

Секция «ГОСУДАРСТВЕННОЕ И МУНИЦИПАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ»

Сtereотип как элемент политической коммуникации.

М.В. Алексахина

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

Необходимость изучения места и роли стереотипов в политической коммуникации обусловлена рядом особенностей данного информационного явления. Стереотипы существуют в коммуникационном пространстве помимо целей и мотивов участников коммуникационных процессов и сохраняют тенденцию к существованию и самовоспроизводству в определённом контексте [1]. Вместе с тем значимые преобразования в социальном, информационном и прочих пространствах общественной жизни способны изменить содержание стереотипа или привести к его исчезновению. Долгое время посредством пропаганды в СМИ в сознании советских граждан поддерживался стереотип «Запад загнивает и разлагается», в то время как коммунистический режим, наоборот, благополучно существует и развивается. Развал СССР и крах прежнего режима опровергли данный стереотип, и он прекратил своё существование.

Стереотипы существуют в интегральном информационном поле. Следовательно, данное информационное образование взаимодействует с различными дискурсами, оказывает влияние на разнообразные информационные потоки, перемещается из одного информационного поля в другое, либо находится одновременно в нескольких инфополях. Стереотип является аксиоматическим представлением о реальности, которое при этом может не отражать реальность. Как правило, стереотипы в упрощённой форме представляют определённые свойства объекта, которые проецируются массовым сознанием на все виды его деятельности в различных сферах общественно-политической жизни. Например, широкое распространение имеет мнение, что деятели культуры и искусства зачастую являются людьми, которые в силу своей деятельности склонны больше общаться с музами, нежели заниматься решением серьёзных вопросов. Им приписывается ветреность, непостоянство, легкомыслие и прочие черты, которые часто заставляют общественность с настороженностью воспринимать попытки киноактёров, певцов участвовать в решении политических вопросов, например, посредством избрания в Государственную Думу.

Политические стереотипы складываются в обществе в результате одностороннего отражения в массовом сознании отдельных сторон, свойств и проявлений системы политической власти. Негативные стереотипы акцентируют внимание на отрицательные черты и качества политических акторов. Стереотипы положительного содержания призваны подчеркнуть достоинства или приукрасить политические процессы или их участников.

Независимо от содержания политического стереотипа, он направлен, в том числе, и на создание и поддержание комплекса стереотипов или «карты стереотипов» [2]. Стереотипы советского периода носили идеологический характер и, несмотря на содержание и направленность, являлись элементами агитационно-пропагандистской компании, осуществлявшейся в рамках целой страны на протяжении нескольких десятилетий.

Стереотип можно также рассматривать как единство эмоционального, когнитивного и поведенческого элементов, что позволяет лучше описать эффективность и результативность функционирования рассматриваемого информационного образования. Способность стереотипа стимулировать реципиента к действию или бездействию, участию в голосовании, игнорированию информационных сообщений, распространяемых субъектом политики, и пр. являются признаками его действенности и жизнеспособности в условиях определённого контекста. Большое значение эмоциональной составляющей превращает стереотипы в факторы подсознательной регуляции поведения, оценка реальности, происходящая на основе эмоций, препятствует рациональному осмыслению событий и явлений. Стереотипизации мировоззрения, как утверждает У. Липпман, во многом противостоит образование: чем образованнее человек, тем в меньшей степени он поддаётся воздействию стереотипов.

Поскольку стереотип является упрощённым представлением реальности, он способствует «восприятию индивидом социального объекта максимально однородным и непротиворечивым» [3]. Он позволяет в значительной степени сократить время познания и реагирования на изменяющуюся реальность, а значит сократить и упростить процесс познания. Следовательно, стереотип может выступать в роли своеобразного «фильтра» или «призмы», сквозь которую реципиент смотрит на реальность.

Процесс создания, распространения и закрепления стереотипов в массовом и индивидуальном сознании во многом обусловлен активной ролью СМИ в социальных процессах, которые не только способствуют их возникновению, но и трансляции и ретрансляции. Формирование массовой культуры привело к тому, что человек демонстрирует склонность мыслить стереотипами.

Возникновение стереотипа может быть обусловлено как недостатком информации, так и её избытком. Отсутствие сведений об объекте способствует дистраиванию реальности, созданию и приписыванию объекту ли процессу определённых свойств. Избыток информации ведёт к её отсеиванию, закреплению в сознании наиболее значимых фактов и свойств, которые ложатся в основу стереотипа.

Основываясь на перечисленных выше свойствах стереотипа, можно заключить, что данное информационное образование является упрощённым схематичным представлением реальности, являющимся важным элементом агитационно-пропагандистского и манипулятивного воздействия.

Литература

1. Метелкина Ю.С. Социальные стереотипы: процессы формирования, виды и использование в политике. Автореферат. Новосибирск, 2002. С. 14
2. Кара-Мурза С. Манипуляция сознанием В России сегодня. Москва, 2001. С. 377.
3. Словарь практического психолога. Минск: Харвест, 1998. С. 648.

Социальная ответственность бизнеса в России: в поиске новых моделей

А.Н. Андрунакиевич

В условиях рыночных преобразований вопросы социальной ответственности бизнеса в России являются важными и злободневными. В стране, где 80% национальной экономики принадлежит частному сектору и акционерному капиталу, логичной и естественной выглядит ситуация, при которой предпринимательский сектор разделяет с государством всю полноту ответственности за социально-экономическое состояние общества, удовлетворение жизненно важных потребностей населения.

По данным социологических исследований **более половины** руководителей предприятий считают, что бизнес должен нести социальную ответственность и участвовать в социальных программах. Однако **одна треть** считает, что бизнес должен создавать рабочие места, выпускать качественную продукцию, получать прибыль, платить налоги государству, а социальная ответственность должна осуществляться государством.

Существует **две** основные модели социальной ответственности:

1. Ответственность бизнеса перед обществом ограничивается созданием рабочих мест и обеспечивает их эффективность использования через заработную плату, создание условий труда и выплату высоких налогов. Традиция создания рабочих мест и эффективного их использования реализована в Англо-американской модели социального управления. В Европейской модели социального государства бизнес платит большие налоги, а государство на эти средства реализует социальные программы для населения.

2. «Бизнес отвечает за все». Эта модель широко использовалась в советские времена. Предприятия (держатели государственной собственности) содержали всю социальную инфраструктуру («социалку»): санатории, пионерские лагеря, столовые, профтехучилища и т.д. Отдельные элементы этой модели широко используются в Японии и Южной Корее (предоставление жилья, поощрение семейных династий, обучение специалистов за счет корпораций и т.д.)

В последние годы с развитием крупного бизнеса в Европе наиболее популярна смешенная модель – Корпоративная социальная ответствен-

ность(КСО), которая ориентирует бизнес на три сферы проявления социальной инициативы: экономику, занятость и охрану окружающей среды. Ответственность бизнеса распространяется на условия труда, заработную плату, выплату дивидендов акционерам, выпуск качественной продукции и оказании услуг, охрану окружающей среды, занятость в конкретном регионе, реализацию социальных инициатив населения. Ответственность, связанная с реализацией региональных социальных проблем осуществляется через конкурсные гранты совместно с местным самоуправлением.

В России отсутствуют четкие модели социальной ответственности бизнеса. Основная причина — отсутствие государственной политики стимулирования тех или иных направлений социальной деятельности бизнеса.

Тем не менее большая часть российского бизнеса готова и участвует в решении социальных проблем. По данным социологических исследований за последние 3 года в благотворительной и спонсорской деятельности участвует регулярно около 60% предприятий, эпизодически — 31%.

Однако, в России не сложился пока эффективный институт решения социальных проблем. По существу спонсорская и благотворительная деятельность является лишь вспомогательным механизмом, тесно связанным с борьбой за положительный имидж предприятия и налаживание хороших взаимоотношений с властью на местах.

В этих условиях в стране идет поиск эффективных своих моделей реализации предприятиями социальных функций. Так в ряде субъектов Российской Федерации популярность получили **«Конкурсы социальных инициатив»** на основе широкого привлечения некоммерческих организаций и гражданских формирований населения.

Финансовой основой данной модели является «грантовый фонд», формируемый за счет средств бюджетов всех уровней, в том числе за счет средств бизнеса.

Данная модель имеет как положительные так и отрицательные стороны.

К положительным моментам относится:

- обеспечивает выявление актуальности социальных проблем
- обеспечивает создание дополнительных рабочих мест в регионе
- обеспечивает тесное взаимодействие предприятия(бизнеса), населения, органов власти и самоуправления.

Отрицательным является то, что местные бюджеты слабы и вся тяжесть финансирования ложится на бизнес, что не всегда для него является посильным. Кроме того, данная модель не решает глобально социальные проблемы, хотя определенные успехи имеют место.

Для России, российского бизнеса наиболее оптимальной является смешенная модель: Англо-американская, Европейская (Корпоративная социальная ответственность) и элементы социалистической модели. Государству необходимо обозначить свою политику в этом вопросе и создать условия для стимулирования социальной ответственности бизнеса в России и как можно скорее. Наша страна уже имеет горький урок 1917

года, когда безответственность бизнеса привела к тяжелым политическим последствиям и об этом необходимо помнить.

Организация местной власти: западный опыт и перспективы его применения в России

Евгения Владимировна Андрюшина

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

Традиционно в мировой практике выделяют две модели местного самоуправления: англосаксонскую и континентальную. Адольф Гессер в своей книге «Свобода муниципальных образований как спасение Европы» связывает уровень развития местного самоуправления с историей развития общественных свобод и государственности, выделяя: «исконно свободные» страны с традиционно высокой степенью гражданских свобод, выработавшие иммунитет против монархическо-бюрократической централизации (Великобритания, государства Северной Европы, Нидерланды, Швейцария, вне Европы — США); «либерализованные государства верховной власти», основанные на общем подчинении бюрократическому аппарату и оставляющие мало места для реального «управления под свою ответственность» на местном уровне (Испания, Франция, Италия, Германия) [1]. Для первой группы стран в его классификации «точкой отсчета» является местная община, для второй — государство.

Для «исконно свободных» стран характерны общие формулировки компетенции местного самоуправления. В Финляндии сферы деятельности (предметы ведения) муниципалитетов определены в самом общем виде: образование, здравоохранение, социальное обеспечение, техническая инфраструктура, контроль за сохранением окружающей среды [2]. В этой стране с 1988 года проводится эксперимент по повышению свободы муниципалитетов (сейчас в данном проекте их участвует более половины). Он основан на заявительном принципе участия: муниципалитет сообщает в Министерство внутренних дел о решении присоединиться к эксперименту, после чего начинает в соответствии со специальным временным законом свободно заниматься собственным управлением, исходя из своих потребностей. Для участников эксперимента свободнее происходит межмуниципальное сотрудничество, идет процесс приватизации некоторых общественных услуг, упрощается бухгалтерский учет.

В странах второй группы также считают, что активные граждане — благо для муниципалитета, однако больше внимания уделяют государственному контролю. В Германии начальник окружного управления — руководитель района в земле, осуществляет общий или правовой надзор за общинами районного подчинения, администрация округа осуществляет правовой надзор за городами нерайонного подчинения, одновременно она является вышестоящим органом надзора за общинами районного подчинения [3]. Для данной группы стран компетенция более детально устанавливается законом и судебной практикой. Во Франции органы ме-

стного самоуправления могут быть наказаны за проведение социальных или экономических мероприятий, необходимость которых не оправдана. Таким образом, хотя во второй группе стран и существуют ограничения компетенции местного самоуправления, они вводятся не для того, чтобы оградить сферу государственного влияния, а для того, чтобы защитить свободу предпринимательства и частную инициативу [4].

Анализ зарубежного опыта необходимо учитывать при проведении реформы местного самоуправления в России. Однако при этом необходимо обратить внимание на некоторые моменты. Во-первых, неправомерно отождествляются понятия местного управления и местного самоуправления. Во многих странах для организации управления территориями применяют сложные механизмы, сочетающие органы государственной администрации местного уровня (местные администрации) и органы, избираемые населением, т.е. собственно органы местного самоуправления. Сложности перевода с иностранных языков приводят к неправомерному отождествлению форм регулирования и контроля за действиями местных администраций со стороны вышестоящих органов с государственным регулированием и контролем местного самоуправления.

Но при всех существующих моделях неизменным остается одно — государство всегда и везде оставляет за собой право контролировать местные органы власти. Для этого в его распоряжении оставлена масса возможностей давления — аннулирование, временная приостановка, пересмотр (решений), отзыв, роспуск и т.п. При этом верховная власть исходит из постулата, что ряд осуществляемых локальными «самоуправами» функций имеют общегосударственное и общенациональное значение.

В целом можно заключить, что основной проблемой, которую следует решить для современного местного управления и самоуправления, является сочетание местной автономии и государственного вмешательства с учетом исторических, экономических и политических особенностей конкретного государства или региона.

Литература

1. www.liberal.ru
2. Лауринмяки Ю., Линкола Т., Прятта К. Местное и региональное управление в Финляндии. Союз местных органов самоуправления Финляндии, 1996.
3. Вольман Г. Перестройка местного самоуправления — требования демократизации и управленческих реформ // Материалы международной конференции: к новой концепции взаимоотношений. (Российский и зарубежный опыт). М., 2000.
4. Ведель Ж. Административное право Франции. М., 1993.

Стратегический маркетинг в сфере высшего образования*Е.Л. Балашов**Московский государственный университет им. М.В. Ломоносов*

Сегодня маркетинг выполняет важнейшую функцию в достижении конкурентного преимущества организации. Это происходит не только в коммерческой сфере, где практически во всех крупных компаниях службы маркетинга переходят с уровня функционального подразделения на стратегический уровень управления, в результате чего четыре основных функции управления, осуществляемые в рамках стратегического менеджмента, приобретают маркетинговую ориентацию. Стратегия маркетинговой деятельности вуза, как и любая маркетинговая стратегия, включает анализ сильных и слабых сторон вуза, возможностей и угроз рынка, конкурентов, их отличительных особенностей и на основе такого анализа формулирование собственных конкурентных преимуществ. Стратегия маркетинга образовательных услуг должна включать четкие определения целей и задач вуза, описание его потребителей и целевых аудиторий, конкурентных преимуществ образовательных программ вуза, с которыми он выходит на рынок.

На базе факультета государственное управление МГУ было проведено исследование, включающее анализ рынка образовательных программ по специальности государственное и муниципальное управление (гос. образовательный стандарт 061000). В результате, на образовательном рынке г. Москвы было выделено 43 Вуза, предлагающие образовательные программы по данной специальности. Из них статусом государственного вуза обладают 14 учебных заведения, часть из которых по уровню качества предоставляемых услуг являются прямыми конкурентами ФГУ (МГУ). Была проведена сегментация по ценовому уровню стоимости предоставляемых услуг и формам обучения. Эмпирические данные исследования подтверждают вышеназванное теоретическое предположение о том, что маркетинговое управление может стать принципом стратегического управления при определённых условиях внешней среды и соответствующих требованиях рынка, а именно: высокой степени интенсивности конкуренции на рынке и высокого уровня покупательной способности потребителей.

Традиционно, комплекс маркетинговых действий носит название маркетинг-микс и включает элементы (продукт, цена, место, продвижение); в последнее время выделяют пятый важный элемент — персонал.

Продуктом деятельности Вузов являются создание образовательных продуктов и услуг, которые выражаются в их образовательных программах. Образовательная программа — это комплекс образовательных услуг, нацеленный на изменение образовательного уровня и / или профессиональной подготовки потребителя и обеспеченный соответствующими ресурсами образовательной организации. Свои образовательные программы вуз предлагает как их непосредственным потребителям — студентам и слушателям, так и опосредованно, через своих выпускников, рынку труда и государственным органам.

Цена, являясь центральным компонентом маркетинга-микс, представляет собой инструмент для активизации спроса, вызовом или ответом конкурентам, гарантом доходов вуза. Многие исследования показывают, что потребители воспринимают цену как индикатор качества. Правильное позиционирование вуза и образовательной программы с точки зрения цены предоставляемых услуг как «общедоступной», «элитарной» или «с оптимальным сочетанием качества и цены» является важным компонентом маркетинговой стратегии вуза. По ценовой категории образовательные услуги предлагаемые на факультете государственное управление входит в «элитарный» сегмент. Но покупатель образовательных продуктов готов заплатить более высокую цену, так как производитель может наглядно продемонстрировать «добавленную стоимость»: дополнительные услуги, дополнительные характеристики образовательных программ, отличающие их от программ конкурентов, дополнительные особенности в виде качества обслуживания, предельной внимательности персонала вуза. Здесь исключительную роль может сыграть реклама, продвижение товарной марки, известность бренда.

Третьим «пи» является предпочтительный канал распределения (Place). Каналы распределения характеризуют собой способ предоставления услуги или продажи продукта, путь, по которому товары движутся от производителя к потребителю. Образовательные услуги это пример многоканального распределения. Ряд российских вузов предлагает по франчайзингу образовательные программы различного уровня английских, американских и французских образовательных организаций. В помощь вузам, предлагающим свои образовательные продукты за рубежом, создана и активно действует международная организация GATE (Global Alliance for Transnational Education). Эта организация занимается аккредитацией и контролем качества образовательных услуг, предоставляемых вузами и их агентами за пределами своих стран. Изменения, происходящие на международном рынке образовательных услуг, свидетельствуют о том, что интернационализация становится неотъемлемым элементом высшего образования. В ведущих вузах Великобритании, США, Канады до 80% студентов составляют иностранные граждане. По данным ЮНЕСКО уровень международной мобильности студентов вырос за последние 25 лет на 300%. По мнению экспертов к 2010 году число студентов, обучающихся за рубежом составит 2,8 миллионов, а к 2025 году — 4,9 миллионов. Экономическая интеграция требует определенной стандартизации результатов образовательной деятельности. Знания, полученные студентами в вузах одной страны, должны быть применимы в других странах, как для продолжения обучения, так и для профессиональной деятельности. Международный рынок образовательных услуг превращается в стремительно развивающийся сектор экономики, центральными элементами которого являются международный маркетинг образовательных учреждений и целенаправленный набор иностранных студентов. Конкурентным преимуществом становится наличие международной сертификации

образовательных программ Вуза. Международная конкуренция, выход на рынок образования РФ новых игроков в виде негосударственных вузов, зарубежных вузов, тренинговых компаний заставляет вузы стремиться к получению дополнительных свидетельств качества своих образовательных программ и тем самым укрепления своей конкурентоспособности. Такие свидетельства позволяют получить международную аккредитацию, которая делает сравнимыми квалификации различных вузов, унифицирует вузовские требования, делает возможным процесс мобильности студентов. При этом международная аккредитация не ведет к нивелировке национальных и вузовских особенностей.

Глобализация является одновременно и угрозой и возможностью для национальных систем высшего образования. Использование успешного зарубежного опыта в организации учебного процесса (модульная система обучения, письменные экзамены, перенесение акцента с контактных часов на организацию самостоятельной работы, использование как можно больше реальных бизнес ситуаций и заданий, чередование теоретического обучения с практической работой) способствуют укреплению конкурентоспособности российских вузов. Выбор и подготовка к международной сертификации помогает вузу не только укрепить свой имидж и конкурентное положение, но и повысить эффективность и качество образования.

Четвертым элементом комплекса маркетинга является продвижение его образовательных услуг на рынке. Этот элемент комплекса является крайне важным в современных условиях жесткой конкуренции на рынке. В структуре большинства государственных и негосударственных вузов существуют отделы, которые разрабатывают и планируют рекламные компании, оценивают эффективность рекламного воздействия, занимаются планированием рекламного бюджета, проводят маркетинговых и социологических исследований. Не редко на работу приглашаются профессиональные маркетологи с опытом работы на рынке образовательных услуг. Особо эффективным способом продвижения образовательных услуг является PR. Предмет PR в сфере образования — это философия, стратегия и тактика отношений и взаимодействия потребителей (пользователей) и производителей образовательных услуг и продуктов в условиях рынка, свободного выбора приоритетов и действий с обеих сторон, свободного обмена ценностями. Целевой результат PR-деятельности есть наиболее эффективное удовлетворение потребностей:

- личности — в образовании;
- учебного заведения в целом — в общественном мнении, которое было бы адекватно результатам деятельности организации;
- сотрудников учреждения — в личностном развитии и повышении благосостояния;
- фирм и прочих организаций-заказчиков — в росте кадрового потенциала

Также, по мнению специалистов, усилению роли PR в системе открытого образования может способствовать необходимость решения проблемы расширения образовательного пространства учебного заведения, его интеграции в единое мировое образовательное пространство. Точно так же, если не управлять, не выстраивать и не контролировать развитие образовательного пространства системы открытого образования на микро- и макроуровнях, оно не сможет отвечать новой образовательной парадигме, не будет системным и всеобъемлющим, не сможет интегрироваться в мировую образовательную среду. PR-усилия должны осуществляться на стратегической основе и соответствовать задачам менеджмента в организации

В сфере услуг, в особенности образовательных, часто выделяется пятый элемент комплекса маркетинга — персонал. С точки зрения потребителей услуг элемент выражается в создании положительного взаимодействия персонала вуза как во учебное время, так и в внеаудиторное время. Персонал нужно специально готовить к работе в таких условиях, а система управления маркетингом должна предусматривать различные организационные формы и методы работы персонала с целевыми сегментами потребителей и покупателей образовательных продуктов и услуг. В современной маркетинговой практике это носит название — маркетинг долгосрочных партнерских отношений (МДПО, *relationship marketing*), это современный этап развития стратегического, социально-этичного маркетинга. Важнейшая особенность МДПО — доминирование функции интерактивного маркетинга, в рамках которой потребитель, клиент активно и часто многоэтапно взаимодействует с производственными и маркетинговыми системами, физическими и особенно информационными ресурсами, сотрудниками поставщика товара или услуги — по поводу их ассортимента, цен, коммуникаций, способов продаж.

Осуществляется ли маркетинговая деятельность вуза одним из проректоров или его заместителями или специально созданным отделом маркетинга (как это происходит, например, в большинстве американских вузов) зависит от размера вуза и его бюджета. Однако сама необходимость планомерной и систематической маркетинговой деятельности уже не вызывает сомнений.

Эта деятельность должна начинаться с формирования стратегических намерений, т.е. осознания всеми преподавателями и сотрудниками вуза, а не только его высшим руководством, необходимости маркетинга и своей роли в этом процессе. За формированием стратегических намерений следует маркетинговый анализ среды вуза (его конкурентов, клиентов, продуктов и услуг), анализ наиболее приемлемых для данного вуза форм и методов маркетинговой деятельности и, наконец, оценка эффективности процесса. На основании вышеизложенных фактов становится очевидна необходимость использования маркетинговых инструментов на стратегическом уровне. Вузы, не осознавшие этой необходимости и не включившиеся активно в маркетинговую деятельность, могут уже в ближай-

шее время оказаться в невыгодном положении и не смогут сохранить конкурентоспособность на рынке образовательных услуг.

Литература

1. Котлер Ф. Основы маркетинга. СПб.: Литера плюс, 1994.
2. Браверман А.А. Маркетинг в российской экономике переходного периода: методология и практика. М.: Экономика, 1997.
3. Ченцов А. О бизнесе образовательных услуг // Высшее образование в России. — 1999. — № 2. С. 120–123.
4. Сагинова О.В. Маркетинг образовательных услуг // Маркетинг в России и за рубежом. — 1999. — № 3. С. 48–59.
5. Вифлеемский А.Б. PR-технологии в образовании // Маркетолог, 2000, №8.
6. Зотов В.Н. Разработка стратегии и тактики маркетинговой деятельности вузов на рынке образовательных услуг и научно-технической продукции. М.: РЭА им. Г.В. Плеханова, 1997.
7. Лайко М.Ю, Сагинова О.В. Выход российских вузов на международный рынок образовательных услуг // Маркетинг в России и за рубежом. — 2003. — № 3. С. 48–59.

Маркетинговая концепция 4P в компаниях — официальных дилерах зарубежных автомобильных производителей

К.А. Балашов

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

E-mail: kirill_balashov@mail.ru

Концепция 4P подразумевает работу персоналов отделов маркетинга, направленную на совершенствование продукта компании, ценообразование, дистрибьюторские каналы и акции по продвижению как собственно товара, так и самой компании на рынке.

Продукт

Специфика российского автомобильного бизнеса накладывает некоторые ограничения на возможности компаний, являющихся дилерами зарубежных автопроизводителей, осуществлять в полной мере весь спектр возможных действий по концепции 4P. Так, например, вопросами формирования продуктовой линейки компания-дилер может заниматься лишь на стадии своего возникновения или диверсификации. Иными словами, на стадии принятия решения о том, с какой маркой или с какими марками автомобилей ей предстоит работать. В дальнейшем ей придется иметь дело только с тем модельным рядом, который есть в распоряжении того или иного производителя.

Все остальные возможности дилерской компании по совершенствованию своего продукта лежат в области формирования уровней комплектации предлагаемых автомобилей, а также в сборе маркетинговой информации об оптимизации поставок моделей в той или иной комплектации для последующей передачи в представительство.

Единственным аспектом работы, касающимся продукта, в работе с которым у дилера полностью развязаны руки, следует признать возможности предложения клиентам сервисной зоны максимально полного спектра сервисных услуг, а также возможность обеспечения клиентов различными побочными услугами, связанными с их автомобилем.

Ценообразование и финансовое стимулирование

Вторым важным аспектом концепции 4Р является деятельность компании в сфере ценообразования и финансового стимулирования своих клиентов. Так как стоимость подавляющего большинства автомобилей устанавливается напрямую производителем (то есть представительством марки в стране), компании-дилеры получают свою продукцию и имеют право ее продавать по заранее определенным ценам. Среди составляющих этой цены присутствует, наравне с прочими составляющими, и определенная дилерская маржа, одинаковая для всех партнеров компании-производителя. Тем не менее, у продавца есть ряд возможностей, позволяющих предоставлять своим клиентам скидки на приобретение автомобилей: представительство марки в стране может награждать отличившиеся дилерские предприятия специальными финансовыми бонусами, за счет которых дилер имеет возможность сделать скидку своему покупателю. Таким образом, в рамках работы по ценообразованию можно рассматривать и создание внутренней маркетинговой стратегии, стимулирующей персонал всех отделов компании к достижению как можно более высоких результатов, и обеспечение координации этой деятельности на уровне топ-менеджмента компании.

Кроме того, дилеры имеют право индивидуально устанавливать цены на обслуживание автомобилей (стоимость так называемого нормо-часа). При использовании этого инструмента руководство дилерских компаний имеет возможность для финансового стимулирования клиентов сервиса.

Богатые возможности для предоставления своим клиентам дополнительных скидок имеют те компании, которые используют в своей работе разнообразные дисконтные программы. Такие программы могут распространяться не только на собственно дилерские компании, но и осуществляться в кооперации с другими компаниями, работающими в сфере автобизнеса (например, автодилер, сеть АЗС, страховая компания и т.д.).

Местоположение

Обеспечение выгодного местоположения дилерского комплекса имеет важное значение для процветания компании в целом. При принятии решения об открытии нового автосалона с сервисной зоной и складом необходимых запчастей необходимо обеспечить соответствие предполагаемой площадки ряду требований. К их числу относится удобное расположение комплекса на одной из крупных трасс в городской черте или недалеко за ее пределами и/или размещение дилерского комплекса в рамках «автомобильной деревни» (когда образуется конгломерат из нескольких дилерских предприятий, специализирующихся на разных марках автомобилей).

Вторым условием, непосредственно влияющим на бесперебойную работу сервисной зоны, является наличие достаточного парка автомобилей той марки или тех марок, на которых будет специализироваться дилерский комплекс, в районе, где он будет находиться.

Продвижение

В рамках деятельности, осуществляемой по продвижению дилерского комплекса, следует выделить такой аспект, как создание собственного сильного бренда дилерского предприятия путем использования различных маркетинговых технологий.

Важно также уделять особое внимание рекламной активности компании. Так как функции продвижения собственно автомобилей являются прерогативой представительства марки в России, дилерской компании представляется целесообразным сконцентрироваться на адресной рекламе, направленной на тех потребителей, которые уже определили марку своего будущего автомобиля и находятся на стадии выбора конкретного места для его приобретения.

Кроме того, важным аргументом в борьбе за потребителя может стать высокая PR-активность компании, в том числе и в рамках PR-акций, проводимых представительством марки с привлечением партнеров-дилеров.

Для наиболее полного охвата аудитории потенциальных клиентов важное значение имеет использование Internet-технологий для продвижения дилерского предприятия.

Также важно уделять повышенное внимание различным директ-маркетинговым акциям, направленным как на завоевание новых клиентов, так и на удержание существующих. В последнем случае уникальное конкурентное преимущество компания может получить от использования концепции управления взаимоотношениями с клиентами (CRM).

Перспективы иностранных инвестиций в Россию с точки зрения российских и западных аналитиков

А.Н. Баранская

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

E-mail: anna_baranskaya@mail.ru

В экономике любой страны, даже самой высокоразвитой, определяющую роль играют инвестиции, поскольку они способствуют дальнейшему развитию. Именно поэтому правительства стремятся создать самые благоприятные условия для привлечения иностранных инвестиций. Особенно важную роль процесс инвестирования приобретает в развивающихся странах, стремящихся достичь экономической стабильности и высокого благосостояния своих граждан. Но данный процесс в таких странах затруднен.

Так, казалось бы, Россия, будучи огромной страной, богатой различными видами ресурсов, в том числе и интеллектуальными, должна привлекать инвестиции других стран, как магнит. Но этого не наблюдается. Бо-

лее того, размер иностранных инвестиций за последние годы упал. В чем же проблема?

Дело в том, что иностранные инвестиции и оценка эффективности инвестиций явились совершенно новыми элементами в экономике всех без исключения стран бывшего СССР. На подавляющем большинстве предприятий не умели оценивать эффективность инвестиций так, как это требовалось согласно канонам инвестиционного проектирования. К тому же проявилось непонимание экономической сущности капитала.

Но, конечно же, основными проблемами на пути привлечения иностранных инвестиций стали неопределенность, экономическая нестабильность и политические риски. Отметим на наш взгляд самую проблемную сторону инвестиционного процесса в России. Согласно информации Министерства экономического развития и торговли РФ, инвестиционный климат в стране способствует привлечению иностранных инвестиций. Так, за январь-июль 2004г. «объем валового внутреннего продукта увеличился по сравнению с соответствующим периодом прошлого года на 7,4%. Прирост промышленного производства за восемь месяцев составил 6,9%, а инвестиций в основной капитал - 12,2%. В первом полугодии 2004г. в экономику России поступило 19 млрд. долларов иностранных инвестиций, что на 49,9% больше, чем за соответствующий период прошлого года, накопленный иностранный капитал составил более 66 млрд. долларов США». Министерство отмечает, что «продолжается рост реальных доходов населения, уровень инфляции оценивается в 2004г. около 10 процентов». [1] Конечно же, министерство не отрицает то, что на замедление инвестиционной активности влияет ряд факторов, среди которых «сохранение относительно высокого уровня рисков, несовершенство институтов фондового и банковского рынков. Негативное влияние на инвестиционный имидж оказал банковский кризис в летние месяцы». Но правительство не замечает или делает вид, что не замечает, ряд очевидных моментов. По информации UNCTAD, сейчас в мире наблюдается рост потока прямых иностранных инвестиций (FDI), сравнимый с резким подъемом 1999-2000гг. Значительный объем этих инвестиций опять идет в страны с развитой экономикой, поскольку они «предлагают более привлекательную инвестиционную среду». Посмотрев на перспективы FDI в странах Восточной Европы, можно заметить, что основной поток инвестиций идет в те страны, которые уже вступили или собираются вступить в Евросоюз. [2] Эти страны, как правило, имеют более высокие темпы экономического роста и более высокий уровень развития. Россия пока остается на втором месте по привлекательности в странах Восточной Европы. В докладе UNCTAD о мировых инвестициях 2004г. отмечается, что размер инвестиций в Россию упал на 4,1% в период 2002-2003гг. и составил 1144 млн. долларов США в 2003г. В том же году Россия продала некоторое количество компаний на общую сумму 7880 млн. долларов США (для сравнения на 1252 млн. долларов в 2002г.). По Inward FDI Performance Index Россия в 2001-2003гг. занимала 119 место со значением

0,322, что на 0,033 меньше, чем в 1998-2000гг. Индекс потенциала прямых иностранных инвестиций в Россию возрос в 2000-2002гг. до отметки 0,291, что поставило Россию на 33 место рядом с Малайзией и Мальтой. Однако UNCTAD отмечает, что Россия привлекает средства в основном за счет некой либерализации налогового законодательства, а не за счет темпов экономического роста и экономических перспектив развития. [3] В России же снижение ставки НДС до 18%, отмена налога с продаж, снижение ставки налога на операции с ценными бумагами до 0,2% номинальной стоимости выпуска представляется как важнейший фактор улучшения инвестиционного климата. [4]

Обращает на себя внимание то, что экономический рост других стран СНГ, например Украины и Белоруссии, за 2004г. выше, чем России. Политика нового украинского Президента в сочетании с этим фактором может отвлечь инвестиции от России и перенаправить их в Украину.

Следует также отметить, что UNCTAD дал прогноз, согласно которому основной поток инвестиций пойдет не в промышленный сектор, как обычно, а в сектор услуг, в основном в консалтинг, туризм, IT технологии и страхование. [4] Если в России туризм является достаточно доходным бизнесом, то другие направления в меньшей степени, что также может отрицательно сказаться на размере иностранных инвестиций.

Консультативный совет по иностранным инвестициям в России считает необходимым сосредоточить внимание на следующих направлениях: административной реформе, совершенствовании налоговой политики, банковской реформе и улучшении инвестиционного имиджа, включая «формирование в сфере природных ресурсов режима инвестирования». [1] Говоря о формировании режима инвестирования в сфере природных ресурсов, совет имеет в виду дифференцированную систему налогообложения. Хотелось бы отметить, что существующий сейчас проект может негативно сказаться на инвестировании нефтегазовой отрасли. Именно в эту отрасль поступает наибольшее количество иностранных инвестиций, т.к. это сейчас одна из наиболее перспективных отраслей в России, но это и одна из наиболее затратно-емких областей, т.к. постоянно требует внедрения новых технологий и перевооружения. Введение той дифференциальной системы, которая планируется сейчас, будет способствовать тому, что значительная часть прибыли будет уходить в бюджет и в стабилизационный фонд, а оставшаяся часть не сможет окупить проекты нефтяных компаний, что подорвет развитие отрасли и, соответственно, ее привлекательность.

Таким образом, Россия и мировое сообщество смотрит на инвестиционный климат в нашей стране с разных точек зрения, а сама Россия имеет тенденцию рассмотрения его как сугубо положительного, считая, что делает все возможное для его улучшения. Но такая позиция, с нашей точки зрения, может оказаться проигрышной не только из-за того, что мы не желаем замечать некоторые ошибки, но и из-за того, что в данном случае мы являемся просителями, а мировое сообщество — инвестором. Соответственно, если наша экономика не будет удовлетворять требованиям ин-

вестора, то он просто перенаправит свои средства в более выгодное активы, что скажется отрицательно на дальнейшем развитии России.

Литература

1. Коммюнике XVIII заседания Консультативного совета по иностранным инвестициям в России (г. Москва, 27 сентября 2004 г.)
2. Prospects for Foreign Direct Investment and the Strategies of Transnational Corporations, 2004-2007. United Nations New York and Geneva, 2004.
3. World Investment Report, 2004. United Nations New York and Geneva, 2004
4. Справка об инвестиционном климате в России. Министерство экономического развития и торговли РФ, 2004

Развитие творческих способностей в процессе подготовки управленцев

Екатерина Викторовна Батоврина

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

E-mail: coronial@mail.ru

Активное изучение творческих способностей и их роли в жизни человека началось сравнительно недавно — в 50 — 60 годах XX века. Основное внимание в тот период уделялось созданию базовых теорий креативности, изучению проблем возможностей развития творческих способностей у детей и школьников, разработке адекватных методик диагностики творческого мышления [1, 2]. В настоящий момент наиболее привлекательными для исследователей являются такие проблемы, как значимость творческих способностей для успешной работы личностей в тех или иных отраслях профессиональной деятельности, развитие творческого мышления у специалистов различных специальностей. Многие специалисты-управленцы сходятся во мнении, что творческие способности оказывают непосредственное положительное влияние на эффективность управленческой деятельности [3]. Поскольку данная гипотеза пока не доказана, возникает необходимость проведения как теоретических, так и эмпирических исследований в этой области.

Результаты проведенного мною опроса на тему: «Роль творческих способностей в профессиональной деятельности управленца» среди студентов 4 курса управленческих специальностей ВУЗов г. Москвы свидетельствуют о том, что роль целенаправленного развития творческих способностей в процессе подготовки управленцев достаточно высока.

Большинство респондентов (71,5%) считают, что успех профессиональной деятельности управленца, в большей степени, зависит от его способностей, навыков и опыта, чем от профильного образования и знаний. При этом роль творческих способностей в управлении связывается ими прежде всего с возникновением необходимости принятия нестандартных решений в процессе управленческой деятельности (это отмечают более 2/3 респондентов). Полностью полагаться на интуицию при принятии важных решений готовы по разным выборкам лишь от 30 до 40% рес-

пондентов. Интересно, что все респонденты отмечают, что наиболее значимую роль творческие способности играют в деятельности управленцев высшего и среднего звена. При этом положительное влияние на эффективность работы управленца оказывают и отдельные факторы креативности – воображение, способность обнаруживать и ставить проблемы, готовность идти на риск, оригинальность и др. Среди наиболее значимых факторов творческих способностей отмечены способность к анализу, способность достигать поставленных целей, способность генерировать новые идеи, внимательность, нестандартность мышления.

Интересно, что многие респонденты считают, что уровень творческих способностей у западных управленцев выше, чем у российских менеджеров. Эта тенденция, по их мнению, объясняется тем, что сложившаяся в России система образования мало способствует развитию творческих способностей. К формам учебных занятий в ВУЗе, наиболее способствующим развитию креативности, респонденты относят самостоятельные занятия, консультации с преподавателем, ролевые и деловые игры, рассмотрение ситуаций (кейс-стади).

На этом основании можно сделать вывод о значимости развития творческих способностей в процессе подготовки профессиональных управленцев. Для успешного развития творческого мышления оптимальным является применение активных форм обучения, которые должны органично применяться в процессе преподавания как общеобразовательных, так и специальных дисциплин. Помимо этого, важно мотивировать участников программ развития творческих способностей к самостоятельному развитию творческого мышления, особенно, если речь идет о подготовке специалистов в таких областях, как управленческий консалтинг, менеджмент по персоналу, антикризисное управление.

Литература

1. Creativity and its cultivation. – N.Y.: Harper & Brothers Publishers, 1959.
2. Barron F. Creative person and creative process. – N.Y.: Holt, Rinehart, and Winstor, inc., 1969.
3. Орлов А. Основные источники прибыли коммерческой организации // Менеджмент сегодня. № 5, 2004. С. 5-9.

Политическая символика современной России

Д.В. Белокрыльцева

Московский государственный университет им. М.В.Ломоносова

Политическая символика – одна из наименее изученных составляющих политики. Наибольшее количество работ по этой теме рассматривают символы как один из инструментов политической рекламы. Между тем, неотъемлемость символика от политики позволяет сделать вывод о том, что их связь прочнее, чем принято полагать

Под символом мы понимаем любой знак, обладающий несколькими контекстами, одним из смыслов которого является политический смысл.

Особенность политических символов по сравнению с любыми другими — изначальная направленность на адресат сообщения. Смысл политического символа должен быть понятен всем.

Существует множество подходов к классификации политической символики — по носителю, по способу восприятия, виду связи между обозначаемым и означающим. Мы будем придерживаться функциональной классификации, которая разделяет символы согласно тем ролям, которые они выполняют в политике. Это символы официальные, чье назначение, форма и порядок использования закреплены в системе права, и неофициальные, чье пребывание в поле политики обуславливается их собственными свойствами, а не статусом. Официальный символ меньше связан со средой, его статус обеспечивает ему как бы «запас прочности», который может позволить символу изменять свое значение в достаточно широких пределах, сохраняя при этом форму. У неофициального символа такого символического резерва нет, его существование длится ровно столько, сколько живет его смысл, и если меняется то, что он обозначает, символ меняется тоже. Неофициальная символика гораздо сложнее для анализа из-за своей многочисленности и постоянных изменений, однако именно из-за этого она может служить более чутким показателем происходящих в обществе изменений.

В силу сложившейся в России политической культуры, традиционной и патерналистской, символы играют здесь особую роль. Символ здесь является как бы самоцелью, он вполне может замещать идеи и «темы» реальности.

Политическая символика России развивалась неровно. Каждая новая эпоха (новый правитель, новое политическое устройство), отрицала свою преемственную связь с предыдущей. Герб — самый древний из символов, присутствующих в современной политической символике России, он появился еще в 15 веке. Однако его политическая роль много раз менялась: долгое время он считался атрибутом лично главы государства, затем — царского рода, а страну в целом стал обозначать только после перестройки. Флаг несколько моложе, его ввел Петр I, но опять-таки не как символ государства, а как символ страны и народа. Поэтому на царском фрегате «Орел» на впервые поднятом триколоре был размещен орел как указание на принадлежность корабля царской династии. При Александре II бело-сине-красный флаг сосуществовал с черно-желто-белым. Первый обозначал Россию как народ, страну, второй — как государство. Гимн же как таковой появился в начале 19 века, до этого в качестве гимнов в бою и на государственных торжествах использовались молитвы из церковного обихода или военные песни. Текст первого российского гимна «Боже, царя храни» — это на самом деле перевод английского «God save the King». После революции 1917 в качестве гимна использовалась «Марсельеза», затем на смену ей пришел «Интернационал», использовавшийся в качестве гимна РСФСР до 1944, когда ему на смену пришел гимн с музыкой А.В.Александрова на стихи С.В.Михалкова и Г.А.Эль-Регистана,

который с некоторыми изменениями в музыке и новыми словами используется сейчас. Основная черта официальной политической символики России – сочетание разнородных, отрицающих друг друга элементов – монархический орел, народный флаг, ставший после перестройки символом демократии, и советский гимн.

Символика политических партий – переходный вид между официальной и неофициальной. С одной стороны, она имеет официальный статус, с другой – это закрепление относится только к роли символа для самой партии, а его место в политической жизни определяется только его собственным весом, как и в случае с неофициальными символами. Не все политические партии в равной степени используют различные виды символики: только у КПРФ и СПС есть и гимн, и герб, и флаг. Меньше всего своей символикой пользуется ЛДПР – даже на официальном сайте найти эмблему партии непросто, однако у ЛДПР есть яркий символический лидер, что, может быть, важнее.

Неофициальная символика включает в себя наибольшее количество символов, которые вместе составляют целостный политический миф. Особую роль в неофициальной политической символике играют символические личности. Это вполне объяснимо с точки зрения психологи – наибольшая идентификация может возникнуть у человека только с человеком. К тому же, прочие символы воплощают идею в достаточно абстрактной форме, тогда как политический лидер – максимально достоверное подтверждение того, что идея или мифология могут существовать в том же смысле, в каком существуют объекты и явления материального мира. Существует три основных типа символических политиков: вождь, революционер и актер. Вожди – наиболее сильные в символическом отношении персоны, они сами создают себе «амплуа», в отличие от революционеров, которые символизируют какую-то уже существующую идею, и их дело не принадлежит им целиком. Актеры имеют наименьший символический вес, их роли на политической сцене определяются теми, кто выходит на первый план.

Еще один вид неофициальной политической символики – топонимика. Самая интенсивная практика переименований улиц и городов имела место с приходом советской власти. Не все названия прижились, и в результате, в современной России мы наблюдаем сосуществование дореволюционных, советских и современных названий.

Означаемое и означающее в символе должны находиться в постоянном диалоге, подпитывая друг друга. Символ вторичен по отношению к тому, что он символизирует. При слабой верховной власти любые сильные символы не выполняют функцию политического регулирования, однако они могут укреплять власть и консолидировать общество, продемонстрировать политическую волю и ослабить конфликт.

Корпоративная социальная ответственность в России: популистский лозунг или императив современности?

Е.Ю. Виноградова

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

Проблема роли крупных корпораций в жизни общества получает сегодня освещение с нового ракурса — как в России, так и в мире. Во всех развитых странах чётко обозначилась тенденция социализации предприятий. В США и Европе термин «корпоративная социальная ответственность» (corporate social responsibility, CSR) появился в середине 70-х годов прошлого века. К настоящему моменту там уже выработаны единые для всех компаний социальные стандарты и формы социальной отчетности. В Великобритании в мае 2000 г. был даже учрежден поста министра по корпоративной социальной ответственности.

Социальная ответственность российских корпораций является сегодня одной из самых обсуждаемых в обществе проблем. Сегодня Россия стоит на пороге перемен в сфере взаимоотношений власти и капитала, но какими будут эти перемены — точно не знает никто. Философия и технология взаимодействия государства и «олигархии» в России сделались объектами приоритетного внимания, как во властных кругах, так и в прессе. Для России социально ориентированный менеджмент является тем более необходимым, что нынешнее распределение собственности небезосновательно воспринимается большинством населения как незаконное и социально несправедливое. Скорость, с которой была проведена приватизация, а также способы её проведения обусловили не только исключительно быстрое обогащение бизнес-элиты, но и крайне слабую степень легитимности новых отношений собственности.

Механизм социальной ответственности приносит преимущества всем трём участвующим в нём сторонам — государству, обществу и самому бизнесу. Социальная ответственность бизнеса и борьба с бедностью — не просто популистский лозунг, провозглашённый властью. Это **объективное требование рынка**. Сверхнизкая доля фонда заработной платы в ВВП (25 — 30% против 60% и более в развитых странах) и исключительно высокая доля доходов от индивидуальной и предпринимательской деятельности (около 30% при 15 — 16% в США) ведут к снижению уровня и качества жизни широких слоев населения, ограничению массового конечного спроса в потребительской сфере и торможению экономического развития, поскольку основным рынком для нашего производства в условиях глобальных «открытых» рынков является внутренний рынок. В условиях, когда реальный рынок распространяется не на большинство населения, а на 10 — 15% наиболее обеспеченных слоев, возникает спросовое ограничение экономического роста и становится невозможной работа всего рыночного механизма. Недостаточный внутренний спрос — один из фундаментальных изъянов российской экономики. Его образованию способствовала ориентация производителей (в первую очередь ТЭК) на внешний рынок и опережающий рост импорта.

Необходимость социально ответственного поведения компаний в немалой степени обусловлена сменой приоритетов власти в сфере взаимоотношений с бизнесом. Если в 90-е годы слабое государство было одной из основных предпосылок проникновения крупного бизнеса во власть, то теперь мы имеем дело не с ослабленным государством начала 90-х, а с укрепившейся «вертикалью власти» и харизматичным лидером. Стандартные лоббистские механизмы перестали работать, так как были рассчитаны на слабого президента и прежнюю кремлевскую администрацию. Большой бизнес, чувствуя опасность смены курса на либерализацию экономики, взятого после перестройки, на ужесточение государственной политики, смены либеральной ориентации на этатистскую, начинает изыскивать способы «задобрить» власть и стабилизировать своё положение. Одним из этих способов и становится «социальная ответственность».

Сегодня наметились два подхода к понятию социальной ответственности со стороны крупного бизнеса:

Первый можно назвать скорее номинальным, если не сказать «показушным». Представители крупного бизнеса в один голос заговорили о необходимости социальной ответственности, о том, как много было уже сделано, а также о необходимости социальной отчётности, призванной довести до сведения власти и общества те «добрые дела», которые сделаны компаниями, информация о которых скрупулёзно зафиксирована и опубликована. На сайте Российского союза промышленников и предпринимателей¹, например, любой может узнать о том, что Сбербанком РФ выделены средства на подписку периодики для районных библиотек Волгоградской области и 2,5 миллиона рублей на воссоздание Невской ограды Летнего сада; что Росбанк создает компьютерные классы в сибирских городах, поддерживает Дом детского творчества «У Белого озера» в Томске; Европейский трастовый банк активно жертвует средства на нужды Русской Православной Церкви (с указанием полного перечня этих пожертвований) и т.п.

Очевидно, что происходит подмена понятий — социальной ответственности на коммерчески выгодное спонсорство. Суть **второго** подхода была неоднократно озвучена на телевидении и в прессе вице-президентом РСПП Игорем Юргенсом, который, утверждает, что социальная ответственность заключается в своевременной и полной выплате налогов, создании рабочих мест и своевременной выплате зарплат. Всё, что сверх этого — благотворительность и меценатство. Причём Юргенс подчёркивает, что благотворительность и меценатство — это движения души, а таковыми нельзя назвать попытки спешно задобрить власти и общество.

Чтобы не допустить победы первого подхода над вторым, необходимы встречные действия со стороны двух других сторон отношений социальной ответственности — государства и общества.

¹ См., например, перечень "добрых дел" российских банков, опубликованный на сайте www.rsppr.ru.

Пути содействия развитию малого предпринимательства

В.А. Воронов

Белгородский государственный университет

В поддержке малого предпринимательства важную роль играют органы местного самоуправления. Они вправе принимать муниципальные программы развития и поддержки малого предпринимательства. Государственная поддержка малого бизнеса важна особенно в период его становления. Государственная поддержка бизнеса дает возможность проявиться действительной экономической сущности предпринимательства, которая коренится в сфере производства товаров и услуг и предполагает получение прибыли за счет понижения издержек производства по отношению к рыночной цене. При этом извлечение прибыли органически сопряжено с научно-техническим прогрессом, что в результате создает предпосылки социально-экономического роста.

Такая поддержка рассчитана на стимулирование деловой активности и расширение объемов деятельности и обусловлена во многом тем, что малые предприятия ориентированы в основном на массового потребителя. Государственные и местные органы власти имеют возможность вовлекать в предпринимательскую деятельность свободные земли и ресурсы, нежилой муниципальный фонд, воздействовать на инвестиционную политику малых предприятий главным образом через субсидии и налоговые льготы.

Можно утверждать, что в настоящее время предпринимательство в России развивается в неблагоприятных условиях, при слабой его поддержке на различных уровнях власти, недостаточной правовой защите, чрезмерно высоких налогах и дорогих кредитах, отсутствии ясной и целенаправленной промышленной политики. Эффективной деятельности мешают бюрократизм и взяточничество чиновников, незавершенность процесса формирования многообразия форм хозяйствования. Указанные недостатки усиливаются размытостью прав собственности, несовершенством законов, нормативов и правовых актов, регулирующих предпринимательство в России.

Политика органов местного самоуправления в области регулирования предпринимательства должна быть направлена в первую очередь на создание оптимальных правовых, экономических и социальных условий его функционирования. Это приведет к успешному развитию предпринимательства, которое в свою очередь, позволит увеличить экономический потенциал государства.

Создание на местном уровне оптимальных социальных условий для предпринимательства предполагает, во-первых, развитие партнерских отношений хозяйствующих субъектов с органами власти и управления, а также между собой, независимо от их организационно-правовых форм и форм собственности.

Вторым аспектом в создании оптимальных социальных условий для развития предпринимательства является изменение общественного мнения и формирование позитивного отношения различных слоев и групп

населения к предпринимательской деятельности не только как к источнику удовлетворения потребностей в товарах, продуктах и услугах, но и как к возможному пути своей личной жизни. В свою очередь, устранение стереотипов негативного отношения к предпринимателям отдельных социальных слоев населения напрямую связано с изменением самосознания самих предпринимателей.

С точки зрения предпринимателя местные органы власти должны создать условия, в которых он сможет эффективно достигать своих целей, прежде всего экономических (максимизация прибыли, эффективность инвестиций, минимизация риска, защита собственности). С точки зрения органов публичной власти предприниматель призван обеспечить реализацию целей и интересов более высокого порядка (рост общего благосостояния, поддержание занятости, социально-политическая стабильность, экономическая мощь).

Содействие и поддержка предпринимательства предполагает деятельность органов местного самоуправления по реализации конкретных мер и мероприятий, призванных поддержать отдельные предприятия (отдельных предпринимателей), либо группы предприятий (предпринимателей) в создании, становлении и развитии ими своей хозяйственной деятельности.

В целом, вышеперечисленные пути государственной поддержки малого предпринимательства могут стать опорными основами его становления и развития, а их концептуально-аналитическое осмысление поможет более адекватно оценить современное состояние малого предпринимательства в России.

Регулирование миграционных процессов в Российской Федерации

Я.Д. Генова

Белгородский инженерно-экономический институт, Россия

Современная миграционная ситуация в Российской Федерации, на наш взгляд, является следствием сложной социально-экономической обстановки и свидетельствует о том, что для достижения социального процветания и экономического прогресса требуются твердая воля государства и внимание всего российского общества к достижению в стране прочного правопорядка и законности в области регулирования миграционных процессов.

На наш взгляд, для реализации основных направлений деятельности по регулированию миграционных процессов необходимо, в первую очередь, следующее:

- совершенствование законодательства Российской Федерации по вопросам миграции;
- заключение и реализация международных договоров Российской Федерации по вопросам миграции, в том числе соглашений о регулиро-

вании процесса переселения и защиты прав переселенцев, а также о защите прав соотечественников за рубежом;

- разработка в установленном порядке и реализация мероприятий по регулированию миграционных процессов в рамках соответствующих федеральных целевых программ;

- разработка и реализация региональных миграционных программ;

- разработка мер по обустройству (самообустройству) вынужденных мигрантов и включение их в федеральные, межрегиональные и региональные программы социально-экономического развития;

- разработка социально-экономических мер, направленных на регулирование миграционных процессов с учетом геополитических интересов страны, социально-экономической, демографической и экологической ситуации и перспективы развития регионов, определение с учетом Генеральной схемы расселения на территории Российской Федерации районов, предпочтительных для размещения мигрантов;

- расчет балансов трудовых ресурсов как всей страны, так и регионов, обеспечение создания рабочих мест при реализации экономических и инвестиционных проектов;

- создание сети информационных центров, в том числе региональных (межрегиональных), с использованием технического и интеллектуального потенциала общественных объединений мигрантов;

- поддержка федеральными органами исполнительной власти, органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации и органами местного самоуправления деятельности хозяйствующих субъектов малонаселенных районов;

- совершенствование взаимодействия между федеральными органами исполнительной власти по вопросам миграции;

- создание системы научного обеспечения и профессиональной подготовки кадров по вопросам миграции;

- взаимодействие с иностранными государствами и международными организациями в целях регулирования миграционных процессов.

Регулирование миграционных процессов позволит создать условия для решения задачи по обеспечению национальной безопасности, будет способствовать устойчивому развитию экономики страны, соблюдению прав человека и повышению качества жизни населения Российской Федерации.

Направления совершенствования законодательства в этой связи целесообразно определить в научно обоснованном программном правительственном документе (например, Концепция миграционной политики), который должен показать в том числе и место законодательных актов, касающихся прав мигрантов, в общей системе российского законодательства.

Управление миграционными процессами должно быть опосредовано, помимо конституционного, также административным, административно-процессуальным, трудовым, семейным, жилищным законодательством,

подпадающим под совместное ведение Российской Федерации и субъектов Российской Федерации.

В рамках совершенствования законодательных основ миграционной политики необходимо уточнить вопросы предоставления статуса отдельным категориям мигрантов, прежде всего тем из них, кто вынужденно покинул место жительства.

Так, в настоящее время в связи с усилением борьбы с терроризмом, международной организованной преступностью и незаконной миграцией выдвигаются предложения о необходимости сузить круг лиц, признаваемых беженцами и лицами, ищущими убежище.

Такие предложения могут быть реализованы путем усиления в целом процедурных механизмов предоставления статуса беженца и лица, ищущего убежище.

Только комплексное решение указанных проблем позволит создать действительно эффективную миграционную политику, которая должна стать составной частью внутренней и внешней политики нашего государства, одним из приоритетных направлений деятельности органов государственной власти с целью превращения миграции в позитивный фактор экономического и социального развития государства и общества.

Политико-правовой аспект эволюции института губернаторов в России

Е.В. Голикова

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

В силу значительной территориальной протяженности России, вопросы создания и упорядочения системы взаимоотношений центра и регионов традиционно остаются актуальными для российской государственности. На протяжении всей истории правители пытались построить оптимальную модель, которая позволяла бы контролировать регионы из центра посредством определенных рычагов, эффективно с ними взаимодействовать, укреплять свои границы, разведывать территории и развивать ресурсную базу, в том числе и за счет регионов.

Как таковой институт губернатора появился в России в XVIII веке. Традиционно административно-территориальное деление и местное управление определялось следующими факторами: 1) экономическая и демографическая ситуация в регионе; 2) военно-стратегическое значение региона; 3) историческая принадлежность его к определенному княжеству.

Еще ходе губной и земской реформы Ивана VI кормления в некоторых местах были заменены выборным самоуправлением, однако из-за непоследовательности проведения преобразований институт кормления продолжал сохраняться на большей части Московского царства.

После Смуты, при царе Михаиле Федоровиче, воеводство получает повсеместное распространение. В 1699 году из-под власти воевод было выделено посадское население. В 1702 году институт губных старост упраздняется. Дела их передаются воеводам с товарищами из 2-4 дворян, выбран-

ных по уездам. Эта попытка создания воеводской коллегии по дворянским делам окончилась неудачно, несмотря на повторный указ в 1705 году, напоминавший о повсеместном введении этих воеводских «товарищей».

Реформа местного управления 1708 года уничтожила старый принцип назначения на должность как «государево пожалование». Губернаторы, коменданты и другие чиновники назначались без челобития и исправляли свою должность без срока. Между этими чиновниками существовало более четкое разделение обязанностей и бюрократическая соподчиненность.

Одним из важнейших результатов петровской губернской реформы можно считать образование целостного унифицированного имперского пространства с единой централизованной и бюрократической системой местного управления. «Инструкция» 1728 года установила новый иерархический порядок воевод и губернаторов: уездный (городовой) воевода подчинялся провинциальному, а провинциальный — губернатору; губернатор сносился с центральными высшими учреждениями. Екатерина II сначала отдельными мерами, а потом широко задуманной реформой пересоздала все местное управление на началах децентрализации и местного самоуправления. Реформа 1775 года провела разукрупнение губерний; их число увеличилось более, чем вдвое, к концу правления Екатерины II насчитывалось 50 губерний. Новое административно-территориальное деление игнорировало экономические связи отдельных местностей России и национальные особенности местного населения. Реформа 1775 года проводила значительную децентрализацию местного самоуправления, то есть расширение распорядительных и исполнительных прав местных чиновников и учреждений. В начале 19 века генерал-губернаторы и наместники в своей деятельности руководствовались по-прежнему весьма неопределенными формулировками «Учреждения о губерниях» 1785 года.

Для истории местной администрации в дореформенной России характерны усиление власти губернаторов, рост их влияния на местные органы всех ведомств и постепенное понижение самостоятельности губернских правлений. Все эти процессы были закреплены в «наказе губернаторам» 3 июня 1837 года.

Со второй четверти 19 века широко практиковалось назначение вместо обычных гражданских губернаторов военных губернаторов. Функции губернатора и губернского правления были обширны. Революционное движение и общественный подъем 60 годов толкали правительство на усиление власти губернатора. Таким образом, губернатор как представитель высшей бюрократии в России того времени, исполнял не только свои прямые обязанности, но и был связующим звеном с представителями центральных органов, и с местными властями. Экономическая независимость оставалась главной отличительной чертой губернаторского корпуса.

В XX веке новым фактором стало появлением региональных элит, которые начали формироваться еще в Советский период по мере освобождения местных политических и хозяйственных руководителей от повседневной опеки Центра. Их зарождение относится к периоду правления Н. Хрущева и его попыткой образовать совнархозы. С началом проведения в России рыночных реформ (1992) позиции регионов усилились. Импульс реформирования исходил сверху, из Москвы, но центр тяжести в проведении реформ переносился на региональный уровень. Рыночные реформы значительно расширили ресурсы власти местных элит. В новых условиях им не только удалось сохранить прежние бюрократические рычаги управления экономикой, но и приобрести новые полномочия. За региональными властями закреплялось право регулировать цены в своем регионе, устанавливать местные налоги на производителей. В 1991-1993 гг. советская партийно-государственная модель управления в российских регионах распалась и на ее основе возникла новая система властных отношений. Ее основными чертами являлись: концентрация властных полномочий в руках исполнительной власти, персонификация властных отношений, сильные авторитарные тенденции при наличии представительных институтов (местные парламенты, политические партии, общественные организации) и формальных демократических процедур (проведение выборов). Выборы закрепили независимость губернатора по отношению к Центру, «освобождая» его от личной преданности президенту. В российских регионах сложились следующие три типа лидерства:

— патерналистский тип сложился в регионах, где сохраняется высокая потребность в «патронаже» со стороны властей. Отчасти этот тип получил распространение в аграрных и аграрно-промышленных регионах с высокой долей пожилого сельского населения, где сохраняются консервативные настроения.

— патриархальный тип лидерства получил распространение в этнических республиках (Татарстан, Калмыкия, Башкортостан, Якутия). Здесь образ лидера окрашен национальным колоритом, представляется призванным отстаивать этнокультурные и национальные ценности.

— модернистский тип лидерства сложился в промышленно развитых урбанизированных регионах с демократическим типом голосования. Лидеры такого типа ориентированы на западную модель развития. Важное место занимает забота о качестве жизни.

Ярко выраженные типы лидерства сложились в российских регионах, где к власти пришла консолидированная элита. К сильным региональным элитам можно отнести однородные элиты национальных республик и аграрных/аграрно-промышленных регионов России.

Консолидация элит не привела к формированию демократии, так как на поверку сильно тяготела к олигархическим формам правления. Олигархические тенденции, проявляющиеся на региональном уровне, несут в себе большую опасность, поскольку в регионах не сформировались политические силы, способные этим тенденциям противостоять. В этой свя-

зи за последние годы серьезным стал вопрос об усилении вертикали власти и централизации государственного управления. Тенденции экономического развития регионов, а также складывающиеся политические и усиливающиеся культурно-исторические особенности регионов вызвали сепаративные настроения среди населения, а также усиление межрегиональной розни. В этой связи президентом в 2004 году был предложен законопроект, радикально решающий вопрос укрепления вертикали власти и кардинально меняющий существующую систему формирования региональной власти. Также была проведена реформа территориально-административного деления, нацеленная на укрепление вертикали власти.

Итак, на сегодняшний день Россией вновь осознается необходимость централизации государственного управления и упорядочения контроля за властью на местах. Но при этом мы выходим на качественно новый виток в отношениях между центром и регионами, что в долгосрочной перспективе коренным образом должно повлиять на развитие и позиционирование России, как на внутренней, так и на международной арене.

Подготовка международного соглашения о борьбе с анархизмом 1(14) марта 1904 года

Г.А. Голубев

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

Международное сотрудничество государств признано сегодня основным средством противодействия терроризму. Участие в этом сотрудничестве России является одним из важнейших направлений внешней политики нашей страны.

Международное сотрудничество, участие в нем России — самостоятельная исследовательская проблема в современной российской научной литературе. Вместе с тем можно констатировать, что на материале анализа исторического опыта эта проблематика практически не исследована.

Подготовка соглашения 1904 года — один из важнейших эпизодов истории участия России в международном противодействии деятельности террористов. В историографии процесс подготовки соглашения и участие в нем России не получили освещения. Из источников по данной проблеме опубликован только текст соглашения 1(14) марта 1904 года [1]. Процесс подготовки соглашения не получил отражения и в прессе изучаемого периода, так как происходил в рамках строгой секретности. Таким образом, единственным источником для исследования основных событий этого периода являются архивные материалы.

Цель данного доклада — на основании материалов Государственного Архива Российской Федерации (ГАРФ) и Архива Внешней Политики Российской Империи (АВПРИ) проанализировать и дать оценку основных событий первого этапа подготовки соглашения 1(14) марта 1904 года, определить главные итоги этого этапа.

Изученный архивный материал дает основание для выделения двух этапов подготовки секретного соглашения. Первый этап: август 1900 года – декабрь 1900 года. Второй этап: ноябрь 1901 года – 1(14) марта 1904 года.

Переходя к анализу основных событий первого этапа, следует прежде всего остановиться на рассмотрении текста циркуляра МИД Российской Империи российским представителям за границей [2]. МИД Российской Империи предлагало государствам, декларировавшим свое присоединение к итоговому протоколу Римской конференции (21 декабря 1898 года), обсудить вопрос о возможности практической реализации мер противодействия анархизму, рекомендованных в этом документе. Основным способом обсуждения затронутых проблем признавался негласный обмен мнениями между заинтересованными государствами.

Поступившие в конце августа – декабре 1900 года в МИД Российской Империи отзывы на циркуляр единодушно выражали сочувствие европейских правительств точке зрения о необходимости поиска действенных средств подавления анархизма. Вместе с тем, представители конституционных и парламентских правительств заявили о непреодолимых трудностях, могущих возникнуть при попытке изменения в указанном направлении основных государственных законов.

Наибольшую степень солидарности с предложениями России высказала Германия. В ноте от 6(19) ноября 1900 года германское правительство, отдавая предпочтение разработке административных мер борьбы с анархизмом, предлагало установление «международной и единообразной организации службы информации посредством формального договора» [3]. К ноте прилагался проект соответствующей международной конвенции. Проект обсуждался и был одобрен МИД и МВД Российской Империи [4]. После этого контакты с европейскими правительствами по проблемам, затронутым в циркуляре от 9.08.1900 года, не возобновлялись до сентября 1901 года.

Необходимо определить главные итоги первого этапа процесса подготовки соглашения 1(14) марта 1904 года.

1. Россия стала инициатором обсуждения проблем международного сотрудничества по противодействию анархизму представителями правительств большинства государств Европы.

2. Определились позиции правительств государств, участвовавших в обсуждении, относительно проблем, затронутых в циркуляре от 9.08.1900 года. Наиболее близкими России были позиции Германии, Румынии, Болгарии, Сербии.

3. Обозначились главные трудности развития международного сотрудничества по противодействию анархизму: невозможность и нежелание властей ряда государств Европы последовательно применять уже принятые и разрабатывать новые способы борьбы с террористическими проявлениями анархизма.

4. Стало ясно, что предметом дальнейшего международного обсуждения может быть установление единообразных административно-полицейских мер противодействия анархизму.

5. Важным итогом стал предложенный Германией проект особого международного соглашения, регулирующего административно-полицейские меры по противодействию анархизму. Многие из положений этого проекта вошли впоследствии в текст соглашения 1904 года.

Литература

1. Сборник секретных документов из архива бывшего МИД. Пг., 1917-1918. №6. С.258-263; Сватиков С.Г. Русский политический сыск за границей. М., 2002. С. 184-190.

2. АВПРИ. Ф.155. II Департамент. Оп.456. 1900. Д.28. Л.72-76.

3. Там же. Л.168-168об.

4. ГАРФ. Ф.102. Оп.316. 1898. Д.1ч.10. Л.15-24.

Альтернативы неолиберальной глобализации

И.Ю. Гранова

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова.

В начале XXI века становится очевидным утопичный характер неолиберальной модели глобализации. Она обостряет существующие в мире противоречия и конфликты, по мере ускорения ее темпов все резче проявляются ее негативные последствия и социальные риски. Под сомнением оказалась не только модель эволюционного обустройства мира — его модернизация, но и сама концепция прогресса. Построение универсального сообщества, основанного на началах свободы личности, демократии и гуманизма, на постулатах научного и культурного прогресса, на идее вселенского содружества наций, на повсеместном распространении модели индустриальной экономики — все эти цели и принципы оказались сейчас под вопросом.

Мир прогрессирующими темпами уходит с «магистральной дороги социального прогресса» и переходит на тупиковую ветку. Налицо проявления «заката» эпохи доминирования материального производства, общественной экономической формации, связанной с «глобальной гегемонией корпоративного капитала».

Обобщая и анализируя глобализационные процессы, один из российских исследователей Бузгалин, утверждает, что «в мире образовался и растет превратный (фиктивный) сектор — сфера, где не создаются ни утилитарные материальные, ни культурные ценности, где преимущественно производятся и воспроизводятся фиктивные блага, предназначение которых — обслуживаниетрансакций, трансформаций одних форм в другие». Именно этот сектор поглощает огромные, высвобожденные прогрессом материального производства в конце XX века ресурсы. Таким образом, мир в целом оказывается лицом к лицу с известным парадоксом: растущий объем производства материальных благ (причем растущий все бо-

лее благодаря «человеческому капиталу») оборачивается не столько социальным прогрессом, сколько разбуханием превратного сектора. Наряду с этим, идут и процессы нелинейного, но в целом прогрессирующего, нарастания социальной поляризации (причем рост социальной поляризации происходит не только в глобальном масштабе, но и в первом мире) вкуче с обострением глобальных проблем.

Глобальные проблемы, таким образом, являются отражением системных противоречий постиндустриального общества, обостряющихся в период подрыва его собственных основ, когда доминирование материального производства и отчужденных социально-экономических форм последнего становится тормозом общественного прогресса. По Бузгалину, человечество подошло вплотную к необходимости свободного гармоничного развития человека в диалоге с природой, но не может реализовать этот социально-экологический императив вследствие сохраняющихся отношений глобальной гегемонии капитала.

Соответственно, глобальная гегемония капитала порождает асоциальную модель эволюции, поскольку приводит к стихийности протекания глобальных процессов, отсутствию субъекта, способного целенаправленно разрешить глобальные проблемы, кроме того, тормозит «генезис креатосферы - мира культуры, общедоступной творческой деятельности и, соответственно, сфер, в которых создаются культурные ценности, идет процесс формирования, воспитания, обучения и развития человека как свободной, всесторонне развивающейся личности, используя ресурсы для роста в узких рамках превратного сектора» и способствует развитию общества потребления.

Господствующая сегодня модель постиндустриального развития, использующая высвобожденные высокими технологиями ресурсы для разбухания превратного сектора, «генерирует собственные пределы», обостряя глобальные проблемы, отчуждает большинство от возможности участия в так называемом сотворчестве (тем самым лишая себя ключевых ресурсов прогресса индустриального мира) и создает предел собственному развитию.

Таким образом, даже если мир и глобален смысле объективной взаимозависимости народов и наращивания каких-то единых, сквозных транснациональных измерений и пространств, он несравненно менее глобален, если принять во внимание тот факт, что преимуществами такой глобальности в основном пользуются одни (наиболее развитые страны — гегемоны), а издержки несут другие, представляющие так называемое догоняющее или зависимое развитие.

Соответственно, дисгармонии нынешнего глобализма во многом связаны с тем, что он вместо расширения числа ответственных участников системы принятия мироустроительных решений породил тенденцию его сужения — за счет отторжения представителей второго и третьего миров.

Риски нынешней модели глобализации во многом связаны с отказом Запада от идеи универсального прогресса для всех, от единой формации

онной перспективы и переходом его к стратегии сепаратного развития — в обход и за счет незападного большинства. Такой поворот диктует новую конфронтационную логику и готовит такой вызов, который история человечества еще не знала. Новая глобальная ситуация вызова сложилась, как только Запад противопоставил себя остальному миру, обреченному, вместо того чтобы развиваться и входить в единую планетарную постиндустриальную цивилизацию, быть эксплуатируемым объектом, опустошаемым потребительским обществом.

Глобальный мир стал превращаться в систему глобального геноцида.

По Панарину, прежде, когда мир еще не был глобальным, «неприспособленные» могли не знать, что они неприспособленные и жить по более щадящим нормам своего собственного пространства — времени. Теперь же, в ходе глобализации, их пространство — время оказалось поглощенным западным, которое обнаружило невиданную этническую нетерпимость к изгоям мирового рынка, невзирая на то, что они представляют собой большинство человечества. Учение либертаризма занялось всяческим обесценением этого большинства, и критерии рыночной рациональности как нельзя лучше подошли для этого.

Прогресс как мировая игра «с положительной суммой» стал явно обретать черты игры «с нулевой суммой». По мере утверждения принципа плюрализма цивилизаций представители других культур стали рассматриваться не как партнеры по совместному будущему, а как «неисправимые упрямы традиционализма».

Концепции сбалансированной системы показателей и экономической добавленной стоимости в управлении компанией

И.И. Дунь

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

E-mail: vanyadun@mail.ru

На сегодняшний день концепции сбалансированной системы показателей (далее — BSC) и экономической добавленной стоимости (далее — EVA) стоят в ряду наиболее современных и эффективных методов оценки деятельности и управления компанией. Более того, BSC и EVA зачастую находят совместное применение. По всей видимости, это происходит вследствие того, что обе концепции, *во-первых*, удачно совмещаются на практике, одинаково хорошо вписываясь в процессы планирования и бюджетирования, *во-вторых*, могут эффективно использоваться на всех управленческих уровнях, и, *в-третьих*, обладают взаимодополняющими достоинствами.

Преимущество BSC состоит в том, что она переводит миссию и общую стратегию компании в систему показателей, позволяя тем самым осуществлять стратегическое управление системно и оценивать его эффективность. Достоинство EVA заключается в том, что построенное на его базе управление компанией задаёт единую основу для принятия реше-

ний основным и вспомогательным персоналом и позволяет моделировать, отслеживать, проводить и оценивать принимаемые решения в едином ключе: добавление стоимости к инвестициям акционеров. По нашему мнению, совмещение данных концепций в управлении компанией позволяет создать такую систему менеджмента, которая не только учитывает все основные аспекты деятельности организации, но имеет единый ярко выраженный критерий оценки ее деятельности.

Применяя концепции EVA и BSC одновременно, некоторые компании начали совершенствовать процессы управления и повышать их эффективность с середины 90-х годов. Как правило, основной потенциал для достижения синергии при этом видится в использовании EVA в качестве ключевого показателя финансовой стороны деятельности компании BSC [1].

Этот подход во многом оправдан. Формально EVA представляет собой обычный финансовый показатель, такой как TSR (показатель совокупной акционерной доходности), ROI (рентабельность инвестиций), RONA (рентабельность чистых активов) или ROE (рентабельность акционерного капитала), а это позволяет использовать её как ключевой индикатор финансовой составляющей BSC. Введение EVA в структуру BSC нивелирует один существенный недочет сбалансированной системы показателей – отсутствие базового показателя, выступающего индикатором успешности деятельности компании [2].

Эффективность совместного применения BSC и EVA также доказана на практике. Эти инструменты в паре используются такими компаниями, как AT&T в США и Boots Plc в Великобритании, Grupo Val в Мексике, рядом фирм, производящих чистящие средства, пунктами общественного питания и др [3].

Безусловно, схемы интеграции BSC и EVA в указанных компаниях различаются. Но с нашей точки зрения их объединяет то, что сочетание этих инструментов в управлении компанией позволяет менеджерам эффективно реализовывать стратегию своей компании и, получая всестороннюю информацию, одновременно контролировать этот процесс на основе данных об увеличении стоимости компании.

Представляется, что концепция BSC нацелена на разработку гипотезы стратегического развития, которая предусматривает переход из одного состояния в другое. В качестве ориентиров при осуществлении таких изменений выступают показатели, указывающие основное направление движения.

Разработка стратегии в компаниях, внедривших BSC, производится по направлению сверху вниз. Сначала топ-менеджмент определяет ключевые финансовые параметры, представляющие, как правило, прежде всего интересы собственников (акционеров) (рис. 1). Затем определяется круг стратегически важных проблем, связанных с идентификацией потребителей, разработкой мер, направленных на улучшение восприятия собственной продукции или услуг клиентом. После того как желаемые цели для удовлетворения интересов как акционеров, так и потребителей определе-

ны, начинается поиск необходимых средств и путей для их достижения. При этом назначаются мероприятия по усовершенствованию внутренних бизнес-процессов (разработка новой продукции, повышение качества обслуживания, повышение производительности и т.д.), реализация которых необходима для создания качественного предложения потребителю и в то же время для достижения финансовых целей, удовлетворяющих

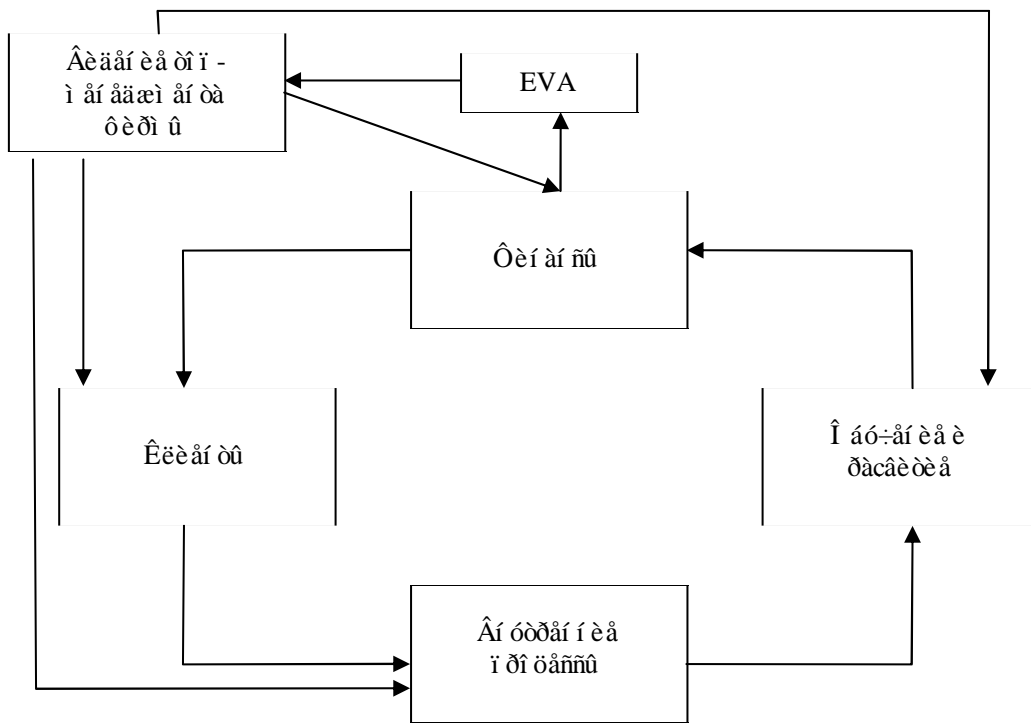


Рис. 1. Интеграция EVA и BSC

интересы собственника. На наш взгляд, совершенствование внутренних бизнес-процессов в значительной мере зависит от технологий, квалификации и опыта сотрудников, микроклимата в коллективе и других факторов, которые в BSC могут отображаться в таблице “Обучение и развитие”. Именно через возможности количественного и качественного роста прогнозируются будущие финансовые результаты.

Таким образом, четыре составляющие BSC образуют замкнутый контур с чётко определёнными связями. Тем не менее включение EVA в финансовый компонент структуры в качестве базового показателя позволяет, на наш взгляд, превратить BSC из набора полезных, но несколько разобщённых показателей, в систему с чётко выраженным целевым ориентиром.

Литература

1. Kaplan R.S., Norton D.P. The Strategy-Focused Organization: How Balanced Scorecard Companies Thrive in the New Business Environment. Boston (Ma., USA), 2001, p. 83-84.

2. Combining EVA with the Balanced Scorecard to improve strategic focus and alignment: 2GC Discussion Paper. UK, 2GC Active Management, 2001, p.7.

3. Ampuero M., Goranson J., Scott J. "Solving the Measurement Puzzle: How EVA and the Balanced Scorecard Fit Together" // The Cap Gemini Ernst & Young Center for Business Innovation, 1998, Issue 2 «Measuring Business Performance», P.49.

Корпоративные этические кодексы: специфика России

М.А. Елисеева

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

E-mail: kolibri@evpatoria.com.ua

На сегодняшний день вопросы этики бизнеса волнуют многих исследователей данной сферы, руководителей предприятий и сотрудников компаний, поэтому можно с уверенностью заявить, что проблема этики бизнеса является одной из актуальных проблем делового мира.

В данной работе будет рассмотрена проблема этических кодексов как инструмента принятия решений, необходимость специфика их написания в России. Автор работы изучил этические кодексы различных компаний и в ходе анализа постарался обратить внимание на преимущества и недостатки их составления и внедрения на практике.

Пытаясь соответствовать этическим стандартам, повысить общий уровень этики в компаниях, руководители ставят задачей разработку корпоративных этических кодексов, которые помогают систематизировать все необходимые этические нормы и служат в последствии инструментом для принятия решений.

Этические кодексы подразделяются на два типа: корпоративные и профессиональные. Профессиональные этические кодексы включают в себя нормы и правила, регулирующие отношения внутри какого-либо профессионального сообщества. Корпоративные этические кодексы включают принципы поведения, которым должны следовать сотрудники конкретных организаций.

Принято выделять три основные функции, которые может выполнять этический кодекс: управленческую (регламентация поведения сотрудников компании в сложных этических ситуациях), имиджевая (формирование доверия к организации и т.п.) и функцию развития корпоративной культуры (кодекс, способствует созданию единого корпоративного духа в компании, транслирует ценности организации всем сотрудникам, способствуя тем самым повышению общего уровня этики в компании).

В социологии выделяют два подхода к профессиональной этике. Дюркгейм, Маршалл и др. обращали основное внимание на корпоративные обязательства служить обществу. Другие же социологи, такие как, например, Парсонс делали больший акцент на индивидуальных отношениях работника и клиента. Таким образом, существует два уровня обязательств: корпоративный и индивидуальный. Какие же проблемы подни-

мают российские этические кодексы и чем, на данный момент, они отличаются от зарубежных.

Наличие у компаний корпоративных этических кодексов постепенно становится общемировым стандартом. Но, как выяснилось, в ходе исследования автором данной работы, многие российские компании испытывают определенные трудности при составлении подобных сводов правил. Во-первых, в настоящее время не существует единых требований или стандарта их написания. Во-вторых, у менеджеров многих компаний пока недостаточно опыта и информации для того, чтобы создать полноценный этический кодекс. В-третьих, не все руководители до конца осознают цель создания подобных кодексов: будет ли это просто очередной PR-ход для повышения доверия в глазах своих сотрудников и клиентов, или же он действительно нужен для повышения уровня корпоративной культуры организации, её ответственности по отношению к внешнему окружению компании.

Несмотря на вышеперечисленные проблемы, связанные с написанием этических кодексов, нужно отметить, что в нашей стране есть компании, преуспевшие в данном деле. Среди преимуществ подобных кодексов можно выделить следующие: наличие четкой структуры, рассмотрение широкого спектра этических дилемм, конкретные предложения по их решению, обращение внимания на факт внедрения этих кодексов в жизнь, разъяснение правил работы с кодексом, наличие определенных санкций за нарушение норм. Также в них указаны ответственные лица и люди, к которым можно обратиться в случае возникновения каких-либо сомнений относительно правильности поведения в том или ином случае (приводятся все необходимые телефоны, службы, e-mail), подчеркивается возможность быть анонимным, если на то имеются причины. Еще одним плюсом можно назвать наличие в некоторых кодексах сертификата о согласии с этическими принципами корпорации, который необходимо подписать после прочтения кодекса. Доступный язык, внешние характеристики (качество бумаги, стиль, удобный формат) также играют значимую роль, если говорить о восприятии кодекса сотрудниками компании. Среди наиболее часто встречающихся проблем, освещенных в кодексах, можно выделить конфликт интересов, отношения с клиентами, принципы компании в отношении персонала, взаимодействие с окружающей средой. Провозглашенные принципы адресуются всем сотрудникам компании. Относительно объема кодексов, можно сказать, что он варьируется от одной страницы приблизительно до двадцати, но все это относительно, так как необходимо учитывать формат кодекса (это может быть буклет, книжечка, обычная распечатка листа форматом А4 и т.п.).

К сожалению, следует признать тот факт, что на настоящий момент, все-таки чаще встречаются “недобросовестно составленные” кодексы. Среди наиболее ярких недостатков можно выделить следующие: явный имиджевый уклон, в силу чего кодекс воспринимается с трудом и не вызывает доверия. Недопонимание некоторых понятий, рассматривающих

ся в кодексах и как следствие их дублирование, нарушение структуры и логики написания. Среди недостатков можно выделить отсутствие в кодексах упоминания о санкциях и процедуре внедрения кодекса, отсутствие обратной связи, а также случаи неграмотности, что само по себе вызывает пренебрежение и сводит степень восприятия подобного документа к нулю.

Относительно российских *профессиональных* этических кодексов можно сказать, что, в большинстве случаев, они составлены более продуманно. В них, практически всегда, прослеживается четкая структура, рассматриваются основные этические дилеммы и предусмотрена ответственность за нарушение норм кодекса. Однако и среди них встречается, как упоминалось в случае с корпоративными кодексами, отсутствие логики в плане структуры (под структурой в данном случае подразумевается наличие разделов, статей, которые не дублируют друг друга, отвечают за конкретные сферы отношений).

Исходя из изученных кодексов, можно сделать вывод, что российские корпоративные кодексы этики, в большей степени отражают подход, о котором говорил Парсонс. В них делается больший акцент на взаимоотношениях сотрудников компании и клиентов, но, тем не менее, они не лишены и корпоративных обязательств перед обществом, о которых говорится в работах Дюркгейма и Маршалла. Наиболее удачными кодексами являются те, в которых использован опыт написания зарубежными компаниями. Они отличаются структурированностью, ответственным подходом к написанию и осознанию того факта, что основной задачей является не создание кодекса, а его внедрение, понимание сотрудниками компаний всех провозглашенных в нем ценностей. Понимание этого является залогом успешного функционирования кодекса в организации в качестве инструмента принятия этически верных решений.

Литература

1. Abbot A. Professional Ethics // The American Journal of Sociology, 1983, No.5, 855-885

Применение сбалансированной системы показателей деятельности для контроля реализации стратегии компании

Е.Н. Жаворонкова

Московский государственный университет им М.В. Ломоносова

E-mail: javoronkova@spa.msu.ru

The Balanced Scorecard application for the control of realization of strategy of the company.

Способность претворить стратегию в жизнь более важна, чем сама стратегия. Как справедливо заметил Шаран: «по нашим оценкам в 70% случаев, настоящая проблема — это не плохая стратегия, но плохое ее воплощение» [1]. Одна из причин, вызывающая трудности в реализации стратегии, заключается, на наш взгляд, в том, что стратегия, будучи уни-

кальным способом создания стоимости компании, требует своевременных корректировок вслед за постоянными изменениями внешней и внутренней сред компании. В свою очередь методы, с помощью которых оценивается выполнение стратегии, за этими изменениями не успевают.

Новом подходом к формированию, реализации и контролю стратегии является сбалансированная система показателей [3], впервые предложенная Робертом Капланом и Дэвидом Нортон для оценки деятельности компании начале 90-х годов [2].

Сбалансированная система показателей, как и традиционные методы оценки деятельности компании использует финансовые показатели, но лишь в качестве индикаторов прошлой деятельности. Основным отличием этой системы от других методов оценки реализации стратегии, на наш взгляд, можно считать использование наряду с финансовыми нефинансовых показателей (т.н. «опережающих» показателей), диагностирующих изменения на ранних стадиях.

Целесообразно устанавливать цели и показатели сбалансированной системы показателей – и финансовые и нефинансовые – согласно общей концепции компании и ее стратегии. Это позволяет сориентировать руководство компании, ее бизнес – единицы, персонал, информационные и финансовые ресурсы на выполнение стратегии. В связи с этим представляется, что система сбалансированных показателей деятельности является, на наш взгляд, основой функционирования компании, ориентированной на реализацию стратегии.

Обычно выделяются следующие принципы, на которые следует ориентировать компанию для реализации стратегии [4]. Среди них – перевод стратегии на операционный уровень, создание стратегического соответствия, перевод стратегии в повседневную работу каждого сотрудника, осознание стратегии как непрерывного процесса, активизация изменений как результат активного руководства менеджеров.

Основой сбалансированной системы исследователи называют стратегическую карту [4] как всеобъемлющую архитектуру построения стратегии. Стратегическая карта и соответствующая программа сбалансированной оценки представляют собой, на наш взгляд, наглядное описание того, как с помощью нематериальных активов создается стоимость для акционеров.

Задача составления стратегической карты - направить деятельность бизнес – единиц и подразделений компании на реализацию стратегии. Для этого представляется достаточным разработать для каждой бизнес – единицы и подразделения компании отдельную сбалансированную систему показателей, отражающую общие направления и цели, установив, таким образом, взаимосвязь с общей стратегией компании.

Для того чтобы воплотить стратегию, необходимо донести ее до рядовых сотрудников компании. Для этого, на наш взгляд, необходимо использовать показатели сбалансированной системы для постановки индивидуальных целей сотрудников. В процессе постановки индивидуальных целей перед сотрудниками, на наш взгляд, необходимо избегать противо-

речия между личными целями сотрудников и целями компании. Это позволит сотрудникам отождествлять успех компании со своим личным успехом, и превратить стратегию в ежедневную работу для каждого сотрудника компании.

Успех стратегии напрямую зависит от того, насколько в каждый момент времени стратегия соответствует постоянно изменяющимся условиям внешней и внутренней сред компании. Возможность реализации стратегии исследователи [4] связывают с тремя направлениями, среди них: установление связей между стратегией и процессом составления бюджета, введение практики совещаний менеджеров для периодического обсуждения стратегии, изучение и адаптация стратегии.

На наш взгляд этот список необходимо дополнить созданием эффективной информационной базы. Условия реализации стратегии напрямую зависят от своевременного предоставления качественной информации для принятия взвешенных управленческих решений в области стратегии. В связи с этим, представляется возможным считать создание эффективной информационной базы четвертым направлением по обеспечению непрерывности реализации стратегии.

Успех программы по применению сбалансированной системы показателей напрямую зависит от активного участия руководителей высшего звена управления компании [4]. С помощью сбалансированной системы показателей руководители высшего звена информируют сотрудников о направлении развития компании. Главной задачей руководства стратегически ориентированной компании состоит в обосновании необходимости изменений, чтобы необходимость изменений стала очевидна каждому.

Как справедливо заметил директор Академии контроллинга Бизнес - школы «Галактика» Владислав Толкач: «Чрезвычайно широкий межотраслевой интерес к теме сбалансированной системы показателей подчеркивает сегодняшнюю актуальность темы стратегического управления бизнесом и действенность системы Balanced Scorecard в решении этой задачи».

Литература

1. Дейвид П. Нортон, Роберт С. Каплан. Организация, ориентированная на стратегию. Как в новой бизнес - среде преуспевают организации, применяющие сбалансированные системы показателей, М., 2004.
2. Charan R., Colvin G. Why CEO's Fail // Fortune, 1999, June 21.
3. Kaplan R.S., Norton D.P.. The Balanced Scorecard: Measures That Drive Performance // Harvard Business Review, 1992, January/February, p.71-79.
4. Kaplan Robert S., Norton David P. The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action. Boston: Harvard Business School Press, 1996.

Государственная поддержка малого предпринимательства

С.И. Иллаева

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

Малое предпринимательство (МП) играет важную роль как для собственников конкретных предприятий, так и для общества, крупного бизнеса и экономики в целом. Для экономики деятельность малых предприятий является фактором повышения ее гибкости. МП способствует быстрому насыщению рынка товарами и услугами, экономическому развитию территорий и преодолению монополизма. Важна роль малых предприятий также в поддержке и развитии научного сектора страны. Особая функция МП заключается в формировании среднего класса, способного обеспечить собственное благосостояние, обеспечивающего стабильность в обществе. Средний класс снижает определенную долю социальной нагрузки в государстве.

Экономические и социальные функции, которые выполняет МП, подтверждают необходимость всесторонней государственной поддержки МП. Государственная поддержка МП может осуществляться в разных направлениях: предоставление налоговых льгот, предоставление займов и гарантий по ним, обеспечение государственными заказами на конкурсной основе, простота оформления отчетности, организация обучения и консультативная помощь и др. Формой государственной поддержки является оказание финансовой помощи на возмездной и безвозмездной основе, финансирование федеральных программ поддержки и развития МП.

В России малые предприятия наиболее активно функционируют в сфере торговли и общественного питания, промышленности, строительстве, общей коммерческой деятельности по обеспечению функционирования рынка и оптовой торговле. По статистическим данным на конец 2003 г. всего было зарегистрировано 890,9 тыс. малых предприятий. Наибольшее количество предприятий осуществляют свою деятельность в сфере торговли и общественного питания — их всего 416,24 тыс. В этой отрасли экономики прослеживается тенденция к относительному увеличению числа малых предприятий, например, в 2001 г. их численность составляла 388,1 тыс. Число малых предприятий в промышленности в 2003 г. составляло 118,7 тыс., причем эта цифра постоянно снижается, например, в 2000 г. в промышленности было занято 134,2 тыс. предприятий. В сфере строительства по последним данным функционировало 116,8 тыс. предприятий, а в 2001 г. их было 121,9 тыс. Только 22,1 тыс. предприятий занимаются наукой и научным обслуживанием. [1]. По данным Госкомстата России доля малых предприятий в отраслевой структуре экономики выглядит следующим образом: торговля и общественное питание — 46,89%, промышленность — 13,3%, строительство — 13,1%. Средняя численность работников малых предприятий в 2003 году составляла 7433,1 тыс. человек.

По разным данным общая численность малых предприятий снижается из года в год. Снижение числа предприятий приводит к увеличению безработицы, что невыгодно для государства и экономики. Доля работни-

ков в МП в общей численности занятых за последние годы не превышала 13-14%. [2]. Общий вклад МП в ВВП по итогам последних лет не превосходит 11%.

К снижению численности малых предприятий, их неэффективности приводят следующие проблемы: чрезмерно высокие налоговые ставки, недоступность кредитов, противоречивое законодательство, частые изменения в законодательстве, многочисленные и сложные формы отчетности, незащищенность МП от криминальных структур и уход в теневую экономику, неразвитость самого МП и др. Было бы правильным согласиться с теми специалистами, которые считают, что развитию МП во многом способствует его взаимодействие с крупным бизнесом. Однако перечисленные выше проблемы способно решить только государство. Именно государство может стимулировать развитие наиболее приоритетных отраслей экономики снижением налоговых ставок, созданием благоприятных внешних условий. В настоящее время в России МП сконцентрировано в тех отраслях, где не требуется значимой государственной поддержки, например торговля. В наиболее важных отраслях экономики деятельность МП постоянно снижается.

В России существуют Федеральные и региональные Программы и Фонды поддержки МП, однако на практике они почти не реализуются из-за нехватки ресурсов. Лишь небольшая доля малых предприятий охвачена государственной поддержкой. Но необходимо отметить, что государство выделяет определенные средства из Федерального бюджета для решения не всех, но насущных проблем МП.

Литература

1. Россия в цифрах. 2004: Краткий стат. сборник / Госкомстат России. М., 2004, С.164-165;
2. Егорова Н.Е. Маренный М.А. Малые предприятия: предпринимательские стратегии и кооперация. М., 2004, С. 25-29;
3. Лапуста М.Г., Старостин Ю.Л. Малое предпринимательство. М., 2004, С. 307-317.

Подготовка миссионерских и просветительских кадров Русской Православной Церкви

Сергей Сергеевич Камышников

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

E-mail: iezuit@list.ru

В настоящее время на территории России и частично на постсоветском пространстве Русская Православная Церковь стала одним из важнейших идеологических институтов. По охвату территории, развитости структуры, укорененности в общественном сознании и авторитету, она практически не имеет себе аналогов среди прочих религиозных организаций России. В Российской Федерации государственная власть учитывает это и весьма серьезно относится к выстраиванию своих отношений с Церковью.

Однако здесь мы сталкиваемся с тем, что после 70 лет воинствующего атеизма и государственных преследований Церковь оказалась неспособной целенаправленно воздействовать на широкие слои населения и обращаться к людям на понятном им языке. Обнаружилась острейшая проблема нехватки квалифицированных кадров, с одной стороны, четко знающих хотя бы основы православного вероучения, а с другой стороны — умеющих доступно представить их населению. Именно это обуславливает актуальность данной проблематики и наш интерес к ней. С одной стороны, Церковь является одним из важнейших идеологических институтов, оказывающим значительное воздействие на население, а с другой стороны, в ней почти полностью отсутствуют квалифицированные миссионерские кадры и вообще нет научного подхода к их подготовке. Иными словами, имеет место явное несоответствие того значения, которое приобрела Русская Православная Церковь в современном российском обществе уровню подготовки соответствующих кадров, знаниям в сфере управления персоналом и положениям управленческих наук. При этом следует иметь в виду серьезную угрозу для российского общества со стороны разного рода религиозных организаций и сект, проповедники многих из которых используют самые современные, в том числе изощренные, методы влияния на психику людей.

В настоящей работе, учитывая специфику работы с кадрами в Русской Православной Церкви, имеющийся опыт их подготовки, руководствуясь современными положениями менеджмента в сфере управления персоналом, мы предприняли попытку определить основополагающие подходы к развитию миссионерских и просветительских церковных кадров, способствующие повышению эффективности их работы в нынешних условиях.

Оценивая возможности применения современных подходов к управлению персоналом в свете отношения к миссионерской работе в Русской Православной Церкви, мы пришли к выводу, что отношение к миссионерскому служению, закрепленное на официальном уровне, вполне благоприятно для широкого применения новейших разработок в области управленческих наук. Ни на уровне руководства, ни на уровне исполнителей, нет серьезных препятствий к осмысленному, постепенному внедрению подобных подходов.

Исходя из принципа эффективности, мы выделили основную целевую группу, затем определили ее ключевые потребности, выяснили, что мы можем ей дать и выстроили систему подготовки миссионеров, ориентированных на решение данной задачи. Можно выделить следующие основные рекомендации, ставшие результатом анализа сложившейся ситуации и путей ее улучшения:

1. Прежде всего должна проводиться отлаженная централизованная информационная внутренняя политика, целью которой является ознакомление активных прихожан с отношением церковного руководства к миссионерской деятельности и формами участия в такой деятельности.

2. Серьезнейший изъян современного положения с миссионерской деятельностью, вообще, и с подготовкой соответствующих кадров, в частности, заключается в децентрализации и разобщенности православных миссионеров. Для решения этой проблемы необходимо создать общие стандарты, подходы, выработать единую политику в сфере подготовки кадров и обеспечить жесткий контроль за ее исполнением.

3. При подготовке миссионерских кадров нужно исходить из запросов аудитории, в частности из двух основных потребностей нашей целевой молодежной аудитории: потребности в адекватной, точной информации о Православии и потребности в общении с верующими людьми.

4. Это определяет характер подготовки миссионерских кадров: они должны очень четко знать основы православной веры, и при этом уметь обращаться с молодежью на понятном ей языке, уметь создать необходимую для начинающего сферу общения. Именно на эти два фактора должен быть сделан основной упор при обучении миссионеров.

5. Принципиальным моментом является привлечение к миссионерской деятельности новоприбывших представителей молодежи, так как это дает возможность максимально эффективно использовать их неопитскую активность и жажду участия в реальном деле для распространения церковного вероучения.

6. Следует проявлять большую осторожность при привлечении уже имеющихся миссионеров, так как многие их взгляды и установки, а также манера проповеди могут создать неверные представления о Православии у других людей.

Государственно-частные партнёрства: истоки и перспективы.

Анна Ярославовна Кеслер

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

В последнее время в России всё чаще упоминается государственно-частное партнёрство как возможность решить насущные для общества проблемы. Но, несмотря на то, что в нашей стране до недавнего времени не уделяли внимания этому инструменту, западные страны уже давно и достаточно успешно используют его для реализации важнейших государственных задач. Однако, и в России подобная практика тоже имела место. С середины XIX века и до революции 1917 в России активно использовались концессионные соглашения — один из способов подобного сотрудничества, используемый по сей день — для привлечения иностранных и отечественных инвесторов. С приходом большевиков, понятно, эта практика была прекращена. После Гражданской войны, однако, необходимость развития и восстановления страны подвигла власти к смягчению политики в этой сфере. Так появился русский госкапитализм в форме концессий, аренды и смешанных обществ.

Но авторами самой идеи взаимовыгодного сотрудничества между государством и предпринимателями на благо общества были не русские, а

французы. Уже 450 лет назад во Франции был реализован первый подобный проект — строительство канала, да и всемирно известная Эйфелева башня также принадлежит к числу шедевров конструкторства, появившихся на свет благодаря воссоединению частного и государственного капиталов. Сегодня этот механизм применяется почти в ста странах мира и стоимость реализованных таким образом проектов исчисляется десятками миллиардов.

Действительно, этот механизм во многом удобен. Сегодня постоянно растёт потребность в услугах, бремя которых непосильно для государства. Самыми уязвимыми с этой точки зрения является транспорт, здравоохранение, коммунальное хозяйство и образование. Финансовые обязательства государства перед населением в этих областях хозяйствования растут и, в конце концов, разрешить эту проблему становится невозможным. В такой ситуации разумно привлекать средства из частного сектора для финансовой поддержки той или иной сферы. Такой симбиоз может быть очень полезен для обеих сторон. Бизнесу удобно то, что государство оплачивает вложения инвестора в рассрочку. В этом случае возврат инвестиций осуществляется за счёт налоговых поступлений государства с учётом оговорённого ранее процента. К тому же, инвестор может вернуть свои средства за счёт взимания платы потребителями услуги. И, наконец, можно совместить оба способа возврата денег — частично из госбюджета, частично за счёт оплаты потребителями услуг.

Само сотрудничество оформляется двумя основными способами — заключением контрактов и созданием совместной компании с долевым участием. Первый вариант предпочтительней для государства, так как оно сохраняет за собой возможность единолично принимать решение об изменении условий проекта или отстранении частного сектора от сотрудничества. Если же создаётся совместная целевая компания с долевым участием партнёров, то частный сектор огражден от подобных рисков.

Существует четыре основные схемы государственно-частного партнёрства: ВООТ (от английского build - построить, own - владеть, operate - управлять, transfer - передать), ВОТ (построить, управлять, передать), ВОО (построить, владеть, управлять) и так называемый обратный ВООТ. Последняя схема означает, что государственный сектор финансирует и возводит инфраструктуру, а потом передает ее эксплуатацию частной компании, которая постепенно приобретает объект в собственность.

Среди этих четырех моделей наиболее распространенными являются первые две - ВООТ и ВОТ. Что вполне объяснимо: в нормальных странах власть всегда твердо стоит на защите своих позиций. Ведь схемы ВООТ и ВОТ предполагают, что строящийся на средства частного инвестора объект в итоге будет передан в собственность государства. Остальные же две модели, напротив, предполагают сохранение (в случае ВОО) или передачу (в случае обратного ВООТ) права собственности частной стороне партнерства. И именно потому, что государство предпочитает сохранять за собой право собственности на объекты, обеспечивающие со-

циальные нужды населения, эти два варианта организации государственно-частного партнерства на практике остаются менее востребованными.

Понятно, что сферы, в которых используются подобные партнёрства, крайне важны для развития страны, но одновременно являются либо капиталоемкими, либо малоприбыльными. Тогда государство не готово финансировать проекты полностью, а бизнес не желает замораживать крупные средства. Но долгий срок окупаемости (5, 10, а иногда и 15 лет), риск роста коррупционности при тендерах на участие в подобных проектах и условия концессионных контрактов заставляют бизнес принимать все меры предосторожности, прежде чем заявить о намерении вкладывать свои средства. Бизнес хочет видеть прибыль, и видеть ясно.

Посему можно сделать вывод, что идею государственно-частного партнёрства нельзя воспринимать как решение всех насущных проблем. Инфраструктура – вот объект, который больше всех остальных предрасположен к тому, чтобы быть реанимированным подобными средствами. Но здесь необходимо инвестировать слишком большие деньги на слишком длительные сроки. Риск возрастает, а снизить его может только уменьшение масштабов проектов.

Таким образом, государственно-частное партнёрство может быть, прежде всего, реализовано в стабильных странах, где законодательная платформа уже устоялась. Она либо строится по отраслевому принципу, либо базовый закон видоизменяется в зависимости от реалий. Как показывает опыт других стран, на становление системы подобных партнёрств уходит около четверти века, причём их развитие продолжается. Мы же только вступаем на этот путь.

Епархиальное управление Русской Православной Церкви в XVIII веке: историография проблемы

В.А. Клеймёнов

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

Данная проблема всегда рассматривалась в контексте церковно-государственных отношений, то есть той сферы, в основе которой значительное место занимает идеологическая составляющая. В разные периоды истории нашей страны государственная власть по-разному строила свои отношения с Церковью, и отечественной исторической науки приходилось и приходится до сих пор учитывать характер этих отношений. Можно выделить четыре периода в развитии отечественной историографии данной проблемы – дореволюционный, историография русской эмиграции, советский период и современный.

Отечественная дореволюционная историография, в лице таких историков Церкви, как архиепископ Филарет (Гумилевский), П.В. Знаменский, Ф.В. Благовидов и др., признавая определенную долю влияния государственной власти на епархиальное управление, отнюдь не считали, что оно было всеобъемлющим. По словам Филарета, епархиальное управление

после учреждения Синода едва ли подверглось каким-нибудь серьезным изменениям, «только по временам получало более определенности и порядка, и более однообразия» [1]. П.В. Знаменский и Ф.В. Благовидов считали, что государственная власть, в ходе синодальной реформы, попыталась воздействовать на прерогативы епархиальных архиереев, привнеся в местное церковное управление принципы коллегиальности. Однако при этом Благовидов вполне резонно доказывал, что в послепетровское время государство не обладало еще по-настоящему действенными механизмами, позволявшими вмешиваться в епархиальное управление.

В работах большинства дореволюционных авторов местная церковная власть выступает, как вполне самостоятельный субъект церковно-государственных отношений, но историческая наука того времени так и не поставила перед собой более конкретных задач, относительно характера взаимоотношений церковной и государственной власти в рамках отдельно взятого региона. Лишь в исследованиях историков официального направления С.Г. Рункевича и Н.С. Суворова приводились некоторые общие примеры сотрудничества государства и Церкви, оправдывающие, по их мнению, сам факт вмешательства светской власти в церковную жизнь.

Первые исследования историков-эмигрантов, занимавшихся проблемами церковной жизни и церковного управления, главным образом копировали работы дореволюционных авторов. Например, такой церковный историк, как Н.И. Тальберг почти дословно повторяет архиепископа Филарета, утверждая, что «органы епархиального управления долгое время оставались прежними. Только временами таковые получали более определенности, порядка и однообразия» [2]. Другой историк русской эмиграции А.В. Карташев, вслед за Рункевичем и Суворовым, отмечал позитивную роль государства в церковной жизни, проявлявшейся в целом ряде «внешних и внутренних признаков», в числе которых названы и такие находящиеся в компетенции епархиальной власти институты, как внутренняя миссия, духовное образование, монастыри и монашество [3].

Определенный прогресс в исследовании влияния государства на церковное управление намечился в фундаментальной «Истории Русской Церкви (1700-1917 гг.)» ученого-эмигранта И.К. Смолича. Он впервые говорит о таком явлении, как отсутствие юридически установленных «границ государственных полномочий» в области епархиального управления и возникающих вследствие этого «трений» [4]. Данное утверждение Смолича весьма перспективно, так как признает наличие множества «точек соприкосновения» епархиальной и гражданской власти, каждая из которых может являться темой самостоятельного исторического исследования.

Марксистская историческая наука, с самого своего зарождения, рассматривала Церковь, как идеологический придаток самодержавия, как полностью зависимую от государства отрасль бюрократического управления. Но, несмотря на это, советская историография вынуждена была существенно корректировать свои оценки относительно места епархиального управления в административно-управленческой системе послепет-

ровской России. Даже такой ортодоксальный ученый-марксист, как Н.М. Никольский, признавал, что до секуляризационной реформы 1764 г. и начавшегося в 1784 г. перераспределения епархий «над архиереями не было такого регулярного и близкого надзора» [5].

Уже после Великой отечественной войны другой советский историк Б.Г. Слицан высказался еще более определенно, считая, что после петровской церковной реформы «епархиальное управление было лишь незначительно видоизменено. Глава епархии продолжал оставаться не только ее полным хозяином, но и законодателем в пределах своей компетенции» [6]. К сожалению, данную оценку советского исследователя нельзя назвать новой, если взять во внимание отечественную историографию до-революционного периода, но именно такая оценка как нельзя лучше характеризует уровень достижений советской церковно-исторической науки в изучении рассматриваемой проблемы.

В современной России наметился определенный перелом в традиционном взгляде на синодальную Церковь, как на идеологический придаток самодержавного государства. Тенденцию к переосмыслению места Русской Церкви в социально-политической системе российского государства можно найти, к примеру, в статье современного исследователя А. Полонского, а особенно – в работах такого специалиста в области социальных отношений, как Б.Н. Миронов. В своем фундаментальном труде «Социальная история России периода империи» Миронов утверждает, что «Русская Православная Церковь являлась особым институтом, который существовал как бы параллельно государственным институтам, и пользовалась значительной автономией. Церковь являлась, если не государством в государстве, как это было до конца XVII века, то, по крайней мере, субобществом в большом обществе» [7].

В последнее время стали появляться работы, в которых исследуются такие области церковно-государственных отношений, в которых Церковь, в лице епархиальной власти, выступает как вполне самостоятельный институт. В этом ряду можно выделить совсем недавно подготовленную А.В. Стадниковым хрестоматию, посвященную развитию института церковного суда, и исследование Р.Е. Азизбаевой, в котором речь идет об отдельных направлениях социального служения Церкви.

Суммируя достижения всех направлений отечественной историографии относительно рассматриваемой нами проблемы, можно сказать, что: а) епархиальное управление в ходе синодальной реформы подверглось меньшим, чем высшее звено церковной административно-управленческой системы изменениям; б) епархиальная власть обладала в вопросах управления епархией значительной независимостью и в) как в церковном, так и в гражданском управлении местного уровня присутствовали некоторые общие задачи, в решении которых светская и духовная власти «обречены» были на взаимодействие.

Литература

1. Филарет (Гумилевский), архиеп. История Русской Церкви. М., 1859. Т. 5. С. 10.
2. Тальберг Н.И. История Русской Церкви. М., 1997. С. 588-589.
3. Карташев А.В. Очерки по истории Русской Церкви. М., 1997. Т. 2. С. 316-320.
4. Смолич И.К. История Русской Церкви (1700-1917) // История Русской Церкви. М., 1997. Кн. 8. Ч. 1. С. 55, 130.
5. Никольский Н.М. История Русской Церкви. М., 1983. С. 207.
6. Слищан Б.Г. Реформа церковного управления // Очерки по истории СССР: Период феодализма. Россия в первой четверти XVIII в. Правление Петра I. М., 1954. С. 378.
7. Миронов Б.Н. Социальная история России периода империи (XVIII – нач. XX вв.). СПб., 1999. Т. 1. С. 102-103.

Краткое изложение эволюции подхода к экономической безопасности хозяйствующих субъектов.*П.А. Колпаков**Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова*

На пороге XXI века проблема необходимости изменения подходов к исследованию безопасности встала особенно остро. Это объясняется происходящими качественными и количественными изменениями, как в глобальном, так и в локальном масштабе². Быстрое и лавинообразное развитие в различных областях человеческой деятельности привело к дальнейшему развитию содержания термина безопасность и сильной трансформации предметной области этого понятия. Современный период развития исследований по проблеме безопасности можно охарактеризовать как период становления относительно нового направления экономической теории – теории безопасного функционирования хозяйственных систем. Основой попыток ее формирования является комплексный подход к проблемам всего жизненного цикла хозяйствующего субъекта и хозяйства в целом как к экономическим системам.

Это нашло отражение в постепенном отходе от ранее распространенной среди экономистов минималистского взгляда на предприятие (фирму) как на устройство (или даже способ) минимизации затрат или максимизации прибыли, который получил распространение благодаря неоклассической теории. Напомним, что согласно данной теории основными функциями предприятия является производство товаров (услуг) и установление цен на свою продукцию, а в случае монополии – и на привлекаемые ресурсы. В современной микроэкономической теории получила распространение иная точка зрения, суть которой заключается в понимании предприятия как основной «несущей функционально конструкции индустриальной экономики» выполняющей широкий спектр

² См., например: Пределы роста. Доклад по проекту Римского клуба "Сложное положение человечества". - М. МГУ, 1991 или Перцик Е.Н. Среда человека: предвидимое будущее. - М., 1990

важнейших социально-экономических функций: от производственной, реализационно-маркетинговой, бюджетной и т.п. до воспитательной, консолидирующей и антикризисной (Мезоэкономика М., 2001. С. 373-380). На предприятии рождается и входит в жизнь множество новых товаров и технологий, знаний и навыков.

Изменение подхода к хозяйствующему субъекту позволило значительно увеличить возможности анализа проблемы его экономической безопасности. Это нашло отражение в изменении взгляда, который ранее превалировал в большинстве известных работ. Суть такого подхода заключалась в локализации предмета исследования (экономической безопасности) теми аспектами, которые возникают на стадии принятия решения об инвестировании в некоторый проект или реализацию хозяйственного мероприятия (Кчалов, М., 2002. С. 5-9) и сводилась к анализу и формированию «пакета риска» с предложениями по его минимизации различным инструментарием. Кроме этого, имеющиеся монографии, книги и брошюры были посвящены, главным образом, организационно-техническим или правовым аспектам проблемы с позиций предпринимательских структур. Вне рассмотрения оказывались управленческие и чисто экономические аспекты проблемы. Одним из проявлений такого подхода явилось отсутствие единого определения безопасности и в частности экономической безопасности. Так, например, некоторые исследователи, рассматривая эту категорию, принимали во внимание одно из проявлений данного феномена³. Или производили наложение объективной и субъективной сторон данного явления⁴.

В настоящее время разработка проблемы экономической безопасности хозяйствующих субъектов связана с формированием системно-синтетического подхода на базе системной, управленческой и микроэкономической теорий с учетом итогов предыдущих исследований. Так, например, это выразилось в формировании обобщенного определения экономической безопасности, применимого ко всем уровням хозяйствующих субъектов (государство, отрасль, предприятие, домохозяйства и человек). Экономическая безопасность – это «такое состояние субъекта, при котором вероятность нежелательного изменения каких-либо качеств самого субъекта, параметров принадлежащего ему имущества и затрагивающей его внешней среды невелика (меньше определенного предела)». (Тамбовцев, 1995) «В зависимости от того, какое сочетание параметров жизнедеятельности субъекта является для него желательным, меняется и конкретное наполнение понятия «нежелательные изменения»⁵. В общем случае к таким изменениям относятся те, которые отдаляют субъект от его желаемого состояния». Данное определение характеризует хозяйствующего субъекта с позиций Общей теории динамических систем.

³ См., например: Терешина Н.П. Экономическая безопасность: учебное пособие. - М., 2001

⁴ См., например: Шлыков В.В. Экономическая безопасность хозяйствующих субъектов: организационные и криминологические аспекты. - Рязань, 2000

⁵ Клейнер Г.Б., Тамбовцев В.Л., Качалов Р.М. Предприятие в нестабильной экономической среде: риски, стратегия, безопасность. - М., 1997. С. 78-79

При этом необходимо отметить, что теория систем выделяет две базовые составляющие безопасности: устойчивость и управляемость системы⁶. И если первая составляющая находит выражение в анализе финансового состояния предприятия, который позволяет оценить устойчивость ононого, то вторая, по (Клейнер и др., 1997) выражается в стратегическом планировании и ситуационном анализе на предприятии. Таким образом, можно сделать вывод о начале становления междисциплинарной, синтетической теории экономической безопасности хозяйствующих субъектов.

Международный опыт реструктуризации электроэнергетики

П. Ф. Кононков

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

E-mail: kononkov@su29.ru

Проблема структурных реформ естественных монополий в современной России является очень актуальной. Особое значение имеет реформирование электроэнергетики, преобразования которой затрагивают важнейшие сферы экономики. Проводимые в настоящее время реформы преследуют следующие основные цели: создание конкурентного рынка электроэнергии и его ключевых участников (новых субъектов электроэнергетики) а именно: оптовых генерирующих компаний, территориальных генерирующих компаний и сбытовых компаний.

Россия, достаточно поздно пришедшая к осознанию необходимости либерализации электроэнергетической отрасли и введению конкуренции в энергетике, получила бесценную возможность использования накопленного другими странами опыта. В частности, появилась возможность изучения самого процесса реформирования, выбора моделей рынков, а также – обобщения результатов их функционирования в целях изучения последствий для стран с развитой рыночной экономикой таких, как Великобритания, США, Италия, Бразилия некоторых других.

В мире существует четыре основные типа организации экономических отношений в электроэнергетике:

– «Вертикально-интегрированная» модель. Она характеризуется следующим. Производство, передача и сбыт электроэнергии находятся в рамках единой компании. Цены определяются регулируемыми тарифами.

– модель «Независимых производителей». В отличие от предыдущей модели, здесь появляются несколько небольших независимых производителей электроэнергии, которые конкурируют за получение контракта, гарантированного государством.

– модель «Единого Закупщика». Генерация энергии осуществляется независимыми компаниями, которые конкурируют за получение контракта на поставку единому закупщику. Цены определяются тарифами, которые определены в контрактах.

⁶ Могилевский В.Д. Методология систем. - М., 1999. С. 190-192

– «Конкурентная модель» предполагает генерацию, передачу и сбыт энергии полностью независимыми компаниями, цены определяются на едином рынке.

Англия и Уэльс выбрали наиболее либеральную «Конкурентную модель», для которой характерны низкие тарифы и высокая эффективность. Так, существуют конкурентные оптовый и розничный рынки. Генерация, передача, распределение и сбыт находятся в частной собственности, при этом, что интересно, генерирующие компании занимают не более 10% рынка каждая. Регулирующий орган также не контролируется государством.

Италия использовала модель Единого закупщика, что позволило защитить мелких потребителей в период реструктуризации. Венгрия также реализует модель «Единого закупщика», успешно привлекая частный капитал в области генерации и распределения электроэнергии. В Таиланде, также как и в Венгрии, стремясь быстро привлечь частный капитал для строительства новых мощностей, государство стало гарантировать контракты. Данный факт можно считать недостатком данной модели, поскольку государственные обязательства становятся серьезным бременем для правительства этой страны.

Бразилия провела приватизацию компаний дистрибьюторов, что позволило значительно улучшить собираемость платежей. Однако большинство генерирующих компаний по-прежнему принадлежит государству, что ограничивает конкуренцию в данной сфере и приводит к сравнительно высоким тарифам.

Самая сложная ситуация сложилась в Калифорнии, где в результате политики регулирующих органов на рынке резко выросли цены на электроэнергию и наступил энергетический кризис.

Все модели заслуживают внимания и позволяют прийти к следующим выводам. «Вертикально интегрированная» модель чревата отсутствием экономических стимулов для повышения эффективности и требует государственного финансирования отрасли. Модель «Независимых производителей» подразумевает выдачу долгосрочных государственных гарантий, что влечет за собой серьезный риск для государственного бюджета. Модель «Единого закупщика» влечет за собой необходимость заключения среднесрочных контрактов на оптовом рынке при ограниченной возможности изменения тарифов на розничном рынке. Основными проблемами «Конкурентной модели» являются значительные структурные преобразования, а также коррекция уровня цен до экономически обоснованного уровня.

Это не единственные проблемы, которые несет процесс реформирования отрасли. Вместе с тем, изучая опыт других стран можно избежать нежелательных последствий реформирования в нашей стране и выработать наиболее эффективные решения реструктуризации электроэнергетики.

Национальная тематика в программах современных российских партий**А.Е. Коньков***Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова**E-mail: alec@nm.ru*

Национальный вопрос остается одним из ключевых для российского общества. В условиях возрастания роли, которую играют партии в политической системе страны, особый интерес представляют взгляды этих партий на национальную политику, их видение перспектив развития национальных отношений, действующих и латентных национальных конфликтов.

По мнению Р.Абдулатипова, «самое опасное в условиях России — создание этнополитических партий» [1]. Однако игнорировать и не использовать в своей деятельности такой мощный мобилизационный ресурс, как национальные чувства и настроения, партии не могут. В зависимости от своих ориентаций, идеологических концептов они «внедряются» в те или иные сферы массового национального сознания, ограничивают их своими ценностями и интегрируют в свою платформу.

КПРФ в своей последней программе демонстрирует приверженность фундаментальным принципам марксизма-ленинизма во взглядах на национальный вопрос. Национальные противоречия и конфликты рассматриваются как второстепенные, надстроечные относительно противоречий экономических, классовых. После решения последних первые, по предположению, прекратятся сами собою. Провозглашая интернационализм, коммунисты в то же время говорят о ценностях, культуре, языке русского и «других» народов страны, т.е. сохраняют за русскими доминирующий статус при решении тех или иных задач. Одновременно они не отказывают в «исторической ответственности каждого народа за государственную целостность России» [2].

Основной лейтмотив программы партии «Родина» — это консолидация «многонационального народа Российской Федерации» [3]. Свою основную задачу партия видит в поиске и закреплении единой общенациональной цели для выхода из системного кризиса. Партия «Родина» ориентирована на сильное и сплоченное государство, национальные противоречия в котором должны быть отодвинуты на второй план перед лицом всеобщей опасности.

В своей программе партия «Яблоко» рассматривает национальный вопрос, отталкиваясь от идеи верховенства прав человека и основополагающих либеральных ценностей свободы и равноправия. «Права человека приоритетнее интересов этноса» [4] — тем самым делается акцент на решении проблем индивида, принадлежащего к какой бы то ни было национальности, а не проблем общности, включающей определенное количество представителей. Демонстрируется и установка на формирование гражданского национализма в стране путем развития «у граждан всех национальностей чувства «единой Родины».

В программе Союза правых сил, сформулированной как либеральные ответы на вызовы внешней среды современному российскому обществу,

в рамках национальной проблематики выделяются три вызова: великодержавия, неполноценного федерализма и правам личности со стороны этнических и религиозных кланов. Партия выдвигает ответные меры на эти вызовы — соответственно: уважение свободными гражданами друг друга и своей страны, постепенное выравнивание «прав и обязанностей субъектов Российской Федерации при сохранении их регионального и этнокультурного своеобразия» [5], признание в каждом российском гражданине человеческой личности, обладающей «неотъемлемыми правами и свободами». «Любой иной подход — это путь к вражде, раздору и гражданским конфликтам,» — заключают правые.

В своей программе ЛДПР делает попытку обозначить собственное отношение ко всем существующим в России национальным и связанным с ними противоречиям. Свою задачу партия видит в спасении русского народа, а вместе с ним и других народов России «от закабаления и вымирания» [6]. Решение национальных проблем партия видит в переводе их во внеполитическую сферу — в результате ликвидации федерализма и политической автономии вообще. Программа отражает стремление партии к советской модели межнационального взаимодействия, при которой провозглашалось, что национальный вопрос в стране отсутствует.

Однако наиболее явно отсутствие национального вопроса в России демонстрирует программа партии «Единая Россия», в которой говорится только о том, что народы России «связаны общей исторической судьбой и великим опытом межнационального согласия» [7], что является основой для укрепления и защиты федеративного устройства страны. Еще в программе утверждается, что «сила народов России — в высочайшей духовности, нравственной чистоте и достоинстве, умении уважать друг друга», поэтому партия стремится к развитию национальных культур и сохранению «самобытности народов и исторических регионов». Больше никаких предложений и намерений в рамках национальной политики страны партия не провозглашает.

Анализ программ российских партий свидетельствует о довольно невысокой степени внимания, которое они уделяют данному вопросу. Большинство партий видят в нем не конкретную проблему, которую нужно решать, а повод через заверения в недопустимости сепаратизма продемонстрировать свой «патриотизм», который предстает не в первоначальном своем значении, а в качестве универсальной популистской догмы — ярлыка, не подкрепленного ясными намерениями и действиями. С другой стороны, есть позитивная тенденция показать национальную проблему через реализацию прав и свобод человека.

Важной особенностью также можно назвать то, что, будучи, по большому счету, едиными в признании национального вопроса необходимым предметом регулирования, каждая из партий по-разному представляет источник проблемы (экономические противоречия, отсутствие равноправия, сознательная деятельность недоброжелателей государства), а следовательно — предлагает разный метод регулирования. При этом, нет необ-

ходимости видеть в подобных оценках только идеологический плюрализм: некоторые из представленных партий, например, могут рассматривать предлагаемое решение национального вопроса в качестве средства достижения иных политических целей.

Таким образом, современные крупные российские партии не видят в национальной проблематике острой актуальности. С одной стороны, тем самым они позволяют государству и его соответствующим органам и структурам самостоятельно решать национальный вопрос, чем отказываются от важного инструмента борьбы за власть. С другой стороны, партии артикулируют настроение социума, а значит, общество просто интересуется сегодня несколько иные проблемы. В то же время партии не отказываются полностью от свойственной риторике на этнонациональную тематику, однако используют ее в качестве аргументов по другим вопросам.

Литература

1. *Основы национальных и федеративных отношений* / Под общ. ред. Р. Г. Абдулатипова. — М.: Издательство РАГС, 2001. — С. 47.
2. Программа Коммунистической партии Российской Федерации (КПРФ) // <http://www.kprf.ru/party/program/>
3. Программа Политической партии «Родина» // <http://www.rodina.ru/programma/show/?id=37>
4. Демократический манифест — программа Российской Демократической Партии «Яблоко» // http://www.yabloko.ru/Elections/2003/Program_2003/index.html
5. Программа политической партии «Союз правых сил» (Российский либеральный манифест) // <http://www.sps.ru/?id=11171>
6. Программа Либерально-демократической партии России (ЛДПР) // http://www.ldpr.ru/programm_ldpr.html
7. Программа Всероссийской политической Партии «Единство и Отечество» - Единая Россия // <http://www.edinros.ru/news.html?id=28>

Специфика жизненных циклов российских компаний

Д. В. Корнеев

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

Абсолютное большинство известных и применяемых сейчас в России моделей жизненных циклов организации были разработаны на Западе в условиях развитой рыночной экономики. Однако почти все они являются в достаточной мере универсальными, а потому могут применяться и для российской действительности.

Таких моделей предложено достаточно много: модель Доусона (рассматривающая жизненные циклы государственных комитетов), модель Липпита и Шмидта (описывающая развитие деловой организации), модель Торбета (основанная на индивидуальных менталитетах членов организации), модели Катца и Канна, Грейснера, Гринера, Кимберли, Адизеса, Мильнера, Емельянова и Поварницыной.

Теория жизненного цикла опирается на предпосылку, согласно которой развитие есть схематическая последовательность состояний организации, разделяемых моментами трансформации, позволяющими выделять различные периоды в её развитии. Отсюда видно, что большинство авторов, занимающихся данной проблематикой, уделяют огромное внимание таким вопросам, как характер эволюционных изменений, количество стадий, их особенности и продолжительность, позволяющих понять не только как и почему эволюционирует организация, но и что в ней претерпевает изменения. Теория жизненных циклов дает возможность, в отличие от многих других моделей, увидеть динамику организации, а не рассматривать ее как статическое образование. Представление о динамике организации позволяет, в частности, сделать вывод о своевременности тех или иных управленческих решений.

Большинство ученых, несмотря на продолжающиеся дискуссии, сходятся в том, что полный жизненный цикл организации обязательно включает такие стадии, как формирование организации, ее интенсивный рост, стабилизацию и кризис. Причем последняя стадия вовсе не обязательно должна завершаться ликвидацией организации. Вполне возможным считается вариант ее реорганизации и дальнейшего развития.

Если организации удастся закрепиться на рынке, то она может пройти несколько циклов своего развития, более длительных периодов, которые отличаются друг от друга ценностными установками и ориентацией организации. Для первого цикла характерно особое внимание к внутренней атмосфере, созданию благоприятного уклада, затем появляется стремление к максимальной формализации, после этого возникает ориентация на создание предпринимательского потенциала, а, в итоге, — стремление к максимальному качеству продукции. Таких циклов у организации может быть много, каждый раз на более высоком уровне развития.

В зависимости от того, на какой стадии жизненного цикла находится компания, появляются определенные проблемы и задачи, требуются соответствующие методы и инструменты для их решения. Подчас то, что работает на одном этапе, не дает результатов на другом.

В российских компаниях возникла ситуация, при которой их организационная структура в рыночной среде была неэффективна, а потому переживала период кризиса и остро нуждалась в реформировании. В то же время новые условия диктовали принципиально новые подходы к их управлению. Это привело к тому, что в российские компании стали приглашаться руководители двух типов. Во-первых, это были опытные управленцы, успешно работавшие в условиях плановой экономики. Ведь если человек справлялся с руководством крупного промышленного объединения, то, придя в компанию, он справится с ее управлением, кроме этого он привнесет в организацию свои связи. Но, к сожалению, оказывается, что данный руководитель, работавший в организациях, находившихся на стадии бюрократизации, практически не способен эффективно функционировать в компаниях, находящихся на стадии роста. Во-вторых, нани-

мались на работу выпускники высших образовательных учреждений, которые обладали огромным теоретическим запасом, но не имели практических управленческих навыков. Теория жизненных циклов позволяет проанализировать не только возможные сценарии развития организации в целом, но и перспективность привлечения тех или иных менеджеров для работы в компании.

Другой особенностью российских компаний являются их масштабы. В основном они представляют из себя довольно жесткие, устоявшиеся структуры со своей культурой, системой управления и отчетности. А их зависимость от государства, обычно высокая социальная и даже политическая значимость, слабые темпы развития отрицательно влияют на предпринимательскую составляющую организационного развития, и, одновременно, указывают на то, что данные компании находятся на последних стадиях своего организационного развития, после которых должен последовать их окончательный кризис или структурная реорганизация.

Отсюда следует вывод, что присущей чертой российских компаний является установка на оперативное управление, а задачей ставится выживание в данный конкретный момент. В большинстве компаний обращает на себя внимание отсутствие ясной миссии и целей развития. Только те компании, которые начнут новый цикл развития, направленный на обновление как производственной базы, так и структуры управления, упорядочивание миссии и целей организационного развития будут иметь шанс выжить и развиваться. Остальные же смогут остаться на плаву только при активной поддержке государства.

Проблема выживания организаций в быстро меняющейся окружающей среде очень остра во всех развитых странах. Не менее остра она и в России, находящейся на стадии перехода от плановой экономики к экономике рыночной. При всех особенностях, присущих российской ситуации, нельзя отбрасывать опыт, накопленный на Западе в области исследования организационного поведения и развития. А теории жизненных циклов могут помочь как менеджерам, так и консультантам по управлению и организационному развитию в проектировании и диагностике организаций, а также при реализации проектов организационных изменений, направленных на повышение эффективности деятельности организаций.

Литература

1. Мильнер, Б.З. Теория организаций. М, 2002
2. Перегудов, С.П. и др. Группы интересов и Российское государство. М, 1999
3. С.Р. Филонович, Е.И. Кушелевич. «Теория жизненных циклов организации И. Адизеса и российская действительность» // Социс, 1996.
4. Емельянов Е. Н., Липсиц, И., Поварницына С. Е. «Как выбраться из ловушки молодости» // Эксперт, 2002.
5. Емельянов Е. Н., Поварницына С. Е. «Жизненный цикл организационного развития» // Организационное развитие, 1996, N 2

**Принятие решений как фактор риска
при формировании государственной политики**

Елизавета Евгеньевна Крохина

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

В современном динамичном обществе формирование государственной политики требует хорошо продуманной и спланированной программы действий, необходимой как для поддержания существующего порядка, так и для стратегического планирования пути развития. Сегодня развитие политико-управленческой науки привело к формированию ряда специализированных теорий, находящихся на стыке организационного менеджмента и государственного управления, и одна из них — теория принятия государственных решений.

Применительно к сфере политической практики все процедуры и технологии применяются государственными структурами лишь с одной целью — получить на выходе решение, вписывающееся в политическую конъюнктуру, отвечающее требованиям stake holder'ов, и впоследствии дающее положительный эффект для всей политической системы. Принятие решений — цель и средство работы государственной машины. Кроме того, это еще и основной источник риска, как для центра принятия решений, так и для внутренних и внешних акторов, которых это решение затрагивает.

Политический риск имеет две составляющие: исходящую из рискогенной природы социума как объекта политической системы и связанную с принятием политических решений внутри государственного аппарата. В этом смысле возможный ущерб может происходить от развертывания стихийных процессов в условиях неопределенности природо-антропогенной среды, так и от собственно государственного управления, выраженного в просчетах при принятии решений (decision-making risks). Последнее связано главным образом с самим субъектом принятия решений. Государство — специфический общественный институт, который в какой-то степени автономен в плане целеполагания в политической сфере и в тоже время не является обезличенной машиной, делающей принятие решений прерогативой власти предрержащих людей, которые в свою очередь находятся под влиянием многих акторов — лоббистов, окружения, международных структур, корпораций. Кроме того, большую роль играет субъективный фактор, так как лицо, принимающее решение, может иметь не только свое понимание проблемы в силу морально-этических и мировоззренческих особенностей, но и свои интересы. Одним словом, «политический риск — это не только вероятность нежелательных последствий тотально-разрушительных для бизнеса, но и нежелательных политических событий, которые являются естественным результатом деятельности правительственных органов в современных условиях практически в любой стране» [4].

Как уже отмечалось, принятие политических решений требует согласования целей и средств центра принятия решений (ЦПР) с целями и

средствами контрагентов, чьи интересы затрагиваются данным решением. Ситуация усложняется тем, что при этом решение должно не только отвечать требованиям макросоциального регулирования и не допускать дисфункционального эффекта для правящего слоя, но и приниматься в соответствии с ресурсным обеспечением (зачастую лимитированное по времени, финансам, технологиям). Таким образом, принятие политических решений сравнимо с балансированием на острие, с одной стороны которого общественное мнение, с другой — интересы stake holder'ов, и при малейшем просчете государство рискует быть сбитым бумерангом неверного решения. В результате управляющие должны при принятии решений учитывать не только необходимость решения управленческих задач (как стратегических, так и оперативных), но и заботиться о поддержании и укреплении своих властных позиций. Закон самосохранения делает управленческие функции зависимой переменной, и возможно это объясняет многие неэффективные решения, по сути квазирешения, создающие видимость активности и удовлетворяющие интересы небольших групп, но в реальности не несущие ни положительных, ни отрицательных последствий для общества. Принятые решения с высокой степенью рискогенности, могут обернуться катастрофой национального и даже международного масштаба.

Итак, в политике риск заключен в производстве решений. В упрощенном виде политический риск понимается как вероятность нежелательных последствий возможных политических решений, способных принести тот или иной ущерб их участникам при реализации. Вместе с тем ряд западных исследователей считают, что риск нельзя ограничивать только вероятным ущербом или потерями, так как неопределенность может нести в себе не только негативные, но и позитивные возможности, учет которых также необходим при планировании и реализации государственной стратегии. Кроме того комплексный характер решаемых государством проблем может привести к положительным результатам решений в одной сфере, и к отрицательным — в другой. Тем не менее на практике управление рисками связывается чаще всего с негативными последствиями, так как именно они связаны с необходимостью перераспределения ресурсов и пересмотром состояния дел и впоследствии с принятием новых решений. В этом усматривается замкнутая система продуцирования решений, основанная на перманентно присутствующих факторах рискогенности. Это отчасти объясняется 1) специфичностью общих условий целеполагания в государстве (особенности центра принятия решений, наличие заинтересованных контрагентов, среда), 2) процессуальными особенностями (применяемые технологические приемы).

Для государства как субъекта принятия решений учет риска приобретает ключевое значение и становится значимым фактором осуществления управленческой деятельности. Задача государственных органов — осуществить задуманную программу с минимальными потерями и отклонениями от курса. В процессе принятия решений выбор между аль-

тернативами всегда рискован, но парадокс в том, что и бездействие государства может быть чревато еще большим риском, принимать решения с учетом риска, проводя мониторинг на всех этапах данного процесса. Задача такого порядка может грамотно решаться только при комплексном подходе, выраженном в *стратегической модели управления риском* [3], предполагающей:

1. Тотальный риск-менеджмент, включающий оценку риска и реагирование на риск.

2. Наличие в государственных органах команды управления риском, состоящей не только из политиков, принимающих решения, но и включающих профессиональных риск-менеджеров.

Литература

1. Henisz W., Zelner B. Political Risk Management: A Strategic Perspective, 2002

2. Буянов В.П. Рискология (управление рисками). – М., 2003

3. Маккартни М., Флинн Т. Риск: управление риском на уровне топ-менеджеров и советов директоров М., 2005

4. Политический риск: анализ, оценка, прогнозирование. Под ред. Султанова Ш.З.М., 1992

5. Соловьев А.И. Теория принятия государственных решений. – М., 2004

Парадоксы современного российского лоббизма

Т.А. Кузнецова

Волгоградский государственный университет

Вообще лоббизм как политическое явление существует уже 1,5 века. Это отработанный и законодательно закрепленный механизм легального влияния на решения и законы, применяемые властью, и к коррупции никакого отношения не имеет. Лоббизм призван дополнять систему демократического представительства.

Однако можно выделить несколько наиболее ярких особенностей и парадоксов, связанных с лоббистской деятельностью в российской политической системе.

Парадокс первый. Лоббистская деятельность в России юридически не закреплена, хотя фактически существует и играет при этом не маловажную роль в политической, социальной и экономической жизни российского общества. И хотя проблема правового регулирования лоббистской деятельности возникла еще в начале 90-х гг., и законопроект о ее правовом регулировании вносился в Госдуму и в 1994, и 1995, и 1996 гг., он так и не был принят. Возникает вопрос, может ли существовать какая-то заинтересованная группа, которая также лоббирует неприятие закона о правовом регулировании лоббистской деятельности. Ведь получается, если нет законодательного закрепления, значит, нет никаких ограничений для ре-

ализации заинтересованными группами «своих» законопроектов, не боясь при этом прибегать к незаконным действиям.

Парадокс второй. Лоббистская деятельность, как институт гражданского общества, является творением англосаксонской политической традиции, которая пережила качественную эволюцию. И если в других странах понятия «лоббизм и коррупция» несовместимы, то в России по сути слились в одно целое. В нашем государстве лоббизм фактически является одним из многообразных проявлений коррупции. И во многом это следствие не легализованности лоббистской деятельности. Можно соглашаться с этим, можно не соглашаться, но факты говорят сами за себя. Так по проведенным весной 2004 г. Российским партнерством по корпоративному управлению и социальной ответственности исследованию, было выяснено, что представители крупного и среднего бизнеса предпочитают установить особые отношения с нужными чиновниками, задействовать административный ресурс, включая, как это ни печально, правоохранительные органы и судебское сообщество. При этом только прямые, вне взяток, потери предпринимателей от коррупции составляют более 6 млрд. долларов в год. В тоже время, по данным исследования фонда ИНДЕМ, общий рынок взяток составляет 40 млрд. долларов в год.

Следует отметить, что главное отличие цивилизованной лоббистской деятельности от коррупции заключается в том, что мы имеем дело с жестко регламентированной и прозрачной процедурой принятия решений, обеспечивающей свободное участие заинтересованных сторон.

Привлекает внимание и то обстоятельство, что, если в нашей стране коррупции объявлена крупномасштабная война даже самим президентом РФ, то она никогда не сможет дать положительных результатов, если не будут приняты такие Федеральные законы как «О борьбе с коррупцией», «О борьбе с организованной преступностью» и «О регулировании лоббистской деятельности в федеральных органах государственной власти», которые на сегодняшний день так и не получили законодательного статуса.

Парадокс третий. Лоббизм не может возникнуть на пустом месте, для его формирования необходимы определенные условия, многие из которых, если не все в РФ не обеспечиваются. Это и демократический характер политической системы, который закрепляет определенными правовыми актами политический и идеологический плюрализм, свободы и права граждан и организаций, и наличие реально действующих, относительно независимых ветвей власти, и сильный парламент и наличие других органов представительной власти, а также рыночная экономика. Но на данный момент можно подставить по сомнению утверждение о существовании в нашей стране демократических и правовых принципов, особенно со складывающейся ситуацией в связи с централизацией власти, что ни как не может способствовать складыванию лоббизма в России, как института гражданского общества в том понимании, каким он является в странах Запада. Наличие развитой системы массовой информации и коммуникации, которая функционирует в условиях гарантированной свободы выра-

жения мнений и взглядов, также является условием и неким индикатором существования лоббистской деятельности. Однако и СМИ в нашем государстве нельзя назвать политически не ангажированными.

Парадокс четвертый. Что российское общество надеемся получить от так называемых лоббистов, которые представлены промышленными и финансовыми группами, которые стали таковыми, в результате приватизации, скупки за бесценок государственного имущества, спекулятивных экспортно-импортных и финансовых операций? Вполне очевидно, что они абсолютно не заинтересованы в создании каких бы то ни было механизмов, препятствующих реализации их планов, а идеи о всеобщем благе, к сожалению, для них далеки.

Далее, сегодняшней государственный аппарат «прозрачен» не только для частных структур, но и потенциальных политических и военных противников нашей страны, что выводит рассматриваемую проблему на уровень необходимости защиты национальной безопасности России. Это обстоятельство заставляет задуматься о прямом или латентном участии иностранных групп интересов в лоббировании того или иного законопроекта, принятие которых в последнее время являются особенно важными для российского общества.

Подводя итоги и отвечая на вопрос, является ли лоббизм положительным или отрицательным явлением, нельзя дать однозначного ответа. Безусловно, лоббистская деятельность, если говорить о России, нужна как проявление и условие существования гражданского общества и демократической системы в целом, но должна быть в первую очередь закреплена законодательно.

Представления о казаках униатского епископа Антония Селявы (по полемическому трактату А. Селявы «Antelenchus»)

Лагно А.Р.

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

Полемический трактат «Antelenchus» [5] был написан и издан в Вильно в 1622 г. Его автор – Антоний Селява в это время являлся настоятелем виленского монастыря Св. Троицы ордена базилиан. Задачей этого трактата было оправдать унию и ответить на вопросы и требования, предъявленные ходом религиозно-общественной борьбы в Речи Посполитой в конце XVI – первой половине XVII. Первая часть посвящена чисто богословскому вопросу – попытке объяснить, что разделяет православных и униатов. Вторая часть, меньшая по объему, посвящена тогдашней церковной политике, именно в этой части содержится небольшая глава, полностью посвященная казакам.

Селява пишет, что казаки – опытные воины, «люди рецкерский», защитники православных верующих, за что достойны наград и бессмертной славы на веки. «Людом рыцерским» в Речи Посполитой называли именно шляхту, а польская шляхта, конечно же, не могла быть довольна тем,

что ее приравнивают к казакам. Поэтому автор здесь, скорее всего, просто льстит им. В состав украинского казачества нередко входила разорившаяся мелкая шляхта, она-то и вносила в казацкую среду представление о тех «правах» и «вольностях», которыми обладала польская шляхта как военное сословие. Под таким влиянием у казаков постепенно сложилось представление, что как военное сословие, добровольно взявшее на себя защиту страны от опасных врагов христианского мира — татар, — казачество ничем не хуже польской шляхты и вполне может претендовать на те же права и свободы [1]. Разумеется, что ни правительство, ни господствующий класс Речи Посполитой не желали признавать какой-либо особый привилегированный статус казачества.

С упадком городов Польши братства постепенно перестали играть заметную роль в религиозной жизни Украины [2]. Место братств заняло казачество, ведь именно оно помогло в 1620 г. восстановить православную иерархию на Украине. Православное духовенство обрело в лице казаков своих защитников, они провозгласили их преемниками и потомками «той старой Руси», что с Олегом ходила на Царьград. Главные задачи походов казаков на татар (как считало православное духовенство) — это глубокая вера в спасение души, ведь награбленной добычей они, прежде всего, наделяют церкви, монастыри, госпитали и духовенство [3]. Таким образом, православное духовенство провозгласило представителями русского народа, носителями его традиций и славы людей, которых в польских кругах величали не иначе как разбойниками, и вообще считали скорее мусульманами, нежели православными. Сами же казаки были твердо убеждены в том, что именно они являются главными защитниками православной веры на украинских землях. Селява категорически отрицает право казаков, как бы то ни было вмешиваться в споры между униатами и православными. Он прямо заявляет, что судить о церковных противоречиях — не их дело, да и вообще этим должно заниматься духовенство, а не миряне.

Также Антоний Селява обвиняет православное духовенство в том, что оно натравливает казаков на униатов, а те в свою очередь их обижают и даже убивают. Он считает, что выступления казаков против униии — не что иное, как бунт, на который казачество спровоцировано православным духовенством. Автор пишет, что православное духовенство наговаривает на униатов, а казаки им верят: «то, что от казаков делается, делается по вашему наущению», «немало мы слышали от казаков, что вы им на нас клеветали» [5]. Клевета имела своим последствием рукоприкладство: «они утопили монаха (имеется в виду Антоний Грекович — прим. авт.), священника и наместника митрополита, который им и слова не только злого, но и доброго не успел сказать, и дня в Киеве не пробыл, никуда не высывался и никому даже малейшей причины к неприязни не подал» [5, С. 720.]. Здесь Антоний Селява не совсем прав. На самом деле, еще в 1610 г. Антоний Грекович был направлен в Киев в качестве наместника, чтобы распространить власть униатской церкви на территорию Восточной

Украины. Его действия натолкнулись на сопротивление именно казаков, взявших под свою защиту православных священников и не давших наместнику подчинить их своей власти, а также обложить пошлинами в пользу митрополии. Когда Грекович попытался настоять на своем, его 23 февраля 1618 г., утопили в Днепре [4, С.91.].

В целом автор этого трактата считает борьбу казаков с унией грубым нарушением законов Речи Посполитой, а православное духовенство обвиняет в амбициозности, тщеславии и властолюбии.

Литература

1. Флоря Б.Н. «Украинское казачество и шляхетская Речь Посполитая во второй половине XVI – первой половине XVII в.» // Очерки по истории Украины. М., 1993, С.75.

2. Грушевський М.С. З історії релігійної думки на Україні. Львів, 1925, С.73.

3. Грушевський М.С. Історія української літератури. Київ, 1996, Т. VI, Кн. 1, С.19.

4. Флоря Б.Н. «Казачество и религиозная борьба на Украине в первой половине XVII в.» // Очерки по истории Украины. М., 1993, С.90-91.

5. Sielawa A. «Antelenchus, to jest odpis na scrypt uszczypliwy zakonnikow Cerkwie odstępnę Qw. Ducha, Elenchus nazwany, napisany przez Oyca Anastazego Sielawę, przełożonego monastera Wileńskiego Qw. Troyce zakonu Q. Bazylego. Wilno, 1622» // Архив Юго-Западной России, ч. 1, Т. VIII, вып. 1. Памятники литературной полемики православных южноруссов с протестантами и латино-униатами в Юго-Западной Руси за XVI и XVII стол. Киев, 1914, С.720.

Эволюция взглядов на выбор российской модели Информационного общества

А.П. Локтев

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

E-mail: andrey@pynes.ru

После развала Советского Союза Россия встала перед выбором долгосрочной стратегии социально-экономического и инновационно-технического развития. И в первую очередь это выбор эффективной национальной модели перехода к информационному обществу с учетом социальных, культурных, экономических и других особенностей развития страны.

В начале 90-х годов за основу развития информационного общества была выбрана калифорнийская модель. Эта модель подразумевает политику открытой конкуренции, максимального невмешательства государственных структур в экономические процессы региона и минимального уровня налогов для частного бизнеса. К недостаткам модели можно отнести слабую социальную политику государства. Неудача калифорнийской модели в России была вызвана неготовностью частного бизнеса использовать государственные объекты для организации высокотехноло-

гичных производств, отсутствием практики приватизации и законодательной базы, непродуманными решениями правительства в области налоговой политики.

Данный просчет правительства серьезно затормозил развитие информационного общества. Специалисты искали причины провала калифорнийской модели в различных сферах жизни. В качестве наиболее возможных причин назывались социальная неравномерность общества, институциональная неопределенность в купе с экономическим спадом, культурная и духовная специфика российского общества и многие другие. Среди работ этого периода превалировали работы теоретического характера, основной целью которых было создание общей концепции развития российского информационного общества.

В конце 90-х годов большую популярность получили национальные модели информационного общества — финская и азиатская. Финская модель отводит основную роль в построении информационного общества государству. Эта модель отличается высокими социальными гарантиями, политикой включения всего населения страны в информационное общество, участием государства в качестве акционера и инвестора в секторе информационных технологий.

Столпами информационного общества в рамках азиатской модели, являются дешёвая рабочая сила; создание инфраструктуры, необходимой для развития производства и поддержки новых технологий; и создание компаний, способных конкурировать на мировом рынке.

Однако первоначальный ажиотаж вокруг национальных моделей быстро спал, когда выяснилось, что эти модели малоприменимы в России как раз в силу их национально-культурных особенностей. В исследованиях по информационному обществу все громче стала звучать мысль о необходимости разработки собственной стратегии развития. К этому времени в России сформировались условия, ставшие подходящим фундаментом для построения конкретных проектов — сформировался отечественный рынок информационных и коммуникационных технологий, существует высокий уровень образования, сохраняется высокий потенциал в инженерном деле, науке и программном обеспечении.

Подобные проекты не заставили себя ждать. Охватывая самые разные сферы жизни, они единодушны в мысли о необходимости партнерства государства, научно-образовательного сообщества, бизнеса, общественных организаций и населения в реализации стратегии информационного развития. В 2002м году впервые были представлены государственные программы «Электронная Россия на 2002 — 2010 годы» и «Развитие единой информационно-образовательной среды Российской Федерации в 2002-2006 годы». Стали приниматься конкретные решения по строительству технопарков, информатизации страны, развитию коммуникационной среды.

Инновационный сценарий среднесрочной программы социально-экономического развития России на 2005-2007 годы дает основания пола-

гать, что построение информационного общества станет основой государственной политики.

Развитие личности в XXI веке: возвращение в реальность

М.Д. Лунин

Московский государственный университет им. М.В.Ломоносова

Состояние социокультурной среды и перспективы развития современного российского общества обычно связывают спрощенными процессами массовизации и примитивизации культуры, распространения культуры досуга/культуры потребления/культуры выживания, уменьшения творческой активности, атомизации общественного сознания, сокращения семиосферы, виртуализации культуры.

Однако перспективы развития культуры не сводятся только к этим тенденциям. Появляются и новые возможности. Важнейшей из них мне видится формирование личности нового типа. Личность нового типа я условно называю человеком XXI века, человеком, который сможет превратить достаточно безрадостное существование в постмодернистской в негативном смысле и виртуализированной культуре в жизнь, полную радости, творчества и любви.

Ясно, что для того, чтобы изменить окружающую культуру, такому человеку приходится становиться творцом и носителем собственных ценностей, норм и моделей поведения, избирательно и творчески подходить к их заимствованию из внешней среды, при этом ни в коем случае не уходя от общества. Напротив, человек XXI века активно участвует в его жизни и взаимодействует с людьми, возможно, даже больше, чем другие. Однако он, в отличие от «нормально» социализованного человека, практически все свое время проводит в реальности, а если и погружается в виртуальные миры (миры, конструируемые масс-медиа и масс-индустрией), то делает это с ясной целью и знанием, зачем ему это нужно, и не застревает в них.

Иными словами, человек XXI века *сам конструирует социальную реальность вокруг себя*. Его инструменты - это четкая формулировка целей, осознанность, настойчивость в их достижении и различение между тем, что стоит делать, а что нет. Он является скорее причиной собственной жизни, чем её следствием. Вместо того чтобы, как это сейчас принято, погружаться в виртуальные миры - смотреть или читать, как с другими происходят приключения, - и жаловаться на непреодолимую скуку, он предпочитает превратить в приключение собственную реальность. Он не перекладывает ответственность за свою жизнь на внешние обстоятельства, а берет её целиком на себя.

Конструирование собственной реальности и ответственность за нее - это один из основополагающих принципов жизни человека XXI века. Второй заимствован мной из гештальттерапии Ч. Перлза и условно назван *принципом эмоциональной независимости*. Чтобы достичь этой неза-

висимости, человек должен преодолеть стремление получить эмоциональную поддержку из окружающего мира и найти новые источники поддержки в самом себе с тем, чтобы в дальнейшем действовать в мире свободно, не ставя себя в зависимость от людей и обстоятельств, успехов и неудач. И в самые лучшие, и в самые тяжелые времена человек XXI века находит в себе источник, позволяющий ему действовать в реальности и радоваться жизни. Маленький тест на эмоциональную независимость, это, например, вопрос, готов ли человек уехать на 10 лет, скажем, на Сахалин, прекратив все свои контакты с прежними знакомыми, и создать там себе успешную и радостную жизнь. Честный положительный ответ на такой вопрос говорит о высочайшем уровне целостности и эмоциональной независимости личности.

Наслаждение жизнью в любой ситуации, а также любовь к себе, к жизни и к окружающим, вот тот мотор, который в условиях непостоянства и все убыстряющейся скорости жизни в мире позволяет человеку XXI века оставаться на гребне волны жизни, не сойти с дистанции. Если человек перестает наслаждаться жизнью и перестает любить, а одно и другое взаимосвязаны, то он часто серьезно заболевает или получает диагноз вроде синдрома хронической усталости, когда говорят просто: человек сгорел. Умение наслаждаться реальностью, не уходя в виртуальность, умение радоваться каждому вздоху, жить каждый день как последний позволяет наиболее полно и активно прожить свою жизнь, и именно свою, а не чужую. Эта концепция наслаждения и любви к жизни сильно отличается от концепции страдания и страха, которая оказала глубокое влияние на развитие мировой культуры.

Пребывание на гребне волны жизни означает пребывание в потоке. Что значит в потоке? Наверное, у каждого человека бывали в жизни периоды, когда все получалось и когда все шло так, как надо. Поток — это именно такое состояние сознания. Иногда это называют интуицией. В общем-то, это философская концепция, но она практически применима в реальной жизни. С. Гроф говорил об этом так: «Люди, о которых я говорю, вместо того, чтобы пробивать себе дорогу к будущей цели, борясь с врагами и устраняя препятствия, чувствуют, куда ведет энергия и как они могут наилучшим образом ей соответствовать. Они просто идут с потоком» [3].

Напрашивается вопрос, как можно одновременно конструировать собственную реальность и «просто идти с потоком»? С точки зрения обычной логики здесь явное противоречие. Однако на самом деле это лишь вопрос точки и оптики восприятия. Посмотрев на цилиндр сбоку, мы увидим прямоугольник, сверху — круг. Однако это всё же цилиндр. Гибкость и открытость к новым концепциям очень важны для человека XXI века, так как позволяют ему ориентироваться и развиваться в меняющейся реальности и не заикливаться на одних и тех же идеях. Я называю это *голографичностью сознания*. Как известно, голограмма может одновременно содержать в себе несколько картинок, которые становятся видны при разных углах зрения. И хоть мы одновременно обычно наблюдаем

только одну или две из них, все они, тем не менее, реальны и, немного поменяв угол обзора, мы увидим и другие. Перенесенная в жизнь, эта способность видеть и понимать позицию других людей, а также осознавать, что несовместимые позиции иногда бывают одновременно правильными, может стать бесценным подарком для воспринявшего ее.

Человек XXI века не является ни человеком Запада, ни Востока по мироощущению и способу бытия. Он соединяет в себе лучшие черты и того и другого – стремление действовать в мире и активно преобразовывать окружающее пространство с одной стороны, и внутреннюю наполненность, осознание смысла своих действий, а также самодостаточность с другой. В жизни это проявляется в том, что достижение внешних целей (карьера, успех, признание и т.д.) неразрывно связано с внутренним развитием, с личностным ростом, с совершенствованием черт характера. Так, он не будет пытаться сделать что-то сиюминутное, если будет чувствовать, что он к этому еще внутренне не готов. Это гарантия отсутствия резких падений и обрывов в жизни. Это позволяет закрепить и развить внешний успех, сделав внутреннее своей опорой, а кроме этого дает возможность наслаждаться достижением внешних целей, наделяя его глубоким смыслом для самого человека.

XXI век стал величайшим вызовом для человечества. Кризис культуры, экологический кризис, кризис ценностей поставили человечество на грань катастрофы, но одновременно и дали величайшую возможность для глобального изменения сознания. Возвращаясь в реальность и максимально реализуя себя в ней, человек XXI века самой своей жизнью творит это изменение.

Литература

1. Майков В., Козлов В, Трансперсональная психология М.: АСТ, 2004.
2. Талбот М. Голографическая вселенная, М.: София, 2004
3. С. Гроф, Э. Ласло, П. Рассел «Революция сознания», М.: АСТ, 2004

Зависимость межрегиональной миграции от миграционной и национальной политики регионов России

Л.И. Ляпина

Астраханский государственный университет, Россия.

E-mail: lavina@e-mail.ru

В 1992–2004 годах внутренние перемещения в России, несмотря на большую роль международной миграции, доминировали. В последние годы они составляют около 90% вобщих потоках прибывших и выбывших.

В связи с тем, что новое трудовое законодательство только формируется и многие вопросы еще строго не регламентированы, положение на локальных рынках труда практически целиком зависит от экономических возможностей регионов и политики региональной администрации. Поэтому имеет значение более детальное рассмотрение именно межрегиональной миграции и причин ее возникновения.

Что же заставляет россиян переезжать в другие регионы страны?

Это, наряду с крайними обстоятельствами, какими являются военные действия и обострение межнациональных отношений (что характерно для Северо-Кавказских республик) в основном причины чисто экономического характера. Но интерес представляют и другие причины, мотивирующие выбор мигрантов. Например, миграционная политика, проводимая в регионах России, и национальная политика (т.е. политика областей по отношению к постоянно и временно проживающим в них нациям, народностям). Для простоты анализа будем рассматривать политику местных властей только в регионах юга России, где на протяжении многих лет наблюдается положительное сальдо миграционного баланса.

Не секрет, что наиболее важные для мигрантов проблемы – обеспечения их законных прав, налаживание мирных взаимоотношения с местным населением – зачастую решаются на региональном уровне, а не федеральным центром. Миграционная политика, как она декларируется и реализуется федеральным центром, и по сей день остается достаточно либеральной. На федеральном уровне еще можно услышать призывы к иммигрантам приезжать в Россию. Однако на региональном уровне практически все административные власти выступают за ограничение притока мигрантов.

Миграционная политика в регионах все более подвержена «выстраиванию по вертикали»: по-видимому, уходят в прошлое времена, когда российские регионы в своем миграционном нормотворчестве нарушали федеральное законодательство. В настоящее время практически все законы и подзаконные акты субъектов страны приведены в соответствие с законами Российской Федерации.

Национальная политика, напротив, децентрализуется. В отсутствие внятной национальной политики на федеральном уровне, предполагающей не только развитое законодательство, но и реалистические программы, подкрепленные финансами, региональные власти вынуждены брать на себя ответственность за состояние межэтнических отношений. Практически повсеместно основной целью региональной национальной политики является социально-политическая стабильность в данной сфере, предотвращение обострения межэтнических отношений. Но пути к достижению этой цели у областей разные. Какие же факторы определяют национальную политику регионов страны и насколько эффективны предпринимаемые местными властями меры?

Ориентация и эффективность национальной политики в регионах определяются несколькими факторами. Во-первых, огромное значение имеет экономический потенциал, возможность выделения ресурсов, направляемых на эти цели. Самарская область, устойчиво входящая в первую пятерку наиболее динамичных регионов России, Саратовская область могут позволить себе финансирование национальной политики в масштабах, которые не подъемны для Волгоградской или Оренбургской областей. Бюджетом Самарской области в 2002 году предусмотрено финанси-

рование Мероприятий по национально - культурному развитию народов Самарской области в размере 3800 млн.рублей и,отдельной строкой, «Радио-7» - 435 млн.рублей, тогда как в Саратовской, в Программе «Социального и национально -культурного развития народов Саратовской области на 1998 - 2001 годы» в 2001 году было предусмотрено 1400,0 тыс.рублей. Еще меньшие средства на реализацию национальной политики может себе позволить Астраханская область.

Важно, однако, что в каждом субъекте финансирование национальной политики имеет свои особенности: в Оренбургской и Самарской областях — по линии комплексной программы, в Астраханской — по областным программам, в Саратовской — по линии вышеназванной программы. Особняком стоит Волгоградская область, в которой все расходы на осуществление национальной политики идут через соответствующие профильные подразделения исполнительной власти.

Объем ресурсов, идущих на реализацию национальной политики важен, но не менее значима прозрачность расходов. Прозрачность финансовых потоков позволяет судить об эффективности расходования средств и, в конечном счете, об эффективности региональной национальной политики. И здесь безусловным лидером является Самарская область, бюджет которой максимально прозрачен. На другом полюсе — покрытый завесом тумана бюджет Волгоградской области. Несколько лучше ситуация в Астраханской и Оренбургской областях.

Во-вторых, имеет значение политическая ориентация руководства субъектов Федерации и политический вес оппозиции. В регионах, возглавляемых губернаторами с либеральными взглядами, национальная политика, как правило, более проработана (Самарская, Саратовская, Астраханская области). Напротив, в Волгоградской области, где сильны позиции национал-патриотов, национальная политика более декларативна. *В-третьих*, многое зависит от силы и влияния казачества, достаточно консервативного и, как правило, не настроенного на диалог с представителями других социальных слоев общества. Это ощущается в Волгоградской, Оренбургской областях. *В-четвертых*, огромную роль играют традиции мультикультурного развития региона. Типична ситуация в Астраханской области, многонациональной по составу населения, где толерантность к другим народам, веротерпимость складывались веками. Правда, уповать исключительно на традиции бессмысленно: сегодня наблюдается направленность Астраханской области в сторону ужесточения миграционной политики по отношению к отдельным этническим группам. Руководство области рассматривает многонациональный миграционный поток на территорию области в качестве предпосылки для межэтнических конфликтов. УДМ УВД Астраханской области ведется ежемесячный мониторинг миграционных потоков. Отслеживается въезд иностранных мигрантов из Республики Казахстан, республик Средней Азии и Северного Кавказа. Ведутся постоянные проверки поездных бригад и пассажиров поездов среднеазиатского направления на предмет наличия и правиль-

ного заполнения миграционных карт. За 2004 год сотрудниками УВД осуществлено 6779 проверок мест проживания иностранных граждан, 1108 предприятий, строительных объектов с использованием иностранной рабочей силы. Если в 2003 году процент охвата работодателей проверками по соблюдению российского законодательства составлял 52 %, то по состоянию на 31.12.2004 проверено 74 % работодателей. В 2004 году с ходатайством о предоставлении статуса вынужденного переселенца обратились 8 семей (30 человек), прибывших из Узбекистана и Казахстана. По всем ходатайствам было принято решение об отказе. Отказано также в предоставлении статуса вынужденного переселенца 2 семьям (8 человек), прибывшим из Чеченской Республики. На основании решений судов был предоставлен статус вынужденного переселенца только 4 семьям (12 человек из 50 подавших ходатайства), прибывшим из Азербайджана, Узбекистана и Чеченской Республики.

На основании вышесказанного можно сделать выводы о том, что с точки зрения мигрантов, наиболее привлекательной выглядит Самарская область. Действительно, в 2004 году с ходатайством о предоставлении статуса вынужденного переселенца в УВД Самарской области обратилось 146 семей (для сравнения, в Астраханской области с подобной просьбой обратилось 14 семей). Однако только 6 из них был дан положительный ответ. Остальные получили отказ по различным причинам. Это говорит о том, что, в Самаре либерализация национальной политики сопровождается ужесточением миграционной политики. Это имеет неплохие результаты, поскольку область, с одной стороны, принимает большой поток мигрантов, а, с другой стороны, создает благоприятные условия для полноценного удовлетворения этнокультурных потребностей населения области.

Таким образом, каждая из рассматриваемых областей юга России избрала свой путь разработки и реализации миграционной и национальной политики. Региональные власти вынуждены оглядываться на общественное мнение, учитывая внутреннюю расстановку политических сил и социально-экономическую ситуацию, мнение федерального центра. Все это оказывает существенное влияние на миграционную привлекательность регионов.

Литература

1. Моисеенко В. М. Внутренняя миграция населения. М.: Экономический факультет МГУ, 2004, 285 с.
2. Артоболевский С., Зайончковская Ж. Миграционная ситуация в регионах России. Москва, 2004, с. 212.
3. Регент Т. М. «Проблемы миграционной политики России на современном этапе» // Экономическая наука современной России, 1998, №3, с. 12-18.
4. Аврамова Е. М. Время перемен: социально-экономическая адаптация населения. М., 1998, с. 25-26, 47-48.

Проблемы социальной ответственности власти в России.*Т.А. Михайленко**Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова.**E-mail: Glaffred@mail.ru.*

В современной России вопрос о социальной ответственности власти приобретает все большую актуальность. Как известно, социальная ответственность власти предполагает внимательное отношение к проблемам общества, заинтересованность в повышении его благосостояния и улучшении условий жизни людей. Этот термин можно понимать предельно широко и не ограничиваться содержанием конкретных целевых социальных программ. Социальная ответственность может проявляться разными способами. Создание новых рекреационных объектов, повышение размера социальных выплат, меры по защите окружающей среды – все это примеры ответственного отношения власти к обществу. Следует подчеркнуть, что социально ответственными могут быть не только общефедеральные власти. На каждом уровне управления власть способна проявлять социальную ответственность в рамках своей компетенции и распространять ее на ту часть населения, которая находится на подконтрольной территории.

Во многих странах Запада власти уже пришли к выводу о необходимости ответственного отношения к своим гражданам. Так Швеция представляет собой классический пример социального государства. В нашей стране иная ситуация. Конечно, принципы социального государства постепенно развиваются, однако степень социальной ответственности власти в России на разных уровнях управления не всегда соответствует желаемому. Особенно остро эта проблема стоит в наиболее удаленных от столицы регионах. С чем же связано такое положение дел, какие преграды стоят на пути социальной ответственности власти в России?

Наиболее часто называемая причина – отсутствие финансирования. Несомненно, важная причина. Однако, с одной стороны, проявление социальной ответственности не всегда предполагает большие материальные затраты, особенно на местном уровне управления. С другой стороны, можно попытаться привлечь внебюджетные, негосударственные средства (например, давать бизнесу стимулы проявлять социальную ответственность). Но дело в том, что сами по себе российские власти считают проявление социальной ответственности в принципе экономически невыгодным делом. Часто власть не понимает или не хочет понять, что мероприятия, затратные в краткосрочном периоде, в будущем позволят сохранить большие материальные ресурсы и даже получить прибыль.

Кроме того, деятельности властей во многом мешает противоречивость российского законодательства. Особенно пагубно сказываются законодательные пробелы и противоречия между правовыми актами федерального и местного уровней управления. Эти проблемы сильно ударяют по потенциалу социальной ответственности власти, как и без того проблемной сферы деятельности.

Наконец, часто отмечается низкий уровень социальной сознательности власти. Корруптированность и преследование представителями местных и государственных органов своих интересов – это реальность российской действительности. В связи с этим можно было бы сделать вывод, что даже если условно устранить все названные причины, кроме последней, ситуация бы не изменилась.

Однако есть основания полагать, что это не совсем так. Существует еще один блок «препятствий» на пути социальной ответственности, который может иметь не менее весомое значение. Важно четко понимать, что социальная ответственность на практике – это следствие ее востребования со стороны общественности и социального давления на власть. Российские же граждане еще не осознали своих возможностей требовать от власти следования принципам социального государства. О безответственном отношении российской власти к обществу часто говорят, однако в нашей стране еще до сих пор не сформированы в должном объеме полноценные институты гражданского общества, которые могли бы целенаправленно представлять социальные интересы и требовать их защиты. Например, в Германии, динамично развивающемся социальном государстве, система институтов гражданского общества весьма широко развита; почти все граждане являются членами какого-либо общества или клуба интересов и, таким образом, имеют возможность коллективно и организовано заявлять о своих требованиях. А в России власти не ощущают существенного давления со стороны общества в решении социально значимых вопросов. Пожалуй, немного инфантильно полагать, что власть «по собственному желанию» начнет всерьез заботиться об обществе. Ее необходимо заставить быть ответственной. Неслучайно, во многих странах Запада процессы формирования социального государства и складывания институтов гражданского общества во многих случаях были тесно связаны. Политики должны достаточно четко представлять, какие «санкции» к ним будут применены в случае их безответственности и какие выгоды они могут получить в случае проявления заботы об обществе.

Важно отметить и то, что часто проявление социальной ответственности – это один из способов создания положительного имиджа государственных и местных органов управления. Во многих странах Запада ответственность власти перед обществом – это неременное условие благоприятного отношения граждан и успеха на предстоящих выборах. В России ситуация сложнее. Чаще всего население адекватно воспринимает социально ответственные действия власти только если выгоды от них очевидны сразу (повышение социальных пособий). К тем видам социальной политики, преимущества которых менее очевидны, население относится скептически и не понимает их содержания (замена социальных льгот компенсациями). Таким образом, социальная политика далеко не всегда в нашей стране может служить средством создания положительного имиджа власти. А поскольку население еще не научилось требовать от власти выполнения социальных обязательств, легче использовать дру-

гие методы (например, словесное описание общественных преимуществ в случае избрания определенного кандидата).

Итак, часто проблема низкого уровня социальной ответственности власти в России связывается с безнравственностью политиков, их неосознанностью и преследованием своих интересов. Однако необходимо осознать, что социальная ответственность не возникнет в должном объеме до тех пор, пока на нее нет широкого и даже «настоятельного» спроса.

Литература

1. М. Пик, «Как спасти ваши города, поселки и местности рядом с вами», М., «Олимп», 1999.
2. Мескон, М. Альберт и Ф. Хедоури, «Основы менеджмента», М., «Дело», 1998 г.
3. Филип Котлер, «Основы маркетинга», М., «Прогресс», 1992 год.
4. <http://ineca.ru>. Материалы «круглого стола» по теме «Экологическая безопасность Кузбасса. Взаимодействие власти, бизнеса и общественности в решении экологических проблем», май 2004 года, Кемерово.
5. <http://www.profile.ru>
6. <http://www.soc-otvet.ru>

Перспективы усиления политического экстремизма в мире через призму аналитических материалов разведывательного сообщества США

Д. Молчанов

Московский государственный университет им. М.В.Ломоносова

Очередной доклад Национального совета США по разведке «Mapping Global Future-2020», написанный на основе привлечения весомого интеллектуального потенциала (в период с сентября 2003 по октябрь 2004 гг. в шести странах - Великобритании, Венгрии, Сингапуре, США, Чили, ЮАР - прошли в общей сложности шесть региональных и двадцать тематических конференций, семинаров и симпозиумов) позволяет предположить, что мировое развитие будет характеризоваться большой неопределенностью и создавать условия для роста экстремистского потенциала.

Глобальный экономический рост может подстегнуть демократизацию, однако налицо и возможность отката со стороны многих стран, считавшихся составным элементом «третьей демократизационной волны». Например, к 2020 году могут быть частично обращены вспять процессы демократизации в бывших советских республиках и в странах ЮВА. Россия, чье посткоммунистическое развитие осложнено поиском национальной идеи, и большинство центральноазиатских государств, по всей видимости, будут скатываться обратно к авторитаризму. Развитие более диверсифицированной экономики в этих странах сыграло бы решающую роль в становлении среднего класса, что, в свою очередь, стимулировало бы демократизацию.

Незавершённость демократических преобразований вкупе с социально-экономическими трудностями может привести к всплеску популист-

ской идеологии – как в Латинской Америке, так и в Азии: Лаос, Камбоджа и Мьянма могут попасть в разряд «несостоявшихся государств».

На развитии многих политических систем, вероятно, скажется возрождение массового религиозного сознания (кроме стран Европы и США, где традиционные религиозные институты будут утрачивать влияние на политическую жизнь). Включению компонентов религиозного сознания в политический процесс будет способствовать нарастание миграционных процессов. Политическая изоляция иммигрантских (прежде всего мусульманских) общин в государствах Европы усугубит их замкнутость и противопоставит эти общины «враждебным» политическим системам, от чего выиграет исламский радикализм.

В традиционных исламских ареалах (в первую очередь на Ближнем Востоке и в Северной Африке) также ожидается рост фундаментализма. Силы исламского радикализма будут призывать вернуться к «мусульманским цивилизационным истокам» в качестве ответа на вызовы глобализации. Политические механизмы в этих странах и далее будут вбирать в себя иррациональные элементы религиозного сознания. Прогнозируются активность некоторых конфессиональных меньшинств, в том числе шиитских, и возможное обострение межнациональных и религиозных противоречий в Ираке, Саудовской Аравии и Пакистане. Коллективное чувство инородности и отчуждения, на чём играет радикальный ислам, вряд ли ослабнет до тех пор, пока мусульманский мир не предстанет в более полной мере интегрированным в мировую экономику. Распространение радикального ислама, который спланирует не сопоставимые между собой группы людей различной этнической и гражданской принадлежности и, возможно, даже создаст «трансграничный институт власти», окажет значительное влияние на развитие событий в глобальном масштабе.

На ближайшие 15 лет признаки ослабления ключевых факторов, порождающих международный экстремизм, не просматриваются. Большинство международных экстремистских групп будут по-прежнему отождествлять себя с радикальным исламом. Возрождение мусульманской общности позволит включить в сферу распространения радикальной исламской идеологии не только Ближний Восток, но и Западную Европу, ЮВА, Центральную Азию. Происходить это будет на волне солидарности с мусульманами, вовлечёнными в конфликты в Палестине, Чечне, Ираке, Кашмире, на Минданао и юге Таиланда, а также как реакция на репрессивные меры, коррумпированность и неэффективность властных структур.

Проводником исламского радикализма останется сеть благотворительных и образовательных организаций и иных механизмов. «Кадровой» подпитке террора будет способствовать отчуждение среди безработных молодых людей. Ожидается, что к 2020 году «Аль-Каиду» вытеснят несколько родственных ей по духу, но более разветвлённых и менее централизованных экстремистских группировок. Они будут вынуждены перейти на более законспирированный и автономный режим. Это, вероятно, повлечёт за собой уменьшение численности боевых организаций,

включая костяк самой «Аль-Каиды», что, впрочем, компенсирует рост «индивидуального профессионализма». Даже если сократится количество экстремистов, террористическая угроза, по-видимому, сохранится.

Большинство терактов будет осуществляться преимущественно с применением обычного оружия. Усовершенствованы будут скорее не орудия и технологии, а тактические и организационные методы террористов. При этом возрастёт вероятность попадания в их руки оружия массового уничтожения (ОМУ), прежде всего биологического – благодаря большей доступности средств его производства. Что касается ядерного оружия, то экстремисты могут пытаться произвести его самостоятельно, приобретая соответствующие расщепляющиеся материалы, либо купить или украсть боезаряды – в первую очередь в таких странах, как Россия и Пакистан. Повышенную озабоченность вызывает угроза широкого применения экстремистскими группировками «кибероружия» для ведения полномасштабных информационных войн.

Экономическая отсталость многих стран, бедственный уровень жизни их населения, межнациональные и межконфессиональные противоречия останутся питательной средой внутренних конфликтов, однако их возникновение и масштаб во многом зависят от дееспособности государственной власти. Там, где властям не удастся удовлетворить народные чаяния и разрешить имеющиеся противоречия, возможны наиболее частые вспышки насилия, чреватые гуманитарными катастрофами. Страны, подверженные такому риску, образуют «дугу нестабильности» – от Центральной и Северной Африки, Ближнего Востока, Балкан, Кавказа, Центральной и Южной Азии до отдельных сегментов Юго-Восточной Азии.

УДК 351.96

Теория и практика гражданского контроля над военной организацией и военной деятельностью

С.А. Невский

Российский Государственный Гуманитарный Университет

Гражданский контроль представляет собой систему установлений, государственных и общественных институтов и осуществляемых ими мер, обеспечивающую законность и целесообразность военной политики государства, максимально возможную открытость военной сферы, демократический характер военно-гражданских отношений, приоритет гражданского общества по отношению к принципам военного дела, а также оказывающую влияние на положение дел в этой области в интересах общества.

За последние 20 лет в России произошли глобальные изменения, которые коснулись геополитического положения страны, ее внешней политики, экономики, политической системы, общественной жизни. При этом изменения практически не коснулись многих государственных структур, в том числе военной организации страны. Наличие в военной сфере

большого количества серьезных проблем, а также широкий общественный резонанс по отношению к некоторым из них подтверждают необходимость скорейшей военной реформы. Однако современный уровень эффективности государственных институтов ставит под вопрос успешное проведение такой реформы. Мотором военной реформы в России, без которого она маловероятна, является система гражданского контроля в военной сфере, точнее ее создание. Создание системы гражданского контроля – основное содержание реформы и главная гарантия ее успешного проведения. Резюмируя вышесказанное, можно говорить о чрезвычайной актуальности тематики данной работы.

В результате проведенной работы были сделаны следующие выводы.

Гражданский контроль в военной сфере – неотъемлемая часть гражданского демократического общества. «Контроль» следует понимать как в узком значении данного слова (проверка, надзор), так и в широком (управление, руководство). «Гражданский» – как контроль граждан (а не гражданских лиц над военными). Гражданский контроль – это система, которая не может быть прерогативой одного ведомства или института, она должна быть диверсифицирована. Множественность субъектов гражданского контроля объясняет разные механизмы его функционирования. Он осуществляется властно-распорядительными полномочиями высших органов государственной власти, контрольно-надзорной деятельностью специальных надведомственных органов власти; правосудием; наблюдением и информированием о состоянии дел в военной сфере со стороны институтов гражданского общества; обращениями, заявлениями и жалобами граждан. Предмет гражданского контроля не может быть сведен ни исключительно к вооруженным силам, ни даже ко всем военно-силовым структурам. Под контролем должна находиться вся военная сфера. Поэтому наиболее точно его предмет очерчивает словосочетание «военная организация и военная деятельность».

Общим в этой системе для всех демократических государств является то, что во главе военного ведомства стоит гражданский человек; функции политического, административного и оперативного управления вооруженными силами являются компетенцией различных структур. Общим правилом является также парламентский контроль за формированием и расходованием военного бюджета. В то же время в каждой стране есть своя специфика. Особенности гражданского контроля в ведущих странах мира во многом предопределяются государственным устройством этих стран, их политическими традициями и историческим опытом. Устройство системы гражданского контроля в Великобритании вытекает из парламентской формы правления. Развитость горизонтальных связей и публичность французского общества, высокий уровень его активности, имеют своим результатом характерное для французской системы чрезвычайно тесное взаимодействие вооруженных сил и политических партий, общественных организаций как на государственном, так и на местном уровне. Японская модель и по сей день несет на себе отпечаток демилитаризации.

таризации страны после поражения во второй мировой войне. Наиболее универсальной и совершенной, а потому наиболее подходящей для России является американская модель гражданского контроля. Пристальному вниманию заслуживает также немецкая практика, в особенности, что касается уполномоченного бундестага по делам вооруженных сил. Представляется возможным определенное практическое применение собранного в работе материала и сделанных выводов в определении путей военной реформы в России, изменении общественного и государственного устройства страны.

Технологии регулирования информационных рисков в политической сфере принятия решений

Т.А. Петрова

Московский государственный университет им. М.В.Ломоносова

В настоящее время для информационного потока в государственных структурах при принятии управленческих решений характерна высокая степень воспроизводства информационных рисков. Причин для этого множество. Дублирование сведений, отсутствие распределения второстепенных и первоочередных сообщений, рассогласование в сроках и скорости поступления данных, снижает точность их обработки. Ограниченные возможности человека, недоверие управленцев к некоторым данным (в первую очередь полученным с помощью компьютеров), умышленное введение фальсифицированных данных в информационный поток, не позволяют на практике качественно переработать нужное количество информации в срок. Риски усугубляются также необходимостью сокращения сроков анализа ситуации, при постоянно растущем объеме информации.

Цель минимизации информационных рисков, их контроля и управления, в процессе принятия решений состоит в том, чтобы на базе собранных исходных данных получить обработанную, агрегированную максимум достоверную информацию, которая должна служить основой для принятия политико-административных решений. Достижение этой цели складывается из решения ряда частных задач: сбора первичной информации, ее хранения, распределения между структурными подразделениями государственного органа и их работниками, подготовки к переработке, собственно переработки, предоставления органу управления в переработанном виде, анализа, обеспечения прямых и обратных связей в ее циркуляции и т.д.

В общих чертах, контролировать и управлять информационными рисками которые возникают при осуществлении управленческой деятельности, можно исходя из самих алгоритмов этой деятельности. Стандартно, для принятия управленческих решений используются два пути:

- Аналитический путь — гипотетико-вероятностная основа решений
- Путь Социальных Технологий — консенсуальный, основанный на

взаимовлияние власти и общества

Мотивация использования аналитического пути и проникновение математических методов и компьютерных средств в сферу принятия решений не сводима только к особенностям политического процесса. Человечество в целом переживает переломный момент, связанный с лавинообразным нарастанием информационных потоков. На сегодняшний день, есть глобальный риск - информационного барьера в управлении, преодоление которого возможно лишь при качественном изменении механизма переработки информации в системе управления. Потребность в эффективном инструменте анализа и прогнозирования в сфере государственного управления для снижения рисков растёт. Все это побудило исследователей искать возможности формализации методов изучения реальных взаимосвязей, определяющих принятие решений, переложения его на язык строгих логических, а затем математических процедур. Очевидно, что при современных потоках информации это вряд ли возможно без использования средств вычислительной техники и новых информационных технологий. «Информационные технологии - это система научных и инженерных знаний, а также методов и средств, которые используются для создания, сбора, передачи, хранения и обработки информации. Новые информационные технологии (НИТ) позволяют использовать при работе с информацией компьютерную технику и телекоммуникационные средства связи» [1]. Внедрение НИТ существенно изменяет содержание различных видов деятельности, прежде всего управленческой, повышает эффективность управления, выводит на новый, более высокий уровень информационное обеспечение процессов принятия политико-административных решений в органах государственной власти.

В практике принятия политических решений довольно часто входной информационный поток не обрабатывается, и все поступающие данные считаются «значимой» информацией. Отсюда - представление о входном потоке информации преимущественно как о «лавинообразном», не поддающемся охвату и осмыслению, от которого произрастают различные информационные риски. Применение НИТ для минимизации рисков, позволяет выявить скрытые информационные структуры, представить слабо структурированные компоненты управления в семиотической (знаковой) форме, а при формировании управленческой информации из потока данных исключить данные, не выполняющие вышеуказанные функции, а используемые исключительно вследствие стереотипов мышления и по традиции. Возникающая при использовании НИТ имитация первичной системы принятия решений в которой возникает риск является ее моделью, а «процесс создания вторичного объекта, а также имитации не нем реальных процессов называется моделированием» [2]. В итоге возникают математические конструкции, с той или иной степенью достоверности, описывающие реальные процессы, возникающие внутри них риски. Модель становится непосредственным объектом исследования рисков путей их минимизации и управления, а так же «дает возмож-

ность с той или иной степенью достоверности оценивать реальную ситуацию и прогнозировать ее последствия» [3].

Система минимизации рисков при принятии решений по пути социальных технологий в политической сфере основывается на определенных принципах. Важнейшим из них является следующий: объем и каналы информации, поступающей к органу государственной власти, должны определяться функциями, возложенными на этот орган. Не менее существенно, также, разграничение компетенции между различными структурами государственной власти и организация их взаимодействия. Конечно, «Модификация потоков и объемов поступающей информации должна согласовываться с компетенционным принципом информационного обеспечения в системе принятия решений» [4]. Характер и объем информации, должны соответствовать тем функциям, которые возложены на этот орган и субъект принятия решений. Обеспечение указанного соответствия - обязательное условие эффективности минимизации информационных рисков, кроме того необходимо определить информационные потребности лиц принимающих решения.

Основные функции технологии в предупреждении и минимизации информационных рисков в системе принятия политических решений видятся в следующем:

- 1) обеспечение лица, принимающего решение, достоверной и своевременной информацией;
- 2) осуществление качественного преобразования информации, т.е. доведение ее до вида и объема, которые способен осмыслить человек;
- 3) создание условий, при которых руководитель может принимать и реализовывать решения, основываясь одновременно и на объективной информации, и на факторах субъективного характера - личном опыте, интуиции, мотивации, ценностях.

Исполнение этих функций позволит минимизировать информационные риски, оптимизировать информационное обеспечение процесса принятия решений, вырабатывать взвешенные, основанные не на сиюминутной выгоде, а на истинных ценностях, объективные политические решения.

Литература

1. Рындин А.А., Хаустович А.В., Долгих Д.В., Мугалев Д.В., Сапегин С.В. Проектирование корпоративных информационных систем. - Воронеж: Изд-во «Кварта», 2003, с.17
2. Олифер В.Г., Олифер Н.А. Компьютерные сети. Принципы, технологии, протоколы. - СПб.: Питер, 2002, с.374.
3. Шабров О.Ф., Анохин М.Г., Дзалиев М.И. и др. Компьютерное моделирование социально-политических процессов. - М.: Интерпракс, 1994, с.17.
4. Алтунин А.Е., Семухин М.В. Модели и алгоритмы принятия решений в нечетких условиях. Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета, 2000, с.258.

Роль территориального общественного самоуправления в продвижении и реализации социальных технологий на муниципальном уровне***А.А. Попкова****Тюменский государственный нефтегазовый университет*

Российская Федерация ориентирована Конституцией РФ на становление в ней социального государства. Данный процесс порождает необходимость эффективного управления, социального управления с применением новейших социальных методов и технологий, которые способствовали бы ускорению этого процесса. Данные технологии при их эффективном применении способствуют решению социальных проблем и улучшению социального климата на определенной территории. Социальные технологии классифицируются по уровням и видам управления на глобальные, межгосударственные, технологии государственного управления, региональные, муниципального управления и местного самоуправления. Необходимость учета интересов и потребностей населения, включение человека в процесс социального управления через взаимодействия с субъектом управления, позволяет нам обратиться к негосударственному (общественному) управлению, а именно к местному самоуправлению, как элементу социального управления, выступающего связующим звеном между государством и населением. В настоящее время в рамках местного самоуправления используется ряд социальных технологий, таких как фонды местного сообщества, грант, ярмарки некоммерческих организаций и социальных проектов, технологий привлечения средств, технологии вовлечения граждан (добровольчество, социальный аниматор). Данные технологии направлены главным образом на достижение социального результата через вовлечение в данный процесс населения муниципального образования. Однако, несмотря на существующие механизмы достаточно сложно вовлечь в процесс их реализации разрозненных индивидов. Цель применения социальных технологий главным образом ориентирована на социализацию личности, т.е. требуется определенное включение индивидов, групп, всего населения в данный технологический процесс, направленный на решение проблем территории, на которой они живут. Субъектом технологического процесса выступают органы местного самоуправления. В роли участника технологического процесса выступают различные общественные объединения и организации. Данные организации, чаще всего созданы для отстаивания интересов определенных групп (инвалидов, ветеранов и т.д.), следовательно и результат применения той или иной социальной технологии направлен на конкретную группу людей, проблемы которой и решаются. Социальная технология же несет в себе в настоящее время лишь финансовую нагрузку, то есть через применение данных технологий финансируется тот или иной социально значимый проект, что не соответствует ее главному предназначению. В рамках местного самоуправления существует форма непосредственного участия населения в осуществлении местного самоуправления – территориальное общественное самоуправление. Данная форма демо-

кратическая форма представляет собой самоорганизацию граждан по месту жительства для осуществления собственных инициатив в вопросах местного значения непосредственно или через создаваемые органы. Органы территориального общественного самоуправления — это общественные организации, выступающие в интересах всего населения той территории, на которой они созданы. Именно органы территориального общественного самоуправления способны преодолеть узконаправленность социальных технологий и реализовать основное их предназначение — включение населения в процесс управления и решения социальных проблем. Для этого необходимо территориальное общественное самоуправление включить в механизм реализации комплекса социальных технологий: органы местного самоуправления, как субъект тех или иных мероприятий в рамках социальных технологий, привлекая к данным мероприятиям средства массовой информации как информационного партнера, и бизнес-организации как финансового партнера, территориальное общественное самоуправление способствует продвижению социальных технологий и привлечению к участию в данных мероприятиях население. Таким образом, оно выступает связующим звеном между органами власти и населением. Именно через территориальное общественное самоуправление реализуются мероприятия в рамках тех или иных технологий и через данные органы происходит мониторинг информационного потока о реакции на проводимые действия, о возможности и желании населения стать участником технологического процесса. При этом территориальное общественное самоуправления выступает неким побудителем для населения определенной территории участвовать в процессе управления. Таким образом, можно констатировать, что включение в процесс применения социальных технологий территориального общественного самоуправления способствует привлечению населения к вопросам управления и решения социальных проблем территории, что в свою очередь позволит реализовать одну из главных функций социальных технологий — социализация личности, воспитание политической культуры, повышение гражданского самосознания. Поэтому необходимо региональное нормативное регулирование механизмов включения населения в процесс управления территорией через поддержку и развитие территориального общественного самоуправления, и это должно стать одной из функций органов местного самоуправления.

Государственная информационная политика России

А.Г. Праздникова

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

E-mail: Anna_Prazdnikova@bat.com

Как и всякая политика, информационная политика представляет собой особую деятельность по достижению социально значимых целей. Ранее информационная политика воспринималась, прежде всего, как техни-

ческая и технологическая, сегодня — прежде всего, как гуманистическая, социальная и политическая. Всё больше во главу угла новой мировой информационной политики ставится не технология, даже не сама информация, а её создатель и конечный потребитель — человек. [1]

Информационная политика в современном обществе должна выйти за рамки технических параметров и новинок информационно-коммуникационных технологий и способствовать тому, чтобы эти мощные средства и сети эффективно использовались для борьбы с нищетой и социальным отчуждением, служили задачам развития, содействовали всеобщему доступу к образованию, являлись гарантами культурной и языковой самобытности, укрепляли основу гражданского общества.

Долгосрочной стратегической целью информационной политики является обеспечение перехода к новому этапу развития России — построению демократического информационного общества и вхождению страны в мировое информационное сообщество. [2].

Основой этого перехода является создание единого информационно-телекоммуникационного пространства страны как базы решения задач социально-экономического, политического и культурного развития страны и обеспечения ее безопасности. Информационная политика должна быть ориентирована на человека, на развитие его потенциала, ресурсов, навыков и знаний, ведь именно от людей зависит, каким путем будет развиваться человечество и каждая страна, каждый народ в отдельности.

Основными задачами государственной информационной политики являются:

- эффективное формирование и использование национальных информационных ресурсов и обеспечение широкого, свободного доступа к ним;
- совершенствование и развитие информационно-телекоммуникационной инфраструктуры;
- развитие и совершенствование информационных, телекоммуникационных технологий;
- обеспечение граждан общественно значимой и востребованной информацией и поддержка — системы массового информирования общества;
- подготовка человека к жизни и работе в грядущем информационном веке. [3]

Государственная информационная политика будет эффективной лишь в случае, если она безусловно открыта, направлена на согласование интересов граждан, общества и государства и носит комплексный, системный характер.

Формирование и развитие единого информационного пространства России и соответствующих государственных информационных ресурсов проблема межотраслевая и межрегиональная. Она требует решения сложных организационных и технико-технологических вопросов, значительных затрат и не может быть решена одномоментно.

Целями формирования и развития единого информационного пространства России являются: обеспечение прав граждан на информацию, провозглашенных Конституцией Российской Федерации; создание и поддержание необходимого для устойчивого развития предоставление возможности контроля со стороны граждан и общественных организаций за деятельностью федеральных органов государственной власти, органов власти субъектов Федерации и органов местного самоуправления; повышение деловой и общественной активности граждан путем предоставления равной с государственными структурами возможности пользоваться открытой научно-технической, социально-экономической, общественно - политической информацией, а также информационными фондами сфер образования, культуры и т.д. [4]

С сожалением приходится констатировать, что в России отсутствует системный подход к решению актуальнейшей проблемы нашего органичного и гладкого вхождения в информационное общество. В России еще не сформулирована единая концепция государственной информационной политики, а российское информационное законодательство находится в начальной стадии формирования. Необходимо формирование нового образа России, как цивилизованного, демократического, правового, социального государства с рыночной экономикой, которая разделяет общепринятые ценности, но при этом отстаивает собственные национальные интересы, развитие телекоммуникационных технологий ведет к формированию единой глобальной сети передачи данных, в которой уже происходит синтез телевидения, телефонии и компьютерных сетей, то есть реально создается единое информационное пространство. [5]

Поэтому первоочередное внимание государственной власти, политических объединений и научной общественности должно быть обращено на проблемы разработки концептуальных основ государственной информационной политики и формирование информационного законодательства России с учетом интеграции страны в европейское сообщество.

Литература

1. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания. М.: 2004. С.288
2. Глобализация как стержневая проблема грядущего мирового развития. //Международная жизнь, 2000, №11, с. 3-24
3. Терин В. Массовая коммуникация. Социо-культурные аспекты политического воздействия. Исследование опыта Запада. М.: Изд-во Ин-та социологии РАН, 2004., с. 155
4. Ковлер А.И. Избирательные технологии: российский и зарубежный опыт. М., 2003, с. 111
5. Зазыкин В.Г., Колосова С.В., Фуре Р.Ф. Психологические факторы повышения активности избирателей с помощью телевизионных передач рекламного характера. М.2004, с. 43

Особенности развития и функционирования современного государства в условиях формирования информационного общества

И.А. Рысева

Московский государственный университет им. М.В.Ломоносова

Развитие информационного общества вынуждает современное государство постоянно реагировать на изменения среды, в которой появляются глобальные информационные потоки, видоизменяющие и по-новому конструирующие социальную действительность. Формирование данной новой среды зможно рассматривать с различных позиций.

Во-первых, формирование нового общества можно описать с точки зрения стремительного развития технологий, начавшегося в 70-е годы прошлого столетия и активно продолжающегося в наши дни. По мнению исследователей, которые берут за основу анализа информационного общества технологический критерий (Эванса, Мартина, Тоффлера, Коннора), стремительные изменения в области информационно-коммуникативных технологий оказывают кардинальное влияние не только на экономическое, научно-техническое и культурное развитие общества, но и на изменение мировоззрения людей, морально-психологические и поведенческие аспекты их жизнедеятельности, государственное устройство и функционирование государственного механизма, на инфраструктуру межличностных, общественных, внутри- и межгосударственных отношений. Развитие технологий в настоящее время также позволило преодолеть один из самых сложно преодолимых барьеров на пути стремительного распространения информации — географическое пространство. В настоящий момент можно констатировать появление обширных информационных сетей, преобразующих как физическое, так и социальное и политическое пространство. Исследователи этого направления приводят в своих работах такие понятия, как «проводниковое общество», функционирование «информационной кольцевой магистрали», информационных сетей [1], электронных «супермагистралей» [2]. Иными словами, под влиянием технологий кардинально преобразуется природа общества и политики.

Развитие информационного общества коренным образом изменяет структуру общественного производства, заставляя существующие национальные экономические системы интегрироваться в некие более глобальные конструкции и выбирать иные способы функционирования. Не стоит забывать, что и в экономике информация становится основным товаром, а информационная деятельность — основным видом экономической активности. Рассматривая новую среду с точки зрения экономики, во главу угла можно поставить учет роста экономической ценности информационной деятельности. Информационное общество предполагает наличие адекватной ему информационной экономики.

Немаловажным показателем является также структура занятости населения того или иного государства. Постепенное вытеснение физического труда умственным, и, соответственно, сферы производства сферой оказания услуг, причем эта сфера так или иначе связана с информационным

взаимодействием, является одним из важнейших критериев формирования информационного общества и информационной экономики [3]. Так, Д. Белл, говоря о постиндустриальном обществе, выделяет такие в основном экономические критерии: непрерывный процесс высвобождения людей от занятости в промышленности; число работников, занятых в привычных для эпохи модерна отраслях промышленности, снижается до такой степени, что люди не могут найти себе работу (автоматизация производства); одновременно с сокращением числа работающих в промышленности происходит постоянный и уверенный рост производительности, обеспечиваемый непрекращающейся рационализацией производства; благодаря увеличению производительности промышленного производства наблюдается рост богатства и благосостояния людей, а также отмечается появление новых потребностей, на удовлетворение которых часть этого богатства может быть потрачена; наблюдается рост количества рабочих мест в сфере услуг, направленный на удовлетворение постоянно появляющихся новых потребностей людей.

Однако стремительное распространение информации, преобразование ее с точки зрения экономики в товар и способ производства, попытки управлять ею посредством использования соответствующих технологий проецируются на социальную сферу в самом широком смысле. Причем воздействию социум идет не только извне: социальное пространство само становится источником преобразований внешней среды и в свою очередь влияет и на развитие технологий, и на функционирование экономической системы. Именно социум является вектором, корректирующим развитие технологий в том или ином русле.

Для того чтобы отследить изменения, происходящие со становлением информационного общества в социальной среде, нужно обратить внимание на культурную составляющую происходящего процесса. Современное общество постоянно подвергается информационному воздействию, оно отчасти даже является перенасыщенным информацией. Апеллируя к идеям постмодернистов можно согласиться, что современная культура — это культура знаков. Знаков, находящихся в постоянном обращении и составляющих бесчисленное количество сообщений, которых настолько много, что человек не в состоянии определить реальность, точность или аутентичность того или иного факта, и поэтому реальностью постмодерна является некая «гиперреальность». По словам Ж. Бодрийера «Информации становится все больше, а смысла все меньше» [4].

Но с другой стороны качественно новый уровень развития коммуникаций позволяет выстраивать новые виды общественных отношений, создает предпосылки для создания новых форм социальной организации, в том числе и сетевых сообществ, выстраивания качественно новых отношений в плоскостях «личность-социум-власть». Таким образом, культура информационного общества апеллирует к внутреннему миру человека, изменяя его индивидуальное, политическое, социальное сознание, и

одновременно является мощным инструментом преобразования социальной и политической реальности.

Формирование вышеописанной сложной новой среды, именуемой информационным обществом, ставит перед национальными государствами сложную задачу адекватного реагирования на вызовы среды, а также сохранения доминирующих властных позиций, соответствующих новым реалиям.

Литература

1. I. Barron, R. Carnow «The future with microelectronics: forecasting the effects of information technology», 1979.

2. M. Castells «The information age: economy, society and culture», Oxford, 1996

3. D. Bell «The coming of postindustrial society: a venture in social forecasting», Harmondsworth, Peregrin, 1976

4. J. Baudrillard «In the shadow of the silent majorities, or the end of the social and other essays», New York, Semiotext, 1983 с. 95

Формирование благоприятного социально-психологического климата организации

С.В. Снежко

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

Взаимосвязь между эффективной деятельностью и социально-психологическим климатом (СПК) организации — важнейшая проблема для руководителей компаний. Актуальность данной темы определяется, прежде всего, возросшими требованиями к уровню психологической включенности индивида в его трудовую деятельность и трудовую группу, а также постоянным ростом личностных притязаний служащих, поскольку одним из важнейших условий формирования благоприятного СПК организации является достижение удовлетворенности членами данной организации как от выполняемой работы, так и от пребывания в компании, разделением сотрудниками целей и ценностей организации. А это, в свою очередь, способствует разрыванию потенциала сотрудников и эффективному функционированию организации в целом. Благоприятная атмосфера в организации не только продуктивно влияет на результаты ее деятельности, но и формирует новые и проявляет скрытые возможности индивида.

Особая роль в формировании благоприятного СПК принадлежит руководителю. В силу того, что руководитель располагает такими ресурсами, как: власть, авторитет и положение в компании, а также соответствующей компетенцией, это позволяет ему в большей степени определять направление политики относительно внутриорганизационного развития и климата компании, выбирать наиболее эффективные методы мотивации и стиль управления компанией, поддерживать минимальный уровень конфликтности отношений в организации, формировать корпоративную

культуру и параллельно – социально-психологический климат, так как они взаимосвязаны.

С целью формирования благоприятного социально-психологического климата руководителю следует воспользоваться предложенными ниже рекомендациями:

1. Периодически (раз в год) проводить краткий опрос о состоянии СПК в компании с целью поддержания благоприятной рабочей атмосферы в организации. Для этого руководителю следует:

2. Привлекать сотрудников для искоренения факторов, оказывающих негативное влияние на СПК компании;

3. Учитывать, что корпоративная культура поддерживается теми элементами, которым больше всего уделяется внимание, поэтому в равной степени поддерживать ценности, этические принципы компании и основательно определять критерии и выбирать методы мотивации;

4. Использовать тестирование для определения стратегий поведения сотрудников в конфликтных ситуациях при найме нового персонала, чтобы оценить их психологическую совместимость с другими работниками компании;

5. Помнить о совместимости культуры и стратегии компании, что обеспечивается благодаря осознанию и поддержанию целей организации ее сотрудниками; для достижения такого результата можно рекомендовать проведение собраний сотрудников и руководства с целью информировать людей, работающих в компании, о текущем положении дел, о возможных изменениях, краткосрочных целях, будущих проектах; обсуждать различные предложения относительно оптимизации деятельности компании, внутренней организации работы компании, стратегиях позиционирования на рынке и увеличения прибыли и т.д.;

6. Способствовать личностному развитию сотрудников, путем их вовлечения, по возможности, в процесс принятия значимых решений для компании, развития организации, тем самым, демонстрируя сотрудникам их ценность и значимость для компании;

7. Придерживаться демократического стиля управления, но ориентироваться на реальность;

8. Иметь в виду, что изменение психологической составляющей работы людей, не касаясь стратегии компании, финансовой составляющей ее деятельности, не будет увенчаться успехом, поскольку эмоциональный дискомфорт сотрудников, как правило, имеет под собой финансовые, информационные либо стратегические причины;

Методично и внимательно создавать для сотрудников комфортные условия работы: функциональное рабочее место, хорошо организованное питание, появление в компании различных сервисов и услуг;

Осуществлять оптимизацию работы внутри компании – ее структуры и функциональных обязанностей сотрудников; каждый работник должен знать, что, в какие сроки и для чего он делает. Ситуация безответственности и непонимания сотрудниками сферы своей деятельности, провоциру-

ет внутреннюю напряженность в компании. Правильно прописанные, четкие должностные обязанности, положения о дирекциях и подразделениях, электронный документооборот могут частично снять данную проблему.

Благоприятный социально-психологический климат — это итог систематической работы и мероприятий руководителей, менеджеров, психологов и всех сотрудников организации. Нормальная рабочая атмосфера неизбежно принесет экономическую отдачу, ведь основная цель создания благоприятного климата — это повышение эффективности труда человека.

Построение команды: способы скрытого влияния.

С.С. Советская

Команда — это структурная единица организации или группа людей, члены которой:

- стремятся к достижению единой цели
- для достижения этой цели работают слаженно
- распределяют между собой функции и роли
- обмениваются информацией

В результате, между членами команды возникает эффект синергии, то есть возрастание эффективности деятельности в результате интеграции, слияния отдельных частей в единую систему.

Таким образом, команда — это сложный организм, все части которого тесно взаимосвязаны и взаимозависимы. Прямое жесткое вмешательство в него, скорее всего, окажется неэффективным. Следовательно, необходимо искать пути опосредованного воздействия на процессы, происходящие в команде.

В любой компании существует официальная пирамида власти. Однако внутри такой пирамиды практически всегда возникает неформальная структура, строящаяся на симпатиях и антипатиях ее участников. Роль этой структуры нельзя недооценивать (конфликты обычно зарождаются именно в неформальной среде). Задача руководителя — научиться использовать ее в интересах организации, направляя развитие команды в конструктивное русло.

В данной работе будут рассмотрены два основных способа дистанционного управления командой.

Первый способ — это регулирование деятельности команды через неформального лидера.

Существует несколько методов определения неформальных сетей и их лидеров:

1. Социометрия. Этот метод был разработан еще в 1934 году американским математиком и социологом Якобом Леви Морено. Организация разбивается на группы 15-20 человек. В каждой группе заполняются анкеты с вопросами следующего плана: С кем бы вы (не) хотели работать вместе? С кем бы вы (не) хотели поехать отдыхать? Уровень желания/нежелания работать или отдыхать сотрудников вместе оценивается в баллах. Из полученных результатов составляется таблица-рейтинг, кото-

рая показывает место каждого в своей группе. Всегда в таких случаях находятся «звезды», «предпочитаемые», «принятые», «изолированные» и «отверженные». На основе этих данных можно выявить потенциальных или реальных неформальных лидеров, а также реальные (а не формальные) связи. Об эффективности этого метода говорит хотя бы такой простой пример: только перемена мест сотрудников внутри офиса, с учетом их желания работать вместе, повышает производительность труда на 10-12%.

2. Исследование электронной почты. Этот метод предложили специалисты Hewlett-Packard. Он состоит в изучении потоков внутренней электронной почты. С помощью простой электронной программы составляется схема «электронных взаимоотношений» в компании/команде. Эта схема будет являться реальной картиной взаимодействия сотрудников, которая обычно отличается от формально-предписанной схемы. Анализируя ее можно установить распределение потоков информации, и, следовательно, корректировать структуру команды в соответствии с полученными данными.

3. Методика Томсона. Это наиболее трудоемкий способ исследования, который тяжело провести без помощи сторонних консультантов. Диагностика проводится по структурным единицам и отдельно в команде менеджеров. Первым шагом определяется профиль идеальной команды. Затем путем личностного анализа профилей сотрудников составляется образ актуальной команды. Человек, профиль которого наиболее соответствует актуальной команде, является искомым неформальным лидером. Как правило, таких людей оказывается несколько — в каждой структурной единице один или два. Поэтому на следующем этапе проводится анализ взаимодействия этих лидеров между собой.

Выявив неформальные сети и лидеров, необходимо научиться использовать их на благо повышения эффективности команды и организации в целом.

На этом этапе необходимо понять, созидательное или разрушительное воздействие оказывает неформальный лидер на команду.

Если влияние положительное, то такого человека нужно всячески поощрять, проявлять к нему лояльность и постоянно мотивировать. Это ценнейший для компании человек, поскольку может взять на себя груз забот по созданию хорошей рабочей атмосферы, урегулированию мелких внутренних конфликтов и т.п.

Если влияние неформального лидера — деструктивно, то от такого человека нужно постепенно, чтобы не вызвать сопротивления со стороны его последователей избавляться: дискредитировать его действия в глазах соратников, перевести в другую структурную единицу, где он, возможно, не сможет проявлять свои деструктивные наклонности и т.п.

Существует распространенное мнение о том, что если неформального лидера наделить формальными полномочиями, он неизбежно сможет повысить эффективность команды. Это не всегда так. Как показали социометрические исследования, большинство членов команд (или структур-

ных единиц) воспринимают изменение статуса лидера (особенно если оно было произведено неожиданно и не достаточно обоснованно для них) как предательство их интересов. Более того, чисто российская специфика заключается в том, что коллектив всегда будет стремиться создать сопротивление формальной структуре, если она его не устраивает. Поэтому если наделение неформального лидера формальными полномочиями не приводит к желаемым результатам, то следует корректировать организационную структуру.

Второй способ дистанционного управления командой основывается на принципе самоподобных структур организации. Его сущность заключается в следующей философии. Каждая команда производит определенный продукт и качество этого продукта прямо пропорционально качеству команды.

Будем считать команду непосредственных разработчиков конечного продукта компании командой Уровня I. Руководители этой команды являются командой Уровня II. Продуктом команды Уровня II является команда Уровня I. Таким образом, в соответствии с данной философией команда на одном уровне представляет собой продукт команды, находящейся на следующем, более высоком уровне.

Следовательно, если команда Уровня II находит нежелательной какую-то характеристику команды Уровня I, то эту характеристику следует рассматривать как выражение или отражение работы команды Уровня II или свойств членов этой команды. Такую схему можно применить к командам всех уровней вплоть до самой верхушки корпоративной иерархии.

Итак, если руководителю, требуется материализовать какое-либо свойство в команде нижестоящего уровня, ему следует включать это свойство в свое собственное поведение. Описанный способ является на первый взгляд недейственным, особенно принимая во внимание российскую специфику. Любые провалы подчиненного часто воспринимаются как его личное упущение, успехи же обычно приписываются всей команде. И наоборот, если у руководителя что-то не получается, он склонен обвинять в этом обстоятельства и нерадивых сотрудников, успех же считается личной заслугой руководителя.

Однако в российской бизнес среде есть множество положительных с точки зрения командообразования особенностей как, например, дух коллективизма и т.п. Руководителю необходимо учиться нивелировать отрицательные российские особенности, используя при этом положительные.

Законодательное решение национального вопроса в РФ в начале 1990-х гг.

Е.С. Соколов

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

В российской истории, на современном этапе её развития, одним из наиболее острых и сложных вопросов является проблема международных отношений в Российской Федерации.

В таком сложном вопросе важно выявление позиции высших законодательных органов власти и их отношение к проблемам регулирования межнациональных отношений в рамках Российской Федерации. Учитывая многонациональный состав Российской Федерации, представляется важным понять, как видели российские законодатели пути дальнейшего развития межнациональных отношений в Российской Федерации, выделить основные этапы решения национального вопроса.

На первоначальном этапе национальные проблемы решались в Верховном Совете РСФСР, в состав которого входил Совет Национальностей. Он был призван решить следующие задачи:

- разработка законодательных актов, которые были необходимы в условиях резкого повышения «взрывоопасности» межэтнической и этноконфессиональной сферы.
- формирование комитетов и комиссий, куда привлекались люди, профессионально занимавшиеся национальными проблемами.
- создание пакета законов, призванных легитимизировать происходящие процессы в условиях качественно новых социально-политических реалий.

Однако работа осложнялась политической конфронтацией и лоббированием интересов этнических элит.

Важным этапом в деле решения национального вопроса был законопроект «Об установлении переходного периода по государственно-территориальному разграничению Российской Федерации». В законопроекте объявлялся мораторий на территориальную реабилитацию и территориальные переделы Российской Федерации. Такой шаг был необходимой мерой в условиях резкого роста националистических движений в ряде субъектов Российской Федерации, поскольку решение данного вопроса вне рамок правового поля (а оно ещё только начиналось) было бы губительным для России [1].

Рубежным этапом на пути правового обеспечения цивилизованного развития межнациональных отношений и оптимизации устройства российского федеративного государства стала принятая всенародным голосованием 12 декабря 1993 года Конституция Российской Федерации. Одной из принципиальных правовых новаций Конституции стало положение о равноправии всех субъектов Российской Федерации, что делало нашу страну действительно федеративным государством [2]. Однако появляется некоторая асимметричность субъектов федерации. Такая асимметричность определяется:

- характером двусторонних договоров о разграничении предметов ведения;
- взаимным делегированием полномочий из центра на местный уровень [3].

Внимание к проблемам межнациональных отношений уже в Государственной Думе первого созыва выразилось в создании в её составе Комитета по делам национальностей и Комитета по делам Федерации и ре-

гиональной политике. Стоит отметить, что комитеты начали работу в непростой обстановке. Объективной реальностью в этот период были кризисное состояние экономики и духовной жизни в стране, отсутствие разработанной и утверждённой Концепции государственной национальной политики в Российской Федерации. К этому добавились чеченская война, осетино-ингушский конфликт, конфликты в Приднестровье, в Закавказье, а также порожденная распадом СССР, проблема беженцев и вынужденных переселенцев.

Главной задачей Комитета Государственной думы по делам национальностей стала (в тесном взаимодействии с другими комитетами) разработка и внесение в Государственную Думу проектов законов по национальному вопросу. Планы в этой области у законодателей были очень обширными. Однако реализовать их не удалось, так как многие законопроекты не стали законами [4].

Было бы абсолютно неправомерно идеализировать работу представительных органов власти в данный период. Трудности с законотворческим процессом в области национальных отношений в этот период можно объяснить целым рядом обстоятельств:

- общей кризисной обстановкой в стране;
- конфликтогенностью данной сферой жизни;
- профессиональной неподготовленностью части депутатов к регулированию процессов взаимоотношений между народами;
- чрезмерная политизированность в ущерб кропотливой законодательной работе;
- противостоянием законодательных и исполнительных структур.

Но главный итог деятельности представительных органов Российской Федерации в 1991 -1995 гг. в том, что процесс решения национального вопроса и гармонизации отношений между народами России был поставлен на законодательный фундамент.

Литература

1. Российская газета. 1993. 18 марта.
2. Конституция Российской Федерации 1993 года. Ст. 66 .
3. Комментарий к Конституции Российской Федерации. — М., 1994. С. 208; Конституция Российской Федерации 1993 года. Ст. 5 .
4. Зорин В.Ю. Национальный вопрос в Государственных Думах. — М., 1999. С. 288.

Электронное правительство на местном уровне.

Владимир Викторович Солодов

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

Понятие электронного правительства, хотя и относительно новое, занимает в последние годы значительное в политическом и научном дискурсе. В то же время, в трактовке понятия электронного правительства у исследователей и практиков на сегодняшний день нет единого мнения,

в связи с чем представляется необходимым дать определение электронного правительства, прежде чем переходить к содержательным вопросам. По мнению консультационной компании Gartner Group, электронное правительств представляет собой «трансформирование внутренних и внешних отношений государственных организаций на основе использования возможностей Интернета, информационных и телекоммуникационных технологий с целью оптимизации предоставляемых услуг, повышения уровня участия общества в вопросах государственного управления и совершенствования внутренних процессов» [1].

Таким образом, электронное правительство не сводится к внедрению глобальной информационной системы, а предполагает трансформацию всей системы государственного управления. При этом изменения касаются как внутригосударственных процессов (так называемый сегмент G2G, государство-государству), так и взаимоотношения органов государственной власти с внешними субъектами – бизнесом (G2B, государство-бизнес) и гражданами (G2C).

В то же время, эта общепринятая схема не отражает в полной мере существа электронного правительства. Она основана на доминирующим в настоящее время корпоративистском подходе к электронному правительству, согласно которому «суть любого проекта электронного правительства, реализуемого в любой стране – это всегда внедрение корпоративной информационной системы национального масштаба. e-Corporation и e-Government – это очень близкие вещи, не существует принципиальной разницы между процессами автоматизации в большой корпорации и процессами автоматизации в государстве» [2]. Однако дело в том, что государство как элемент социальной системы имеет гораздо более сложную внутреннюю структуру и менее однозначные внешние связи. Прежде всего, не следует забывать, что государство представляет собой крайне неоднородное образование. Так, например, местное самоуправление представляет собой настолько обособленный сегмент государства, что большинство исследователей даже отделяют его от государственной власти и говорят о наличии особого, власти – муниципальной. Тем не менее, с точки зрения электронного правительства специфика местного самоуправления не настолько существенна, чтобы выделять его в отдельную категорию. Целью данного доклада является краткое рассмотрение специфики местного самоуправления и того, какие последствия имеет эта специфика в терминах электронного правительства.

Большинство исследователей местного самоуправления сходятся в определении местного самоуправления через ряд признаков: общинность (привязка к конкретной территории, наличие коллективных форм принятия решений), публично-правовой статус (признание со стороны государства и граждан власти местного самоуправления и его независимости от государственной власти) и самостоятельность (прежде всего экономическая) [3]. В соответствии с этим пониманием местного самоуправления основными сфере компетенции местного самоуправления яв-

ляются вопросы развития образования, здравоохранения, обеспечения безопасности, ведение коммунального хозяйства и развитие социальной сферы [4].

Что касается специфики местного самоуправления с точки зрения электронной правительства, то она вытекает из вышесказанного. Основной функцией муниципалитета является непосредственное оказание услуг гражданам. Именно поэтому при разработке и внедрении э-муниципалитетов основное внимание уделяется модулю G2C. В частности, речь идет об оптимизации обслуживания граждан (отслеживание обращений граждан), мониторинга потребностей граждан (так называемый Customer Relationship Management), а также использования ИКТ в голосовании (e-voting) и, в более широком смысле, для вовлечения граждан в принятие решений (e-democracy). Из деполитизированного и сервисного характера местного самоуправления следует вывод о том, что для данного уровня электронного правительства в большей степени оправдано широкое взаимодействие технологических и управленческих решений из частного сектора. Если деятельность государства на федеральном и даже региональном уровне имеет существенную специфику по сравнению с корпорациями, то для муниципалитетов во многом справедлива ориентация на клиента, на которой основана трансформация бизнес-процессов в компаниях частного сектора.

Существенное значение для понимания специфики э-муниципалитетов имеет вопрос о том, насколько независимую политику в области ИКТ могут проводить муниципальные образования. В разных странах данный вопрос решается по-разному, поэтому на сегодняшний день не вполне ясно, с чем более корректно сравнивать э-муниципалитет – с департаментом в рамках общей корпорации федерального уровня или же с небольшой автономной компанией.

Литература

1. Данилин А. «Технологии интеграции государственных информационных систем и организации межведомственного взаимодействия», www.microsoft.com/rus/government 15.10.2004.
2. Агамирзян И. «Мировой опыт реализации концепции электронного правительства», www.microsoft.com/rus/government 15.10.2004.
3. Колюшин Е.И. «Конституционное (государственное) право России». – М. 1999. – стр. 351-352.
4. Лекции по экономике города и муниципальному управлению. – М. 2004. – стр. 31-32.

Будущее электронного правительства – перспективы и возможности

Е.М. Стырин

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

E-mail: evgstr@mail.ru

Развитие проблематики электронного правительства является приоритетным направлением деятельности для подавляющего большинства со-

временных государств [1,3]. Осознание новых перспектив и возможностей, появляющихся в результате применения достижений информационных технологий (ИТ) в государственных организациях, происходит в контексте важнейших сфер деятельности государства:

1. Государственное управление. Для достижения качественно новых результатов в данной сфере недостаточно организации процессов автоматизации существующих государственных процедур. Необходимо проводить последовательную административную реформу, направленную на повышение: прозрачности деятельности государственных институтов, степени интеграции государственных структур, навыков и знаний государственных служащих в условиях возрастающего объема информационных потоков [3,4].

2. Экономика. Построение партнерских отношений между гражданами, государством и бизнесом на основе проектирования государственных порталов является эффективным средством развития экономики страны. Работа с порталами позволяет осуществлять, например, гражданам поиск работы, государству – эффективные контролируемые закупки, бизнесу – вести деятельность на глобальном рынке [1,3].

3. Общество. Важной проблемой, которую решают даже самые технологически развитые государства, является проблема цифрового расслоения (digital divide). Суть проблемы – обеспечить равноправный доступ к электронным услугам государства для всех социальных групп граждан. Использование ИТ в государственном управлении помимо увеличения скорости исполнения государственных процедур имеет своей целью повысить их прозрачность и бросить вызов коррупции. Еще одной целью взаимодействия государства и общества является повышение политической активности граждан и их участие в принятии административных решений на всех уровнях с использованием информационных технологий [2,4].

Необходимо также учесть, что электронное правительство – это лишь один из многих инструментов, находящихся в распоряжении государства, для успешной реализации государственной стратегии развития страны, базирующейся на ее политических, социальных и экономических особенностях. Поэтому применение электронного правительства как инструмента может привести в ряде стран к совершенно противоположным результатам, которые, в то же время, могут удовлетворять потребностям страны в полной мере.

Литература

1. Holmes D. eGov: e-Business strategies for government., 2001, с.330
2. Kamarck E., Nye Jr. J. Governance.com: democracy in the information age, Brookings institution press, 2002, с. 192
3. SL. Yong J. Enabling public service innovation in the 21st Century E-government in Asia, Times Editions, 2003, с. 421
4. Malkia M., Anttiroiko A., Savolainen R. Transformation in governance: new directions in government and politics, Idea Group Inc., 2004, с. 317

Фиктивный капитал и его функции в современных условиях.

Петр Викторович Суворов

Исторический процесс усложнения экономической системы не только привел к обособлению капитала-собственности от капитала-функции, но и превратил их (капиталы) в объекты товарно-денежных отношений. Это образовало рынок титулов собственности и позволило создать причудливые комбинации капиталов, принадлежащих различным собственникам (ассоциированные капиталы). Они стали именоваться акционерными капиталами (по названию титулов собственности - акций), показывающих, принадлежность определенной части ассоциированного капитала).

В связи с либерализацией движения капиталов их потоки все более перемещаются в сферу спекулятивной деятельности, где оборачиваемость и норма прибыли выше, чем в производстве. Структура рынка капиталов становится все более краткосрочной на стороне предложения, соответственно меняется и спрос на капитал. В результате, долгосрочные промышленные и инфраструктурные проекты уходят с рынка. Их место занимают проекты спекулятивного характера. Развитие оффшорных финансовых зон привлекает «грязные» деньги, полученные путем уклонения от налогов. Все это способствует появлению на мировом финансовом рынке огромного количества краткосрочного финансового капитала, раздувшегося подобно мыльному пузырю.

Выпущенные акционерными обществами акции и облигации поступают в обращение, образуя рынок ценных бумаг. О масштабах этого рынка говорит тот факт, что сегодня в капиталистических странах стоимость всех акций и облигаций, находящихся в обращении, превышает годовой объем их валового национального продукта. Большая часть ценных бумаг реализуется через специально созданный институт - фондовую биржу.

Акционерный капитал живет двойной жизнью, имея две формы существования. С одной стороны, это действительный капитал, реально функционирующий в системе общественного воспроизводства; с другой - капитал представлен в форме ценных бумаг. Динамика инвестирования в ценные бумаги капитала определяется конъюнктурой рынка ценных бумаг, далеко не всегда отражающей реальные экономические процессы.

Двойник реального капитала, называемый фиктивным капиталом и имеющий особое движение вне кругооборота действительного капитала, обращается на фондовой бирже.

Источник доходов по фиктивному капиталу полностью скрыт. Создается представление, что ценные бумаги обладают способностью приносить доход сами по себе. Особенно это проявляется в облигациях государственных займов, когда государство непроизводительно растрчивает полученные средства. Эта форма фиктивного капитала не только не имеет стоимости, но часто и не представляет никакого реального капитала: ведь проценты по облигациям выплачиваются в основном за счет налогов.

Фиктивный капитал выполняет в рыночной экономике следующие функции:

Индикативная

Глобализация фондового пространства на мировом рынке ценных бумаг происходит активнее, чем, на товарных рынках. Сегодня инвестиционный процесс не имеет тех границ, которые свойственны купле-продаже, продуктов или технологий. Свидетельство тому - интернализация портфелей ценных бумаг, куда наряду с национальными фондовыми инструментами включаются, как правило, «представители» самых разных стран и континентов. Для управления таким пакетом документации даже хорошего знания конъюнктуры своего рынка недостаточно. Поэтому необходимы обобщающие показатели инвестиций необходимы.

В конце 80-х годов на рынок вышла Всемирная серия, состоящая из одиннадцати региональных индексов. Информация собирается из семи широких экономических секторов. В расчёт принимаются 36 составных отраслевых индексов, полученных на основе более 100 подотраслевых категорий.

Всемирный индекс базируется на 2,5 тысячах акций из 24 стран мира. Работа по его расчёту осуществляется тремя структурами - «Financial Times», американским инвестиционным банком «Голдман Загз» и фирмой «Каунти Натвест Секьюритиз».

Конечно, для такого объёмного показателя очень важна качественная выборка составляющих. Для того чтобы эти индикаторы на покупку акций имели прикладное значение, не должно быть юридических ограничений разных стран. Несмотря на сложность обработки и расчётов, Всемирный индекс Актуариев не единственный в своём роде. Сопоставимый охват представляют ещё три индикатора: Международный индекс Морган Стенли и Первый Бостон Юроманн Индекс.

Безусловно, приведённые факты - лишь часть колоссального количества фондовых индикаторов, существующих на мировом рынке ценных бумаг. Помимо сводных и композитных, существует масса специализированных показателей, благодаря которым современные фондовые посредники управляют мировым инвестиционным процессом.

Функция оценки стоимости предприятия

В рыночной экономике хорошо известен термин «капитализация компании». Речь идет о том, сколько в настоящий момент на рынке стоят все обыкновенные акции данной фирмы. Это очень подвижная величина, на размер которой влияют самые разнообразные обстоятельства, причем как экономического, так и неэкономического плана.

В макроэкономике показатель рыночной капитализации используется в качестве индикатора инвестиционной привлекательности и экономического потенциала предприятий и экономики в целом.

Высокий уровень капитализации в ВВП свидетельствует о наличии развитой финансовой системы в стране. При этом в экономической теории стал общепризнанным факт, что более высокий уровень развития

финансовой системы предполагает более высокие темпы развития экономики и уровень доходов населения. Значение финансового рынка состоит в том, что он оказывает прямое влияние на повышение совокупной производительности факторов производства в экономике.

Рост рыночной капитализации зависит от многих факторов, таких как: экономический рост, уровень инфляции, доходность инвестиций в ценные бумаги, эффективность использования инвестиционных ресурсов, уровень развития финансового посредничества.

Функция перераспределения капитала

Движение реального капитала есть движение реальных товарно-материальных ценностей. Движение же фиктивного капитала - это движение лишь титулов собственности, представляющих данный реальный капитал. Они выступают как специфические товары. В результате возникает соответствующий рынок - рынок ценных бумаг.

Строго говоря, рынок ценных бумаг шире, чем рынок только титулов собственности, так как на определенном этапе развития рыночных отношений товарами становятся и титулы собственности на денежный капитал, передаваемый в ссуду.

Покупка и продажа акций означает получение или отчуждение дохода, который приносит капитал-собственность в специфической форме акций и паев. Манипуляция облигациями - это в действительности покупка и продажа дохода, который положен собственнику денежного капитала, передавшему облигации во временное пользование другому экономическому субъекту.

Покупка и продажа дохода предполагает получение иного дохода, величина которого будет не меньше того дохода, который существует для объекта сделки. Продажа акций есть отчуждение дивиденда. Доход, который желает получить владелец акции, - это доход на денежный капитал, а в случае помещения его в банк - это ссудный процент. То же самое происходит и в случае купли-продажи облигаций. Правда, процент на денежный капитал, отданный акционерному обществу в ссуду, меняется на доход на денежного капитала, получаемого от вложения его денег в банк.

Переход предприятий в коллективную собственность во всех развитых капиталистических странах начался в современных условиях в форме выкупа предприятий их работниками. В ряде стран это осуществляется даже с помощью государства (программы ESOP). В США, например, насчитывается около 10 тысяч предприятий, выкупленных работниками. Очень часто выкупленные коллективами предприятия работают более эффективно, чем остальные, поскольку на них выше заинтересованность работников в экономии ресурсов, увеличении собственности и повышении результатов производства.

Существенные особенности экономического развития связаны так называемой «новой экономикой». Во-первых, в рыночном механизме еще больше возрастает неравномерность развития отдельных рынков. Возникают противоречивые процессы, которые, с одной стороны, способствуют

укреплению основ конкуренции, а с другой - развивают монополизм нового типа - информационно-коммуникационный. Благодаря новым технологиям создается база для «виртуальной экономики», для «мыльных пузырей», для растущего отрыва фиктивного капитала от реальных процессов в экономике. Эти явления требуют глубокого анализа, поскольку их значение значительно шире, ибо, что современная глобализация имеет и «неэкономическую» подоплеку.

УДК 352.07 (075)

Публичный имидж персонала местных органов власти в условиях региона: проблемы социальной диагностики

Трунов В.А.

Орловская региональная академия государственной службы

Эффективное позиционирование публичного имиджа персонала местных органов власти возможно лишь при условии его своевременной и всесторонней диагностики. Необходимо помнить, что на практике социальная диагностика не редко сводится к изучению *лояльности* различных групп населения к федеральным и региональным органам власти в период проведения электоральных кампаний. *Целью социологического исследования*, имеющего важное теоретико-прикладное значение, является изучение проблем формирования публичного имиджа органов власти в условиях российского региона – Белгородской области. *Объектом* исследования выступает публичный имидж муниципальных служащих Белгородской области. Методика социальной диагностики предполагает использование уже доказавших свой потенциал общенаучных методов аналитической работы. Речь идёт о *системном, структурно-функциональном и институциональных подходах, методах эмпирического и компаративного анализа*. Использование различных методов и методик диагностики ключевых проблем имиджа органов муниципальной власти, их персонала, обеспечивает достоверность полученных в ходе эмпирического исследования данных.

Методика социальной диагностики представляет собой: *внутреннюю самодиагностику* персонала региональных органов местного самоуправления и *внешнюю*, предполагающую участие независимых экспертов (не ангажированных «власть имущими» работников СМИ, ученых, иных представителей творчески активных сил местного сообщества), различных групп населения. Существенно увеличивает степень достоверности полученных в ходе социологического исследования результатов использование математико-статистических процедур (например – применение математико-статистического пакета SocioStat, разработанного А.М. Островским (БГТУ имени В.Г. Шухова) и представляющих собой процедуры корреляционного, факторного, кластерного анализа, иные логические операции. На современном этапе развития системы муниципального уп-

равления наблюдается явное противоречие между имиджами — позиционируемым средствами массовой информации имиджем местных органов власти и сложившимся у населения. Процесс коммуникативного взаимодействия между органами управления и населением характеризуется рядом барьеров. К ним можно отнести: недоверие к органам власти со стороны населения, в том числе и местным; несформированность институтов гражданского общества в условиях российского региона — Белгородской области (различных форм организации местного самоуправления — в том числе — территориального общественного самоуправления, преобладание «административных» технологий в период проведения электоральных кампаний); информационная «закрытость» властных структур всех уровней и т.д. Анализ результатов экспертного опроса показал наличие в Белгородской области, «старых», казалось бы, решенных проблем. Проблем, ставших своеобразной «визитной карточкой» области. Впрочем, есть основание утверждать, что наличие выявленных в ходе опроса экспертов, проблем характерно для подавляющего большинства российских регионов. Исходя из экспертных оценок, публичный имидж персонала органов власти (как государственной, так и муниципальной) представляет собой определенный конструкт, или, организационно-технологическую модель. Модель, образованную тремя наиболее важными компонентами. А именно: *внутренним, внешними корпоративным (общего) имиджами*. Наибольшее значение в повседневной практике персонала местных органов власти имеет оптимизация первых двух компонент — внутреннего и внешнего имиджей. Показателен тот факт, что в массовом сознании, по мнению экспертов, преобладают суждения, имеющие характер устойчивых стереотипов восприятия чиновников местного уровня — *«муниципальных служащих больше интересуют свои личные проблемы, чем интересы местного сообщества»* (68,7% всех респондентов), *«муниципальные служащие погрязли в коррупции и бюрократизме»* (40,6%), *«в силу своих профессиональных качеств, муниципальные служащие не способны обеспечить необходимое качество жизни местного сообщества»* (56,2%). В то же время, по мнению экспертов, среди населения преобладает стереотип, совершенно противоположный. А именно — *«муниципальные служащие, как «носители власти» должны пользоваться уважением и авторитетом у местного сообщества»* (81,2 % всех ответивших респондентов). Безусловно, приведенные данные не претендуют на абсолютную достоверность и носят вероятностный характер, задают вектор более глубокого и детального анализа проблем управления муниципальными образованиями.

Подводя итог всему вышесказанному, можно утверждать, что только путём прямого взаимодействия между органами власти и населением, участием населения посредством предусмотренных федеральным, региональным и местным законодательством форм общественного самоуправления, возможно, завоевать уважение и авторитет, доверие населения и сформировать *позитивный (благоприятный) имидж персонала органов исполнительной власти в целом*.

Некоторые теории вывоза капитала и их современные аспекты.*И.М. Тушканов**Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова*

I. Впервые вопросы движения капиталов между странами рассматривались еще английской классической школой в XIX в. [1, 12-19]. Так, ее представитель Дж.С. Милль, используя принцип сравнительных издержек Д.Рикардо доказал, что капитал движется между странами из-за разницы в норме прибыли, которая в наименее богатых странах имеет тенденцию к повышению. Дж.С. Милль пришел к выводу о том, что разница в норме прибыли должна быть значительной, что бы покрыть еще и риск инвестирования в чужой стране [2].

В.И. Ленин в своих работах рассматривал вывоз капитала, как один из признаков перехода от монополистического капитализма к империализму. По его мнению, вывоз капитала начал преобладать над типичным до того времени вывозом товаров в результате избытка в передовых странах «избытка капитала» и необходимости его более прибыльного помещения за границей в более отсталых странах.

Известный английский экономист Дж.М. Кейнс, опираясь на концепцию факторов производства Ж.-Б.Сэя, выдвинул теорию об альтернативности международной торговли и международного движения факторов производства, т. е. такого положения, когда при определенных условиях миграция производственных факторов, в том числе капитала, могла бы заменить международную торговлю.

Такая идея получила дальнейшее развитие в теориях маржиналистов К. Менгера, У. Джевонса, Е. Бем-Баверка, считавших в то время, что факторы производства в международных экономических отношениях более мобильны, чем внутри страны, и поэтому участие их в этих отношениях невелико.

Неоклассическую теорию движения капитала окончательно сформулировали в 30-40-е гг. XX в. шведские экономисты Э. Хекшер и Б. Олин, профессор экономики из США Р. Нурксе и датский экономист К. Иверсен. Так, Э. Хекшер, опираясь на теорию предельной полезности, в рамках своей концепции сформулировал тезис о тенденции к международному равновесию цен на факторы производства. Эта тенденция пробивает себе дорогу как через международную торговлю, так и через международное движение факторов производства, чья стоимость и количественное соотношение в разных странах неодинаковы.

Б. Олин в своей теории международной торговли показал, что движение факторов производства объясняется разным спросом на них в разных странах: они движутся оттуда, где их предельная производительность низка, туда, где она высока. Для капитала предельная производительность определяется, прежде всего, процентной ставкой. Но при этом Олин указывал на дополнительные моменты, которые воздействуют на международное движение капитала: таможенные барьеры (мешают ввозу товаров и тем самым подталкивают зарубежных поставщиков на ввоз капитала

для проникновения на рынок), стремление фирм к географической диверсификации капиталовложений, политические разногласия между странами, риск зарубежных инвестиций и их деление на этой основе на безопасные и рискованные.

Американский экономист Р. Нурксе создал различные модели международного движения капитала и пришел к выводу, что в стране с быстрорастущим экспортом товаров также быстро растет и спрос на капитал, и она его импортирует (и наоборот).

К. Иверсен сформулировал вывод о том, что перевод капитала из страны, где его предельная производительность низка, в страну с более высокой производительностью, означает более эффективную комбинацию факторов производства в обеих странах и увеличение их совокупного национального дохода.

В послевоенные годы представители неокейнсианской теории - английский экономист Р. Харрод и американский ученый Е. Домар - как Дж. М. Кейнс исходили из того, что движение капиталов вообще возникает из неравновесия платежных балансов разных стран: вывоз капитала из страны осуществляется, когда экспорт товаров и услуг превышает их импорт, а при нарушении этого правила необходимо вмешательство государства. При этом Р. Харрод в своей модели «экономической динамики» подчеркивал, что чем ниже темпы экономического роста страны, богатой капиталом, тем сильнее тенденция к вывозу капитала из неё.

Е. Домар, рассматривая торговый баланс и занятость в стране, отмечал, что вывоз капитала зависит от того, как темпы роста доходов страны от ее зарубежных инвестиций соотносятся с темпами роста отечественных инвестиций, а на их базе с темпами роста ВВП. Если инвестиции в стране растут быстрее инвестиционных доходов от вывоза капитала, то торговый баланс активен; если отечественные инвестиции растут медленнее инвестиционных доходов, то торговый баланс пассивен.

II. Для современной мировой экономики характерно значительное ускорение движения (рост экспорта и импорта) капитала между странами, которое становится важным фактором, влияющим на экономики государств, вывозящих и принимающих капитал. Так, можно говорить, что вывоз российского капитала является необходимой составной частью участия нашей страны в глобальной экономике. С 1994 по 2000 г. прямые российские инвестиции за рубежом выросли в 11.4 раза [3, 46]. Сегодня Российские компании всех уровней энергично скупают активы по всему миру. Особым центром притяжения денег российских денег стали Европа и США. Приобретая европейские предприятия, русские компании получают доступ к новым рынкам, современным технологиям и дешевым финансам [4, 21].

Вывоз российского капитала может быть направлен на укрепление позиций российских компаний на зарубежных рынках. Такой вывоз капитала необходим для создания зарубежных производственных предприятий, для разворачивания деятельности которых в других странах могут

быть благоприятные условия, для приближения производства к потребителям, для преодоления внешнеторговых барьеров, особенно в развивающихся странах, для участия в капитале зарубежных компаний и для расширения сотрудничества с ними и т.д. Вывоз капитала в этих случаях будет способствовать транснационализации российского капитала [3, 89].

Одним из основных моментов в современных теориях международного движения капитала является то, что капитал вывозится не только с целью обеспечения ресурсами своих производств, но прежде всего ради получения дополнительной прибыли от использования имеющихся технологических, управленческих, информационных, инновационных преимуществ, которые могут реализовываться только в стране – реципиенте [5, 20]. Однако в настоящее время зачастую значительная часть вывозимого из России капитала направляется не на развитие или создание производственных торговых и других предприятий, а представляет собой «бегство капитала».

Ряд современных исследователей рассматривают движение капитала между государствами, исходя из теории глобального центра капитала (ГЦК) [6, 320]. В качестве ГЦК рассматривается регион с наибольшей инвестиционной привлекательностью. При этом преимущественное движение капитала происходит именно в сторону наилучшего инвестиционного климата и среды. Сегодня в современном мире хранителями глобальных центров капитала во многом выступают США и Евросоюз. Сюда же можно отнести Великобританию. Формула успеха ГЦК включает контроль над секторами экономики с наивысшей инвестиционной привлекательностью, более высокой скоростью оборота капитала (финансы, торговля новыми товарами, нововведениями), над наиболее развитыми и доходными рынками.

При этом государство, в котором находится глобальный центр капитала пользуется значительными преимуществами перед другими. Капитал, двигаясь от менее развитых стран в страны с сильной экономикой, еще больше увеличивает могущество ГЦК. Такая ситуация наблюдается например в США, где несмотря на значительное превышение потребления над произведенной продукцией и гигантский внешнеторговый дефицит страны, власти и население не проявляют заметного беспокойства за дальнейшую судьбу экономики, поскольку стабильной ситуации способствует постоянный приток капитала от других стран, в большинстве случаев менее развитых и сильных.

Литература

1. Булатов А. С. Вывоз капитала: своя компания за рубежом. М., 1996.
2. Федеральный фонд учебных курсов по гуманитарным и социально-экономическим дисциплинам. Экономика. Раздел IV. Тема 13.2. Теории вывоза капитала // <http://ido.edu.ru/ffec/econ/ec13.html#13-2>
3. Глобализация экономики и внешнеэкономические связи России / Под ред. д-ра экон. наук, проф. И. П. Фаминского. – М.: Республика, 2004.
4. “Эксперт”, №39, 2004 г.

5. Фишер П. Привлечение прямых иностранных инвестиций в Россию: 5 шагов к успеху. — М.: Флинта: Наука, 2004 г.

6. Цыганов В. В., Бородин В. А., Шишкин Г. Б. Интеллектуальное предприятие: механизмы овладения капиталом и властью. — М.: Университетская книга, 2004, с. 320

Технологии массового найма персонала

Тимур Рафаэльевич Узуньян

Московский государственный университет им. М.В.Ломоносова

E-mail: utro15@yandex.ru

Подбор персонала — деятельность по созданию условий для заполнения вакантных рабочих мест у компании-работодателя компетентными специалистами, соответствующим по своим качествам требованиям организации [1].

Массовый подбор персонала — это проект по привлечению и найму большого количества людей в ограниченные сроки.

Специфика технологий массового найма по сравнению с классическим подбором, требует учета следующих параметров:

- Значительные объемы найма;
- Как правило, необходимость найма разных специалистов внутри одного проекта;
- Сжатые сроки;
- Проблема источников поиска кандидатов;
- Проблема оперативной организации процесса найма.

Без учета названных параметров осуществить проект по привлечению значительного числа людей в ограниченные сроки становится практически невозможно.

Изучение научных источников позволяет выявить наиболее значимые этапы массового найма персонала, к которым можно отнести следующие:

1. Планирование и прогнозирование потребности в персонале.

Чтобы достичь максимально эффективного результата, как при массовом, так и при классическом отборе персонала, планируя и прогнозируя потребность в персонале необходимо учитывать следующие параметры: количественная потребность в персонале, качественная потребность в персонале, выделяемый бюджет на поиск и подбор персонала, время, которое можно затратить на поиск и подбор персонала.

Проанализировав вышеперечисленные параметры можно выработать варианты возможных тактик решения задачи отбора. Универсальной стратегии не существует. Стратегия найма формируется каждой конкретной компанией исходя из потребностей бизнеса и имеющихся ресурсов.

2. Определение требований к кандидатам.

Найму работника предшествует четкое представление о функциях, которые он будет исполнять, задачах и должностных обязанностях, правах и взаимодействии в организации. Эффективное определение требований

включает в себя информацию из должностных инструкций, а также другую существенную информацию, не отражаемую в должностных инструкциях.

3. Выработка тактики или стратегии поиска и найма персонала.

Выработка тактики осуществляется на основе трех параметров: качество, стоимость, время с использованием матрицы SWOT. По результатам оценки принимается принципиальное решение о поиске собственными силами компании или с помощью рекрутинговых компаний. В случае использования услуг рекрутинговых компаний найм может различаться степенью участия посредника в процессе набора от выполнения отдельных функций до комплексной организации набора персонала.

4. Планирование рекламной кампании для привлечения кандидатов.

Основными источниками привлечения кандидатов в настоящее время являются: реклама в СМИ (пресса, радио, телевидение); Интернет; распространение листовок, расклейка плакатов и объявлений, стикеры в транспорте; работа с учебными заведениями; ярмарки вакансий.

5. Организация процесса отбора кандидатов

Ключевые пункты организации отбора кандидатов: подготовка инфраструктуры (телефонные линии, помещения и т.д.); Подготовка персонала, задействованного в проекте; разработка коммуникаций между участниками; организация оформления на работу.

6. Технологии отбора при найме.

В качестве способов отбора при найме используются: анализ документов, телефонные интервью, индивидуальные и групповые собеседования, тесты.

Таким образом, использование технологий массового найма предполагает тщательный предварительный анализ самого понятия массового найма, выявление специфики технологии массового найма, его этапов, а также тонкостей и отличий от классического подбора персонала.

Литература

Карташов С.А., Одегов Ю.Г., Кокорев И.А. Рекрутинг: найм персонала: Учебное пособие/ Под ред. Ю.Г. Одегова. — 2-е изд. — М.: Издательство «Экзамен», 2003. С. 8.

Тенденции демографического развития России.

М.А. Федотов

Московский государственный университет им. М.В.Ломоносова

Среди самых острых задач, стоящих перед страной, на первое место вышла борьба с депопуляцией - вымиранием населения.

Депопуляция — проблема не только России, но в России она стоит особенно остро. Среди 186 стран Россия стоит на восьмом месте в числе стран наиболее низкой рождаемостью и на третьем в числе стран с наименьшим

естественным приростом населения. Если нынешняя тенденция сохранится, выживаемость нации окажется под угрозой.

Прежде чем разрабатывать меры по борьбе с демографическим кризисом, необходимо разобраться в его причинах. Данные многочисленных научных исследований свидетельствуют, что тенденция депопуляции фактически возникла до проведения реформ в нашей стране, которые её только усугубили. В послевоенный период смертность и рождаемость до 1960 года постепенно снижались, идя почти параллельно, но в 1960-м году смертность стала расти. В 1987 году начался продолжающийся по сей день резкий обвал рождаемости. В последние годы сделано много демографических прогнозов для России - отечественных и зарубежных, включая прогноз ООН. Все единодушны в том, что до середины нынешнего века прироста населения ожидать не следует. Россия по показателям абсолютного снижения численности населения стоит на первом месте среди 186 стран.

Проблема численности населения для России имеет колоссальное значение. Плотность населения в России очень мала — 8 человек на квадратный километр в общем и 3 человека в азиатской части. Это в 14 раз ниже, чем в Китае, и в 38 раз ниже, чем в Японии. Прогнозируемой плотности и численности населения нам недостаточно не только для того, чтобы освоить свое геополитическое пространство, но даже для того, чтобы его удержать. В особенности это опасно из-за близости к нам стран, являющихся основными поставщиками эмигрантов, в первую очередь Китая. В этих условиях снижение численности коренного населения, замещение его эмигрантами может легко привести к возникновению территориальных претензий к России с их стороны. Низкая плотность населения делает нашу страну притягательной для захвата соседями. При этом совершенно необязательно, что захват произойдёт в результате войны. Скорее всего, он произойдёт тихо и незаметно, в результате постепенного замещения вымирающего этноса иммигрантами.

Демографическая ситуация, которая сложилась в нашей стране, носит весьма серьёзный и неимоверно сложный характер, однако она не столь катастрофическая, как её описывают в популистской литературе. Часто цифры, описывающие демографическую ситуацию, существенно варьируют в зависимости от того, кто эти цифры оглашает и в каких конкретных политических целях. Существенное влияние на сокращение численности населения в России оказывают следующие факторы: ухудшение социальных условий, развал системы здравоохранения, экологическая ситуация, потребление алкоголя, большое число абортёв. Однако, на мой взгляд, можно согласиться с мнением некоторых отечественных ученых, которые считают, что главные причины депопуляции лежат в нравственной и духовной сфере. По мнению многих ученых, главной причиной смертности населения также является стресс, вызванный реформами в нашей стране. А причиной стресса является целая группа социальных, психологических и экономических факторов. В частности, профессор И.А. Гундаров

сформулировал закон «духовно-демографической детерминации», согласно которому при прочих равных условиях улучшение (ухудшение) духовного состояния общества сопровождается снижением (ростом) заболеваемости и смертности.

Оценивая демографическую ситуацию в России, большинство авторов приходят к выводу, что её улучшение невозможно без качественного улучшения социально-экономической обстановки, повышения уровня жизни. Однако очевидно, что одно повышение благосостояния населения непосредственно не скажется на росте рождаемости. Решение проблемы носит гораздо более сложный характер и требует незамедлительных и комплексных мер:

1. Основной задачей на сегодня, является разработка эффективных мер по повышению рождаемости. В области рождаемости основным ориентиром демографической политики в России должно стать создание условий для перехода от 1-детной к 3-детной и многодетной семье для всех категорий населения, национальностей и народностей. Необходимо формирование общественного мнения о высоком моральном и социальном статусе матери, хозяйки дома, о ценности и высоком социальном статусе многодетной семьи.

2. Важно разработать и ввести закон о защите общественной нравственности (так как было доказано, что динамика здоровья населения на 84% зависит от духовного, нравственного состояния общества).

3. Разумеется, важнейшими факторами, обеспечивающими решение данной проблемы, являются: повышение благосостояния всего населения, значительно превышающее уровень физиологического выживания.

4. Необходимо разработать в самое ближайшее время специальную программу по регулированию миграционных потоков и увеличению приживаемости населения.

5. Восстановить существовавший в стране уровень государственной медицинской помощи, сделав ее доступной всем без исключения слоям населения.

6. Укрепить материально-техническую базу лечебных учреждений, профилакториев, домов отдыха.

Благополучие, мощь и безопасность России в максимальной степени зависят от численности населения, которое должно составлять — об этом писал еще Д.И. Менделеев — не менее 500 млн. человек. Тогда страна может быть более или менее равномерно заселена, сократятся транспортные расходы, резко улучшится товарообмен регионов, разнообразнее станут связи и отношения между ними.

Литература

1. Гундаров И. А. Демографическая катастрофа в России: причины, механизм, пути преодоления. М.: УРСС, 2001.

2. Капица С. П. Сколько людей жило, живет и будет жить на Земле. М., 1999.

Мобилизация как элемент антикризисной политики в годы Великой Отечественной войны

Елена Валерьевна Федюшкина

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

В условиях недостаточной эффективности политических рычагов для преодоления кризиса власть прибегает к выявлению и задействованию общественного потенциала. Мобилизация всех ресурсов страны на организацию отпора фашистской агрессии стала важнейшим элементом деятельности советского руководства в годы Великой Отечественной войны. Роль мобилизационного центра с 30 июня 1941 года была возложена на Государственный Комитет Обороны. На местах эти функции выполняли городские комитеты обороны (в целом их было создано 79 [1]), а также партийные и советские органы, при содействии органов внутренних дел. Исходными документами являлись мобилизационные планы (частью принятые еще в мирное время).

Работа проводилась по нескольким направлениям: мобилизация промышленности, населения, финансов, стимулирование патриотического подъема.

1. Мобилизация промышленности на выполнение фронтовых заказов проводилась в рамках структурной перестройки всей промышленности на военный лад. Она включала репрофилирование предприятий, размещение на них оборонных заказов, строгий контроль за их выполнением, максимальное использование производственных мощностей, распределение сырьевых ресурсов. В местной печати заявлялось: «Не должно быть ни одного предприятия, ни одной промысловой артели не занятой выполнением оборонных заказов» [2]. Тракторный завод теперь выпускал танки, ликероводочный завод - зажигательную смесь, химическая лаборатория - взрывчатые вещества. То есть был провозглашен курс на тотальную мобилизацию промышленности. Благодаря чему было обеспечено стремительное наращивание военно-промышленного потенциала, и это в условиях потери ряда важнейших экономических регионов.

2. Мобилизация населения проводилась в первую очередь на строительство оборонительных сооружений, бомбоубежищ, укрытий, возведение баррикад, после освобождения населенных пунктов от оккупации - на восстановительные работы. Осуществлялся учет и распределение рабочей силы по производственным объектам. Нередко организовывались целые кампании. «Для скорейшего завершения работ на оборонительных сооружениях и в целях превращения города в крепость, способную достойно выдержать все испытания войны, мобилизовать все трудоспособное население» [3].

С начала войны до августа 1942 г. в одной Сталинградской области было построено 2850 км рубежей, 1170 км противотанковых рвов, 85 тыс. огневых точек, 29 мостов [4].

С другой стороны, велась мобилизация в народное ополчение, истребительные батальоны, отряды МПВО и ПХЗ (противохимической защи-

ты), отряды самозащиты (призывали рабочих, инженеров, партийных работников, т.е. всех мужчин, способных носить оружие). Эти добровольческие формирования рассматривались как резерв Красной Армии. В Воронеже 11 полков народного ополчения уже к 12 июля 1941 г. насчитывали в своем составе около 28 тыс. человек. Эти полки были сведены в 1-ю Воронежскую дивизию народного ополчения. Часть из них сразу же передали в действующую армию (например, один из полков - в 100-ю стрелковую дивизию), часть разместили в городе на казарменном положении [5]. Отряды народного ополчения принимали участие в боях, оказывая подчас неоценимую помощь действующей армии. Также военная подготовка и подготовка к противовоздушной обороне способствовала снижению потерь гражданского населения в результате массированных налетов вражеской авиации. В целом мобилизация населения на те или иные оборонные работы и в добровольческие формирования позволила высвободить значительные силы действующей армии для решения исключительно военных задач.

3. Мобилизация финансов. Цель – привлечение так называемых «свободных средств» населения на нужды обороны. Проводилась (помимо налогообложения) в форме государственных займов, займов обороны, добровольных сборов на строительство военной техники. Мобилизация осуществлялась при этом силами агитационно-пропагандистских кадров, партийных работников разных уровней (через прессу, радио, личные выступления). Только за одни сутки секретарь Воронежского горкома ВКП(б) Сохин собрал 13 млн. руб. на размещение займа обороны [6]. Такие кампании проводились по всей стране. Это позволило высвободить внутренние финансовые ресурсы, не прибегая в очередной раз к внешним займам.

4. Духовная мобилизация. С первых же дней войны советские люди выражали готовность отдать все свои силы на организацию отпора «зарвавшимся фашистам». Подобный настрой, умело поддерживаемый партийной пропагандой, помог, несмотря на тяготы войны, не снижать, а только наращивать производство и усиливать всестороннюю помощь фронту. Важным шагом здесь стало достижение социального консенсуса: нормализация отношений с церковью, провозглашение межнационального единства в рамках советского государства, так называемая «реабилитация» истории, уступки интеллигенции и крестьянству.

В результате, Победа была достигнута путем максимального напряжения мобилизационных возможностей народа. Успех мобилизации был тесно связан с деятельностью специальных органов (городских комитетов обороны, партийных, советских организаций и органов НКВД), осуществлявших координационную работу (учет, распределение и перераспределение сырья, ресурсов, рабочей силы). Эффективность проводимых мероприятий зависела, с одной стороны, от профессионализма работников властной вертикали, с другой, от сознательности и самопожертвования рядовых граждан.

Таким образом, мобилизация стала важнейшим условием для достижения Победы.

Она позволила выявить и использовать все имеющиеся в распоряжении общества резервы на отражение фашистской агрессии.

Литература

1 Данилов В.Н. Советское государство в Великой Отечественной войне: Феномен чрезвычайных органов власти. Саратов, 2002. С. 103.

2 Коммуна. 1941. 5 июля.

3 ГАОПИ ВО (Государственный архив общественно-политической истории Воронежской области). Ф. 2819. Оп. 1. Д. 1. Л. 28.

4 Усиков Р. Городские комитеты обороны Крыма, Поволжья и Северного Кавказа в годы Великой Отечественной войны // Военно-исторический журнал. 1971. №2. С. 85.

5 Очерки истории воронежской организации КПСС / Под ред. Гамова Н.С. Воронеж, 1967. С. 258.

6 ГАОПИ ВО. Ф. 3. Оп. 1. Д. 4378. Л. 206.

Мониторинг как инструмент диагностики социокультурного пространства

Е.В. Харченко

Белгородский государственный университет

В последнее десятилетие интенсивное реформирование, проводимое в социальной сфере регионов, сопровождалось настоящим «всплеском» нововведений в организации работы и в управлении отдельными элементами (здравоохранение, образование, культура, ЖКХ и т.д.). Однако ориентация на чисто внешнюю привлекательность новшества, вела к принятию управленческих решений, необоснованность которых очень скоро становилась очевидной. Многих ошибок можно было бы избежать при использовании научных методов, которые предполагают предварительные глубокие системные исследования. Чтобы избежать ошибок или свести их количество к минимуму, управленца необходима информация об управляемом объекте.

На сегодняшний день «социокультурное пространство» региона как понятие до настоящего времени в научной литературе отсутствовало, недооценивалось специалистами управления всех уровней. А между тем данное явление нуждается в научной рефлексии, т.к. реальная структура его слабо изучена. Отсутствует система измерения эффективности функционирования его составляющих, оценки их значимости и субординированности, нет анализа развития внутренних и внешних связей по вертикали и горизонтали. В практике управления региональным социокультурным пространством наблюдаются разобщенность действий главных субъектов социального регулирования, функциональная неопределенность в действиях управленческих структур, не разработана система их институционального взаимодействия, что не позволяет предусмотреть для каждого жителя того или иного региона комплексное жизнеобеспе-

чение. До настоящего времени не сформированы межрегиональные связи социальных структур, а внутрирегиональные социокультурные отношения «выстраиваются» нередко в зависимости от субъективной воли конкретного руководителя либо от решений местных администраций. Их социальная разобщенность не может не сказаться и на других сферах: экономике, политике, обороне страны, духовной жизни, национальной культуре российского общества. Все это и определяет необходимость формирования единого и регулируемого социокультурного пространства отдельных территорий и регионов, а значит, и России в целом.

Для построения единого социокультурного пространства России, необходимо провести тщательную диагностику пространств отдельных регионов, тем самым найти возможности объединения. Наиболее целесообразно диагностику социокультурных пространств проводить с помощью мониторинга как «постоянного наблюдения за состоянием объекта с целью выявления его соответствия желаемому результату».

Проведение мониторинга состояния такой сложной системы как социокультурное пространство региона, требует соблюдения следующих условий: 1) строгое соответствие организационных механизмов, которые обеспечивают процесс мониторинга, организационным механизмам, действующим в социальной сфере; 2) нормативно-правовая база, обеспечивающая правовое поле для деятельности, связанной с производством информационных ресурсов; 3) компьютерная база, соответствующая уровню решаемых задач; 4) унифицированное программное обеспечение хранения, обработки и наглядного представления информации; 5) наличие специальной мониторинговой службы, обеспечивающей техническую поддержку и программное сопровождение ведущихся работ, обучение и консультационную помощь пользователям в анализе полученной информации и выработке на ее основе управленческих решений.

Мониторинг позволяет органам управления пространством региона получать оперативную, достоверную и качественную информацию о процессах, явлениях происходящих на территории данного пространства. На основе этой информации происходит стратегическое управление и тем самым создаются благоприятные условия для жизнедеятельности людей и их самореализации. Все это можно достичь благодаря эффективной организации системы мониторинга социального пространства.

Особенность мониторинга социокультурного пространства: непрерывность слежения и прогнозного оценивания социальных объектов по стандартному набору показателей, относительно устойчивых и повторяющихся во времени.

Мониторинг социокультурного пространства использует в комплексе различные источники данных о социальных процессах и явлениях — текущей статистики, отчетности, переписей, социально — демографических обследования и др.

Интересны и актуальны предположения о формировании управленческих рекомендаций на основе мониторингового диагностирования и

прогнозирования, широком привлечении для достижения этих целей специальных методов наблюдения и обработки данных.

В России в настоящее время существует достаточно большое число исследовательских организаций, занимающихся организацией и проведением мониторинга.

Как уже было ранее сказано, построение эффективной социальной политики на территории области невозможно без получения качественной, оперативной и достоверной информации о процессах, происходящих в социальном пространстве. Поэтому целесообразно полученный теоретический материал организации и проведения мониторинга использовать соответствующими органами государственной власти, реализующими социальную политику региона, в процессе своей деятельности.

Применение мониторинга в последствии не должно ограничиваться заданными пределами, а служить базисом для разработки мониторингов в других сферах общественной жизни, как наиболее эффективных способов получения оперативной информации.

Нематериальный подход к мотивации персонала информационных отделов организаций

Андрей Владимирович Хахалин

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

E-mail: avkhakhalin@mail.ru

При реализации проектов в современной России широко используются материальные способы мотивации ИТ-персонала связанные с результатами его труда. Однако из-за специфики компьютерного проекта, сложно объективно оценить работу каждого исполнителя. Поэтому ориентация только на материальное стимулирование оказывает во многом непредсказуемое воздействие на согласованную работу всех его участников, обладающих различными знаниями и умениями.

В настоящее время ИТ-сфера вышла на промышленные масштабы изготовления продукции. Для таких условий характерна узкая специализация трудовых функций персонала, затрудняющая профессиональное развитие ИТ-специалистов. Формируются предпосылки для технологического косвенного принуждения, возникающего на основе отчуждения труда как деятельности, “закрепляющей” работника за рабочим местом. Принуждение обычно ограничивает свободу сотрудников в выборе места приложения труда [1].

Большинство ИТ-специалистов становятся простым элементом производственного процесса и вынуждены мириться с тяжелым, монотонным трудом, значительно затрудняющим возможности творчества. В сложившихся условиях ИТ-организациям следует больше ориентироваться на нематериальные факторы мотивации своего персонала.

Нематериальные методы воздействия на работников основываются на позитивном восприятии ими условий работы на предприятии, соответ-

ствии этих условий представлениям работников о том, какими должны быть рабочие места, режим работы и отдыха, отношение менеджеров к сотрудникам, участие последних в принятии решений на предприятии и др. Если работники удовлетворены условиями труда, а также проводимыми и намечаемыми мероприятиями по дальнейшему их улучшению, то у них формируется поведенческая установка на добросовестный труд, хорошее отношение к организации, стремление улучшать результаты своей работы.

На основе анализа специальной литературы [2, 3], нами был выделен следующий набор доминирующих потребностей ИТ-специалистов, действующих на базе достаточного уровня удовлетворения материальных потребностей:

1. Потребность в творчестве.
2. Потребность в признании.
3. Потребность в профессиональном росте и обучении.
4. Потребность в общении.
5. Потребность в высокотехнологичном инструментарии для работы.

Анализ роли нематериальных потребностей в мотивации ИТ-специалистов свидетельствует, что процесс программирования доставляет им большое удовольствие, потому что реализует их потребность в творчестве. Вследствие высокой мотивационной значимости процесса работы ИТ-специалистам нравится выбирать вызывающие позитивные эмоции сферы деятельности. Само программирование для большинства из них является и работой, и хобби одновременно. Несмотря на техническое образование, программисты испытывают большую потребность в общении и познании окружающих их людей и мира. Они с большим удовольствием общаются с признающими их заслуги людьми. Одним из способов выражения ИТ-специалистам признания является предоставление в их распоряжение высокотехнологичного оборудования, позволяющего им не только успешно выполнять производственные задания, но и получать дополнительные знания и опыт.

Для того чтобы улучшить существующую в организации систему мотивации ИТ-персонала представляется целесообразным:

1. Выяснить отношение персонала ИТ-отделов к существующему уровню материального поощрения.
2. Определить, как соотносятся между собой и с другими потребностями выявленные в статье пять важнейших нематериальных потребностей ИТ-специалистов.
3. Если текущий уровень материального поощрения исследуемого персонала окажется не адекватным их субъективной оценке собственного вклада в общее дело, то это можно компенсировать не только с помощью повышения оплаты труда, но и посредством удовлетворения наиболее важных для них нематериальных потребностей.

Такого рода действия способствуют повышению мотивации ИТ-специалистов и улучшению межличностных отношений между ИТ-персоналом и его руководством.

Литература

1. Радаев В.В. Экономическая социология. М.: Аспект-Пресс, 1998. С. 64.
2. Weinberg G. The Psychology of Computer Programming: Silver Anniversary Edition. Dorset House, 1998. P. 150.
3. Брукс Ф.П. Мифический человеко-месяц или как создаются программные системы. М.: Символ-Плюс, 1999.

Информационный аудит инвестиционно-финансовых компаний

Н.А. Хлопаева

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

Проведение информационного аудита становится все более востребованным социологическим инструментом в работе консалтинговых компаний над коммуникационным блоком общей стратегии организации-заказчика.

Информационный аудит как исследование медиа-пространства позволяет: определить и систематизировать основные направления и отзывы в СМИ, в которых чаще всего упоминается объект; последовательно изучить статус заказчика в информационном пространстве в сравнении с другими участниками рынка; выявить особенности коммуникационной стратегии компании-лидера; определить имиджевые направления, требующие коррекции, и разработать рекомендации для установления желаемого положения в СМИ.

Приведем два примера исследований, результаты которых позволили определить направления для дальнейшего позиционирования компаний в информационном пространстве.

Благодаря первому исследованию, проведенному для аудиторско-консалтинговой (АК) компании, было выявлено несколько важных характеристик. Оказалось, что собственное наименование компании по сравнению с составным наименованием консорциума, в который она входит, упоминается гораздо чаще. Громоздкое составное название было решено оставить без продвижения, то есть только для участия в рейтингах (для весомости финансовых показателей).

Были сделаны и другие выводы. Основной поток оценочной информации об АК-компаниях в печатных СМИ чаще всего представляет собой дискуссию на актуальную тему со ссылками на мнения представителей той или иной компании. Клиенты АК-компаний явились основными проводниками информации о ней. Сама по себе компания крайне редко может привлечь к себе внимание, интерес возникает именно благодаря предприятиям-клиентам. Позитивные отзывы независимых экспертов о качественно оказанных услугах способствуют созданию образа компании, который вызывает доверие.

Основную смысловую нагрузку несли публикации, в которых выражают свое мнение эксперты. Наличие своих «звезд» создает образ востребованной открытой и узнаваемой компании. Было решено назначить по

каждому блоку отраслей экономики ответственного эксперта, который будет общаться со СМИ.

В ходе анализа выявились наиболее эффективные методам работы АК-компании в медиа-пространстве: комментарии экспертов, мониторинг новостей для оперативных действий и заявлений, проведение собственных открытых исследований, постоянная работа с сетевыми информационными агентствами (ориентир на аудиторию финансистов-профессионалов, работающих в сети).

Второе исследование проводилось для девелоперской компании. Обнаружилось, что основной поток информации о девелоперах в СМИ представляет собой попытку охарактеризовать это новое для российского рынка направление.

Особенность российской социальной среды заключается в том, что она способна легко поглощать информацию, поступающую извне, и адаптировать ее к своим ценностям и потребностям. Нередко на выходе процесса переработки информация приобретает несколько иное значение. Оказалось, что бизнес-термин «девелопмент», ставший общепринятым на Западе, в России – очередное модное и непонятное слово, пока еще только входящее в бизнес-оборот, и используется самыми разными компаниями (софт, реклама, туризм и др.).

Было обнаружено, что услуга девелопмента позиционируется, как правило, рядом с другими близкими понятиями, а иногда вовсе заменяется другими словами, такими как: «строительство», «инвестиционный консалтинг», «развитие территорий». Профессиональные аббревиатуры «ИРД», «ППМ», которые заказчик активно использовал в своей рекламе, как оказалось, практически не «работают» в информационном поле.

Было рекомендовано связать информационную стратегию с просветительскими задачами обучения потребителей: начиная с объяснения базовых понятий девелопмента и заканчивая убеждением потенциального потребителя, что ему необходима данная услуга. Компания, способная первой инициировать и провести «звонкое» девелоперское мероприятие, может сразу закрепиться в информационном поле и длительное время держаться в нем на силе инерции.

Таким образом, результаты проведенных нами исследований, проиллюстрированных выше, раскрывают возможности социологических методов применительно к стратегическому управлению в организациях, что может учитываться в работе по оказанию им консалтинговых услуг.

Проблемы этно-символизма в рассмотрении наций и национализма

К. С. Шаров

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

E-mail: const.sharov@mail.ru

Этно-символизм – одно из ведущих в современности научных направлений, рассматривающих проблемы наций, национализма, нацио-

нального развития и национальной идентификации. Однако ему свойственны определенные недостатки — заблуждения и неточности. Лучший этно-символист современности Энтони Смит считает, что любая попытка связать национализм с донациональным этноцентризмом с необходимостью приводит к представлению о нации как о видоизмененной этнической общности, «происходящей из древнего социального образования» [1]. Однако, даже если допустить, что это действительно так для наиболее «старых» европейских наций — английской, французской и голландской — все же остается непонятным, почему тогда при создании, например, северо- или латиноамериканских наций, не имеющих никаких исторических корней, непременно использовались явно вымышленные этноцентристские мифосимволические комплексы, рассказывающие об основных эпохах в истории национального сообщества и напоминающие об уникальности «этнической» культуры данного сообщества. Именно этнической, а не национальной. Эти нации не имели в истории своей этнической группы величественных фигур, создававших сплоченный народ, вроде короля Артура или Верцингеторикса (поскольку самих этнических групп не существовало), и поэтому в процессе формирования национальных сообществ Нового света их роль играли Бенджамен Франклин и Франсиско де Миранда. Этно-символисты, в основном, упускают подобные факты из своего рассмотрения, и остается непонятным, зачем современным национализмам, не имеющим предшественников в виде этноцентризмов, вовлекать в свои программы описание подобных полуполюгендарных личностей, якобы создававших народы и этносы.

Этно-символизм зачастую не достаточно убедительно объясняет также наличие сложных комплексов воспоминаний-полувымыслов, связанных с *мифическими* переселениями, пленениями, освобождениями народов, взлетами и падениями «национальной» истории, проявлениями героического «патриотизма», «золотым веком» и общей судьбой, у современных наций *без этнического фундамента*, некоторые даже в XXI веке находятся в состоянии становления. Эти квазиэтнические легенды зачастую играют такую же важную роль в конструировании национальной идентичности, как и настоящие воспоминания из этнического прошлого, что заставляет считать этноцентризм не таким радикально отличающимся от национализма феноменом, как это иногда делают этно-символисты. Например, один из самых выдающихся националистов Латинской Америки диктатор Парагвая Хосе де Франсия придавал огромное значение написанию некой явно изобретенной донациональной истории парагвайской нации со своими святыми и героями, государями и философами, что имело непосредственной целью успешное и быстрое создание чувства национального единства. Де Франсия до неузнаваемости исказил реальную историю Парагвая, превратив ее в историю им же воображенной *парагвайской нации*. Вожди племени гуарани под мифологическим пером этого блестящего националиста-мифотворца превращались в этнических

королей – друзей «нации», а испанские и португальские иезуиты – во врагов этой же «нации».

Есть и третье соображение, оставляемое в стороне этно-символистами – замена национального территориальным и последующая националистическая ловкая инверсия этих понятий. Например, американский историк Даниель Бурстен вынужден отметить, что «как минимум пятьдесят лет после принятия Декларации независимости история Соединенных Штатов выглядела искусственной, вторичной» [2]. Националисты очень часто использовали или сочиняли биографии «территориальных» героев и выдавали их за героев национальных, ибо без национальной истории вряд ли можно создать эффективные националистические программы. В связи с этим показательна постепенная трансформация смысла героической обороны техасцами форта Аламо в 1836 г. После присоединения Техаса к Соединенным Штатам фигуры Дэви Крокетта, Джима Боуи, Уильяма Тревиса, возглавлявших оборону форта, а также генерала Сэма Хьюстона, разбившего Санта Анну, стали изображаться в Вашингтоне в качестве столпов *американской нации*, героев, проливших свою кровь за нее. Несколькими годами раньше в Республике Техас в изображении местных националистов-техасцев они представляли лишь как герои *техасской нации*. При этом не стоит забывать, что сами они сражались, за исключением Хьюстона, не за американскую нацию и даже не за нацию техасцев, а за свободу *мексиканской нации* от диктатуры Санта Анны. Во время тринадцатидневной осады над Аламо развевался зелено-бело-красный мексиканский флаг, а около трех четвертей защищавших форт были коренными мексиканцами. Это не помешало американским националистам впоследствии изобразить смельчаков Аламо мучениками во имя американской нации. Легендарного Дэви Крокетта в 1834 г. американский националистически настроенный президент Эндрю Джексон объявил «врагом нации», но уже через пятнадцать лет Крокетт посмертно был торжественно зачислен в «герои нации» [3]. Интерпретация националистами реальной истории иногда бывает удивительно противоречивой!

В каждом американском штате (особенно этим отличались южные штаты) в первой половине XIX века наиболее популярной и общественно уважаемой профессией после адвоката и военного стала профессия историка. Многочисленные «историки» создавали «исторические» общества, задачей которых было изучать историю нации в русле «от Авалона до текущего президента». Однако эти попытки приводили лишь к тому, что эти общества в своих бюллетнях пропагандировали и воспевали историю, быт, нравы, а также общественные достижения своего штата, но никак не американской нации. При попытке выдать образ штата за образ нации происходил серьезный конфликт интересов штатов. Псевдо-национализм одного штата входил в противоречие с таким же, ничуть не лучшим псевдо-национализмом, а лучше сказать – с национальной мистификацией – другого. Это порождало что угодно, но никак не укрепле-

ние настоящего национального единства, о чем упоминает Сэмюэль Хантингтон [4]. Национальные мифы, плодясь и множась в уголках каждого штата, создавали лишь видимость американской национальной истории, в то время как на самом деле вели нацию к Гражданской войне.

Это всего лишь несколько из многих примеров того, как национализм мог продолжать историю нации вглубь веков или складывать ее из региональных кусочков подобно детскому конструктору *Puzzle*, создавая этнические и национальные мифы и тем самым – ощущение преемственности этноса и нации. Если процесс конструирования наций (и этносов) рассмотреть еще более детально, то окажется, что иногда, хотя и нечасто, не только воображенная преемственность «этнос – нация» используется националистическими лидерами при создании современных национальных сообществ, но и многие другие типы преемственностей, например, «народность – этнос», «племя (род) – народность», «семья – род» и т.п. Этно-символисты не придают никакого значения такой деятельности националистов, и вследствие этого этно-символизму характерны поверхностный подход и неточности в описании феноменов нации и национализма. Автор предлагает новый неомодернистский подход к исследованию данных феноменов – исторический конструктивизм.

Литература

1. Смит Э. Национализм и модернизм. М., 2004, с. 343.
2. Boorstin D.J. The Americans: The National Experience. N.Y., 1966, p. 362.
3. Shackford J.A. David Crockett: The Man and the Legend. Chicago, 1986.
4. Хантингтон С. Кто мы? М., 2004, с. 185-190.

Исследование информационного лоббизма как конкурентного вида политической коммуникации

О.В. Шестакова

Московский государственный университет им. М.В.Ломоносова

Лоббистская деятельность как средство продвижения и защиты групповых интересов является для России устоявшейся практикой. Объектом постоянного внимания исследователей выступают усилия лоббистов по выстраиванию коммуникации с органами власти. Однако в пространстве принятия политических решений субъект лоббирования существует не сам по себе, а в окружении совокупности отношений и информационных потоков, связывающих его с другими субъектами данного процесса. Поэтому представляется необходимым изучать лоббистскую коммуникацию в контексте конкуренции.

Информационный лоббизм – это деятельность по влиянию на лиц, принимающих решения в рамках институтов государственной власти, осуществляемая путем передачи сообщений с целью принятия желаемого решения. Информационный лоббизм осуществляется в конкурентном пространстве и носит персонифицированный характер, поэтому почти каждая ситуация лоббирования является уникальной. Лоббисты конкурируют как

за возможность установления коммуникации с нужным ЛПР, так и за принятие конкретного решения. Как правило, в ходе формирования государственного решения круг ЛПР, способных повлиять на ход его рассмотрения и окончательное принятие, **ограничен**. Следовательно, заинтересованные лица должны бороться за возможность построения эффективной коммуникации, целью которой будет принятие конкретного решения.

Для изучения конкурентного аспекта информационного лоббизма следует операционализировать следующие понятия: **конкурент, информационная среда, уровень конкуренции, конкурентная стратегия**.

Конкурентом в процессе лоббирования можно назвать субъекта, заинтересованного в принятии альтернативного продвигаемому решению или заинтересованному в непринятии продвигаемого решения (заинтересованного в сохранении status quo).

Информационная среда – окружение, в котором действует лоббист.

Как показывает практика, конкуренция носит многоуровневый характер, поэтому выделим 3 уровня лоббистской конкуренции. Первый уровень (пороговый) представляет собой конкуренцию за внимание реципиента к информации, относящейся к теме лоббирования. Следующий уровень – это конкуренция за убеждение ЛПР любого уровня в принятии нужной точки зрения относительно темы лоббирования. Третий, наиболее существенный уровень, – конкуренция готовых решений на уровне конечного ЛПР.

Для участия в конкурентной борьбе субъект лоббирования должен вести активную лоббистскую кампанию, основанную на выбранной **конкурентной стратегии**, которая должна содержать не только тактику продвижения собственного решения, но и способы отражения атаки конкурентов, подавление их информационной активности. Как правило, информационные и другие ресурсы, которые может использовать лоббист в лоббистской кампании, ограничены. Стратегия должна устанавливать принципы использования таких ресурсов, например, информационных каналов и типов сообщений, а также состояние информационной среды и уровень конкуренции.

Эффективность лоббистской коммуникации, таким образом, зависит не только от личной коммуникативной компетентности лоббиста, но и от его умения построить сбалансированную коммуникативную стратегию, в которой будут учтены возможные действия конкурентов. Исследование современных практик лоббирования и, в частности, конкурентных взаимоотношений и стратегий лоббистов позволит концептуализировать лоббизм как конкурентный вид политической коммуникации и сформулировать принципы конкурентного поведения, имеющие прикладное значение для осуществления лоббистской деятельности.

Литература

1. Политическая коммуникация: уч. пособие для студентов вузов, Петрунин Ю.Ю. и др.; под ред. А.И. Соловьева, М.: Аспект Пресс, 2004. – 332 с.

2. Информационно-политические технологии. Почепцов Г. Г., М.: Центр, 2003, —384 с.

3. Материалы научно-практической конференции «Проблемы взаимодействия государства и бизнеса» (Перспективы развития лоббистской деятельности в России) от 27.05.2003 // <http://www.pr-professional.ru/stenogramma.html>

4. Из хобби в лобби, Т.Ткачук // Секрет фирмы, № 16 (55) от 26.04.2004

5. Развитие информационной сферы - показатель зрелости гражданского общества // Парламентская газета № 1180 от 20.03.2003

Оценка деятельности персонала по методу «360 градусов»

Людмила Владимировна Шныренкова

Московский государственный университет им М.В.Ломоносова

E-mail: lluchia@yandex.ru

В настоящее время актуальной для многих руководителей является проблема повышения степени объективности оценки деятельности персонала. В связи с этим сегодня многие компании переходят к т.н. «оценке 360» или круговой оценке, которая объединяет мнения о деятельности сотрудника как внутренних так и внешних клиентов, позволяя получить более широкий и полный взгляд на деятельность сотрудника. При формальной системе оценки руководителю практически невозможно понять эффективно ли действует сотрудник во всех случаях, либо только в тех случаях, когда за ним наблюдает руководитель. Традиционная оценка деятельности, чаще бывает субъективной, упрощенной и замешанной в политике. Потребность в честности, прозрачности оценки деятельности заметно возрастает, поскольку многие организации имеют разветвленную структуру, постоянные внутренние изменения, происходящие в результате ведения постоянной конкурентной борьбы. Решение этих проблем обеспечивает «оценка 360». Суть «оценки 360» состоит в том, что сотрудника по определенным критериям оценивает не только непосредственный руководитель, но и его подчиненные, коллеги и даже клиенты.

Оценка по методу 360 позволяет:

— позволяет оценить как профессиональные, так и личностные качества человека;

— оценке поддаются не только количественные показатели (например, объем продаж у конкретного специалиста), но и качественные, такие как: коммуникативные навыки, инициативность, самостоятельность;

— участвовать в оценке могут клиенты — те, кто приносит компании прибыль;

— сотрудника оценивают люди, которые работают с ним бок о бок, знают его продолжительное время и могли наблюдать человека в разных ситуациях, а не только в момент «показательного выступления», что происходит при оценке сторонними экспертами;

- каждый сотрудник имеет возможность самостоятельно оценить себя по тем же критериям и сопоставить свое мнение с мнением других;
- метод позволяет руководителю узнать точку зрения подчиненных.

Прежде чем компания сможет эффективно использовать круговую оценку, она должна будет решить ряд задач. Техника проведения оценки работы персонала по «методу 360 градусов» отличается в каждой компании, но существуют правила, по которым она должна работать:

- Сотрудник выбирает несколько людей, которые будут его оценивать. Число их лежит в промежутке от 5 до 10 и включает тех людей, которые достаточно хорошо знают специфику его работы.
- Выбранные люди отвечают на предложенные вопросы (анонимно) и оценивают сотрудника по различным критериям (например, умение находить компромисс или эффективно распределять рабочее время).
- Результаты заносятся в компьютер для дальнейшей обработки. После чего полученные оценки суммируются, и сотрудник получает отчет о своей работе.
- Сотрудник обсуждает полученные результаты со своим непосредственным руководителем, после чего они вместе составляют план развития сотрудника на следующий год, учитывая мероприятия по работе над слабыми сторонами сотрудника.

Наиболее часто анализируется процесс выбора тех, кто будет оценивать. Первое, что компании должны сделать, это разработать рабочие определения таких понятий как коллега, внешний/внутренний клиент и т.д. Потенциальными оценивающими должны быть выбраны из числа коллег и внешних партнеров, с которыми оцениваемый наиболее часто и постоянно общается. Руководитель обладает конечным правом и обязанностью оценивать подчиненных и должен убедиться в том, что соответствующие оценивающие выбраны, при этом, препятствуя тому, чтобы в оценке сотрудника участвовали друзья или клиенты, не способные дать объективную оценку.

Далее следует интерпретация результатов. Результаты оценки руководителя, подчиненных и коллег сводятся в единый график оценки личностных и профессиональных качеств конкретного сотрудника, где в сравнении с графиком оценки важности личностных и профессиональных качеств становятся видны пробелы в знаниях и навыках, вскрываются некоторые конфликты, непонимание между людьми. Оценка личностных и профессиональных качеств в сравнении с оценкой важности этих качеств является подсказкой для руководителя. Сравнение позволяет предполагать, чего можно ждать от сотрудника, какие его качества полностью не используются в работе (потенциал), какие необходимо срочно развивать, а также качества, наименее развитые.

Руководство компании, где принято решение о проведении оценки персонала, должно быть готово к этому с материальной и моральной точки зрения — персонал далеко не всегда с энтузиазмом принимает нововведения. Но неуверенность сотрудников в завтрашнем дне и страх перед

изменениями рано или поздно заканчиваются, в особенности при проведении последовательной разъяснительной работы. Если по результатам оценки происходит рост сотрудника, то, нацеленный на успех, он получает поддержку и совет, а руководители уделяют внимание не только оперативной работе, но и своей команде, корпоративное обучение проходит эффективно, и чувствуется отдача, значит, удалось достичь главной цели — обеспечить развитие сотрудников, а следовательно, — и компании.

**Основные черты этнического движения
в российских автономных республиках в 1990-1993 гг.**

К.Н. Штин

Московский государственный университет им М.В.Ломоносова

E-mail: skn777@mail.ru

Важным фактором развития России в начале 90-х годов XX века стала активизация общественного движения на территории всей страны. Его зарождение относится к 1988 — 1989 г. На территориях автономий общественное движение приобретает характер национального. Его главной задачей стало повышение статуса автономии до уровня союзной республики или получение полной независимости от Российской Федерации.

Однако, начиная с 1991 г. активность общественных организаций и политических партий пошла на убыль. Инициатива в борьбе за статус автономий переходит к местной этнократии [1]. Причины этого явления видятся в следующем. Во-первых, национальное движение изначально имело ограниченную социальную базу. Практически во всех республиках численность представителей титульной национальности была меньше числа русского населения, проживающего на территории автономий. Во-вторых, общественному движению не удалось создать идеологию, которая бы объединяла все слои населения автономии. В-третьих, ни в одной из республик не появился региональный лидер, способный стать во главе движения.

Условно можно выделить три варианта развития событий в автономных республиках. Первый характеризуется высокой активизацией национального движения на территории автономии. Появляются разнообразные общественные объединения, которые оказывают существенное влияние на развитие событий в регионе. Однако в скором времени (начиная с 1991 г.) национальное движение подвергается огосударствлению, инициатива переходит в руки государственного национализма. Такой сценарий характерен для республик, имевших исторически более глубокие государственные традиции. Это, в первую очередь, — Татарстан, Башкортостан, Чувашия.

Второй вариант характеризуется менее ярким проявлением национализма и более сильными позициями этнократии. В республиках с такими характеристиками претензии на лидерство со стороны национальных организаций были не столь сильны. Их количество было не велико, а политическое влияние и общественный размах не оказали значительного

влияния на развитие ситуации в автономии. Лидером во взаимоотношениях с центром по вопросу о судьбе республики практически сразу становится государственный национализм. К этому варианту относятся Якутия, Карелия, Марий Эл, Бурятия.

Третий особый вариант проявился в Чеченской республике. Здесь подъём национального движения выразился преимущественно не в создании общественных объединений, а в повышении криминальной обстановки в республике и усилении гонений русского населения. Несколько политических партий в Чечне было создано (например, Вайнахская демократическая партия, во главе с З. Яндарбиевым), однако их значение было невелико. К тому же цели национальных чеченских общественных организаций, как правило, не противопоставлялись курсу руководства республики. В этой ситуации свою роль сыграла тейповая система народа.

Причины «особого пути» чеченской республики заключаются в кризисной социально-экономической ситуации, в которой оказалась автономия: бурный рост численности населения на протяжении 30 лет (1959 – 1989 гг.), большое количество избыточных трудовых резервов, разделение экономики на русский и национальный секторы [2]. Отсутствие внимания руководства страны к существующим проблемам лишь усугубило ситуацию в республике. Результатом такого развития событий стал военный путь разрешения кризиса в Чечне.

Во многом, обстановка в российских автономиях, сложившаяся к 1990 году предопределила пути и результаты разрешения противоречий с федеральным центром.

Литература

1. Суверенный Татарстан. Документы. Материалы. Хроника. В 3 т. М., 1998. Т. 2. С. 18 – 19.
2. Васильева О., Музаев Т. Северный Кавказ в поисках региональной идеологии. М., 1994, с. 89; Чеченский кризис. Аналитическое обозрение. Вып. VIII. М., 1995, с. 16.

Движение эмигрантской молодежи в воспоминаниях (1920-1930)

М.Л. Штырлова

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

E-mail: Vsu4101z@stud.vsu.ru

Вопрос об эмигрантской молодежи уже неоднократно поднимался отечественными исследователями и прямо и косвенно в научных работах. Но, к сожалению, сложилась тенденция рассматривать его односторонне. Причиной этому ряд ошибок исследователей, а именно:

- подмена понятий юношеское, детское, общественное, спортивное движение понятием молодежное движение;
- опора только на документы открытых, официальных молодежных организаций и движений;

• работа с ограниченным количеством архивов, в основном с государственными архивами не специализирующимися на изучении проблемы молодежного движения – ГА РФ, областные госархивы. Для отображения полной картины в этом вопросе необходимо обращаться к специализированным архивами – молодежным, военным, МВД, ОГПУ, ФСБ и др.;

• несерьезное отношение к вопросу молодежного движения в целом.

Участники молодежного движения эмиграции в 1920-1930-е гг. ставили перед собой серьезные цели и задачи, сыграли достаточно важную роль в истории России и эмиграции. Поэтому, дабы более полно обрисовать картину их деятельности обратимся к современникам молодежного движения 1920-1930-х гг.

Большое внимание в их работах уделяется Христианскому движению молодежи.

«Русское Христианское Студенческое Движение за рубежом - явление необычайное. Движение родилось в результате встречи трех несродных групп, которые, вступив в общение, дополнили и обогатили друг друга, - говорят Николай и Милица Зерновые в «Вестнике русского студенческого Христианского движения за рубежом».[1] Вот три направления, которые выделяли авторы:

1. Самая интеллектуально-значительная среди них состояла из выдающихся представителей религиозного и философского возрождения. Они верили в возможность сближения христианского Востока и Запада, были противниками насилия, они проповедовали свободу как необходимое условие для построения правильного социального и экономического строя. Сама задача преобразования общества оставалась в центре их внимания, средством к достижению этой цели должно было стать «оцерковление жизни».

2. Вторая группа состояла из бывших участников Белого Движения. За их плечами осталась гражданская война. Многие из них резко отрицали взгляды старших представителей интеллигенции. Движение зародилось в их среде, они стали собираться небольшими группами, живя надеждой вернуться на родину.

3. Третья группа была представлена протестантами. Большинство из них были иностранцы, связавшие свою судьбу с Россией. Они содействовали установлению связи Движения с различными экуменическими организациями, которые оказали ему материальную помощь на первоначальной стадии его развития. Они познакомили членов Движения с различными западными методами студенческой работы и значительно расширили их горизонты. [2] Более молодой состав представлял ухудшение, и в конце концов в движении стали преобладать правые политические элементы. Победили в этом движении группировки фашистского характера.[3]

Несмотря на неоднозначность оценок христианского молодежного движения в среде эмиграции, как сторонники, так и противники отмечали его важную роль в жизни всех оказавшихся за рубежом волею судьбы и собственных политических взглядов. Так или иначе, Молодежное

Христианское движение стало пристанищем достаточно большой части активной эмигрантской молодежи. Как правильно отмечают Николай и Милица Зерновые в православии многие оставшиеся без крова, средств к существованию, веры в будущее нашли утешение, почерпнули энергию для деятельности, вновь обрели цель жизни. А это не так мало. Кроме того, Молодежное Христианское движение стало центром объединения всех русских людей, не позволило эмигрантам потерять связь друг с другом, рассеяться по Свету. Это уже имеет отношение к сохранению культурного наследия русской эмиграции.

Другое важное направление в молодежном движении эмиграции, оцененное современниками как мощное, заслуживающее пристального внимания – политическое.

В конце 20-х гг. среди русской молодежи начали создаваться разные группы, например, НТС [4], «Имперский Союз, младороссы; молодежь вокруг Русского Обще-Воинского Союза (РОВС) тоже стала объединяться в русскую национальную организацию - к этой группе примыкал и я Молодых воинов Белой армии в Союзе было много. РОВС старался сделать нас своей молодежной организацией, а мы неохотно воспринимали эту опеку и стремились к самостоятельности».[5]

Вот второе направление в молодежном движении эмиграции. Оно было настолько же грандиозным и значительным как и Христианское Движение молодежи. «В эти же годы в среде русской молодежи, более обращенной к политике, образовались новые течения, отличные от течений старой эмиграции, получившие наименование пореволюционных. Таковы были, прежде всего, евразийцы, утвердженцы, впоследствии младороссы. Пореволюционная молодежь, в противоположность старой эмиграции, признала революцию и пыталась утверждать не дореволюционное, а пореволюционное. Они примирились с тем, что произошел социальный переворот, и хотели строить новую Россию на новой социальной почве».[6] Это стремление и вдохновляло на деятельность участников политического направления молодежного движения в эмиграции, как желание мира и спокойствия вдохновляло деятелей Молодежного Христианского Движения.

Вывод однозначно рисует направление работы в изучении такого социального феномена, как молодежное движение эмиграции. Две составляющие в данном движении представлены христианской и политически-обращенной молодежью, а уже множество организаций и объединений были участниками того или другого движения в среде эмигрантской молодежи.

Литература

- 1 Молодежное Христианское движение в Эмиграции / Молодежное движение России в документах (1905-1938). – М., 1999. – С.201.
2. Там же. С. – 202-204.
3. Бердяев Н.А. Русская идея. – Харьков; М., 2002. – С.506.

4. НТС. Антисоциалистическая организация, была создана в 1930 г. в Белграде под названием «Национальный Союз Русской Молодежи», в котором объединились возникшие ранее в разных странах группы эмигрантской молодежи. С 1931 г. называлась «Национальный Союз Нового поколения»; с 1936 г. - «Национально-Трудовой Союз Нового Поколения». Довоенные руководители - проф. М.А. Георгиевский и казачий офицер В.М. Байдалаков. К началу войны Союз насчитывал около 1600 человек и был крупнейшей молодежной организацией русского Зарубежья. В годы войны принято название «Национально-Трудовой Союз». С 1957 г. - «Народно-Трудовой Союз (российских солидаристов)».

5. Поремский В. Д. Стратегия антибольшевистской эмиграции. — М., 1998. — С. 13-15.

6. Бердяев Н.А. Русская идея. — Харьков; М., 2002. — . 508.

Европейская идентичность как элемент интеграции

Юстицкая Н.С.

Московский государственный университет им. М.В.Ломоносова

В современном обществе, отвечающем на политические и экономические вызовы глобализации, переживающем утрату традиционных ориентиров на национальное государство, территориальную принадлежность, особо остро встает вопрос о самоопределении индивидов и социальных общностей в политическом пространстве. Вместе с уникальными формами экономических отношений в виде, к примеру, зоны с единой национальной валютой, возникают новые разновидности политических институтов таких, как Европейский Парламент с его функциями нормотворчества и политического контроля над государствами-членами ЕС.

Пример Европы — это модель превращения экономической организации в политический союз на фоне глобализующегося многополярного мира с постепенным формированием нового европейского - сознания, способствующего моральной консолидации общества, охватывающего все больше государств и культур.

Возможно ли формирование устойчивой политической идентичности без относительно национальных, государственных, территориальных референций? Каковы базовые элементы политической идентичности в «новом» постоянно расширяющемся европейском обществе?

Эти вопросы находятся в центре обсуждения в политических кругах объединенной Европы. Идея моральной интеграции состоит в том, чтобы население перенесло часть лояльности, питаемой к национальному государству на наднациональное образование. Вовлечение граждан государств-членов Европы в решение общеевропейских вопросов происходит на основе закрепления общих ценностей, которые позволяют принимать понятные всем решения. На первое место выдвигается понятие «европеизма» как совокупности идеалов и принципов, свойственных Европе. [1] К примеру, Европейская Конституционная Хартия содержит поло-

жения о защите прав человека и принципов демократии, на которых зиждется Европейское Сообщество. Историческое прошлое и географическая близость как факторы общности уступают место «ценностям толерантности и социальной гармонии, воспитанию гражданской гордости». [2]

Но политическая идентичность как аффективно-когнитивная структура [3] предполагает не только осознание приверженности ценностям, но активное участие в политических процессах, а также формальную принадлежность. Несмотря на разделение демократических идеалов уважения человеческой личности, правового общества, необходимо отметить, что гражданская позиция европейцев по-прежнему ориентирована на национальное государство, локальные интересы личности и микрогруппы.

Отсюда — присутствие в процессе европейской интеграции как элементов космополитизма, так и элементов «союзного национализма». В рамках последней концепции формирование европейской идентичности происходит с учетом того факта, что исходным элементом здания европейского союза остается национальное государство, защиту которого ЕС гарантирует как фактор стабильности, во избежание социальной аномии, [4] появления партий националистского толка. Так, ЕС строится на широком понимании принципов мультикультурности: признания и учета своеобразия традиций каждого государства-члена ЕС.

Не отрицая эффективно действующих привычных властных институтов, ЕС предоставляет своим гражданам дополнительные возможности активного участия в судьбе Союза. Становлению европейской идентичности способствует признанное Амстердамским договором (ст. 18 и 20) право избирать и быть избранным во время выборов в Европейский Парламент, а также создание единого пространства, по которому граждане могут свободно перемещаться, выбирать место жительства.

В настоящее время активно дискутируется и разрабатывается концепция «европейского гражданства». С учетом всех аргументов «за» и «против» Европейской Конституции нельзя не отметить, что это важнейший шаг на пути закрепления европейской политической идентичности. Ключевыми компонентами конституционного статуса европейского гражданина должны стать основные права человека, права на социальную защиту, а также гарантии федеративного устройства Сообщества. [5]

Благодаря наличию всех трех компонентов европейская политическая идентичность получает искомое содержание, она обеспечивает Союзу большую легитимность в глазах своих членов и мирового сообщества в целом, обеспечивая активную поддержку его действий со стороны граждан. Особо стоит подчеркнуть акцент, который ЕС делает на ценностную составляющую идентичности, что отвечает современным вызовам глобальной «безграничности». Через формирование прочного стержня политических установок ЕС укрепляет целостность своей политической и социальной систем.

Литература

1. Extrait de l'allocution du Président de la République Tchèque aux Parlement Européen à Strasbourg 8.mars 1994
2. Цит. По И.С.Семененко «Культурные факторы и механизмы формирования российской национально-цивилизационной идентичности на рубеже XXI в », Полис,1/2004
3. Пушкарева Г.В. Политический менеджмент- М.: Университетский гуманитарный лицей,2001/
4. Цит. По Бублик П. «Политическая идентичность как фактор политической культуры», <http://fprr.org.ua>
5. Extrait de l'allocution du Président de la République Tchèque aux Parlement Européen à Strasbourg 8.mars 1994

Сингапур: особенности восточной модели электронного правительства*Е.А. Яковлева**Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова*

Сейчас, как в научном сообществе, так и в СМИ достаточно часто встречается мнение о том, что динамика осуществления проектов e-government представляет собой своего рода индикатор национального развития в самых разных его аспектах, — начиная от уровня технологического прогресса страны и заканчивая степенью ее демократизации и зрелостью социально-политических взаимоотношений между властными структурами и широкими слоями общества. В этой связи чрезвычайно интересным выглядит феномен Сингапура.

По развитию индустрии информационных технологий Сингапур заметно отстает не только от таких признанных лидеров, как Япония, но и от ряда других своих соседей по азиатско-тихоокеанскому региону — к примеру, Южной Кореи и Тайваня.

Что касается социально-политической сферы, то Сингапур — государство с авторитарным режимом правления.

Тем не менее, «СингапурОДИН» не просто представляет собой один из первых практически реализованных проектов внедрения электронного правительства, но и по совокупности всех возможных функционально-технологических параметров уступает на сегодняшний день одному лишь электронному правительству Канады.

Самое общее объяснение этого явления достаточно очевидно: Сингапур уже давно зарекомендовал себя государством, добившимся выдающихся успехов в ИТ-вооружении.

Правительство Сингапура осознает, что в долгосрочной перспективе страна не сможет конкурировать с более крупными странами, которые располагают большим количеством природных ресурсов, и в которых стоимость производства более низкая. Поэтому в долгосрочном плане Сингапур стремится к созданию наукоемкой экономики.

Правительством поощряется доступ граждан к услугам электронного правительства с домашних или рабочих компьютеров в любое удобное для граждан время. Основным достижением Сингапура является интеграция до того самостоятельных правительственных систем в единый портал, единую точку доступа к правительственным услугам.

Широкомасштабное внедрение ИТ во все сферы жизни и все слои общества стало для внутренней политики Сингапура задачей наивысшей приоритетности еще с 1980 года, когда был принят «План национальной компьютеризации».

В 2003 году были приняты национальный план «Соединенный Сингапур» и «План действий по внедрению электронного правительства II», цель которых заключается в превращении Сингапура к 2010 году во всемирную столицу информационно-коммуникационных технологий XXI века, экономика которой, благодаря оптимальному использованию современных компьютерно-сетевых возможностей, была бы в высшей степени эффективной и динамичной. На расширение онлайн-форм работы правительственных служб и переход общественных организаций к работе в условиях «новой экономики» запланированы капиталовложения в размере полутора миллиардов сингапурских долларов (около \$865 млн.). При этом в качестве ключевых вопросов деятельности электронного правительства определены инвестиции в ведущие сферы технологии, подготовка работников госсектора к работе с новыми информационными средствами и системами, адаптация административной системы к новым экономическим условиям. [1]

Однако стремление правительства Сингапура к достижению высокой степени внедрения технологических достижений в жизнь населения имеет под собой более важные для авторитарной власти причины, чем приобретение репутации прогрессивного государства.

В политической стратегии правительства Сингапура огромная роль отведена вопросам национальной обороны и государственной безопасности.

Однако все эти проявления повышенного внимания правительства Сингапура к национальной безопасности и обороноспособности не означают, что государственной политике свойствен повышенный милитаризм.

Причины кроются в том, что для этой азиатской страны традиционным является авторитарная форма правления. Поэтому властные структуры стремятся к разработке и применению наиболее эффективных методов осуществления контроля над населением страны.

Высокий уровень внедрения информационных технологий в сингапурскую действительность серьезно облегчает государственным структурам выполнение широкомасштабных контрольных функций, открывая перед ними в этом направлении широчайшие перспективы.

В отличие от западной модели электронного правительства, открытость деятельности государства для правительства Сингапура не является целью. Это скорее неизбежная уступка, жертва, взамен которой власти

получают фактически неограниченную информацию о каждом гражданине, которую могут использовать по своему усмотрению.

При этом одна из основных идей восточной модели электронного правительства, воплощением которой является Сингапур, заключается в том, что для создания благоприятных условий осуществления авторитарного руководства населением, правительство должно обеспечить граждан определенным уровнем предоставления электронных услуг. Другими словами, чтобы придать авторитаризму максимальный уровень легитимности, население должно испытывать заботу о себе со стороны государства.

Все выше перечисленное позволяет сделать вывод, что Сингапур с полным правом занимает свое место в числе мировых лидеров внедрения электронного правительства. Применяемые здесь решения доказывают свою приемлемость и правомочность, несмотря на внешнюю парадоксальность и противоречие принципам западной модели электронного правительства. Более того, Сингапур совершенно реально претендует на роль глобального центра в новой информационной эре.

А восточная авторитарная модель построения электронного правительства имеет полное право на существование в качестве альтернативы электронной демократии и, возможно, может быть с успехом заимствована целым рядом государств.

Литература

1. Ушаков Константин. Контроль ключевых решений. Бананово-лимонный Сингапур, 26 мая 2003, www.cio-world.ru