

изменить структуру органов, на которых положено осуществление экспортной политики государства. Если сейчас на региональном уровне экспортную политику осуществляют забюрократизированные отделы внешнеэкономических связей облгосадминистраций, то нами предлагается создать полукommerческие региональные центры экспортной политики (экспортного регулирования), которые бы координировали свои действия с общегосударственным центром.

Основные функции региональных центров должны заключаться в обеспечении субъектов внешнеэкономической деятельности услугами информативного, консалтингового и практического характера, а именно:

- информация об общем состоянии и потенциальной вместимости рынков дальнего и ближнего зарубежья;

- сведения о потенциальных зарубежных импортерах (потребителях) продукции местных товаропроизводителей;

- консультации относительно особенностей законодательства стран, являющихся потенциальными потребителями украинского продукта;

- информация о текущих изменениях в отечественном законодательстве (для использования не только нашими экспортерами, но и их зарубежными контрагентами);

- правовая экспертиза заключенных внешнеэкономических соглашений;

- возможность участия, в случае необходимости, экспертов регионального центра на всех стадиях ведения переговоров и оформления внешнеэкономических соглашений;

- практическая помощь в разрешении проблем по выполнению таможенных процедур;

- услуги по презентации отечественных товаров на зарубежных рынках;

- помощь по внедрению на отечественных предприятиях международных стандартов и систем сертификации качества продукции и организации производства;

- предоставление отечественным предприятиям соответствующей информации относительно передовых мировых технологий в родственных отраслях и т.п.

Эти и другие возможные виды услуг должны предоставляться региональными центрами на коммерческой основе, но стоимость этих услуг должна находиться под контролем государства. По этой причине, а также с целью контроля над экспортной политикой именно государство должно быть главным учредителем и координатором региональных центров. Кроме того, это приведет к прозрачности отношений между региональными и общегосударственным центром экспортной политики, который позволит эффективно сочетать интересы экспортеров различных регионов и интересы государства.

К работе в региональных центрах, кроме штатных работников, на договорной основе могут привлекаться ученые, специалисты различных отраслей и даже зарубежные эксперты. Создание отмеченных центров во всех регионах Украины и их согласованная деятельность непременно должны дать ощутимый толчок экспортной деятельности не только в отдельных регионах, но и государстве в целом.

*В.И. Громов*  
Гомельский филиал МИТСО

## **КОНКУРЕНЦИЯ, СОГЛАСОВАННОСТЬ И СОЦИАЛЬНОЕ ПАРТНЕРСТВО**

Успехи нового капитализма, как самоорганизующейся диссипативной системы, с присущей ему открытостью в немалой степени объясняются сильными неравновесными связями между развитыми и неразвитыми странами. Архетип конкуренции фактически превращает многие страны, находящиеся за пределами "золотого миллиарда", в мировые отстойники, куда стекаются устаревшие технологии, подержанные автомобили, "некондиционное" продовольствие и т.д. Такое "разделение труда", безусловно, эффективно в части научно-технического прогресса в развитых странах и хорошо согласуется с теорией эволюции диссипативных систем, когда энтропия одной части системы понижается за счет чрезмерного производства энтропии в другой. Однако события 11 сентября 2001 г. свидетельствуют о том, что удовлетворительный мировой аттрактор пока не найден, а развитие инноваций как бы нуждается в новом конкурентном образовании в виде мирового терроризма.

В то же время инновационная деятельность сама по себе только опосредованно связана с конкуренцией. Так, в России, в отличие от западной экономической действительности, жесткой конкуренции на рынке инновационной продукции нет, и борьба с конкурентами не является определяющим мотивом инновационной деятельности.

На наш взгляд, мировые тенденции показывают необходимость не поиска нового врага в лице терроризма, а практическую реализацию объективно назревшей потребности в сплочении и согласованности мирового сообщества в противовес необузданной конкуренции.

Если представить конкуренцию и согласованность как два полюса: ян — конкуренция и инь — согласованность одного архетипа социально-экономического роста, становится понятно, что применение этих “лекарств” к мировым процессам зависит только от их процентной дозировки. Гримальсы “раздельного питания”: тотальной конкуренции в виде “дикого” капитализма или полной согласованности коммунистических моделей уже давно никого не привлекают.

Особенности социального управления состоят в следующем. Первое, объектами управления являются люди, группы людей, предприятия, организации и т.д.

Второе, управляющие воздействия также сознательно формируются людьми, группами людей, предприятиями и организациями.

Третье, механизм задания процессам определенной направленности основан на возможности изменения сознательного поведения объектов управления и придания им согласованности и координации между собой и с управляющей системой.

Ввиду принципиального подобия кибернетических структур управленческой системы и управляемых ею объектов в достаточно развитом организме социального управления возникают и действуют два контура прямой и обратной связи, направленные на снижение энтропии системы в целом, увеличивая ее энергетический потенциал.

Сложность проблем социального управления усугубляется наличием и третьего контура управления, регулирующего связи между сферами внутри самих объектов управления и управляющей системы. Наличие трех контуров управления в социальных системах объясняется еще и тем, что как субъект, так и объект управления, с одной стороны, решают свои собственные дилеммы, а с другой — генерируют их друг для друга. Взаимосвязь контуров такова, что дилеммы не снимаются с рассмотрения до тех пор, пока не пройдут все внешние и внутренние контуры управления. В этом смысле можно говорить уже даже не об управляемой и управляющей подсистемах общества, а о равноправных и в определенной степени партнерских отношениях. Например, государство, как старший партнер выполняет “волю” младших партнеров (людей, предприятий), которые делегируют ему часть своих функций и проблем. Такие процессы в обществе реально происходят и проявляются в виде выборов исполнительных и законодательных органов, проведения референдумов, интерактивных форм общения населения с властью и даже дисфункциональных действий предприятий и граждан, к примеру, в виде противозаконных отношений, теневой экономики и т.д.

Понимание социума как партнерского сотрудничества позволяет по-новому взглянуть на процессы движения к согласованным решениям.

Сама возможность согласованного управления при этом заложена в структурном подобии социальных единиц, а процесс согласования состоит в приведении в соответствие аналогичных сфер младших партнеров между собой и со старшим.

Синергетический эффект при этом объясняется резонированием соответствующих сфер множества разных объектов между собой. Процессы согласования проявляются, например, на уровне ценностей и событий — в виде институализации, как формирование относительно устойчивых норм и стандартов социальной деятельности; на уровне финансовых сфер — в виде разработки, утверждения и исполнения бюджета, как взаимосвязи финансов государства, граждан и предприятий посредством налоговой системы.

Партнерские отношения должны стать гарантией реального учета интересов предприятий и реализации на деле, а не на бумаге многих десятков предложений отечественных экономистов и социологов в области совершенствования инновационного менеджмента.

*А.М. Гуменюк*

**Торгово-экономический институт КНТЭУ (Черновцы, Украина)**

## **ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ФАКТОРОВ СРЕДЫ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ВЫБОР ЕГО СТРАТЕГИИ**

На сегодняшний день развитие информационных технологий и экономико-математических методов анализа проблемных ситуаций при совместном грамотном их использовании значительно улучшает внутрифирменное управление маркетингом, существенно влияет на эффективность управленческой деятельности предприятия.

Как известно, разработка экономической политики предприятия предполагает определение целей его деятельности и стратегии развития на основе оценки потенциальных возможностей предприятия и обеспечения его соответствующими ресурсами.

В стратегическом управлении предприятием существует значительное количество различных стратегий в комплексе с целями, поэтому возникает проблема их выбора с учетом ситуации во внешней среде и имеющихся ресурсов. Задача состоит в определении влияния факторов среды предприятия на его стратегию. Эти и другие вопросы мы предлагаем решить методом анализа ие-