он всегда сложнее. На-

учные знания строятся на определённых предпосылках.

Третье. Мы думаем, что каждому дискретно выделенному телу приписывается сознание. У меня есть моё сознание и у каждого есть свое. А наука строится в предположении, что есть одно сознание, оно однородно, непрерывно. Это сознание, которое непрерывно бодрствует. Нельзя, чтобы оно засыпало. Почему? Чтобы в науке не было ни «чёрных пятен», ни «белых пятен», ни бельма. Только при такой абстракции сознания в науке возможны повторяемость, воспроизводимость, эксперименты. При иной абстракции сознания совершенно невозможны научные знания, т.е. когда мы имеем дело с психоаналитикой, когда вас просят войти в какое-то состояние, настроиться на кого-то – это к науке не относится, в ней не настраиваются. Для науки не важно где ты сидишь – в Вятке, Москве или Лондоне. Сознание одно, непрерывное, однородное. Значит, я легко могу все поставить вне зависимости от условий. Это базовые вещи и они составляют как бы каркас науки. И наука приближается к этим вещам. Что сейчас интересно науке? Интересны сознание и душа, с которых я и начал разговор.

Что можно сказать о так называемых социальных, гуманитарных, экономических науках? Это всегда был некий род алхимии. Я сейчас это докажу на примере экономики. Я не экономист и поэтому мне экономику не жалко. Вы легко можете

проверить мои суждения независимо от меня.

Ю. М. Осипов: Поскольку Вы философ, Вам и философию не жалко?

Ф. И. Гиренок: Ради правды ничего не жалко. В Интернете можно посмотреть списки лауреатов Нобелевской премии по экономике, где по годам проставлено кто и что делал. Я обратил внимание на странную вещь, – экономистов-то в экономике уже не осталось. А кто остался? Делаются какие-то «пробежки» в социологию и появляется экономическая социология. И по ней можно читать лекции, рассказывать что-то. Затем уклон в историю, в математику, даже в юриспруденцию зачем-то «залезли». Институт целый создали, а зачем? Нам говорят: «Важно развивать междисциплинарные исследования, потому что только на стыках...». А вы знаете, что наука строилась предметно? Знание предметно, беспредметного знания не бывает. Предмет-то предметом, но в науке возможно и в рамках одной дисциплины не понимать друг друга. Я занимаюсь одним участком мозга, он другим. Я не понимаю, что он делает. Поэтому сама идея междисциплинарности свидетельствует о том, что фактически размываются классические представления, позволяющие организовывать научные дисциплины, потому что нет предмета – предмет исчезает. А то, что выдаётся за достижения, я говорю – это симптоматика. Мы не стали умнее от того, что можем комбинировать разные знания – географию смешивать

с экономикой, добавлять к ним математику и получить... Нет, ничего мы не получили и ничего не знаем.

Помимо этих междисциплинарных метаний ещё существует проблема законов, формулируемых относительно мира, своего предмета, проблема с новизной. Учёный – это тот, кто постоянно жаждет что-то сформулировать, открыть что-то новое. Что касается гуманитарных наук, я повторяю: с самого начала они возникали на грани социальной алхимии. Все.

Теперь я сделаю переход. В науке не бывает нормальных людей. Нормальный человек – это признак мёртвой науки. Вот как только появились нормальные научные сотрудники – наука закончилась. У нас в стране, например, пятьдесят тысяч нормальных научных сотрудников. Ненормальные уже уехали. Я, например, знаю физика А. Д. Линде. Он работал в физическом институте им. П. Н. Лебедева, был совсем мальчишкой, но таким сумасшедшим. Уехал в Штаты. Сейчас он один из самых известных в мире физиков-теоретиков.

Недавно я слушал один доклад. Пригласили нашего астрофизика, академика большой Академии, и он говорил: «Мы только наблюдаемыми вещами занимаемся, только измеримыми. Уже знаем, что было через секунду после Большого Взрыва». Спрашивают его религиоведы: «Скажите, а Бог есть или нет?». Идиотский вопрос, если мы не знаем, что

было в этот промежуток между первоатомом и первой секундой рождения Вселенной. Там могли быть и другая Вселенная, и Бог, да что угодно. Дело в том, что любой научный закон, который формулируется, требует, чтобы мир воспроизвелся, повторил себя еще раз. Есть повторение, и есть нормы, есть законы и есть язык, на котором можно описывать. Но мы не можем описать то, что было на первом шаге. Мы лишь можем сказать, что было вторым шагом – воспроизведение. Следовательно, можем ли мы сказать что-то в терминах закона? Нет. И, кстати, что такое искусство? То же самое, что и рождение Вселенной!

Ю. М. Осипов: Или рождение мысли ученого.

Ф. И. Гиренок: Абсолютно то же самое. Этот зазор непробиваем. Это бельмо. Никто, никакая наука, не способны его исследовать. Это предел науки. Никто ничего не может знать наверняка. Ученые могут сужать этот зазор, и он будет становиться меньше, а они будут знать больше. Но он принципиально неустраним! И всегда будет оставаться нечто скрытое, непонятное. И там может быть что угодно.

Обратимся к началу науки, как спору между англичанами и французами. В Англии жил такой философ Иеремия Бентам. Он написал книгу «Паноптикум», т.е. «глаз всевидящий». И в этой книге имел наглость поучать французов как им жить с тем, чтобы у них не было бунтов и

революций. И понятно, что этой книгой оскорбил французов.

В это время во Франции появляется сумасшедший (потому что стрелялся), которого звали Анри Сен-Симон. Он был возмущен тем, что какой-то англичанин указывает, сколько им во Франции иметь школ, больниц, тюрем и как организовать свою жизнь. Он тут же пишет свои сочинения. Так начинается наука. А рядом с Сен-Симоном есть еще Дестют Де Трасси. И он тоже пишет книги. Дестют Де Трасси пишет работу «Элементы идеологии». Идет с этой работой к императору Наполеону, но тот отвергает его книгу. Впрочем, это уже другая история. Но зачем они это делают? Зачем им нужна наука? Затем, чтобы навести в мозгах у французов порядок. Как они вообще понимают задачу науки? А вот как: «Мы, группа людей, хотим помочь, тебе – императору навести порядок в государстве. Отчего в стране разброд и шатание? Оттого, что в разных головах разные идеи. Люди сталкиваются, начинается борьба. Что нужно сделать? Давайте в разные головы поместим одни идеи. Мы направим энергию людей в нужное русло, и наступит конструктивный, позитивный мир. В разных головах будут одни идеи». Как это называется? – Идеология. Дестют Де Трасси предлагает идеологический контроль.

То же самое пишет Сен-Симон. А у Сен-Симона был ученик-лаборант Огюст Конт, который, как и его учитель? тоже был сумасшедший. Он

тоже хотел быть гениальным и писал тексты, а Сен-Симон присваивал их себе. Он считал, раз Конт работает на него и Сен-Симон платит ему деньги, то значит в праве пользоваться его текстами. Конт из-за этого бросает Сен-Симона, потому что ему тоже хочется быть знаменитым. Тем не менее, Сен-Симон формулирует рациональные правила общежития: не должно быть границ и деления на нации. Он сам дворянин, но не может терпеть дворянства. Появляется знаменитая идея трудового общества. Труд – это та вещь, которая задает все параметры, структурирует социум. А с чем мы сегодня имеем дело? У нас трудовое общество фактически начинает умирать уже лет 20–30 тому назад вместе с битвой между трудом и капиталом. А весь социальный аппарат у нас еще ориентирован на трудовое общество. В стране формируется как бы какое-то новое общество, а язык еще старый – язык описания трудового общества, с которым происходят некие коллизии и прочее.

Европейская социология построена на работах Д. Дюркгейма, М. Вебера, классических сочинений, которые зафиксировали переход Европы от традиционного общества к современному. И на этом социология умерла. Потому что Т. Парсонс, Р. К. Меркстон – это все «детский лепет». У нас, в России, этого ничего не было. И мы берём Г. Зиммеля, М. Вебера и начинаем на их языке, т.е. к нам вообще не имеющего никакого отношения, изъясняться. У нас во-

обще социум не структурирован, мы вообще аморфные существа. Почему мы аморфные? У нас нет структурированных социальных групп, с определенными представлениями, идеями, интересами.

А. А. Бессолицын: А как же сословия?

Ф. И. Гиренок: Сословия – это не сколько другое. И вообще они были навязаны сверху. Речь идет о том, что у нас одни и те же идеи, мысли могут быть и в верхних группах, и в нижних группах. Мы не структурированы, и, тем не менее, используем язык социологии столетней давности для описания того, чего сами не знаем. В результате мы вообще ничего не понимаем. У нас нет ни одного нормального ученого, который бы занялся тем, чтобы понять, что у нас за жизнь такая. Например, почему для того, чтобы о чём-то серьезном поговорить? надо ехать из Москвы в Вятку? Почему там нельзя поговорить?

Я продолжу. Огюста Конта выгоняют с работы, и он читает лекции во Франции в Политехническом музее. Там собирались проститутки, которые скрывались осенью от непогоды. Им он и читал свои лекции о счастливом будущем человечества. А одна из них задала ему нелепый вопрос: не может ли он сделать её счастливой? Не все человечество, а лично её. И Конт отвечает: «Нет проблем, сделаю, но как?». «Женись на мне!». И он женился, но денег-то у него нет. И тогда она пошла опять зарабатывать проституцией, чтобы кормить те-

перь не только себя, но и его. Скоро она умерла, но он женился на её сестре, заключив при этом договор, что у них не будет никаких интимных отношений. А они просто будут вместе жить, и помогать друг другу.

Видимо сложные жизненные перипетии привели его к гениальной идее, догадке. Он понял, что нельзя рассматривать общество через физику и математику. Каждый человек – это загадка, душа. Мысль Конта очень простая: чтобы создать науку о социуме нужно «выбросить» из языка описания социума все ненаблюдаемые сущности. Оставить только наблюдаемые, только измеримые вещи.

Попробовали так и поступить – «выкинуть» – получилось не понятно что. Потому что не ясно, а что тогда вообще остаётся? Не понятно, как тогда мы можем читать и перечитывать книги? Допустим, я прочитал книгу в одном возрасте, например, в школе, прошло пять лет, перечитываю и в ней всё по-другому! Это нужно как-то объяснить. Или ты выходишь на балкон в своем районе, глядишь на окружающую природу и восклицаешь: «Какая красота!». Откуда мы знаем о том, что природа красивая? Существуют какие-то необъяснимые вещи. И когда Конт подошел к проявлению человеческого в человеке с позиции строгой науки и выкинул всё ненаблюдаемое, неизмеримое, то понял, что ничего не осталось. Выкидывание ненаблюдаемых сущностей из языка науки было программой, на

которой строилась наука. Парадокс в том, что для дальнейшего развития науки потребовалось отказаться от этой программы. Впервые это сделал Эйнштейн. В физике XIX – начала XX вв. было представление о мировом эфире, как некоей физической субстанции, позволяющей мгновенно распространяться сигналу. Ученые стали искать эфир, чтобы зафиксировать и понаблюдать. Но найти не смогли. И тут Эйнштейн, молодой, сумасшедший ученый, предлагает – надо отказаться от представлений об эфире. Может быть, никого эфира и нет. Какая замечательная мысль!

Таким образом, когда можно говорить о кризисе науки – это очень важная вещь. С моей точки зрения, перспективы науки безотрадны. Так же как и многого другого в этом мире. Каковы, например, перспективы искусства? Есть выражение – «современное искусство». Но вот в чем беда – прилагательное «современное» отменяет подлежащее! Современное искусство – это то, что отменяет искусство.

В. С. Сизов: Не согласен с Вашим утверждением относительно искусства. У науки, может быть, и нет перспективы, но у искусства, как и у философии, очень большая перспектива. Надо все же видеть их отличие от науки. Наука постоянно открывает что-то новое, а философия и искусство – переоткрывают. И каждый день можно что-то переоткрывать и это будет нормальное действие для философии и искусства. Вот в чём

разница. Главное, чтобы тайна той секунды после «большого взрыва», которую наука до сих пор не познала, так и не была бы ею раскрыта. Тогда у философии и искусства имеются большие перспективы.

Ф. И. Гиренок: В этом пункте соглашусь, потому что есть надежда, что по-прежнему остается некая толика тайны, принципиально необъясняемого наукой. Кстати, французы поняли, что не пролетариат враг буржуазного общества, а шизофреники и всякие аутисты. Почему? Потому что только шизофреники и аутисты сегодня являются единственным местом в мире людей, которое не манипулируется. Местом пространства подлинного. У Ф. М. Достоевского об этом всем уже было написано задолго до французов в «Записках из подполья». И эти люди представляют угрозу для всех остальных, которые манипулируются.

Ю. М. Осипов: Шизофреники – это перманентные революционеры.

Ф. И. Гиренок: Произошла переоценка, и то, что считалось нормальным – это уже ненормальное. Оказывается, что подлинные, настоящие люди сегодня это те, что находятся в дурдоме. А мы все и не люди вовсе, а какие-то социальные автоматы. Что получается, когда меня спрашивают: «Ты кто?». Я отвечаю: «Я – преподаватель». То есть, по словам Достоевского я – винтик, я – никто. Потому что если я скажу: «Преподаватель – это у меня социальная роль такая, а вообще я Человек!», то сочтут, что грежу, у

меня грёзы. Поэтому я принимаю и соглашаюсь с ролью шпунтика, винтика, преподавателя, преподающего часы.

Ю. М. Осипов: То есть Вам всё равно, что преподавать?

Ф. И. Гиренок: Если я винтик, то какая мне разница! Что угодно.

В. С. Князьков: По вашему мнению, понятие «наука» – это всё-таки термин или нечто неопределённое?

Ф. И. Гиренок: Я уже сформулировал и назвал три признака, в которых строится наука в предположении. Есть этос науки. Какие правила этоса? Не списывать, т.е. не заниматься плагиатом, делать ссылки, если кого-то цитируешь, должна быть новизна и т. п. Это правила жизни в науке. Сегодня я могу сказать, что они не выполняются. Потому что, если мне нужны деньги, я вас всех обману. Например, напишу, что мы нечто сделали, провели исследование. Кто меня проверит? Если, допустим, в мире всего семь человек, которые занимаются этой проблемой? Конечно, я нарушу этические правила науки, и сделаю это, потому что я социальный человек, живу в мире и мне нужны деньги. Я уже не говорю о переписывании. Любая диссертация, если её взять и посмотреть – это интертекст какой-то, там же ничего нет своего, потому что сделать что-то свое, открыть, изобрести – трудно.

В. С. Князьков: Не всегда так.

Ф. И. Гиренок: А я думаю, что в 99 % это так.

В. С. Сизов: Уважаемые коллеги, Фёдору Ивановичу, на мой взгляд,

удалось всех зажечь своими рассуждениями, впрочем, весьма печальными. Но с другой стороны, Фёдор Иванович о конце науки не сказал. Он сказал, что есть проблемы. Мне даже не показалось, что речь шла о кризисе науки. Все ученые живут, получают деньги. О каком кризисе в этом случае может идти речь? И вообще, а нужно ли «двигать» науку дальше? Может быть и хорошо, что наука остановилась? А то не ровен час, ученые со своими коллайдерами взорвут землю. А так мы все живы, пока наука не движется.

Н. С. Александрова: Фёдор Иванович, Вы попытались найти кого-то крайнего. А давайте оглянемся на философию. Ведь философия всегда была базисом всех наук. Мне кажется, вся беда в том, что именно философия переживает кризис. Не другие науки, а именно философия. Теория познания должна развиваться. Например, создатели нанотехнологий не нуждались в теории познания, и как вообще философия может объяснить нанотехнологии? А ведь философия должна все объяснять. Мне кажется, сейчас она этого не делает. Она потеряла свои позиции, свой статус, тогда как она должна открывать новые категории, новые формы мышления.

Ф. И. Гиренок: Вы знаете, я процитирую Льва Шестова. Он пишет примерно следующее: Что это за манера такая, говорить, требовать гармоничного союза между философией и наукой? Философия помогает

науке, наука – философии... Чепуха все это. Послушайте, что говорил Сократ. Он говорил: «Философия, философ – это овод». То есть философ должен жужжать и кусать науку! Только тогда будет плодотворна наука. Борьбаться, грызть, причинять ущерб, жалить – вот что нужно от философии. Не должно быть никакой гармонии между философией и наукой! Философия делает работу только тогда, когда она жалит. Правильно, проблема в том, что философия перестала жалить. Что говорят философы? Они говорят: «Мы обобщаем данные наук». Зачем, кто вы такие?

Современные философы пытаются выступать в роли посредников, судей, определяющих роль той или иной науки, какая из наук решила больше задач. Только я тогда не понимаю, а при чем тут философия? Между философией и наукой должны быть другие отношения, по типу овода – жалянья и раз этого нет – возникают проблемы.

Далее, что касается этой нанотехнологий. Технически – да, могут быть эффекты, но я об идее спрашиваю, а ее – нет.

Ю. Н. Тимкин: Федор Иванович, конечно, интересно нарисовал картину кризиса науки. Однако если мы посмотрим, как развивалось новое европейское естествознание XVII века, то выяснится, что развитие науки всегда сопровождалось кризисом. Сменяются эпохи, кризисы возникают и преодолеваются, а на-

ука между тем развивается. В конце XX – начале XXI вв. действительно происходит кризис науки, но это кризис роста. Потому что открываются новые необозримые проблемы: что было на первой минуте, первой секунде возникновения Вселенной. Или вот такая проблема, когда в начале XX в. «исчезла» материя. Это было потрясением для мыслящих умов. Ну, а потом все успокоилось, пришло в норму. Мне кажется, ныне происходят такие же явления.

И еще о кризисе науки в России. В первую очередь – это, конечно, кризис русского духа и менталитета.

В. С. Сизов: А на Западе ощущают кризис науки?

Ф. И. Гиренок: На Западе ощущают кризис философии. Чтобы заговорить о кризисе науки, нужно чтобы случился кризис философии. В мире было несколько стран – производителей философии, ее экспортеров. Прежде всего – это Германия и Франция. К нам ввозили европейскую философию, а мы читали о ней лекции. Но вот Америка становится самой сильной страной, а философии нет никакой, а ее же надо экспортировать. И американцы усиленно делают свою философию. И появляется американская философия, и экспортируется. Под эту эгиду попадают Д. Чалмерс, С. Пинкер. Они якобы решают проблему сознания, но по существу потратили деньги, чтобы создать свою американскую философию. И она становится популярной, экспортируется, переводятся работы, читают

по ней лекции, преподаватели деньги получают.

Поэтому на Западе никто о кризисе науки не говорит, им сейчас не до этого. Это только мы говорим. Может быть, нам делать нечего и у нас много свободного времени? Мы наивно воспитаны, мы всё ждем идей, я жду идей, а их нет. Раньше какая была идея? Например, К. Леви-Стросс предположил, что мы не мыслим, а мыслят структуры, т.е. между мной и человеком из племени тумбу-юмбу нет никакой разницы, у нас одни структуры. Хорошая мысль, но потом от нее отказались.

Прошёл пик внимания к философии. А вот чем занималась советская философия, философия науки? Философии не было. Куда шли мыслящие люди? Шли в науку, в физику и оттуда «тащили» всякие идеи. А теперь в науке ничего не делается. Как ни странно, мы здесь одни из первых в нашей стране говорим об этом. Но мы говорим и этого достаточно, а дальше всё это пойдёт. Пройдёт лет 5–10 и вы увидите, что это начнёт обсуждаться и будет обсуждаться. Что касается Европы – идёт всеобщая деградация. Там уже нет философов. Не только в России, во всем мире их нет.

Ю. М. Осипов: Сейчас наука заняла мощнейшую оборону. Говорить о ее кризисе не так просто. Все знают цену нынешних диссертаций, но никто не хочет расставаться с этим бизнесом. Сегодня время столкновения между критиками науки, их не

много, но они есть, в том числе и на Западе, и научным миром. Научный мир – это институты, должности, возможности, персональные машины, секретарши и т. д.

Заметьте, о наличии современных технологий никто не спорит. Это тоже познание мира, но технологическое познание. Технологии для манипулирования миром создают искусственный мир. Этого отрицать никто не будет. Мы все живем в искусственном мире, созданном наукой. В этом смысле наш мир научный абсолютно искусственный мир. Но вопрос встает о том, что такое человек и что вообще человеку надо и т. д. Куда он идет вооруженный наукой. Наука этих проблем не знает, не понимает и не может познать, потому что она технологична. У нее материалистический механистический, квантитативный подход к делу. И это ее великое оружие и в то же время ограничение. Это ее лимиты.

XIX в. перенес на социум и на человека физикалистский подход. И в конце XIX в. лучшие умы человечества уже понимали, что человечество, идя этим путем, пойдет не туда. Потому что предмет принципиально не научен, и на него нельзя наложить технологии. Хотя кое-что извлекли – наука делает манипулирование сознанием. А вот утешить человека наука все-таки не может.

Реплика: Психология не нужна?

Ю. М. Осипов: Психология разлагает человека, она делает из него труп.

В. С. Сизов: Ну а дошкольная педагогика?

Ю. М. Осипов: Меня мать с отцом воспитывали без всякой педагогики. И что такого они не знали для того, чтобы сделать из меня человека? Они все прекрасно знали, православная культура им все давала, хотя они в то время были коммунисты и атеисты. Но на самом деле наш мир всегда был православным, и в нем установился домострой, который им все давал.

Наука, действительно, не может быть физикалистской. Она стремится к конечным истинам, поскольку ей надо переделывать материал. Те законы, которые она формулирует, может быть, и не имеют отношения к реальности. Но некие формулы, конструкции, которые наука предлагает, конечно же, работают. Полетели же люди в космос. А вот зачем летают в космос – это вопрос. Но кому адресовать вопрос? Наука не отвечает на эти вопросы.

Мне легче говорить о социальной науке. Еще легче по поводу экономических наук. Но когда в середине 90-х гг. я на конференции сказал, что наука находится в кризисе, на меня шикали, улыбались, смеялись. Пока не привезли на рубеже 90-х гг. из США мнения нобелевских лауреатов, которые там провозгласили, что экономическая наука в кризисе.

Я как экономист могу утверждать, что ни одно положение об экономической науке не соответствует реальности. Эти положения существуют для экономической науки. Лучшим доказательством того, что экономи-

ческие науки – это миф, являются наши предприниматели, которые без всякой науки, без всяких знаний, не читавшие даже К. Маркса, прекрасно оперируют миллиардными суммами денег, крутят их, вертят, взятки дают.

Я, конечно, не говорю о прикладной науке. Бухгалтерский учет он и есть бухгалтерский учет, хотя в нем никакой науки нет – только обобщения, знания. А то, что выдается за науку – это способ преподнесения этого знания.

Если же говорить об экономической теории – то это абсолютно оторванное от реальности, ради себя существующее знание, некий миф. Алхимия – вполне! Кривые куда-то там движутся. Я спрашиваю, в реальности мне покажите хоть одну цену равновесия. На доске я понимаю цену равновесия. В реальности, где цена равновесия? Где в реальности спрос, где предложение? Это все игра в бисер, своеобразный род магии.

Дело в том, что нет знания. Например, современная наука или философия, искусство – что обозначает прилагательное «современное»? Сегодня человеческий мир, который человек построил, развернулся к человеку антисторонной. Пока человек жил в природе – он был человеком. Как только построил свой мир, он разворачивается к нему как враждебный мир, как сила его уничтожающая. Получается, мы проехали как по ленте Мебиуса незаметно и вкатились в мир, отрицающий самого человека. И, между прочим, это все наука проделала, которая ничего не

соображала в том, что она делает. И она до сих пор не соображает.

Философия уничтожена наукой, философы уничтожены. У нас отменены экзамены кандидатского минимума по философии, у нас сейчас сокращаются курсы философии, даже той жалкой философии, которая хотя бы что-то преподносила. Преподается история философии науки. А что это за философия науки такая? Если вообще существует философия науки, философия должна отрицать историю науки, иначе философии просто нет. Философия, которая защищает науку – это просто не философия.

Идет наступление антимира. И искусство, которое вы защищаете и думаете, что это искусство – это уже антиискусство. Оно существует в антимире.

Федор Иванович сказал, что есть тайна первой секунды сотворения мира. В том то и дело, что начало неизвестно никому. Но тайна не только там. Разве каждый человек не тайна? Разве все происходящее здесь не тайна? Так вот, философия тайну признает, она не стесняется ее признавать. Признает и ограниченность своего мировосприятия. Она имеет дело с тайной, которая ею признается, которая «живая тайна». Она как-то взаимодействует с тайной, хотя лучше всего это делает религия. Наука как раз наоборот: думает, что раскрывает тайну мира.

Вот почему родилась философия хозяйства. С. Булгаков на рубеже XIX – XX вв. понял ложность антимира, социальных наук, политической эконо-

номии, марксистского учения. Куда ему было податься? В философию, а через философию к Богу. Другого выхода не было. Отсюда появилась другая трактовка того, что называлось «нулевой экономикой». Не случайно появилось название «хозяйство», и не случайно было выражено не наука о хозяйстве, а философия хозяйства. Потому что здесь возможно максимальное осмысление, так как она не ограничена заранее какими-то рамками. Философия хозяйства допускает идеальное, божественное, допускает и дьявольское и пр.

Естественно, философия хозяйства не может рождать какие-то схемы, которые рождает наука. Почему? Потому что наука взяла принципы физики, направленные на природу, на материальную сторону и принесла в мир совершенно идеальный. Но в социуме ничего материального нет, в человеке вообще ничего материального нет. Всё, что является человеческим организмом – это не человек. Все, что в человеке человеческое – это всё идеально. Сознание идеально. Отличие человека от обезьяны состоит в том, что мы знаем, что мы не обезьяны, а обезьяна не знает, что она обезьяна.

Мы можем навешивать свои знаки обозначения на мир. Мы можем представлять себе, будто мы можем его каким-то образом изменять, строить свой собственный мир, воображать то, чего нет. Разве Господь давал нам ракеты?

Реплика: А кто нам дал ракеты?

Ю. М. Осипов: Это другой вопрос. Мы воспользовались свободой, кото-

рую дал нам Бог, но Он Сам нас ракетами не наделял. Деньги, кстати, Господь нам тоже не давал. Это наше производство. Деньги – абсолютно идеальная вещь. Никаких материальных денег в принципе нет, цен никаких нет материальных – это всё в головах людей, это всё элементы сознания, ноосферы, чего хотите. Даже труд, который кажется совершенно физический труд, тоже идеален. Во-первых, умственный труд, где он? Труд это или не труд? Так же и физический труд, где он? Покажите мне его, принесите, измерьте! Мы видим только манипуляции. Дворник метлой метёт – его манипуляции мы видим. А где труд?

Реплики: Труд мы наблюдаем по его результатам.

В. С. Сизов: Это проблема определений. Вероятно, Вы определяете труд иначе, чем другие, поэтому труд у Вас исчез. А мы определили, что труд – это только некие манипуляции, которые в результате приводят к каким-то материальным или интеллектуальным продуктам.

Ю. М. Осипов: Но я же не ставлю задачу измерения труда. Когда вы измеряете труд уборщика квадратными метрами, вы измеряете не труд, а результат труда.

В. С. Сизов: Труд – это процесс, который ведёт к результату.

Ю. М. Осипов: Процесс – это всего-навсего физический процесс организма. Но сам по себе труд, где он? Я не случайно поставил этот вопрос. Всё самое привычное, бесспорное если только чуть-чуть по-другому

взглянуть, особенно с позиции какого-нибудь сумасшедшего, оказывается всё не то, а совсем другое.

А. А. Бессолицын: Мне кажется – это тема отдельного семинара.

Ю. М. Осипов: Нет, это к кризису науки имеет непосредственное отношение. Спрашивается, чему посвящена экономическая наука, которая говорит о труде и его измерении. Где полезность? Дайте мне её. Разве чайник, который стоит на этом столе, менее полезен, чем эта статуэтка? Как можно вообще рассуждать на эту тему? Экономисты говорят «субъективная оценка полезного». Но, что это значит? Где тогда объективная оценка? Короче говоря, физикалистский подход оказался порочным подходом. Между прочим, наше советское общество, которое строилось на концепции марксизма, всерьёз этим занималось, а затем и рухнуло тоже всерьёз.

Отсюда и появляется философия хозяйства, говорящая на языке, который можно принять, поэтому она является не физикой, а метафизикой с выходом за пределы физического отношения к миру, научного отношения. И она допускает, что человек творит на земле, не зная, что он творит. Марксизм знал – он творит счастье людское, будущее всеобщее благоденствие. В результате мы получили гламур. Теперь все гламуристы бегают к психологам, психотерапевтам, психоаналитикам. Ну, как можно было вообще предполагать, что человек, создав машины и перестав что-либо делать, становится какой-то многосторонней личностью,

творцом? Наоборот, он пустеет, он не может ничего творить! Вот вам установка, так называемой, научной политической экономики.

В. С. Сизов: А творчество – это труд или нет?

Ю. М. Осипов: Творчество – су-
масшествие.

В. С. Сизов: Я хочу высказать некоторое несогласие с Юрием Михайловичем, когда он говорит о том, что антимир и антинаука порождают антиискусство. Искусство по определению не может быть «анти», оно лишь может преследовать негативные цели или, если хотите, антицели.

Ю. М. Осипов: Но он же убивает, как вы не понимаете!?

В. С. Сизов: На самом деле, искусство – это вообще первая наука. Наука началась с искусства. Сначала было искусство, оно превратилось в науку, потому что искусство – это то, что не природное, то, что человек создал сам, своими руками. Искусственное, значит не природное. Первые принципы научности как раз заключались в повторяемости, в повторяемом опыте искусства. Наскальные рисунки, которые делали первобытные люди, а затем повторяли снова и снова, песни, которые они сочиняли, а затем многократно повторяли – в этом уже появляются первые признаки науки. Из этих действий первобытных людей затем вырастет наука. Поэтому не может быть антиискусства, потому что оно уже «анти», так как противопоставляет себя природе. Искусство – оно же искусственное, антиприрод-

ное. Антинаука может быть, но антиискусства – быть не может.

Ю. М. Осипов: Пикассо так раскрыл нутро женщин, обезобразил их, разложил всё, разве это не антиискусство? Если рассуждать по-философски: чего ты натворил, Пикассо? Зачем тебе нужно это было делать? А люди ходят, восхищаются, а ничего не понимают. Так вот – это не искусство, а искусство, которое развернулось против человека и его убивает. Идёт ликвидация человека, его разборка и снятие вообще этого «продукта» с несчастной планеты Земля. Вот что происходит. Поэтому я называю это «анти».

Н. И. Злыгостева: Меня всегда удивляло, как в XX в. сочеталось в людях общественных, людях искусства, когда, казалось бы, имелась такая духовная традиция и вдруг все время эти игры с дьяволом. У А. Блока сказано: «Боюсь, изменишь облик ты...». А в науке, и западной, и русской, появляется всё большее количество людей, которые понимают, что наука дошла до таких пределов, когда она уже ничего не может объяснить. Т.е. те вещи, которые можно было объяснить – они уже объяснены. И либо это глубоко верующие люди, либо это люди, которые не уходят из науки, но при этом становятся служителями культа, а не только глубоко верующими людьми.

Когда сегодня говорили о кризисе науки, мне кажется, что речь все время шла о чем-то другом. Подобные вещи появляются тогда, когда возникает кризис сознания. Научная картина мира, которая была присуща античности,

разве она была в то время плоха? Нет. Мы говорим о великих философах и учёных античности. Но наступает кризис, вакуум духовных идей. И то, за чем не стояло никаких понятий, становится главным и определяющим. В IV в. происходит борьба двух сознаний, но не просто сознаний, а чего-то большего. Вырабатываются совершенно другие понятия, потому что появляется не новая наука, а новое сознание.

Мне кажется, сегодня – это ещё не кризис, а определённый закат науки, ещё со времён средневековья и схоластики, когда появляется попытка объяснить бытие Бога, доказать то, что доказать невозможно.

Кстати, Альберт Великий хорошо говорил: «Давайте будем объяснять только то, что можно объяснить, что лежит на поверхности». Это очень немного. Задача науки описать и объяснить то, что она может понять. Суть развития культуры – это её закат. Когда духовные идеи исчезли, исчезли идеи и в науке, исчезла предметность и основа искусства.

Ю. М. Осипов: Не забывайте, что наука вытеснила философию и религию из сознания людей. И она считала, что она заменяет их. Вот что самое главное. И поэтому – это самый настоящий кризис науки. Но с какой стороны мы заходим? Со стороны человека, со стороны этого мира. Глядим уже на науку, как на некий феномен. Сейчас человек уже не к Богу, а к науке вопрошает: «Что ты наделала? Ты знала, что ты делала?». Причём не просто технологически наделала, а вытеснив

философию, вытеснив религию, опустошив человека. С этой точки зрения, это не просто кризис, это полное банкротство науки, ее крах.

В. С. Князьков: У меня не комментарий, а сообщение. Мне недавно довелось побывать на специализированном семинаре, где присутствовали вице-президенты известных IT-компаний, в частности Microsoft. В целом семинар был посвящён развитию мировой инфраструктуры нового поколения. Сейчас Microsoft развернул на территории США ресурсные центры. Это специализированные центры для цифрового математического моделирования, укомплектованные электронно-вычислительными машинами и иной техникой. Microsoft открывает сервисы для всего населения США, т.е. люди получают реальный прямой доступ к методам математического моделирования практически во всех областях знаний. Бесплатно. По европейской программе аналогичная парадигма будет внедряться в Европе. Есть договорённость развернуть эту инфраструктуру и в России. Получается следующая ситуация: о цифровом неравенстве уже никто не говорит, его просто не существует в реальности. Существует интеллектуальное неравенство. Когда такие сервисы даются фронтально населению с возможностью бесплатного доступа, то создается предпосылка для крупнейшего рывка в социальной экономике. Точно также сейчас работают европейцы. Нам нужно осознать, что экономика сейчас переходит несколько в иную сферу.

Ю. М. Осипов: Я уже дал ей название – «техномика». Экономика – это ещё социальный процесс, а техномика станет уже технической системой. И это нормально. Это процесс завершения научной революции, когда человек абсолютно вытесняется из сферы интеллекта, а думает за него машина.

В. С. Князьков: Там ставится задача – ставить задачи. Предоставляется инструмент для того, чтобы решать интеллектуальные задачи. Привожу элементарный пример, есть база по геномике. Собран огромный фактический материал. Но как все это осознать – это уже задача конкретного исследования, конкретного человека. Как он поставит задачу, что он будет делать, что он из этого получит. Можно, например, поставить задачу создать искусственное чувство нежности, но это морально или нет? Наверно не морально.

Ю. М. Осипов: Это все будет сделано. А кто кому воспрепятствует в этом? Где возьмётся человек, который поставит такую задачу, никому это даже в голову не придет. Технические задачи опять же. Вы понимаете, что выветривается все гуманное, социальное, духовное, божественное. В том-то и дело, что наступает мир, который уже является не человеческим. И человек тоже становится другим. Для этого есть концепция постчеловечества. Но это совсем другое.

Мы кризис науки рассматриваем не то, что она ничего не может делать, а в её столкновении с человеком. Вот

кризис науки. И в социальной области это наиболее отчетливо видно. Она вообще не в состоянии поставить ни одной проблемы, касающейся человека. Наука его рассматривает, как физический организм, даже как психологический организм.

Н. И. Злыгостева: Тот же Блок, выйдя из среды ученых, понимает, что математика, как и биология не может себе ответить ни на один вопрос, который он задает себе, как человек. Ни как математик, ни как биолог, а как человек. Или, например, Павел Флоренский. Начинает как ученый, понимает, что наука не отвечает ни на один вопрос, продолжает как философ и тоже понимает, что философия не дает полного знания. Когда уходит к вере – понимает, что это путь, на котором он может найти ответы, которые его тревожат.

Ю. М. Осипов: Ещё раз подчёркиваю, доминирование науки и научного мировоззрения. Не забывайте об этом. Это доминирование идет уже в течение полтысячи лет. И все, что мы называем философией, это все уже не совсем философия, это просто служанка науки. Любой философ, нормальный философ, как только он касается этих проблем, сразу становится противником науки. У него другие основания в восприятии человека, другой взгляд. И человек стал слепым в этом отношении. Он не знает куда идет, но ему кажется, что все прекрасно. Но дело не в этом. Он все равно пойдет и дойдет до конца. Остановить это не возможно.

Менеджмент в китайской традиции¹

Б. Б. Виноградский,

китаевед, переводчик,

президент фонда «Экология социальной культуры»,

г. Москва

e-mail: info@kitaed.ru

В. С. Сизов,

ректор Вятского социально-экономического института,

доктор экономических наук, профессор,

г. Киров

e-mail: vsei@vsei.ru

Management in Chinese Tradition

B. B. Vinogradsky,

V. S. Sizov

Глава 10

Принципы традиционного китайского управления

В результате многогранного рассмотрения традиционного китайского управления авторами учебного пособия был сделан ряд обобщающих выводов, о том, в чем же оно заключается. Эти выводы условно можно разделить на две части: основополагающие или стратегические принципы, просматривающиеся на протяжении столетий и даже тысячелетий в китайских подходах к управлению и тактические приемы или правила управления, которыми традиционно пользовались (и пользуются) наиболее выдающиеся китайские руководители.

Итоговый обзор начнем со второго блока выводов, т.е. с тактических

приемов и правил. Авторы выделили 39 принципов, которые представляются им наиболее важными для понимания китайских традиций управления. Не следует их путать с традиционными китайскими стратегемами, хотя ряд принципов, возможно, и напоминают некоторые стратегемы. Приводимый ниже список принципов не является исчерпывающим и тем более не бесспорен. Его, безусловно, следует уточнять и дополнять, что является одной из задач будущих исследований принципов китайского менеджмента.

1. Принцип дарения. Одариваемый всегда оказывается в той или иной степени зависимости от дарителя. Зависимость тем сильнее, чем выше статус дарителя и щедрее подарки. Поэтому регулярная раздача правителем/руководителем даров своим

¹ Продолжение. – Начало в №№ 3, 4, 2007, №№ 1, 2, 3 – 4, 2008, № 1, 2, 3, 4 2009; № 1 2010, № 2, 2010.

подчиненным считается весьма важным актом для укрепления власти, т.к. ставит подчиненных в зависимое положение.

2. Принцип обобществления имущества. Он предполагает концентрацию собственности клана в одних руках и централизованное ее распределение. Этот принцип по своей сути близок к принципу дарения. Он заключается в том, что руководитель (правитель, жрец, депутат и т. п.) имеет право от имени коллектива распоряжаться всем его совокупным имуществом. В отсутствие жестко закрепленных правил распределения власть неминуемо сосредотачивается в руках распределяющего, каким бы образом он не получил это право. Власть распределяющего основана на том, что благополучие каждого члена коллектива зависит от его решения, и подчиненные это знают. Для руководителя (любого уровня) доступ к жестко ненормированному распределению тех или иных благ является источником укрепления его личной власти и способом воздействия на других членов коллектива.

3. Принцип демонстрации моральных качеств. Традиционно китайцы связывали крах или развал той или иной мощной структуры (например, династии) с низкими моральными качествами правителя / руководителя и его жестокостью по отношению к собственным подчиненным (к народу). В случаях безудержного распутства и жестокости правителя подчиненные зачастую устраивали

«перевороты». Руководителю следует помнить о том, что всегда найдется способ как его устранить от власти, и что нужно поддерживать оптимальный баланс между проявлением своей силы и поощрением подчиненных к дальнейшей работе. Распущенность же руководителя, ослабляя организацию в целом, так же ведет к недовольству подчиненных, т.к. упущенные организацией возможности, ее отставание в развитии наносит им вполне реальный и ощутимый ущерб.

4. Принцип различения официальной идеологии от практики управления. Ки-тайские правители всегда придерживались и проводили в жизнь ту или иную официальную идеологическую линию, активно внедряя принятую идеологию и среди простого населения. Чаще всего в качестве официальной идеологии выступало конфуцианство с его принципами миролюбия, человечности, уважения к старшим и к традициям. Но в реальном управлении во многом использовались методы легистов: тотальное насилие, военные агрессии против соседних народов, государственные монополии на незаменимые товары (например, соль и железо), принцип наград и наказаний, принцип равных возможностей для представителей разных социальных слоев населения и т.п.

5. Принцип «мандата Небес». Широко распространено представление о существовании высшей (или «небесной») воли в отношении того

или иного человека. В соответствии с этим мнением, правителем / руководителем нельзя стать по собственному желанию, им надо родиться, быть «богоизбранным». У такого рода людей от рождения существуют определенные «знаки», по которым их можно отличить от обычных людей. Например, толстые большие мочки ушей (как у Будды Ми Ло Фэ) свидетельствуют о больших карьерных возможностях и финансовых перспективах человека. Это представление широко распространено в китайском обществе. В западном менеджменте это называется эффектом «ауры». К обладателю таких «знаков» люди априори относятся с большим уважением и вниманием, предполагая, что те наделены определенными способностями, позволяющими им управлять.

6. Принцип повышения жизнеспособности подчиненных. Правители Китая огромное значение придавалось созданию большого количества ирригационных сооружений – дамб, плотин, оросительных систем с целью защиты населения и урожаев от частых и губительных наводнений, и с целью регулирования уровня водоемов для обеспечения нужд сельского хозяйства. Эти меры защищали население от природных бедствий и голода, повышали урожаи и способствовали экономическому росту страны.

7. Принцип поддержки непосредственных товаропроизводителей. Эффективные китайские правите-

ли проводили политику поддержки непосредственных товаропроизводителей, например, крестьян и осуществляли жесткий контроль над деятельностью посредников и монополистов.

8. Принцип приоритета экономических вопросов в управлении государством. Успешные китайские правители основывали эффективность управления государством на развитии его экономической мощи, в первую очередь на грамотном регулировании земельных отношений, на всемерном содействии торговле и гибком применении налоговой системы. Надо отметить такую важную особенность, что в Китае при проведении тех или иных экономических реформ правители практически всегда учитывали необходимость экономической заинтересованности простых граждан в труде и особенно в крестьянском. А торговля считалась настолько важной, что воевавшие между собой царства заключали специальные соглашения, позволявшие пересекать купцам границы.

9. Принцип развитой инфраструктуры. Многие китайские правители считали необходимым строительство развитой транспортной инфраструктуры страны – сети дорог и каналов, объединяющих государство в единое целое.

10. Принцип крупномасштабных (национальных) проектов. Сильные правители обязательно проводили крупномасштабные проекты общенационального значения, например,

такие как строительство Великой Китайской Стены, Императорского канала, посылка морских экспедиций, строительство столиц, грандиозных дворцов и гробниц. Эти проекты были призваны сплотить нацию, а так же продемонстрировать величие китайского народа и его Правителя, как самим жителям страны, так и соседним народам.

11. Принцип «правильного» налогообложения. В китайском государственном управлении испокон большое значение имела правильная налоговая система. В идеале она представлялась не слишком жесткой, чтобы люди не могли жаловаться на жизнь и, следовательно, не бунтовали, но и не чрезмерно мягкой, что бы у них не было время думать о чем-то другом, кроме работы.

12. Принцип разделения ветвей власти. Для успешного управления в кит-тайских империях осуществлялось четкое разделение ветвей власти: законодательная и контролирующая (их представляли император и подчиняющиеся только ему ревизоры), военная администрация, исполнительная гражданская администрация. Выделялась и судебная власть, но вплоть до XX в. она фактически оставалась в зависимом положении от императора и чиновников других ветвей власти.

13. Принцип равенства требований закона ко всем. В Китае достаточно рано произошла стандартизация законов, а также декларирование равенства перед законом всех гражд-

дан, вне зависимости от чинов и званий. Однако вплоть до начала XX в. преступник, даже приговоренный к смертной казни, мог «купить» себе замену, т.е. когда вместо него на казнь соглашался другой человек, который таким образом обеспечивал деньгами свою бедствующую семью.

14. Принцип «круговой поруки» и беспрекословности исполнения приказов. Четкость управления обеспечивалась беспрекословностью исполнения приказов. Любое нарушение установленных законов или отданных приказов каралось чрезвычайно жестоко. Использовался принцип «круговой поруки», т.е. коллективной (семейной, родовой или общинной) ответственности за проступки, совершенные любым членом данного коллектива. Вплоть до полного уничтожения семьи, рода, общины в трех поколениях.

15. Принцип передачи власти по «духовному сродству». Традиционно властные полномочия в Китае передавались (и продолжают передаваться) по признаку «свой – чужой». Этот признак не характеризуется обязательной родственной принадлежностью к имеющему власть лицу, хотя наличие родственных уз является серьезным положительным аргументом. Признак «свой – чужой» определяется скорее по некоему внутреннему духовному сродству (схожести, симпатии) между тем, кто власть передает и принимает. В тоже время существенную роль играет национальная принадлежность приемника. Для кит-тайцев важна на-

циональная составляющая, например, приемник обязательно должен быть ханьцем.

16. *Принцип разрушения межличностных отношений.* Для обеспечения внутреннего спокойствия в стране китайские правительства разоружали население, не позволяя иметь оружия простым гражданам (кроме специальных военизированных крестьянских поселений вдоль границ империи, наподобие русского казачества). С целью предотвращения мятежей в войсках использовались частые переброски воинских частей из одного места дислокации в другое и систематическая смена командиров. Это не позволяло войскам налаживать связи с местным населением и исключало, следовательно, возможность поддерживать друг друга во время волнений. Ни командиры воинских частей, ни их подчиненные не доверяли друг другу, а в такой обстановке им было трудно устроить военный переворот.

17. *Принцип «китаизации» иных народов.* Китай благодаря более сильной культуре, традициям и системе управления всегда стремился ассимилировать завоеванные им народы или те, которые завоевали Китай сами (успешно это делая). В конце XX и начале XXI в., КНР продолжает применять эту стратегию, теперь уже по отношению ко всему миру вообще. Сегодняшние китайские руководители рассматривают сверхнаселенность

страны не столько как проблему, но в первую очередь в качестве важного стратегического преимущества. Эмигранция китайцев в другие страны негласно поощряется Министерством государственной безопасности КНР, вплоть до помощи особо одаренным в трудоустройстве и деньгами. В свою очередь многочисленные китайские общины, имеющиеся практически во всех странах мира, помогают лоббировать интересы КНР в этих странах, а так же стараются «прибратать к рукам» частный бизнес. Например, в Индонезии, в стране с населением около 220 млн. человек, 4 млн. переселенцев из Китая контролируют три четверти частного бизнеса, похожая ситуация в Малайзии и Сингапуре, где хуацяо (заморские китайцы) сосредоточили в своих руках крупнейшие банки. А в Штатах диаспора добилась сногшибательных успехов в политике. Одного из американских этнических китайцев – Лон Цзяхэя – избрали губернатором штата Вашингтон¹.

18. *Принцип адаптации чужеродных идей.*

Проиллюстрируем этот принцип словами известных российских китаеведов Л.С. Васильева и А.И. Кобзева, которые указывают, что «... Благодаря гигантской адаптирующей силе китайская культурная традиция стала способной быстро и радикально преобразовывать проникавшие в страну чужие идеи, умело и весьма гармонично их китаизировать...»².

¹ Александров А. Китай – наш «старший брат»? // «Аргументы и Факты». – № 48, 27 ноября 2002 г.

² Этика и ритуал в традиционном Китае. Сб. статей. – М.: «Наука», 1988. – С. 4.

19. *Принцип подкупа и переманивание сильных лидеров противника на свою сторону.* В борьбе со своими противниками или конкурентами китайские правители часто использовали (и используют) прямой подкуп их лидеров и ключевых руководителей, предлагая им в том числе назначение на значимые должности. Таким образом, они, с одной стороны, привлекали в свои ряды сильных, харизматических лидеров, превращая своих врагов в своих подданных или союзников, а с другой стороны, вносили разлад в стан противников, ослабляя их позиции.

20. *Принцип централизации власти.* Большинство китайских правителей стремились к централизации власти, справедливо полагая этот подход в управлении страной лучше, чем децентрализацию. Китайский исторический опыт (так же как и опыт Древней Руси) показывает, что децентрализация власти, чрезмерное экономическое или военно-политическое усиление отдельных регионов, неминуемо ведет к междоусобице или переделу власти в стране, народным волнениям и неконтролируемой миграции населения.

21. *Принцип марионеточной власти.* Когда за власть борются несколько сильных лидеров, зачастую «победить» может слабейший. Сильные добровольно уступают власть слабому. Это связано с той ситуацией, что слабый и формальный руководитель, реально не определяющий политику в организации, устраивает

остальных лидеров, которые боятся передать власть какому-то одному сильному лидеру, поскольку это чревато захватом им реальной власти. В Китае эта ситуация хорошо видна на примере власти чжоусских ванов в период «Борющихся царств».

22. *Принцип своевременных модернизаций и реформ.* Китайские правители, вплоть до последней маньчжурской династии Цин, залог успеха видели в проведении своевременных модернизаций. Прежде всего, это касалось технических усовершенствований, а так же реформ, особенно военных, налоговых и социальных. Отступление от этого правила привело цинских правителей к фактическому подчинению Китая в XIX в. западным державам. Свои реформы, выведшие в конечном итоге КНР из затяжного кризиса, Дэн Сяопин начал со знаменитой политики «четырёх модернизаций», заключающейся в коренном реформировании промышленности, сельского хозяйства, образования и вооруженных сил.

23. *Принцип привлечения лучших специалистов (и компаний).* Привлечение богатых, умных и трудолюбивых людей из других государств использовался не только в древнем Китае, но нашел широкое применение в наши дни. Только сегодня правительство КНР осуществляет этот принцип в виде привлечения не столько отдельных людей, сколько целых иностранных компаний в Китай с целью создания филиалов, до-

черних и совместных предприятий на взаимовыгодных условиях. Для этого китайское руководство идет на беспрецедентные меры поддержки заинтересованности иностранных компаний, что с лихвой окупают-ся. Сегодня это одна из немногих стран мира, где существуют подразделения практически всех крупных компаний мира, вне зависимости от направления их деятельности: от электроники до автомобилестроения, от производства игрушек до парфюмерной продукции.

24. *Принцип использования высоких идеалов для достижения приземленных целей.* Китайские руководители прививают своим подчиненным конфуцианские идеи о том, что человеческая жизнь – это постоянный процесс учения и воспитания, и что в трудовых отношениях первостепенное значение имеют не финансовые вопросы, а социальные отношения и взаимоуважение. В тоже время нередко менеджеры высшего звена используют конфуцианскую этику, идеалы человечности и добродетели для того, чтобы добиться чего-то от других. На нижнем уровне – работники и менеджеры нижних звеньев, в целом, весьма искренно исповедуют конфуцианские идеалы.

25. *Принцип опоры на большое количество помощников и недоверия им всем.* Мудрый Правитель должен был опираться на многочисленных помощников, ибо опора на немногих могла привести к сосредоточению в их руках власти и ее фактической

узурпации. В тоже время мудрому Правителю предписывалось не доверять никому из своих помощников.

26. *Принцип доноительства.* В Китае всегда поощрялось доноительство вплоть до того, что замеченные в нарушениях чиновники освобождались от наказания, если они вовремя донесли на других, тоже преступивших закон. Каким бы аморальным не казался этот принцип нормальному человеку, до сих пор человечество не изобрело лучшего способа оперативного получения любой конфиденциальной информации. Благодаря доноительству раскрываются многие преступления, предотвращается большинство злодеяний и терактов в любой стране мира.

27. *Принцип монополии на образование.* Некоторые китайские правители (не без наущения своих советников) считали, что для успешного управления страной необходима монополия государства на образование, потому что «когда народ глуп, им легко управлять» (Шан Ян). Исходя из этого положения считалось, что учителя, дающие людям знания, тем самым ослабляют мощь государства.

28. *Принцип обдуманых слов.* Согласно традиционным рекомендациям китайскому руководителю, его мудрость не должна была бросаться в глаза, дабы не вызывать неприятия у менее умных подчиненных или собеседников. В тоже время руководителю предписывалось точно выражать свои мысли, с тем, чтобы

подчиненные не могли истолковать порученное им двояко, а также он никогда не должен был давать заведомо невыполнимых поручений. Выполнение этих требований требовало от руководителя вдумчивого подхода к своим указаниям и взвешенности в своих словах.

29. *Принцип управления посредством «недеяния».* Правитель должен был быть неторопливым в делах и управлять по принципу «недеяния», т.е. так все предвидеть и организовывать, чтобы не было необходимости в его вмешательстве в протекающие процессы. Лао-цзы говорил: «Трудно управлять народом оттого, что власти слишком деятельны».

30. *Принцип контролирования чувств и эмоций.* Считалось и считается, что хороший руководитель только тот, кто способен контролировать свои чувства и эмоции.

31. *Принцип контролируемой свободы действий.* Руководителю предписывалось давать свободу действий своим подчиненным, но при этом ежедневно и строго их контролировать.

32. *Принцип объективности контроля.* Для того, чтобы руководитель имел реальное представление о том, что делается в управляемой им компании или стране, контроль должен был осуществляться на основании объективных показателей, независимых от чьего-либо истолкования.

33. *Принцип ограниченного количества четких правил.* Для эффективного управления важно наличие

небольшого числа четких законов (правил или положений). Чем больше законов, приказов, инструкций – тем больше возможности чиновникам брать взятки. Чем они более «размыты» и неточны, тем больше возможности истолковывать не в соответствии со справедливостью, а в ту или иную пользу. Лао-цзы говорил: «Когда много законов и приказов, увеличивается число воров и разбойников».

34. *Принцип опоры на целевую установку.* В китайской системе управления ярко прослеживается влияние синкретических представлений: идей буддизма, конфуцианства и даосизма. Это свидетельствует об идеологической сути традиционного китайского менеджмента, а так же говорит о неонтологической сущности управления. Следовательно и западные принципы управления, основывающиеся на извлечении наибольшей прибыли при наименьших затратах, являются идеологически, а базовая сущность управления вообще связывается с его целевой установкой. На практике этот вывод означает, что в той или иной ситуации используется тот управленческий принцип, который наилучшим образом соответствует целевой установке относительно сложившейся ситуации, вне зависимости от его идеологической (или религиозно-философской) составляющей. Реформы, осуществляющиеся в КНР с последней четверти XX в. – наилучшее тому подтверждение.

35. *Принцип отбора чиновников / менеджеров и назначения их на должности в соответствии с их талантами.* Издревле китайцы для подбора чиновников, управляющих страной, использовали принцип выделения людей и назначение их на должности по их талантам и личным заслугам, а не по родовым признакам. Китай первая страна мира, где была использована система экзаменов на занятие чиновничьих должностей. Кроме того, обращалось внимание на то, чтобы таланты человека соответствовали занимаемой должности. Естественно, что человек, занимающий ту или иную должность, должен был справляться со своими должностными обязанностями.

36. *Принцип «худой мир лучше доброй ссоры».* Китайские руководители предпочитают договоренности и мир с конкурентами (или строптивыми подчиненными) открытой конфронтации, поскольку даже сильная организация, обессиленная постоянной борьбой, не может долго сопротивляться сторонним натискам и угрозам. Впрочем, это не мешает китайским компаниям и их лидерам вести против противников скрытую борьбу, используя в частности те или иные стратагемы.

37. *Принцип прогнозирования.* Большинство китайских правителей и полководцев древности, а так же многие современные бизнесмены прежде чем предпринять что-либо обращались и обращаются к тем

или иным прогнозным практикам. Хотя в русскоязычной литературе о Китае чаще всего используется словосочетание гадательные практики, оно менее точно отражает реальную суть дела. Китайские руководители обращались к соответствующим специалистам именно за прогнозом, который принципиально отличался от гадания тем, что описывал весь ход развития ситуации, а так же давал различные варианты при внесении или изменении тех или иных факторов воздействия на ситуацию.

38. *Влияние на ситуацию с помощью сверхъестественных сил.* Подобная практика была на протяжении всей китайской истории. Можно привести следующий характерный пример из книги В. Я. Сидихменова «Китай: страницы прошлого»: «Летом 1904 г. в окрестностях Пекина два месяца не выпадали дожди. Посевам угрожала гибель. Желая «помочь» бедным крестьянам, вдовствующая императрица Цыси десять дней подряд молилась, умоляя богов ниспослать дождь. Она не принимала мясной пищи целых три дня и запретила резать свиней в пределах Пекина, дабы вызвать милость богов ведающих дождем. Цыси повелела всем придворным «омыть тело и сполоснуть рот», чтобы предстать перед богами «с чистой плотью»...¹. В обращении за помощью к сверхъестественным силам нет ничего необычного, поскольку такова практика многих руководителей во многих

¹ Сидихменов В. Я. Китай: страницы прошлого. – М.: «Наука», 1978. – С. 53.

странах мира. Китайская же специфика этого принципа связана с китайской религиозной практикой.

39. Принцип демонстрации отличия руководителя от подчиненных.

Китайские чиновники, особенно в Старом Китае, имели жесткие различия в носимой ими одежде: ее цвете, материале, покрое, даже количестве пуговиц. Все чиновники должны были одеваться в точном соответствии с занимаемой должностью. Кроме того, сословные различия и социальный статус подчеркивались через цвета зонтиков, число носильщиков паланкина и т. п. Гражданские чиновники на халатах носили изображения птиц, а военные – изображения животных¹.

Кроме различий чисто внешних чиновникам предписывалось ритуальное поведение, описываемое тремя тысячами правил и особые манеры, среди которых медлительность в движениях, церемониальные движения, отстраненный от внешнего мира взгляд. Чем выше был статус чиновника, тем меньше он общался с людьми, которые были ниже его по чину. Во времена династии Цин сановникам запрещалось посещать театры и прогуливаться по улицам без пышной свиты, так как это подрывало их престиж. В гости или на прием они должны были пребывать только в паланкинах, но ни в коем случае ни пешком, ни в экипаже и ни верхом.

Значительная часть принципов, изложенных выше, должна быть по-

нятна и знакома многим российским руководителям. В отдельности, каждый из них трудно назвать чисто китайскими (хотя есть и такие, как, например, китаизация людей других национальностей и чужеродных идей). Таковыми же они становятся, прежде всего, вследствие их комплексного, системного и регулярного использования в китайском традиционном менеджменте.

Во втором блоке представлены принципы, выделенные авторами в качестве основополагающих или стратегических. Всего выделено 12 таких принципов. Эти принципы, как правило, уже более специфические и в большинстве своем соответствуют именно китайскому традиционному подходу к вопросам управления.

1. Принцип «исправления имен».

В соответствии с этим принципом конфуцианской философии, процесс управления – это исправление «неправильного» хода вещей и явлений и установление «правильного». Понятия «правильного» и «неправильного» трактуются в соответствии с принципами конфуцианской морали. В качестве главного инструмента управления в этом случае выступает внутренняя моральная сила, которую любому руководителю необходимо постоянно возвращать и воспитывать, прежде всего, в себе, а затем и в своих подчиненных. Внутренняя моральная сила ориентирует руководителя на установление перед трудовым

¹ Там же. – С. 248.

коллективом более высоких целей, чем извлечение прибыли, а именно на увеличение интегрированного потенциала управляемой системы в целом, а также на развитие интегрированного потенциала личности руководителя и его подчиненных (под которым понимаются здоровье, качество жизни, отдыха, образования, глубины чувств и т. п.).

Применение принципа «исправления имен» на практике предполагает рассмотрение любой управленческой ситуации в комплексе, в единстве внешнего и внутреннего. Без этого не возможно ее адекватное сравнение с идеальным образцом, к которому руководителю и предстоит ее приблизить.

В традиционной китайской парадигме существует единство, базирующееся на представлении об обязательном восприятии внутреннего и внешнего аспектов той или иной ситуации. Такой подход помогает понять, что даже внешне похожие ситуации будут несколько отличаться друг от друга при их целостном рассмотрении, т.е. с учетом внутренних обстоятельств. Иначе говоря, внутреннее содержание отличает друг от друга одинаковые по внешним признакам ситуации. Соответственно должны выделяться и разные стратегии взаимодействия с этими ситуациями.

Отсюда существует следствие. Один из основных моментов китайского опыта управления – это умение никогда не реагировать сразу на

приходящий импульс любого характера. Опытный китайский управленец ждет, когда ситуация несколько раз видоизменится, чтобы увидеть ее под разными ракурсами и в результате воспринять ее в целостности. Китайская привычка видеть целостную ситуацию – соответствует понятию системности в управленческих кругах на Западе.

Поскольку в управленческой практике руководителю обычно приходится иметь дело не с одной, а сразу с несколькими ситуациями, то для управленческого процесса важно умение одновременно «держат» несколько ситуаций, понимать, как они связываются между собой, чтобы «вести» их по пути «исправления имен».

2. Принцип «открывающихся врат» или цикличности.

Он, прежде всего, раскрывается в том, что реакция руководителя (а в принципе любого человека) на то или иное событие, должна соответствовать временному циклу. Все происходящее, или как говорится в Книге Перемен, вся тьма вещей воспринимается как циклы, т.е. ничто не появляется в восприятии ниоткуда. Все приходит из какой-то циклической единицы. Поэтому для руководителя очень важно знание законов смены ситуаций, каждой из которых, в зависимости от ее характеристик, соответствует какой-то цикл, определив который можно спрогнозировать как ситуация будет развиваться в дальнейшем.

Принцип цикличности связан непосредственно с понятием «открывающихся врат». Оно заключается в том, что в каждый текущий момент времени может быть начато и успешно осуществлено не любое произвольное действие или начинание, но только соответствующее характеристикам текущего временного цикла. Если «врата открыты», то в них можно «войти» (то есть сделать какое-то действие по осуществлению замысла) и задуманное обязательно осуществится, так как ситуация (цикл) благоприятствует этому. И напротив, если «врата закрыты», то начинание обречено на провал и для реализации замысла следует ждать подходящего момента. Таким образом, в зависимости от временного цикла та или иная ситуация может являться благоприятной для нового дела или неблагоприятной.

Отметим, что сходные подходы к наличию благоприятных и неблагоприятных обстоятельств существуют и в западном мышлении. Однако принципиальное отличие кроется в том, что на «открытие» и «закрытие» «врат», согласно китайским представлениям, могут оказывать влияние совершенно опосредованные (с точки зрения западного человека) факторы. Например, такие как временные циклы («волны времени»), погода на улице, настроение человека, вкушение им той или иной пищи, наличие или отсутствие солнечного света и т. п.

3. Принцип гармонии.

Суть этого принципа заключается в сохранении очень высокого уровня равновесия управляемой системы, что во многом достигается благодаря способности руководителя реагировать на изменения до того, как они начали проявляться.

Китайская специфика управления состоит в том, что руководитель должен стараться пребывать все время в состоянии так называемой «совершенной мудрости». Главная способность руководителя – это быть всегда впереди, всегда реагировать на изменения до того как они начали проявляться во внешней реальности. А это и есть сохранение очень высокого уровня равновесия.

У китайцев есть выражение «пребывая внутри – управляешь внешним». Именно через пребывание внутри, человек находясь внутри себя, ищет такую точку, где он ощущает любого рода назревающие кризисы не там, где они проявились и где уже возникли трещины, а там где только началось движение наперекос.

Мудрый руководитель всегда должен оставаться в равновесии, зная о том, что существуют определенные закономерности регулирования состояний. Он знает, что использование этих закономерностей приводит к прогнозируемым изменениям в этом мире.

4. Принцип опосредованного воздействия.

В Китае руководитель никогда не пытается решать проблему прямо «в

лоб», но делает это, как правило, через изменение равновесия в системе. В западном варианте этот принцип соответствует косвенному управлению, т.е. управлению путем создания определенных условий или механизмов, так направляющих действия людей, что в итоге получается заранее заданный результат. Прямое же управление можно сравнить с действием «напролом» или «в лоб». В западной системе менеджмента это управление непосредственно-го руководителя действиями своих подчиненных, осуществляемое, как правило, на базе административной ответственности по линии руководитель-подчиненный¹.

На уровне управления большими социально-экономическими объектами, будь то предприятия, регионы или страны, в западном менеджменте обычно используется косвенное управление. А на уровне отношений между людьми, особенно во взаимоотношениях руководитель-работник, чаще используется прямое управление. Тогда как китайский менеджмент в таких взаимоотношениях в большей степени предполагает косвенное управление и, прежде всего, в проблемных вопросах. И наоборот, доля использования косвенных рычагов на уровне управления социально-экономическими объектами ниже, чем в западной модели менеджмента. В Китае до настоящего времени имеется сильно развита командно-

административная система управления, использующаяся, прежде всего, при управлении крупными промышленными объектами, регионами и государством в целом.

Опыт, стиль и искусство руководителя проявляется в том, когда именно, с помощью чего и на что руководитель может воздействовать на управляемую систему. Многие традиционные стратагемы ориентированы на опосредованное воздействие, на достижение своих целей «чужими руками», используя чужие интересы.

А. Девятов в книге о китайской специфике очень подробно разбирает этот китайский управленческий подход, названный им «принципом третьей силы»². Суть этого принципа, по его мнению, в том, что китайцы никогда не действуют напрямую, а всегда ищут «третью силу», т.е. действуют через кого-то, стараясь «столкнуть лбами» заинтересованные стороны, сами оставаясь в сторонней выжидательной позиции. Китайское военное искусство так же учит, что необходимо найти и использовать какого-то союзника и никогда не действовать против противника один на один.

По мнению авторов учебного пособия, принцип «непрямого воздействия» следует понимать более широко. Так, например, воздействием может быть и отсутствие реакции, причем иногда значительно более

¹ Сизов В. С. Проблемы стратегического управления. – Киров, ВСЭИ, 2005. – С. 100.

² См. Девятов А. «Китайская специфика. Как понял ее я в разведке и бизнесе». – М.: «Муравей», 2002.

сильное, чем ее наличие. Существует характерная китайская стратегия «отступая – наступать», т.е. наступать через отступление. Она является практическим выражением даосского принципа у-вэй – «деяния через недеяние» и означает способность не соперничать, способность отступить, чтобы занять более выгодную позицию, умение не расплыться, не тратить силы впустую, отказываясь от каких-то «проходных» предложений в терпеливом ожидании более выгодных.

5. Принцип «дальновидения».

Этот принцип означает способность делать далеко идущие выводы на основе незначительных признаков. Он основан на том мнении, что в каждой конкретной ситуации изначально заложены признаки ее дальнейшего развития. Для хорошего китайского руководителя одной из важнейших всегда являлась способность видеть и выявлять мельчайшие знаки, показывающие каким образом ситуация будет развиваться дальше. И чем раньше человек способен разглядеть эти знаки, тем более мудрым он является с точки зрения китайского менталитета.

В соответствии с Книгой Перемен, ничто в мире не пребывает в неизменном состоянии, не бывает статическим. Если появился первый признак, то он обязательно приведет за собой и всю ситуацию в целом, если, конечно, не предпринять необходимых действий. Один из знаков Книги Перемен читается так: «Всту-

пишь на иней, придешь и на твердый лед». Имеется в виду, что уровень холода сначала маленький, едва заметный, но если он уже пошел, процессы необратимы, и обязательно наступит ситуация (например, в отношениях между людьми) «твердого льда». И это действие движения не в пространстве, а во времени.

Специфика китайского управления заключается в обязательном видении мелочей, которые, с точки зрения китайской управленческой системы, ведут обязательно к развитию ситуации, наподобие того, как Шерлок Холмс в свое время свой дедуктивный метод применял – если уж обнаружилась капля крови, то где-то должен быть и труп.

6. Принцип нравственных оснований управления.

Ряд положений, являющихся тактическими следствиями этого основополагающего принципа, уже упоминались в первом блоке принципов китайского менеджмента. Главными принципами построения совершенного общества, по Конфуцию, являются – гуманность, соблюдение ритуалов и обрядов, а также практическое воплощение нравственных норм в жизнь. Конфуций говорил: «Если человек поступает из корыстных побуждений, он неизбежно вызывает негодование». В соответствии с этим в Китае и вообще на Востоке большую роль в обществе играют нравственные законы. В практике менеджмента они оказывают реальное влияние на те

решения, которые принимаются руководством при выработке стратегического курса предприятия. Роль морали в по-вседневной жизни и в процессе управления связана, прежде всего, с тем, что в сознании людей существует безотчетная вера в божественное верховенство Неба и в необходимость соответствия на Земле небесной гармонии.

Конфуций в своем учении рассматривал понятие «человечность», кото-рая, с тех пор как конфуцианство стало официальной китайской идеологией, является основой всего. Человечность является знаком номер один в системе построения отношений между людьми. Ей должно соподчиняться все остальное. Человечность эквивалентна понятию доброты. Отсюда идет интерес руководителя к жизни своих сотрудников, а не безразличие, уместная и возможная помощь, забота об их здоровье, а не жестокосердие. Хороший руководитель старается никогда не терять связь со своими подчиненными.

Еще одна важная черта китайского менеджмента, так же уходящая своими корнями в понятие «человечность», – это ориентация на бесконфликтность. Любой менеджер любую ситуацию старается не доводить до конфликта¹. И это лежит в основе национальной психологии.

В теории западного менеджмента считается, что срединные пути самые худшие. Так, в экономической

деятельности лучше выбрать что-то одно и специализироваться на этом, быть в какой-то области лучшим и полностью сосредоточить силы в ней. В управлении тоже нечто подобное – либо ты строгий и суровый начальник, либо мягкий и либеральный, в зависимости от своего характера руководитель рано или поздно выбирает ту роль, которую он играет на службе. Считается, что только так, через специализацию, через сосредоточение можно достичь успеха. В китайской традиции другие представления и проявления на этот счет. С одной стороны, моральность (моральная сила), с другой стороны – строгость власти (величие, определенная авторитарность). И они друг друга дополняют. Но в обыденном западном мировидении они мало совместимы. В уникальной китайской способности совмещать несовместимое, повсюду находить компромиссы и избегать крайностей усматривается существенное отличие не только в двух типах менеджмента, но и вообще в типах мировоззрения – восточного и западного.

Мораль для китайцев является не абстрактной категорией, а той основой, на которой держится вся структура общества, удерживаются взаимосвязи между людьми – членами этого общества. Общественная мораль выражается, например, в том, что человеку сложно обмануть, сложно нарушить слово, потому что

¹ Тогда как в западном менеджменте существует целый раздел конфликтологии, в котором рассматриваются вопросы того, как «управлять» конфликтами, т.е. как из конфликтов извлекать наибольшую пользу для себя.

это реально осуждается, и человек, допустивший подобный проступок, будет испытывать дискомфорт. Моральные устои удерживают людей в рамках принятой в данном обществе поведенческой парадигмы лучше, чем любые законы и наказания за их нарушения.

Китайская история насыщена образцами того, когда ее герои не идут против справедливости, не ищут выгоды, а наоборот сторонятся ее. Бескорыстие, совесть и честь – вот наивысшие ценности, исповедуемые общественной моралью. Примерами для подражания являются отказы от тех или иных поступков, если хоть что-то в них могло подвергнуть честь героя малейшему сомнению. При этом моральные качества личности всегда являлись и принципом отбора государственных служащих, а не только конкретные знания.

Для любого китайца очень важная тема – оставить хорошее впечатление. Этому всегда уделялось большое внимание. Причем не только на уровне высшего корпоративного менеджмента, но и на низшем уровне. Любой уличный торговец так же озабочен тем, чтобы оставить хорошее впечатление, как и руководитель крупной компании. Различаются лишь способы того, как они это делают. Распространено представление, что если будешь манкировать в малом, то и в большом никогда ничего не получится.

Западным людям, особенно тем, которые едут не туристами, а по

приглашениям, официальными делегациями такая повышенная внимательность китайцев кажется блефом, обманом, что им просто пускают «пыль в глаза». Это оттого, что в них самих это качество – «оставить хорошее впечатление» – не развито. И потому при столкновении с ним то, что само собой разумеется для китайца – «режет глаза» европейцу. Впрочем, справедливости ради следует напомнить, что в случаях, когда обращение к моральным принципам используются оппонентом, для того чтобы что-то выгадать или даже обмануть, китайцы с легкостью могут «забыть» о них и отплатить обидчику «той же монетой». Обман обманщика, в отличие от этики христианства, здесь не считается аморальным. Напротив, это скорее забота о сохранении добродетели.

7. Принцип соблюдения ритуалов и иерархии.

Ритуал (ли) на Востоке являлся на протяжении многих веков и даже тысячелетий важным идеологическим инструментом власти. Роль ритуала связана с бытовавшими в общественном сознании представлениями о «правильном поведении». В Китае существовало даже особое понятие – «правильный человек», которое играло достаточно важную роль. Для «правильного человека» было обязательным соблюдение норм морали, честность, верность, справедливость, а так же еще рачительность и точность. Можно даже сказать, что сущность ритуала заключается

в том, чтобы ни в чем не допускать небрежности, быть предельно внимательным и аккуратным.

Например, ваны Восточного Чжоу в период ослабления их княжества тщательно сохраняли и поддерживали древние традиции, ритуалы и обряды, которые были установлены их предками, и которые делали их власть легитимной в глазах других китайских князей, пусть и более сильных. Благодаря строго соблюдавшемуся ритуалу князя Восточного Чжоу оставались той идеологической силой, которая связывала все китайские царства, особенно в период «Весны и Осени» воедино.

С ритуалом непосредственно связана и тема социальной иерархии, которая в Китае так же существует с древнейших времен и которой строго придерживаются вплоть до настоящего времени. Так, например, подчиненные не могут обращаться с просьбами, ходатайствами, жалобами напрямую к руководителю своего руководителя, т.е. перескочить через голову начальника. Это не принято, поскольку существует и строго соблюдается служебная иерархия. Однако надо заметить, что в Китае приветствуется и считается добродетелью способность прямо с критикой обратиться к руководителю: «Не делай так, так нельзя!».

8. Принцип индивидуального подхода.

В Китае принято подбирать человека под конкретную задачу. Отбор претендентов каждый раз делается

по тем качествам, которые требуются для выполнения данного задания. Проиллюстрируем этот принцип на примере. Как-то полководец Гуань Гун, один из героев романа «Троецарствие», отличавшийся невероятной добротой и который всегда платил добром за добро, просился у другого героя романа, известного нам Чжу-Гэ Ляна, на ответственное задание. Но Чжу-Гэ Лян, зная характер Гуань Гуна, не хотел направлять его на это задание. Он сказал Гуань Гуну: «Ты отпустишь Цао Цао, потому что ты не сможешь его задержать». Однако тот пообещал: «Нет, нет, я не пропущу!». И вот, когда поверженный полководец Цао Цао, жалкий и побитый, пришел к Гуань Гуну, тот не смог его удержать и отпустил. При всей своей героичности и отваге, он не смог обидеть побежденного противника. Но главное в этом примере, что Чжу-Гэ Лян предвидел такое развитие событий и такое поведение своего полководца.

Об индивидуальном подходе назначения для китайских полководцев звучат так: «Если ты любишь человека за то, что он безудержно храбр, то будь уверен, что он будет не обращать внимания на мелочи, и будет не тщательным и небрежным в каких-то вещах. И если ты ценишь эту храбрость, то уж принимай его небрежность в мелочах, потому что это обратная сторона этой храбрости. Если человек может прекрасно построить какой-то переговорный процесс, то принимай и его зануд-

ность, что он будет часто и очень долго тебе рассказывать о том, что можно сказать в двух словах».

9. Принцип личной ответственности.

Применение этого принципа связано со способностью, которая главным образом и отличает руководителя от неруководителя – это брать на себя ответственность и нести её, оправдывая возложенные ожидания. Принцип личной ответственности связан также с использованием в управлении авторитета и личного примера.

Уже цитированный ранее в учебном пособии Цзян Чжусян раскрывает принцип ответственности на примере «метода управления обезьяны». Он пишет: «Ответственность – это обезьяна. Каждый человек по характеру своему с самого начала постоянно повторяет одну и ту же основную тему. Он уходит от риска. По этому в менеджменте, в управлении персоналом надо вынести следующую основную мысль: равное право ответственности – это обезьяна. И если ты не знаешь, каким образом отвечать ясно нижестоящим подчиненным, то за одно неверное движение глаз обезьяна уже может прыгнуть на тебя. А после этого у тебя уже не будет возможности решать дела между «верхами» и «низами». Ты больше не сможешь найти «концы» в той или иной проблеме. И у тебя больше не будет свободного времени...».

Здесь Цзян Чжусян говорит о том, что если не контролировать все вре-

мя ситуацию, то в любой момент она может самым неожиданным образом обернуться против тебя и потом стать принципиально неуправляемой. Поэтому руководителю постоянно, все время необходимо придерживаться линии ответственности, если он не хочет, чтобы «обезьяна» прыгнула и вцепилась ему в лицо. Ответственность же в свою очередь усиливает авторитет, который вкупе с личным примером руководителя является наилучшим инструментом руководства.

10. Принцип семейственности.

По китайским представлениям в основе управления чем-либо (от предприятия до страны) лежит принцип управления семьей. Так традиционно устроено китайское общество, отсюда повсеместное распространение принципа семейственности (но не семейности). Многие организации устроены как большие семьи или кланы, однако это не похоже на японскую клановую корпоративную культуру. У китайцев своя специфика, свои особенности. И если, например, принято работать на одном предприятии много лет – это еще не принцип пожизненного найма как в Японии. Просто обычно долго работают на одном месте и все, при этом никаких «вечных» гарантий ни со стороны работодателя, ни со стороны работника нет.

Считается, что основа наведения порядка в стране похожа на управление семьей, а управление семьей направлено на воспитание в ее чле-

нах правильной основы или «корня», моральной силы. Исходная же мировоззренческая посылка принципа «семейственности» заключается в вере в разумность устройства бытия. Все в мире согласованно и налажено наилучшим способом. То, что отлажено естественным образом, не может противоречить друг другу. Так, например, широко известно высказывание: «Никогда в Поднебесной истинная верность государю и сыновья почтительность не могут придти к противоречию!». Если государство – это образ большой семьи, то действительно, все возможные противоречия исчезают, как только люди начинают мыслить и поступать в соответствии с правилами семейного общежития. И существует четкое установление, передаваемое «с молоком матери»: к родителям относиться как к родителям; к братьям, как к братьям; к старшим, как к старшим; к младшим, как к младшим. На этих принципах базируются отношения в китайской семье, но именно по ним же строятся взаимоотношения в трудовых коллективах между сотрудниками.

11. Принцип адекватности наград и наказаний.

У китайцев с глубокой древности созданы и существуют по настоящее время четко прописанные и систематизированные уложения о поощрениях и наказаниях. Такой подход чрезвычайно важен, поскольку в обществе существуют общепринятые понятия оценки деятельности лю-

дей. Запад в этом отношении отстал от Китая, и это, не смотря на то, что чуть ли не в каждой мало-мальски уважающей себя и своих сотрудников компании выстроены целые системы мотивации персонала, в том числе путем всевозможных поощрений, наград и наказаний. Но увы, все эти поощрения, как правило, не представляются общественно значимыми за пределами той компании, которая их применила. Общезначимых наград, признаваемых всеми гражданами страны (а не только тем или иным профессиональным сообществом: кинематографическим, писательским, научным или иным) в любом западном государстве не так уж много и получить их рядовому гражданину совсем не просто. Применение на протяжении тысячелетий хорошо разработанных поощрений и наказаний, причем подробно и логично объясняемых в каких случаях они применяются, привело к тому, что награда, полученная в какой-либо организации, свидетельствует о достижениях ее сотрудника не только для членов данной организации, но и другим, внешним по отношению к ней людям.

Ясность системы наград и наказаний и их адекватность (т.е. незначительный проступок должен быть слабо наказан, значительный – сильно) является, безусловно, яркой чертой китайского традиционного менеджмента, отличающего его от других систем менеджмента. Например, если посмотреть на то, как действует

система наград и наказаний в России, то окажется, что в сознании россиян сильно укорены понятия «обучение» и «воспитание». В России могут и за небольшой проступок наказать очень сильно, не вполне адекватно, моти-вируя это тем, «что бы неповадно было впредь». А за настоящее преступление могут вообще не наказать, особенно если «человек старался как лучше». Из воспитательных же побуждений широко применяется формула «на первый раз прощаем». Подобная практика распространена во всех сферах жизнедеятельности российского общества, начиная с семьи, в трудовых отношениях и заканчивая практикой уголовного правоприменения.

Что касается наград, то российская история, в том числе и современная, просто изобилует невероятными перекосами. В России настоящих героев, тех, кто отстаивал государственные интересы, рисковал своей жизнью, получал увечья или погибал, могут вообще никак не отметить или даже лишить льгот (что и произошло в 2005 г.). Зато из «политических» или подбострастных побуждений могут отмечать высшими наградами лиц, явно этого не заслуживших (яркий тому пример, многочисленные награды Генерального Секретаря ЦК

КПСС Л. И. Брежнева). Но не следует забывать о том, что «воспитательный» подход к наказаниям и «политический» к наградам дискредитирует саму систему наград и наказаний, которая просто теряет свою эффективность как инструмент мотивации.

12. Принцип «точечного» воздействия на ситуацию.

Это принцип воздействия на ключевые «точки» ситуации с целью ее изменения с минимальными издержками как материальными, так и моральными. Этот принцип традиционного китайского менеджмента подобен врачебному искусству игло-терапии, именуемому в Китае «чжен-цзю».

Главная способность руководителя, которая только и может позволить ему такой «чжен-цзю»-менеджмент – это «видение» того, что «тьма вещей» между собой взаимосвязана. Это уникальная способность, которую развивает в себе действительно хороший руководитель – способность выделять эти связи и понимать то, как они осуществляются. Принцип точечного воздействия на ситуацию предполагает умение находить узловые точки влияния на ситуацию в целом, а затем грамотно и предельно точно воздействовать на эти ключевые моменты.

УСЛОВИЯ ПУБЛИКАЦИИ В ЖУРНАЛЕ ВОПРОСЫ НОВОЙ ЭКОНОМИКИ

1. Статьи принимаются к публикации при условии оформления подписки на журнал «Вопросы новой экономики» через агентство «Роспечать» (подписной индекс 80935).
2. Статьи докторов наук принимаются без ограничительных условий.
3. Не принятые к публикации рукописи возвращаются без рецензии на них. Оплаченные суммы возвращаются за вычетом расходов на перевод денег.
4. Автору может быть предложено доработать статью, после чего она будет принята к публикации.
5. Редакция вправе отказать печатать рукопись, если сочтет ее содержание не соответствующим предъявляемому к работе такого рода научному уровню или стилистическому оформлению.
6. Редакция вправе по своему усмотрению сокращать текст статьи и вносить изменения, не меняющие смыслового содержания публикации.

Представляемые для публикации материалы можно послать ответственному секретарю журнала «Вопросы новой экономики» Пермяковой Е.Е. по адресу электронной почты: nauka@vsei.ru

Автору наложенным платежом высылается один экземпляр журнала бесплатно.

Заказы на журнал высылаются наложенным платежом после оплаты.

Стоимость дополнительного экземпляра

журнала для автора – 400 руб.

Стоимость одного журнала,

высылаемого наложенным платежом, – 500 руб.

Основные рубрики журнала:

Вопросы теории	Практика российских реформ
Мировая экономика	Менеджмент
Процессы глобализации	Корпоративные финансы
Экономика знаний	Научные дискуссии
Стратегии развития	Прогнозы социально-экономического
История мировой экономики	развития
Финансовая экономика	Стратегическое управление
Развитие регионов	Вопросы образования
Заочный университет	Мировоззрение

Адрес редакции:

Россия, 610002

г. Киров, ул. Большевиков, 91

тел./ факс: (8332) 67-02-35,

(8332) 67-66-7-18, 62-35-43

www.vsei.ru

e-mail: nauka@vsei.ru

Электронная версия журнала на сайте

<http://www.nir-ran.ru>

Подписной индекс 80935

При оформлении подписки на журнал
через агентство «Роспечать»

Реквизиты для оплаты подписки через редакцию журнала

Р/счёт 40703810392000000012
Филиал в г. Кирове ОАО «Банк ВТБ Северо-Запад»
БИК 043304750
Кор/счёт 30101810200000000750
ИНН 4346034770
КПП 434501001
НОУ ВПО «Вятский социально-экономический институт»

Распространяется по подписке и адресной рассылке в Российской Федерации и зарубежных странах

Уважаемые коллеги!
***Предлагаем вам размещение вашей рекламы и рекламных статей
в нашем журнале.***

*Дополнительную информацию вы можете получить на сервере
www.vsei.ru
(раздел «Аспирантам» – «Научные публикации»)*

Уважаемые авторы!

Доводим до Вашего сведения, что отправка своей статьи в адрес редакции журнала «Вопросы новой экономики» с предложением опубликовать свою статью в периодическом печатном издании рецензируемого научно-методического журнала «Вопросы новой экономики» расценивается как предложение автора заключить лицензионный договор о предоставлении права использования произведения редакцией журнала, который в соответствии с п. 2 ст. 1286 Гражданского кодекса России может быть заключен в устной форме.

Лицензионный договор с автором статьи считается заключенным с момента принятия редакцией статьи к опубликованию. Автор безвозмездно предоставляет редакции журнала «Вопросы новой экономики» на десять лет следующие права:

- воспроизводить Произведение, в том числе посредством электронных носителей информации в сети Интернет (право на воспроизведение);
- распространять Произведение или его экземпляры любым способом, в том числе посредством электронных носителей информации и сети Интернет (право на распространение);
- импортировать Произведение или его экземпляры в целях распространения (право на импорт);
- публично показывать и/или публично исполнять Произведение (право на публичный показ и на публичное исполнение);
- переводить Произведение (право на перевод);
- переделывать, аранжировать или другим образом перерабатывать Произведение (право на переработку).

Статьи и иные материалы публикуются исключительно на безвозмездной основе, вознаграждение авторам не выплачивается.

ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ СТАТЕЙ

1. Предоставляемый материал (статьи, дискуссионные материалы, монографии, рецензии, обзоры) должен являться оригинальным, не опубликованным ранее в других печатных изданиях.
2. Рукопись может представляться на русском и/или английском языках, при этом прилагается название статьи, краткая аннотация на втором языке, а также основные сведения об авторе (фамилия, инициалы), название статьи на английском языке.
3. Объём текста, как правило, должен быть не более 1 усл. печ. листа.
4. Первая страница статьи должна содержать следующую информацию: заглавие, фамилию, инициалы автора и в сноске – дополнительные сведения (должность, место работы, учёная степень). На последней странице необходимо указать контактные телефоны автора, адрес электронной почты.
5. Для выделения отдельных пунктов в тексте или графическом материале необходимо использовать только арабскую нумерацию.
6. В конце статьи приводится список литературы.

Запись книги с одним автором:

1. Андреянова, В. В. Как организовать делопроизводство на предприятии/В. В. Андреянова. – М.: ИНФРА-М, 1997. – 94 с. – (Библиотека журнала «Консультант директора»).
2. Исмагилова, Ф. С. Основы профессионального консультирования: учебно-методическое пособие. – М.: МПСИ; Воронеж: МОДЕК, 2003. – 256 с.

Запись книги с двумя авторами:

1. Косцов, А. В. Excel: практ. руководство/ А. Косцов, В. Косцов. – М.: Мартин Пресс: Тверь: Мартин, 2004. – 191 с.: ил.
2. Стенюков, М. В. Делопроизводство в управлении персоналом/ М. В. Стенюков, В. М. Пустозерова. – 2-е изд. – М.: ПРИОР, 2000. – 112 с.

Запись книги с тремя авторами:

1. Белова, Т. И. Дифференцированные управления: компьютерный курс: учебное пособие/ Т. И. Белова, А. А. Грешиллов, И. В. Дубоград. – М.: Логос, 2004. – 184 с.: ил.

Запись книги под редакторством:

1. Информационные технологии в маркетинге = Information technologies in marketing: учебник/ под ред. Г. А. Титоренко. – М.: ЮНИТИ, 2000. – 335 с. – (Textbook).
2. Юридическая энциклопедия/ Юридический центр науч. исслед. и правовой информ. ; науч. ред. Тихомиров М. Ю. – М., 1993. – 205с.

Запись книги под заглавием (нет автора и редактора)

1. Трудовой кодекс Российской Федерации: официальный текст принят Государственной думой 21 декабря 2001. – М.: НОРМА; ИНФРА-М, 2002. – 207 с.
2. Энциклопедия решения кроссвордов. – Ростов н/Д.:1999. – 640 с.

Аналитическая запись статьи из журнала:

1. Арасланов, Г. Реформы в Китае : смена поколений / Г. Арасланов // Азия и Африка сегодня. – 2002. – №4. – С. 2-6.
2. Козырев, Г. И. Конфликты в организации / Г. И. Козырев // Социально-гуманитарные знания. – 2001. – №2. – С.136-150.

Аналитическая запись статьи из сборника:

1. Малеин, Н.С. Об институте юридической ответственности / Н.С. Малеин// Юридическая ответственность: проблемы и перспективы: ученые записки Тарт. гос. ун-та. – Тарту : ТГУ, 1989. – С. 30.

Запись электронного ресурса:

1. Образцы правовых документов: электронный правовой справочник. – СПб. : Кодекс, 2000. – 1 CD-диск.

Запись интернет-источника:

1. <http://merges.ru>

Запись книги на иностранном языке:

1. Fukang F., Sanqlier M. (eds.) Complexity and Self- Organization in Social and Economic Sistems. Springer. – Berlin, 1997.

7. 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; 61],[12,1– 8].

8. Рукопись должна быть представлена на дискете или CD-диске в «Word 7.0» и распечатана в 2 экз. на бумаге с представленной дискеты. После рецензирования рукопись с дискетой может быть возвращена автору на доработку. Не прошедшие отбор рукописи не возвращаются, редакция не вступает с авторами в переписку, не высылает им рецензии своих научных редакторов.

9. Текст необходимо печатать на бумаге формата А 4 с одной стороны, с межстрочным расстоянием «полуторный». Поля текста следующие: верхнее – 2,5 см, нижнее – 2,5 см, левое – 3,0 см, правое – 2,5 см, переплет – 0. Страницы должны быть целиком заполнены текстом и пронумерованы. При наборе текста необходимо использовать шрифт «Times New Roman». Размер шрифта – 14.

10. Графический материал должен быть представлен в приложении к «Word», например, «Microsoft Graph».

11. Математические формулы оформляются через редактор формул «Microsoft Equation 2.0», а их нумерация проставляется с левой стороны.

Почта России												Ф СП-1		
АБОНЕМЕНТ на журнал										8 0 9 3 5				
												(индекс издания)		
ВОПРОСЫ										Количество комплектов				
НОВОЙ ЭКОНОМИКИ														
на 2010 год по месяцам														
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12			
						X	X	X	X	X	X			
Куда														
(почтовый индекс)						(адрес)								
Кому														

						ДОСТАВОЧНАЯ			8 0 9 3 5					
ПВ			место			литер			КАРТОЧКА					
на		журнал ВОПРОСЫ НОВОЙ ЭКОНОМИКИ												
Стоимость		подписки		1 120 руб.		количество комплектов								
		переадрес.		руб.										
на 2010 год по месяцам														
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12			
						X	X	X	X	X	X			
		город												
(почтовый индекс)		село												
		область												
		район												
		улица												
дом	корпус	квартира	(фамилия, и.о.)											

Редакция может выслать комплекты номеров журналов за 2007, 2008 гг.
 Стоимость одного номера 500 руб. + доставка.
Адрес: 610002, г. Киров, ул. Большевиков, 91
 Вятский социально-экономический институт, отдел науки и аспирантуры.
Тел.: (8332) 67-02-35 (факс), (8332), 67-66-18, 67-56-27.
 E-mail: nauka@vsei.ru