

# І. ЭКОНОМИКА И ФИНАНСЫ

## 1. АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ

### 1.1. ЖИВАЯ ЭКОНОМИКА



*Сафонов Александр Львович, проректор по развитию Академии труда и социальных отношений, доктор экономических наук, профессор*

*Место работы: Академия труда и социальных отношений*



### 1.1. LIFE ECONOMY

*Saphonov Alexander L., DoS (economics), Professor, Vice-rector for the development of the Academy of Labour and Social Relations*

*Work place: the Academy of Labour and Social Relations*

*Попков Сергей Юрьевич, доктор экономических наук, доцент, советник генерального директора по экономическим вопросам. Профессор кафедры Страхования и налогообложения Академии труда и социальных отношений*

*Место работы: Федеральное государственное бюджетное учреждение «Всероссийский научно-исследовательский институт охраны и экономики труда» Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации; Академия труда и социальных отношений*



*Popkov Sergey Yu., Consultant in the field of economics of the General Director. Professor of the Faculty of Insurance and Taxation of the Academy of Labour and Social Relations. DoS (economics)*

*Work place: the Federal State Foundation "All-Russian Research Institute of Labour Protection and Economics" of the RF Ministry for Labour and Social Security; the Academy of Labour and Social Relations*

*Слободчиков Илья Михайлович, доктор психологических наук, кандидат педагогических наук, заместитель директора. Профессор кафедры психологического консультирования факультета психологии Института психологии РГГУ*

*Место работы: Институт психологии им. Л.С. Выготского Российского государственного гуманитарного университета; Институт психологии РГГУ*



*Slobodchikov Iliya M., Vice Director of the Vygotsky Russian Federation University of Humanities, Professor of the department of psychological consultancy at the Faculty of Psychology of the Institute of Psychology of RSGU. DoS (psychology), PhD in Education*

*Work place: the Vygotsky Russian Federation University of Humanities; the Institute of Psychology of RSGU*

*Смирнов Владимир Михайлович, доктор экономических наук, доцент, заместитель директора*

*Место работы: Институт сокращенных программ Финансового университета при Правительстве Российской Федерации*



*Smirnov Vladimir M., Vice Director of the Institute of Accelerated Programmes of the University of Finance under auspices of the Government of the Russian Federation. DoS (economics), Assistant Professor*

*Work place: the Institute of Accelerated Programmes of the University of Finance under auspices of the Government of the Russian Federation*

*Ястребова Елена Владимировна, кандидат физико-математических наук, главный редактор журнала «Бизнес в законе. Экономико-юридический журнал»*

*Место работы: ИД «Юр-ВАК»*



*Yastrebova Elena V., PhD in Physics and Mathematics, Chief-editor of «Business in law. Economic & Law Journal»*

*Work place: Publishing house "Yur-VAK"*

*Аннотация: Статья является ответом на современный запрос государства, общества, бизнеса на разработку новой экономической теории, отвечающей на актуальные вопросы социально-экономического развития государства, создания комфортных условий для ведения бизнеса, формирования прозрачной правовой системы с понятными законами, создания качественно нового уровня построения и развития трудовых отношений, построения сильной и доступной финансовой системы; теории, изучающей поведение людей, граждан, общества, «масс», бизнес кругов при изменении различных внешних и внутренних факторов, кризисных явлений, финансово-экономических параметров.*

*В статье вводится новое направление в экономической науке – теория «Живой Экономики» и дается ее определение: Живая Экономика – это теория, представляющая экономику как сложную комплексную систему, состоящую из взаимосвязанных между собой элементов, организация и взаимодействие которых соподчинены и взаимосвязаны таким образом, что каждый элемент, функционируя по принципам и законам всей системы, при этом не является её точным подобием и копией, но является обязательным звеном в единой целостной модели.*

*Так же в статье вводится новое направление в психологии: социально-экономическая и индивидуально-экономическая психология, а также вводятся понятия и определение мотиваторов и демотиваторов социально-экономической активности.*

*В продолжении изучения социально-экономической и индивидуально-экономической психологии, в статье рассматриваются высокие технологии маркетинга в современном мире.*

*В статье вводится новое понятие и дается определение: социально-экономическая сеть (живая социально-экономическая сеть *lifeeconomy*).*

*Рассматриваются актуальные вопросы государственного управления, развития бизнеса, экономики, современные тенденции развития трудовых отношения и перспективы их улучшения, исследуются «свободные рынки» товаров и услуг.*

*Данная статья является первым этапом большой работы по исследованию и изучению нового направления в экономической науке – теории «живой экономики».*

**Ключевые слова:** *живая экономика, живой организм, социально-экономическая психология, индивидуально-экономическая психология, мотиватор социально-экономической активности, демотиватор социально-экономической активности, психология масс, цифровые каналы, вирусный маркетинг, живая социально-экономическая сеть, государство, бизнес, люди, циркуляция денег, рынок труда, правила игры, социальная политика.*

*«Сложные задачи – простые решения. Государство не должно работать за бизнес, не должно работать на бизнес, но обязано обеспечить необходимые условия для его комфортной работы и развития. Государство обязано обеспечить безопасность своим гражданам и рост их благосостояния. Эти условия являются основой сильного государства»*

*Перед современной экономической наукой стоит огромное количество актуальных, злободневных вопросов, от ответов на которые зависит выстраивание*

*Annotation: This article has emerged in response to the contemporary demand of the state, society and business for the development of a new economic theory. This theory reflects upon the contemporary needs of the socio-economic development of the state; improvement of the conditions for businesses; formation of the transparent legal system with an easily accessible body of law; development of a qualitatively new level of formation and development of labour management relations; enhancing the efficiency of the financial system. Methodologically, the theory focuses on the impact of the changes of a variety of internal and external factors, crises phenomena, and monetary-economical parameters of the behaviour of individual citizens, society as a whole, of social and business groups.*

*This article introduces the reader to the new paradigm - Life economy. Life economy is framed as a concept of economy as a complex system, which consists of interconnected subdomains, which structure and interactions are hierarchically arranged in such a way, that each subdomain acting within and upon the rules characteristic to the whole economy, retains, without replicating the economy on a smaller scale, its unique position in the wholistic model of the economy itself.*

*Subsequently, the article introduces socio-economical and individual-economical psychology, as well as defines positive and negative reinforcement of socio-economic activity. Building upon the above-mentioned terms, a separate section of this article is dedicated to the study of technological aspects of contemporary marketing.*

*The article coins and defines the term live socio-economic network.*

*In addition, the themes of public administration, business development, economy as a whole, contemporary trends in the development of labour relations and the scope for their improvement are also addressed; as are the aspects of free markets of services and goods.*

*This article is the first introductory step towards studies of the new theoretical approach in the economics, the concept of life economy.*

**Keywords:** *Life economy, living organism, socio-economic psychology, individual economic psychology, positive reinforcement of socio-economic activity, negative reinforcement of socio-economic activity, mass psychology, digital channels, viral marketing, live socio-economic network, state, business, people, currency flow, labour market, corporate rules, social policy.*

*макроэкономической политики государств, успешность и развитие различных отраслей и бизнесов, благосостояние граждан, фактически зависит будущее планеты. Как показал нобелевский лауреат по экономике Элвин Рот (родился в 1951 году, нобелевская премия по экономике 2012 года), медицинская наука может решить проблему трансплантации почек, но только экономисты могут сконструировать, сформировать и поддерживать рынок. Рынок – как свободный обмен между людьми, не обязательно опо-*

средованный деньгами, и не обязательно закрепленный нормативным регулированием. Как показывает опыт уже приведенных трансплантаций почек в США, обмен удалось запустить даже в условиях прямого запрета на опосредование этого процесса деньгами.

Поэтому эффективность экономики, на наш взгляд, зависит не от строгого следования порой даже логически непротиворечивым теориям, предлагающих различные рецепты «выращивания денежного дерева» и достижения всеобщего благосостояния, а от сложной, длительной работы по конструированию эффективной системы жизнедеятельности общества и отдельных индивидов.

Как известно из популярного выражения Адама Смита «не от благожелательности мясника, пивовара и пекаря получаем мы свой обед, а от следования ими своекорыстных интересов». Но в то же время такая простая и, казалось бы, эффективная формула отнюдь не дает ответа на все настоятельно обращенные к экономистам вопросы. В частности, почему в США в среднем на одного жителя приходится около 65 квадратных метров жилой площади, в Германии около 40, а в России всего около 24? Почему ВВП России в течение первых 15 лет рыночной трансформации находился на уровне ниже, чем в лучшие годы существования советской системы. Почему серьезные вызовы, в частности целый набор шоков и целенаправленных воздействий, например, ударов 2014-2016 годов по экономике России не приводит к обрушению, а небольшие, порой незначительные шоки в других условиях и в другие эпохи могут вызвать крушение, казалось бы, устойчивой системы.

Любая экономическая система, как показывает мировой исторический опыт, намного более устойчива к потрясениям, чем это предполагают ученые и аналитики, и, в то же время, намного более подвержена внезапным неожиданным изменениям, которые принято обозначать в современной научной литературе «черными лебедями»<sup>1</sup>. Во многом подобная устойчивость и одновременно непредсказуемость реакции экономических систем на экзогенные воздействия, внешние и внутренние шоки объясняется внутренним органичным строением самой системы, совокупность закономерностей функционирования которой не сводится к весьма ограниченному концептуально обоснованному набору правил, действующих, сохраняющихся во вневременном формате.

Дело в том, что нельзя экономические процессы обособлять от других процессов, протекающих в живой ткани общественного механизма, нельзя недоучитывать или вовсе не учитывать массовую психологию и массовое сознание. Да, безусловно, наука маркетинга далеко продвинулась в анализе массовой психологии,

манипулировании потребностями и даже создании новых, не присущих человеку биологически потребностей. Но маркетинг, оторванный, на наш взгляд, от макроэкономики, представляет собой достаточно обособленную область экономических знаний.

Попытки выделить определенные основания для характеристики и преимущества тех или иных систем, определенным образом оказываются на грани соприкосновения политической и экономической сфер функционирования общественного механизма, что в значительной степени затрудняет объективное выделение и описание их принципиальных отличительных сторон и положительных качеств. Иллюстрируя вышесказанное можно привести анализ прорывных инноваций, представленный в работе такого глубокого исследователя как Янош Корнаи: из почти 90 описанных в работе инноваций, внедренных в XX – начале XXI веков, нет ни одной, продуцированной в рамках социалистической системы хозяйствования<sup>2</sup>. С учетом запуска спутника, первого полета человека в космос и других прорывных достижений командно-плановой системы, подобные оценки представляются весьма односторонними. Бессмысленным с позиций современной экономики представляются дискуссии о преимуществах той или иной системы хозяйствования из числа господствовавших в XX столетии и определявших экономические и социально-политические реалии предыдущего, давно ушедшего мироуклада. Однако опыт хозяйственной деятельности, интеллектуальное противоборство экономистов и обществоведов являются бесценной основой для взгляда в будущее экономического развития. Допущенные ошибки и провалы, в частности допущение советскими обществоведами, учеными-экономистами обвала весьма эффективной в определенных сферах системы хозяйствования, нанесли длительный и весьма ощутимый вред национальной экономике России. Отсутствие эффективных, альтернативных рецептов, наряду со слабостью каналов донесения этих взглядов до массового сознания, нанесло не меньший вред, чем следование вполне эффективной в условиях развитой рыночной системы и кризиса 1970 годов монетаристской концепции регулирования экономики.

И в рамках плановой, и в рамках рыночной экономики в XX столетии были достигнуты феноменальные результаты, которые не позволяют однозначно утверждать о преимуществах определенной экономической системы в конкретный исторический период времени. Более того, в недрах идеологического противостояния двадцатого столетия зародилась теория конвергенции рыночной и плановой систем хозяйствования Дж.К. Гэлбрейта (1908-2006), теоретические положения которой позволяют в содержатель-

<sup>1</sup> Н. Талеб. Черный лебедь. М., 2012.

<sup>2</sup> Я. Корнаи. Размышления о капитализме. М., 2012.

ном плане существенно сократить выдвигаемые в политических целях на первый план различия в механизмах функционирования. Экономические системы по наблюдениям Гэлбрейта живо реагируют на структурные и организационные изменения, происходящие под давлением разрастания масштабов производства. В рамках рыночной подсистемы проявляется свободное ценообразование, рыночная конкуренция и другие, выделенные и подтвержденные практикой преимущества рынка, но в рамках планирующей подсистемы все закономерности кардинальным образом изменяются. Фактически, можно утверждать об отсутствии в реальной действительности широко используемых в теоретических построениях концептов рыночного и планового хозяйствования. Иными словами, экономика функционирует по-своему, независимо от взгляда стороннего наблюдателя, пытающегося выделить и описать присущие ей объективные закономерности. Экономика, выражаясь словами В.В. Ивантера, охарактеризовавшего в рамках II Международного экономического форума в Финансовом университете в ноябре 2015 года ее текущее состояние, «не хочет умирать». Причем независимо от реализуемой экономической политики и взглядов на задействованные и потенциальные инструменты.

Таким образом, поиск концептуальных закономерностей в рамках детального изучения функционирования экономических систем не может сводиться к выделению концептов «плановое хозяйство» и «рыночная экономика», а должно осуществляться на более широком поле, связанном с непосредственным изучением реакции отдельных элементов экономической системы на внешние воздействия, их трансформацией, формированием, преобразованием и распадом экономических систем.

#### **КЛАССИЧЕСКИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ТЕОРИИ. ЗАПРОС НА НОВОЕ НАПРАВЛЕНИЕ В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ**

В определенной степени состояние современной экономической науки позволяет обратиться к истории философии и вспомнить школу французского материализма. К ней относились Д. Дидро (1713-1784), Ж. Ламетри (1709-1751), П. Гольбах (1723-1789) и другие. Содержательными примерами механистического подхода изобилуют работы Ламетри «Естественная история души», «Человек-машина», Гольбаха «Система природы». Интересной аналогией с позиций сегодняшнего дня представляется механистический материализм, сравнивающий все мироустройство с механизмом, функционирующим на основе определенных взаимосвязей. Это сложно соотнести с современным восприятием экономической системы, однако для иллюстрации можно привести знаменитую машину, сконструированную Олбаном Филлипсом, для нагляд-

ного представления взаимосвязей в экономической системе. Несмотря на то, что машина Филлипса сейчас представлена в музее, «инженерное мышление до сих пор правит экономической мыслью»<sup>3</sup>. И подобный характерный для всех экономических учений современности механистический подход господствует в понимании и анализе экономических процессов.

Подходя системно к рассмотрению своего объекта, на наш взгляд, представители каждого из господствующих или господствовавших направлений экономической мысли выдвигали на первый план особые, значимые для них системные связи, сферы, через которые рекомендовали осуществлять управление экономической системой и выстраивание экономической политики. Упрощенно можно представить, что, выделяя и доказывая особую роль государственного регулирования экономики, мы неизбежно преуменьшаем значение свободного рынка и механизмов саморегулирования, и, наоборот, представляя преимущества свободы и конкуренции, мы на второй план задвигаем значительный, практически подтвержденный развитыми рыночными странами потенциал позитивного воздействия государства на экономику.

Следуя за кейнсианскими положениями о значимости совокупного спроса, инвестиционных вложений в обеспечении роста экономики, мы упускаем значение оборотной стороны спроса – совокупного предложения, воздействие на которое придают особое значение критики Дж. Кейнса.

Представление экономики, как единого целого, составленного из взаимосвязанных элементов, не является чем-то новым в истории экономической мысли. Фактически именно такое представление лежит в основе теории общего равновесия, основные положения которой начали формироваться в трудах Леона Вальраса (1834-1910), а в современной версии в целом изложены в трудах Мориса Алле (1911-2010, нобелевская премия по экономике 1988 года), Жерара Дебре (1921-2004, нобелевская премия по экономике 1983 года), Джона Неймана (1903-1957), Джона Хикса (1904-1989, нобелевская премия по экономике 1972 года), Роберта Лукаса (родился в 1937 году, нобелевская премия по экономике 1995 года), Кеннета Эрроу (родился в 1921 году, нобелевская премия по экономике 1972 года). При всей правильности системного подхода к пониманию экономики, главным недостатком этой теории, лежащей в фундаменте всей современной экономической мысли, является в той или иной степени механистическое представление об экономике. Так, не существует усредненного «репрезентативного» агента, через который было бы возможно представить всю совокупность агентов в экономике, реакция цен на определенные изменения

<sup>3</sup> Д. Койл. ВВП. Краткая история, рассказанная экономистом. М., 2016. С. 32-33.

весьма разнообразны и слабо предсказуемы, и на разных временных промежутках находятся под воздействием различных факторов. Перечень посылок, ограничивающих теорию общего равновесия можно продолжать, но главным представляются несвязность с политическим, культурными, этническими факторами, воздействующими на экономические процессы, а также сведение всего многообразия протекающих в экономике процессов к общей унификации.

Представлено в современных экономических течениях и такое направление как экономический империализм, в целом раскрытое в работах Гэри Беккера (1930-2014, нобелевская премия по экономике 1992 года), которое ознаменовало масштабную экспансию экономического мышления в другие сферы изучения общественных наук. При справедливости, рациональности и успешности применения методов экономической науки к анализу поведенческих паттернов в демографии, изучении преступности и так далее, подходы данного направления представляются ограниченными теми же временными и культурно-этническими рамками, что и вышеприведенная теория общего равновесия.

В условиях смены парадигмы мирового развития, глобальных миграционных процессов, столкновений, рядом специалистов представляемыми как новые религиозные войны, для стремительного и качественного социально-экономического развития России требуется обновление основных теоретико-экономических представлений и концепций, ориентация на принципиально новое направление в экономической теории.

#### **СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ И ИНДИВИДУАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПСИХОЛОГИЯ. МОТИВАТОРЫ И ДЕМОТИВАТОРЫ.**

В целом, существующие в настоящий момент глобальные социально-экономические и политические противоречия, накопившиеся в мирохозяйственной системе экономические дисбалансы требуют выработки принципиально новых подходов в экономической теории, подходов, ориентированных на системность и последовательность в принимаемых решениях, на комплексный учет социально-политических, социально-экономических явлений, процессов, связанных в том числе, с психологией масс и отдельных социумов.

Противоположность между индивидуальной психологией и социальной психологией (или психологией масс), кажущаяся на первый взгляд весьма значительной, оказывается при тщательном исследовании не столь резкой. Хотя индивидуальная психология построена на наблюдении над отдельным человеком и занимается исследованием тех путей, идя которыми индивид стремится получить удовлетворение своих влечений, однако при этом ей приходится лишь из-

редка, при определенных исключительных условиях, не принимать во внимание отношений этого индивида к другим индивидам. В душевной жизни одного человека другой всегда оценивается как идеал, как объект, как сообщник или как противник, и поэтому индивидуальная психология с самого начала является одновременно и социальной психологией в этом расширенном, но весьма правильном смысле.

Отношение индивида к своим родителям, к братьям и сестрам, к своему любовному объекту, к своему врачу, следовательно, все те взаимоотношения, которые до сих пор были преимущественно предметом психоаналитического исследования, могут быть оценены как социальные феномены и противопоставлены некоторым другим процессам, названным нами нарциссическими, при которых удовлетворение влечений избегает влияния других людей или отказывается от контакта с ними. Следовательно, противоположность между социальными и нарциссическими – Bleuler, может быть, аутистическими – душевными актами принадлежит к области индивидуальной психологии и не может служить признаком, отделяющим её от социальной психологии или психологии масс...»<sup>4</sup>.

Обращение к одной из, скажем так, нефундаментальных, но от этого не менее интересной и значимой, работе Зигмунда Фрейда и столь обширное её цитирование, отнюдь не случайно. Больше того, это цитирование имеет смысл несомненно и продолжить: «... В вышеупомянутых взаимоотношениях с родителями, с братьями и сестрами, с любимым лицом, с другом и с врачом, человек испытывает всегда влияние одного лишь лица или очень ограниченного числа лиц, из которых каждое имеет огромное значение для него. Вошло в обыкновение, говоря о социальной психологии или о психологии масс, не обращать внимания на эти взаимоотношения и выделять в качестве предмета исследования одновременное влияние, оказываемое на человека большим числом людей, с которыми он связан в каком-нибудь одном отношении, в то время, как во многих других отношениях он может быть им чужд». Итак, психология масс занимается исследованием отдельного человека как члена племени, народа, касты, сословия, института или как составной части человеческой толпы, организовавшейся в массу к определенному времени для определенной цели. После того, как эта естественная связь прекращалась, можно было оценивать явления, происходящие при этих особых условиях, как выражение особого, неподдающегося дальнейшему разложению влечения, социального влечения – herd instinct, group mind, – не проявляющегося в других ситуациях. Против этого мы возражаем, что нам трудно придать мо-

<sup>4</sup> З. Фрейд «Психология масс и анализ человеческого «Я» (1921), СПб, Азбука-Классика, 1991

менту численности такое большое значение, в силу которого он сам по себе мог бы будить в душевной жизни человека новое, до тех пор инактивное влечение. Обратим внимание на две другие возможности: что социальное влечение может не быть первоначальным, может подвергнуться дальнейшему разложению и что корни его развития можно найти в более тесном кругу как, например, в семье...»<sup>5</sup>.

И далее: «...Психология масс, хотя и находящаяся в зачаточном состоянии, обнимает необозримое множество индивидуальных проблем и ставит перед исследователем необозримое множество задач, которые в настоящее время даже не обособлены ещё вполне друг от друга...»<sup>6</sup>.

Взаимосвязь основных положений учения Фрейд и социально-экономической психологии в концепции Живой Экономики имеет принципиальное значение.

Необходимо отметить, что термин «социально-экономическая психология» широкого обращения до сих пор не имеет, несмотря на то, что как направление и отрасль сразу двух научных областей – экономики и психологии – экономическая психология чем-то новым не является. Первые фундаментальные работы по данному направлению относятся к 19 веку – Габриель Тард «Экономическая психология», Гуго Мюнстерберг «Психология и экономическая жизнь». Нельзя также не упомянуть русских обществоведов и философов (П. Струве, М. Туган-Барановский, С.Н. Булгаков и др.), писавших о необходимости учета культурных и психологических факторов развития хозяйства – «Субъекты хозяйства» и «душа экономики» в «Философии хозяйства» С.Н. Булгакова, мотивационные механизмы в «Крестьянском хозяйстве» А.В. Чаянова и т.д.

И это, не говоря уже о сверхклассических работах по социологии и социальной экономике – К. Маркса, Г. Спенсера, В. Зомбарта, М. Вебера. Отдельного упоминания безусловно заслуживает «экономический» человек (и рациональные мотивы экономического поведения) Адама Смита.

Так почему всё-таки Фрейд? Повторим ещё раз цитату «...Отношение индивида к своим родителям, к братьям и сестрам, к своему любовному объекту, к своему врачу, следовательно, все те взаимоотношения, которые до сих пор были преимущественно предметом психоаналитического исследования, могут быть оценены как социальные феномены и противопоставлены некоторым другим процессам, названным нами нарциссическими, при которых удовлетворение влечений избегает влияния других людей или отказывается от контакта с ними...».

Если рассматривать отмечаемую Фрейдом закономерность не в русле психоанализа, но в контексте экономического поведения, оценивая «все те взаимоотношения», которые были (и есть) исключительно прерогативой и продуктом психологического исследования – мы можем отметить, что вся индивидуальная жизнь человека – как некоего условного «комплексного» субъекта – социальной единицы с одной стороны и индивидуального самостоятельного субъекта – индивидуального универсума – с другой стороны, не просто пронизана всеми теми законами и закономерностями, которые мы далее будем наблюдать в ситуации микро или макроэкономических отношений и взаимодействий, но и в принципе представляет собой отдельную по сути индивидуально-экономическую модель, со своей развитой и более чем сложной системой соподчинённости мотивов, действий, эмоций, когнитивных процессов и так далее. По сути своей индивид представляет собой закрытую социально-экономическую систему в миниатюре, даже не на уровне взаимодействия с другим субъектом или субъектами, но на уровне взаимоотношений с самим собой, на уровне, если несколько примитивизировать – первичной жизнедеятельности. В этом смысле уместно обратиться и к знаменитой пирамиде потребностей и мотивов Абрахама Маслоу, каковая тоже может быть рассмотрена как цепь усложняющихся именно социально-экономических, а не только каких-либо иных, отношений.

Данная мысль – принципиально, опять-таки не нова – сначала индивид является неким интрасоциумом, разделяя достаточно чётко взаимоотношения с собой и другими, он выстраивает и те и другие по своеобразному «зеркальному отражению» – взаимоотношения с собой в психологическом смысле – отношение к себе, самооценка, осознание мотивов и логики собственного поведения, понимание и представление о проблемных областях – например, страхов – принятие себя таким как есть, формирование сложных отношений между идеальным (желаемым, представляемым) Я-образом и реальным Я-образом, всё это служит основой для построения системы взаимоотношений с другим, начиная от уровня ближайший субъект общения – значимый другой, заканчивая в принципе отношением к любому социальному сообществу. Однако рассматривая этот процесс сквозь призму взаимодействий экономического характера, представляя себе каждый элемент этого взаимодействия как часть единой формирующейся сетки социально-экономических взаимоотношений – мы получаем ту самую, первую, первичную, единицу экономических взаимоотношений, ещё раз подчеркнём – не в контексте взаимоотношений с другим, но в отношении себя самого. Иными словами изначально получается, что человек не только многократно» вписывается в систему эко-

<sup>5</sup> З. Фрейд «Психология масс и анализ человеческого «Я»» (1921), СПб, Азбука-Классика, 1991

<sup>6</sup> З. Фрейд «Психология масс и анализ человеческого «Я»» (1921), СПб, Азбука-Классика, 1991

номических взаимосвязей – первично – на уровне отношения к себе – согласно Фрейдю – не осознаваемо, далее на уровне отношения к нему родных и близких – о младенце, ребёнке, заботятся, с ним общаются, к нему неким образом относятся, и именно эта забота, это отношение является далее «материалом» для него самого в построении «ответных реакций», которые в известной мере, могут быть названы вторичными – сначала ведь «даю» я – сам факт моего рождения является кроме всего прочего социально-экономическим феноменом – плюс одна единица на «баланс» и семьи, и общества, и человечества, потом «дают» мне – забота и т.д. – потом я «возвращаю». А вот далее, по мере увеличения «значимости» субъекта, во всех смыслах – удельного веса – процесс приобретает ускорение и в известной мере становится лавинообразным, что не исключает, вне всякого сомнения, его поэтапного, последовательного, но обязательно двоичного анализа – то, что «произвожу» Я и то, что «производят» для меня.

Во всём вышесказанном есть ещё один важный аспект – реальный живой человек в принципе, не склонен анализировать себя, всё с собой происходящее, отстранённо – выходя некоторым образом за рамки своего «я», и без острой необходимости делать это не стремится, однако в рамках построения системы необходимо не только, моделируя, «вынести» его за скобки, но и до известной степени «абстрактизировать», не лишая при этом очевидно ни коим образом ни одной из содержательных, психологических переменных.

«Государство это Мы» заявил в своё время Людовик XIV, имея в виду под категорией «мы» исключительно себя самого, государство – это мы, говорим мы сегодня, понимая, что вне совокупности индивидов, складывающихся согласно Г. Лебону и последователям «в социальную массу», никакого государства просто нет, и не может быть.

Рассматривая и анализируя индивидуального субъекта как сложно развивающуюся социально-экономическую систему, прямо или косвенно, с известными оговорками, не перенося, но сопрягая, накладывая, законы и закономерности, развития живого (биологического) организма и живого (социального) организма на законы и закономерности развития экономических систем и ставя первое и второе над третьим – мы безусловно и несомненно получаем возможность иного понимания содержаний и закономерностей социально-экономического развития в целом, и отдельных его фрагментов в частности. Именно это даёт нам основание для использования термина не только социально-экономическая, но и «индивидуально-экономическая» психология.

Таким образом, предложенная нами концепция «социально-экономической психологии» и «индивидуально-экономической психологии» в контексте

«живой экономики» являются новым направлением в изучении экономических процессов и явлений на макро, мезо- и микро- уровнях как с точки зрения государственного управления, так и с точки зрения выстраивания бизнес-процессов.

Говоря о государственном управлении, мы, прежде всего, должны сказать о «мотиваторах» и «демотиваторах», которые ускоряют или, наоборот, тормозят процесс вовлечения в социально-экономическую деятельность государства потенциально активных граждан.

«Мотиваторы» и «демотиваторы» в соответствии с нашей концепцией являются одними из основных инструментов, с помощью которых «социально-экономическая» психология и «индивидуально-экономическая» психология изучает поведение людей, граждан, общества, «масс», бизнес кругов при изменении различных внешних факторов, кризисных явлений, финансово-экономических параметров, социально-экономических показателей, нормативно-правовых документов, а также изучает влияние различных факторов на их поведение, которые оказывают телевизионные каналы, радио, информационные агентства, новостные ленты, социальные сети, заявления официальных лиц, экспертов, то есть все те, кто создает информационный фон о социально-экономических процессах и явлениях, политической ситуации, международной ситуации или непосредственно является участником этих процессов.

Мотиваторам и демотиваторам социально-экономической активности (см. Таблица 1 Приложения) или пассивности никто и никогда не придавал большого значения, хотя в действительности они играют огромную роль в нашей с Вами жизни и во многом определяют наши экономические, политические взгляды, оказывают влияние на выбор профессии, уровень образования, внутриличностные и межличностные контакты, морально-нравственные качества, отношения в семье, с коллегами, с друзьями, оказывают влияние на нашу производительность труда, коэффициент полезного действия в работе, но, самое главное, они оказывают огромное влияние на наше с Вами как психологическое, так и физическое состояние, то есть непосредственно оказывают влияние на наше здоровье<sup>7</sup>.

В рамках изучения социально-экономической и индивидуально-экономической психологии, необходимо уделить особое внимание развитию современного маркетинга.

<sup>7</sup> В определенной степени модель поведения крестьянской семьи исследовалась в работах российского экономиста А.В. Чаянова. В частности он отмечал, что для российского крестьянина важным мотиватором его трудовых усилий являлись потребности его семьи. Отсюда его ориентация на потребление, а не на накопление, что было, наоборот, свойственно для его западных коллег. Чаянов А.В. Крестьянское хозяйство. Избранные труды. Москва: Экономика, 1989.

## ВЫСОКИЕ ТЕХНОЛОГИИ МАРКЕТИНГА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

С бурным развитием интернета и новых цифровых медиа-каналов коммуникации с потребителем традиционные маркетинговые концепции стали претерпевать коренные изменения. «Маркетинг в интерактивном мире – это сотрудничество, где маркетолог помогает потребителю купить, а потребитель помогает маркетологу продать» [Сет Годин, 2004]. Теперь потребители активно вовлечены в процесс формирования наилучшего предложения, пользуясь социальными сетями, блогами, видео ресурсами, выражая свое мнение, сравнивая, критикуя. Потребители из пассивной целевой аудитории превратились в активных участников маркетинговой деятельности, создателей, распространителей мнений лидеров, комментарии которых распространяются с огромной скоростью.

Таким образом, современное состояние маркетинга принято относить к эре цифрового маркетинга, как к новому этапу эволюции маркетинга, который обеспечил быстрое продвижение появившимся игрокам рынка, активно использующим современные интернет-коммуникации с потребителем, социальные сети, мобильные технологии.

Цифровые каналы коммуникации предоставили возможность маркетологам вести онлайн двусторонний персонализированный диалог с каждым потребителем. Базисом для выстраивания такого диалога является накопленный опыт прошлых взаимодействий с потребителем, анализируемый на программном уровне и позволяющий настроить работу маркетинговой нейронной сети, идентифицирующей потребителя.

Стремительное развитие эры цифрового маркетинга привело к отказу от многих канонов классического маркетинга в пользу динамичного экспериментирования адресными каналами коммуникации с потребителями, вовлеченными в процесс принятия маркетинговых решений. Таким образом, цифровой маркетинг дает возможность эффективно использовать возможности индивидуализированного маркетинга, основанного на принципах выстраивания доверительной системы коммуникации с потребителями.

Безусловному изменению подверглись и способы рекламного воздействия на потребителей, а также оценка их эффективности. С развитием вирусного маркетинга действительно талантливые рекламные видеоролики позволят достичь с помощью цифровых медиа гораздо большей аудитории, которая не просто пассивно созерцает предложенный ролик, а активно вовлечена в обмен мнениями, распространение и оценку рекламного сообщения. Очевидно, что происходит и смена психологических мотиваторов в рекламных сообщениях от демонстрации конкурентных преимуществ в пользу базовых общечеловеческих ценно-

стей, которые устойчиво демонстрируют пиковое количество просмотров в сети. Соответственно, компании начинают бороться в рекламных коммуникациях за доверительные отношения с клиентами, за вовлеченность клиента в процесс формирования наилучшего рыночного предложения. В результате компаниям необходимо динамично использовать различные персонализированные каналы цифрового маркетинга, чтобы добиться эмоционального отклика потребителей в виде желания поделиться своим мнением, быть услышанным производителем товаров и услуг. В свою очередь общепринятая схема рекламы бренда с оплатой за частоту контактов с целевой аудиторией и определенным охватом претерпевает изменения и замещается персонализированной динамичной рекламой, виртуозно использующей все средства цифровой коммуникации с потребителями.

Интересным примером инновационного подхода динамичного цифрового маркетинга является вспыхнувшая рекламная война автомобильных брендов, быстро подхваченная в социальных сетях, после появления рекламного баннера российского концерна «АвтоВАЗ» «Время расстаться с HE Вестой», где содержался намёк на то, что пора сменить поддержанные Kia и Hyundai на обновленную Lada Vesta.

В ответ на это Hyundai на своей странице в Facebook опубликовал постер в поддержку марки Solaris: «Наши He-Весты не ломаются». Ford выпустил постер в Facebook и Twitter с двумя азиатскими невестами, автомобилем Fiesta и надписью: «Пока все спорят про Невесту – у нас Fiesta!». Volkswagen отреагировал графическим ответом: «Наша HEвеста в Polo на все готова!». Citroen разместил рекламный баннер с автомобилем и обручальными кольцами: «Citroen C-Elysee – надежный жених из Европы».

Таким образом, сразу несколько представителей иностранных автомобильных брендов, в том числе Audi, Peugeot и Volkswagen, продемонстрировали крайне динамичный подход к управлению своими брендами, оперативно включившись в рекламную гонку и умело использовав приемы вирусного маркетинга, социальных сетей, разнообразных каналов цифровой коммуникации. Что, безусловно, было мгновенно подхвачено всеми средствами массовой информации, обеспечив тем самым максимальный охват аудитории. Следует отметить, что в данном случае не было прямой связи широты охвата аудитории и маркетинговых затрат. Гораздо более важными факторами в эпоху цифровых медиа коммуникаций становится быстрота реагирования, креативность и обеспечение вовлеченности потребителей, используя разнообразные медиа каналы.

Современные интерактивные технологии позволяют выстроить доверительные «личностные» отношения с потребителями, которые в настоящее время стали



активными вовлеченными участниками рынка и маркетинговых коммуникаций.

Доверительный маркетинг строит доверительные отношения с потребителем не путем предложения товаров или услуг, а путем изучения проблем потребителя и предоставления способов решения на базе ваших экспертных знаний. И чем больше вы погружаетесь в возможные проблемы потребителя, используя маркетинговую политику изучения потребительских предпочтений с помощью цифровых каналов коммуникации и нейросетевом анализе накопленных данных, тем большим довериям будут пользоваться ваши предложения. И с тем большей вероятностью потребитель предпочтет ваши предложения конкурентным. Маркетинг, основанный на доверии, открывает принципиально новые возможности для привлечения внимания ваших потенциальных потребителей. Причем центральным пунктом данной стратегии являются не классическое маркетинговое продвижение, а усиление доверия потребителей с выделением вас как значимого эксперта в данной области. Умело выстроенная маркетинговая стратегия должна стимулировать потребителя делиться информацией о своих предпочтениях и предоставлять возможность потребителю активно участвовать в маркетинге компании. В свою очередь использование цифровых персонализированных каналов коммуникации позволяет сформировать креативный контент, максимально соответствующий ожиданиям потребителей, который будет способствовать вовлечению их в процесс коммуникации и распространению мнений лидеров, разместив его в блогах, на каналах YouTube, привлекая специализированные мэшп сервисы. Интересными примерами мэшп сервисов являются объединения картографических данных Google Maps с данными об объектах недвижимости, телекоммуникационных сервисах и различные таргетированные бизнес-мэшпы.

В результате такого всестороннего использования возможностей цифрового маркетинга, можно значительно сократить рекламные бюджеты, сконцентрировавшись на более детальном изучении проблем потребителя в конкретной области предложения, что приведет в свою очередь к возможности получать более высокие доходы вне ценовой конкуренции.

#### **КОНЕЦ НЕФТЯНОЙ ЭПОХИ И НАСТУПЛЕНИЕ НОВОЙ «ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ РЕВОЛЮЦИИ». ТЕОРИЯ «ЖИВОЙ ЭКОНОМИКИ»**

Экономические теории, которые работали в 20 веке, в 21 веке не работают. Эти теории основывались на экономическом росте в отрыве от социально-экономической психологии, индивидуально-экономической психологии, рассматривали экономические процессы без изучения отдельных индивидуумов, отдельных групп, без изучения самоорганизовавшегося с учетом исторических, этнических, культурных особен-

ностей социума. Именно поэтому попытки перенести «лучшие практики» управления экономикой не принесли желаемого эффекта.

В условиях глобализации и высокой зависимости от ресурсных доходов, бюджетная система ряда стран строилась и строится на основе концентрации финансовых ресурсов в «центре» и их дальнейшем перераспределении, а бюджет любого уровня, а не частный бизнес, являлся финансовой основой социально-экономического развития соответствующей территории. В связи с чем, финансовая система большинства регионов в этих странах не способна была обеспечить самостоятельно свое социально-экономическое развитие.

Сейчас необходимо четко понимать, что нефтяной век постепенно подходит к концу, наступает новая «технологическая революция» и от того, насколько детально мы сможем изучить свою экономику, социум, изучить вопросы социально-экономической психологии, индивидуально-экономической психологии мы поймем в каком направлении нам идти, с какими ресурсами, с каким темпом, и какой результат мы хотим получить.

Общество делает запрос на новую экономическую теорию – теорию «живой экономики», в которой каждый отдельный индивидуум, как элемент системы, развивается самостоятельно, но в то же время является ее частью и функционирует по общим принципам и законам. В то же время общие принципы организации экономики должны быть более тесно взаимосвязаны с интересами индивидуума.

«Государство не должно работать за бизнес, не должно работать на бизнес, но обязано обеспечить необходимые условия для его развития. Вне государства бизнеса нет. Вне бизнеса государство нищает и аннигилируется. Если государство этого не понимает, рано или поздно оно вступает с бизнесом в острый конфликт, который не приносит пользы ни одной из сторон, больше того – именно этот конфликт порождает коррупцию, неадекватность бизнес-систем, в конечном итоге приводит к обострению социальной, экономической и политической нестабильности». В последние 10-15 лет мы наблюдаем во многих странах сильное регулирование практически всех сфер экономической и социальной деятельности, многих сфер жизни общества. Государство не просто старается контролировать эти сферы, но и активно указывает бизнесу и гражданам как, кому и где работать, как вести хозяйство, направлять деятельность людей, старается максимально сосредоточить в «своих руках» рычаги управления и влияния на все экономические и социальные процессы. Появляются различные институты развития, институты контроля, управления, привлечения и т.д. По сути, государство забирает на себя функции управления всей экономикой, включая и косвенное управление частным бизнесом, предоставление услуг, продажи товаров.

Мы наблюдаем, что появляются различные нормативно-правовые документы (приказы, распоряжения, постановления), указания как, кому и где надо продавать, как вести свой бизнес, какого цвета и формы должна быть его «палатка», где она должна стоять, куда надо инвестировать, где надо строить, где надо размещать свои офисы, где им жить (примером может служить призыв: «Все на Дальний Восток!»).

Устанавливается жесткий контроль над внешним товарообменом. Но при этом, указаний на то, где взять дешевые кредиты, заемные средства, кому сбывать свой товар и оказывать услуги, откуда брать комплектующие, как вести бизнесу при сильно меняющемся валютном курсе, где хранить и в каких банках открывать счета, чтобы не потерять потом свои средства, просто нет. В этих условиях, происходит сокращение доли среднего и малого бизнеса, которые не могут легально работать в таких условиях.

Все эти элементы можно было бы отнести к командно-плановой экономике, если бы не отсутствие одной из важнейших функций управления – четкой системы планирования. Получается, что аккумуляция ресурсов происходит без четкого выстраивания системы планирования, формирование конкретных показателей результативности проектов и ответственности исполнителей.

Таким образом, государство, принимая на себя роль бизнеса, ограничивается формулировкой запретов, концентрацией ресурсов в бюджете и распределением их по ограниченному кругу участников, не формирует четких технических заданий по всем направлениям развития экономики и оценки удовлетворенности от таких программ населения и самого бизнеса.

Но даже в этих условиях мы не должны забывать об объективном экономическом законе спроса и предложения, а также о свободных рынках.

Если есть спрос, то будет и предложение. Примером тому может послужить запрет на санкционные товары. Но спрос на них все равно есть. В результате получается, что они все равно попадают на наш рынок только через другие страны и по более дорогим ценам.

Что же происходит? Бизнес торговли этими товарами перешел из легального рынка в нелегальный. Результат: недополученные доходы государства от уплаты налогов, рост цен на эти товары, рост коррупции.

Как можно с этим бороться? Можем сказать сразу, бороться с этим явлением крайне сложно, если не сказать, что практически невозможно. Свободные рынки – это как вода, мы можем перекрыть ей доступ в одном месте, но она просочится в другом. Кроме того, бизнес является одним из элементов «живой экономики», он взаимодействует с другими элементами: чиновниками, обычными потребителями продукции, институтами власти и т.д.

Нобелевский лауреат по экономике Элвин Рот (родился в 1951 году, нобелевская премия по экономике 2012 года), в рамках II Международного экономического форума в Финансовом университете в ноябре 2015 года, приводя пример свободных мировых рынков, говорил, что есть легальные рынки и есть нелегальные рынки товаров и услуг, спрос на которые есть, а если есть спрос, то будет и предложение. Вопрос в том, что сделает государство, легализует бизнес и сможет частично регулировать его и получать от него налоговые и неналоговые доходы, или не легализует, но он все равно будет существовать в теневом секторе (побуждая рост коррупции, потерю налоговых и неналоговых доходов).

Давайте обратим внимание на период 90-х годов. Это сложное время. Но что происходило? Рынки были открыты и представляли собой нечто хаотичное, регулирования почти не было, помощь государства была незначительной, но были «свободные рынки» и люди, взаимодействуя между собой, сами выстраивали на основе этих рынков рынки товаров, услуг. В то время появился вид особой предпринимательской деятельности «челнок». Многие за счет «челночного» бизнеса заработали первые капиталы и построили вполне легальный упорядоченный бизнес. Потом «челночный бизнес» трансформировался, и стал более адаптированным к внешним и внутренним изменениям и устойчивым.

В период с 1998 по 2008 гг. экономика стремительно росла. Многие эксперты, в том числе и зарубежные связывают этот рост с ростом цен на нефть. Но только ли рост нефти оказывал сильное влияние на рост экономики? Обратимся к фактам, к статистике (среднегодовые цены на нефть марки Brent (\$ за баррель)): 1998 год – 11.91, 1999 год – 16.56, 2000 год – 27.39, 2001 год – 23.00, 2002 год – 22.81, 2003 год – 27.69, 2004 год – 37.66, 2005 год – 50.04, 2006 год – 58.30, 2007 год – 64.20, 2008 год – 91.48. Если посмотреть на цифры и сравнить их со стоимостью нефти сейчас, то мы увидим, что цены в период с 1998 по 2004 год были меньше, чем сейчас. Тем не менее, рост экономики был весьма высоким. Это объясняется тем, что в указанный период времени в меньшей степени осуществлялось государственное регулирование экономики, бизнес чувствовал себя более уверенно и стабильно. Здесь надо сказать и о банковской системе, которая в период с 2000 по 2008 гг. была достаточно устойчива. В этот период государство не работало за бизнес, оно просто создавало ему комфортные условия.

Все эти факторы в совокупности способствовали формированию благоприятного инвестиционного климата, а это, прежде всего, устойчивая, стабильно развивающаяся финансовая система и надежная, прозрачная, понятная правовая система, гарантирующая право собственности граждан и юридических лиц и защищающая их от принятия разного рода «волюнтаристских» решений.

Призывы к потенциальным инвесторам вкладывать свои средства в экономику, в том числе презентации различных проектов на форумах, рассказы о перспективах и возможностях деятельности на отдельных территориях, не будут ими услышаны до тех пор, пока они сами четко не поймут, как, когда, куда и во что вкладывать свои деньги, не увидят гарантий стабильности для своих капиталов и своих прав. Не надо управлять инвестором, надо его лишь направлять и создавать необходимые условия для развития. Надо четко понимать, что инвестор – это не какой-нибудь обезличенный предмет или организация, это конкретные люди, которые принимают решения. И эти решения во многом будут зависеть от их внутренних убеждений и представлений, которые будут формироваться в основном не на том, что кто-либо хочет, чтобы они услышали и сделали, а на том, что они сами хотят получить. Дайте им то, что они хотят, и они придут вместе со своими капиталами. Это, как защитная функция организма, который начинает сопротивляться воздействию различных вредных внешних раздражителей, так же инвестор сопротивляется тому, что ему навязывают и что не отвечает его внутренним потребностям и возможностям.

Говоря о финансовой системе, ее можно сравнить со сложной системой кровообращения в организме, где банки, подобно сердцу, выполняют «насосную» функцию в обеспечении циркуляции денег. В живом организме, когда кровь не доходит до каких-либо областей мозга, те или иные части тела просто перестают функционировать должным образом. Так же и в финансовой системе, если деньги не доходят до каких-либо элементов экономики, будь то различные институты власти, хозяйствующие субъекты или обычные граждане, то они перестают нормально функционировать, а при длительном их отсутствии они в прямом и переносном смысле начинают отмирать.

В настоящее время, помимо нестабильной банковской системы, которая была вызвана, в том числе не четкими и расплывчатыми правилами ее функционирования, существует региональная диспропорциональность распределения банковской сети по территории (концентрация в центральном регионе и недостаточная ее плотность в ряде других регионов). Это усиливает диспропорции в социально-экономическом развитии регионов и приводит к концентрации бизнеса и человеческого капитала в центральном регионе. Тем не менее это свободный рынок, и его участники адаптируются и к этим условиям и уходят туда, где им удобнее и комфортнее. Вопрос, где им становится комфортнее: в легальном секторе или теневом?

Это лишь один из примеров свободных рынков. Надо четко понимать, что бизнесу, как элементу живого организма, нужна определенная свобода действий и тогда он проявит себя в полной мере.

Идентичные процессы в этот период происходили и на рынке труда. В 90-х государство не в состоянии было обеспечить быстрый переток рабочей силы из неэффективных секторов экономики на новые рабочие места из-за их физического отсутствия в необходимом количестве. Бизнес и работники нашли самостоятельно возможность адаптироваться к этим неблагоприятным условиям. Российский рынок труда продемонстрировал уникальную возможность избежать массовой безработицы за счет снижения количества отработанных часов и сокращения оплаты труда. Бизнес нес на себе до определенного времени нагрузку и по социальным потребностям работников: сохраняя льготные условия оплаты ведомственного жилья, путевок в ведомственные санатории и детские лагеря отдыха, финансировал ведомственную медицину. Но и государство и не требовало от бизнеса безусловного соблюдения всех положений трудового законодательства.

В итоге, несмотря на ежегодные апокалипсические прогнозы, массовой безработицы не случилось, и социальная напряженность не привела к пересмотру политических конструкций.

Однако начало 2000-х годов продемонстрировало иные тенденции. Снижение безработицы, постепенное увеличение минимального размера оплаты труда, казалось бы, должны привести к росту показателей качества жизни населения. Однако этого не происходит. Почему? Анализ показывает, что это результат управленческих «разрывов» в отраслевых секторах управления. Приведем конкретный пример. Начиная с 2000 года, сложилась положительная тенденция увеличения средней заработной платы в экономике. Для России это благо и с точки зрения уровня и качества жизни граждан, и с точки зрения формирования потребительского спроса, обеспечивающего развитие экономики. Однако, приведенный ниже график (рисунок 1) показывает, что основные выгоды от этого получила не вся экономика, а самый огосударствленный сектор ЖКХ. При росте денежных доходов за период 2000–2013 гг. в 11 раз расходы на оплату жилищно-коммунальных услуг возросли более чем в 17 раз.

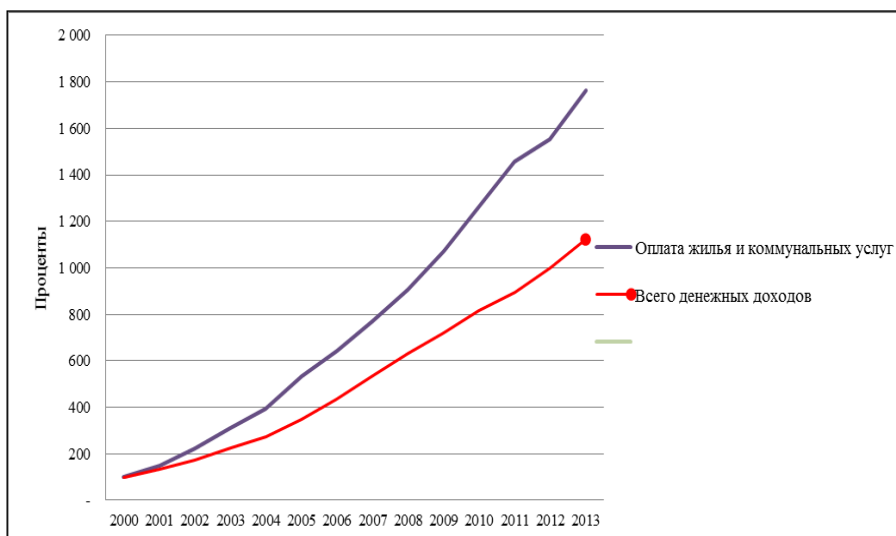


Рисунок 1. Динамика денежных доходов населения и расходов на оплату жилищно-коммунальных услуг, в % к 2000 г.

В частности, тарифы на горячее водоснабжение возросли в 21 раз, на отопление в 18 раз, холодное водоснабжение и водоотведение в 17,5 раз, плата за жи-

лье в 15 раз, тарифы на сетевой газ в 11 раз, тарифы на электроэнергию в 8 раз (рисунок 2).

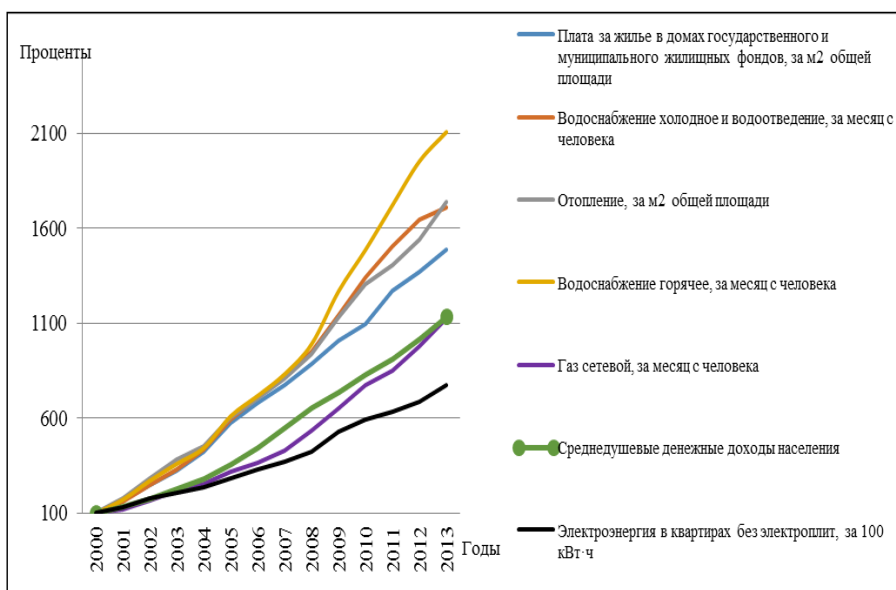


Рисунок 2. Динамика тарифов на отдельные виды услуг ЖКХ, в % к 2000 г.

Таким образом, рост тарифов на ЖКХ в силу неэффективности системы управления в этой сфере сводил на нет усилия государства по росту уровня жизни.

В этот же период изменилась не в лучшую сторону структура рынка труда. Если в 2000 году в секторе «серого» рынка труда работало 10,27 млн. человек, то в 2013 – уже 19,08 млн. человек. Фактически работни-

ки и работодатели, которые не удовлетворены институциональным управлением в данной сфере, вывели из формального рынка труда 9 млн. рабочих мест. При этом только Пенсионный фонд РФ потерял 1,5 трл. рублей потенциальных взносов и около 1 трл. рублей от НДФЛ (рисунок 3).

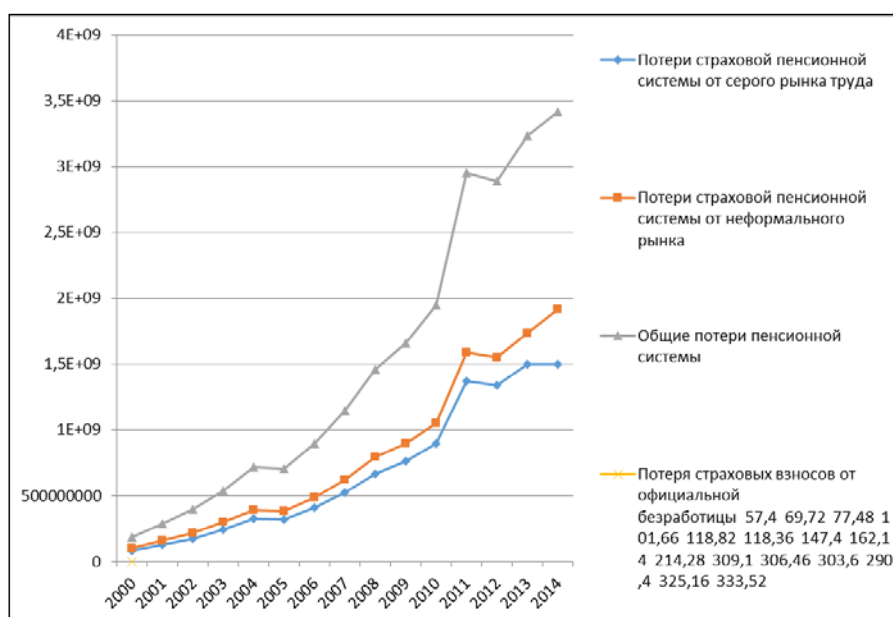


Рисунок 3. Влияние рынка труда на динамику потерь страховых платежей в Пенсионный фонд

Опять вопрос почему? Отчасти ответ на поверхности: люди не верят в то, что средства, которые изымаются на пенсионное обеспечение реально будут гарантировать им безбедную старость, что муниципалитеты собранные средства, направят на их реальные потребности. На протяжении последних 15 лет государство трижды меняло правила игры только в системе пенсионного обеспечения. Без согласия граждан «замораживало» накопительную часть и сейчас, обсуждая вопрос повышения пенсионного возраста, еще больше дает поводов населению не верить в возможность получения достойной пенсии. Поэтому любые макроэкономические модели построения пенсионной системы будут наталкиваться на «сопротивление» не верящих в это граждан.

В конечном итоге, непрозрачная, нестабильная социальная политика выталкивает граждан из системы формальных взаимоотношений с государством.

В настоящее время у институтов власти и многих представителей бизнеса возникают приблизительно одни и те же вопросы:

- Что делать, если не получается обеспечить комфортные условия для работы бизнеса?

- Что делать, если с одной стороны происходит сильное регулирование экономики, а с другой бизнес лишается поддержки?

- Что делать, если не используются механизмы нормативной регуляции экономики, не обеспечивается доступ к дешевым кредитным средствам?

- Что делать, если бизнес при этом испытывает катастрофическую нехватку финансовых ресурсов и находится в информационном вакууме?

- Что делать, если нефтяной век, век высоких цен на нефть закончился, а экономика не смогла вовремя адап-

тироваться к современным реалиям, к новой технологической революции?

- Что если в современном мире теории, объясняющие экономические процессы и явления в экономике (кейсианство, монетаризм и так далее) в 20 веке, в 21 не работают?

Ответ лежит на поверхности. Экономика – это живой организм. Она сама себя восстановит и начнет работать еще сильнее. Бизнес должен сам указать государству на те проблемы, которые необходимо решить, помочь ему создать комфортные условия для своей работы, чтобы чувствовать себя свободно и быть уверенным в своем будущем. Время говорить прошло, пришло время работать, активно взаимодействовать между собой. Для этого бизнесу надо дать чуть больше свободы, создать для него соответствующие условия, ослабить регулирование экономики и бизнес сам найдет точки роста. Дайте возможность бизнесу получить быстрые и дешевые заемные средства на реализацию качественных проектов, и не надо будет его субсидировать. Государство не должно направлять его и выбирать вектор, куда идти, оно должно просто создать условия и контролировать их качество.

Этот тезис равно применим и к гражданам: не надо объяснять им как жить, необходимо создавать условия для жизни.

Государство должно системно подойти к решению вопрос и создать понятные правила «игры»:

- прозрачную правовую систему с понятными законами, отражающие интересы общества и бизнеса;

- построить сильную и доступную финансовую систему, прежде всего банковскую;

- предоставить понятные налоговые преференции бизнесу;

- снизить регулирование отдельных сфер экономики;

- последовательно проводить свои реформы;

- отказаться от постоянных кадровых и ведомственных реорганизаций;
- снизить уровень напряженности и страха в обществе, увеличить степень доверия к власти;
- построить четкую систему планирования с увязкой параметров бюджетной системы и показателями социально-экономического развития субъектов Российской Федерации, а также государственными программами;
- создать глобальную внутреннюю информационно-аналитическую базу планирования;
- укрепить финансовую самостоятельности субъектов Российской Федерации и муниципальных образований;
- создать стимулы для увеличения поступлений налоговых доходов в бюджеты субъектов Российской Федерации и местные бюджеты;
- выстроить прямой диалог с обществом и бизнесом;
- развить, усилить роль и значение таких общественных и социально-правовых институтов как нотариат и адвокатура.

Когда система управления будет выстроена, а правила «игры» будут понятны, комфортные условия будут созданы, прямой диалог выстроен и все элементы системы будут взаимодействовать между собой как единое целое, тогда государство, общество, экономика будут стабильно развиваться.

В своей работе мы вводим новое направление в экономической науке – теорию «Живой Экономики».

Живая Экономика – это теория, представляющая экономику как сложную комплексную систему, состоящую из взаимосвязанных между собой элементов, организация и взаимодействие которых соподчинены и взаимосвязаны таким образом, что каждый элемент, функционируя по принципам и законам всей системы, при этом не является её точным подобием и копией, но является обязательным звеном в единой целостной модели. Данная теория объясняет экономические процессы и явления в экономике, рассматривая ее как «живой организм», в центре которого находится определенным образом самоорганизовавшийся с учетом исторических, этнических, культурных особенностей социум, в котором люди, хозяйствующие субъекты, различные институты государственной власти играют определенную роль, выполняют свою особую функцию, миссию в поддержании его жизнедеятельности и развитии, функционирующие в рамках особых для каждой подсистемы правил и нормативно-институциональных установок.

Введенный нами термин «живая экономика» в полной мере отражает наше представление о социально-экономической системе как целостном «организме», развивающемся и функционирующим в рамках законов культурно-исторического развития, социальной эволюции и с учётом социально-политических реалий того или иного государства. Он рассматривает экономический рост с привязкой к социально-экономической психоло-

гии, индивидуально-экономической психологии, изучает социально-экономические процессы с учетом отдельных индивидуумов, отдельных групп, социума, самоорганизовавшегося посредством исторических, этнических, культурных особенностей. Последнее обстоятельство мы можем рассматривать как особую «барьерную» среду способствующую или препятствующую развитию. Данный «организм» подобно нервной системе в теле живого организма, пронизывает все участки и области социума начиная с глобальных и заканчивая локальными уровнями, каждый из элементов системы неразрывно (узлами) связан с определёнными конкретными субъектами, группами субъектов – индивидуумов, хозяйствующими субъектами и социальными институтами и институтами государственной власти, активно взаимодействует с ними изменяясь под их влиянием и сама изменяя их.

Теория «живой экономики» основывается на необходимости изучения структуры мотиваторов и демотиваторов, их влияния на государственную политику, поведение бизнеса и граждан.

Нас можно упрекнуть в приверженности социальному бихевиоризму, и этот упрек будет заслужен и справедлив. Однако он будет и неверен, поскольку отнюдь не всегда в рамках социально-экономического анализа возможны прямые аналогии и заимствования с реальными живыми организмами, но сам принцип – живой организм равный живой экономике и законы закономерного, но предельно сложного развития системы, безусловно, заимствован нами именно оттуда, что на наш взгляд целесообразно и обоснованно.

Данная теория призвана найти точки взаимодействия между всеми элементами системы, установить прочные связи и обеспечить их непрерывное взаимодействие.

Данная статья является первым этапом большой работы по исследованию и изучению «живой экономики».

#### Список литературы:

1. Ивантер В.В. Живая экономика // Прямые инвестиции. 2008. №1. С. 14-18
2. Н. Талеб. Черный лебедь. М., 2012.
3. Я. Корнаи. Размышления о капитализме. М., 2012.
4. Д. Койл. ВВП. Краткая история, рассказанная экономистом. М., 2016. С. 32-33.
5. З. Фрейд «Психология масс и анализ человеческого «Я»» (1921), СПб, Азбука-Классика, 1991
6. Чаянов А.В. Крестьянское хозяйство. Избранные труды. Москва: Экономика, 1989.
7. Сет Годин. Доверительный маркетинг. Как из незнакомца сделать друга и превратить его в покупателя. Альпина Бизнес букс, 2004.

Демотиваторы и мотиваторы социально-экономической активности

№ п/п	Наименование демотиватора/ мотиватора	Описание демотиватора/ мотиватора	Результат воздействия демотиватора/ мотиватора
1	2	3	4
1.	<b>Демотиваторы социально-экономической активности</b>		
1.1.	«Негативная информация»	<p>Любая негативная информация, которая поступает из средств массовой информации о ситуации в экономике, социальной сфере, внутренней и внешней политике.</p> <p>Особенно сильно влияние указанного демотиватора проявляется в период кризисных явлений в экономике, когда человека, помимо тех непосредственных проблем, с которыми он в реальности сталкивается в своей повседневной жизни и которые негативным образом влияют на его психологическое и физическое состояние, «загружают» сознательно или неосознанно дополнительной негативной информацией как, например: информационные новости об ухудшении состояния экономики страны, сокращение расходов бюджета, сокращение ВВП, рост доллара и евро по отношению к рублю, отбор лицензий у банков, ухудшение ситуации в банковском секторе, снижение цен на нефть. Информация об указанных новостных темах может меняться очень быстро и многократно даже в течение дня. В большинстве случаев она не несет никакой смысловой нагрузки для большинства людей и никак не затрагивает их в реальной жизни. Особенно если взять цены на нефть. Вряд ли много людей профессионально занимаются продажей и покупкой сырой нефти, заключением форвардных и фьючерсных контрактов на них. Тем не менее, чем больше люди получают подобной информации и обсуждают ее, тем больше у них создается «кризис в головах» и к реальным проблемам добавляются еще и виртуальные. Людей волнует больше всего те проблемы, с которыми они сталкиваются постоянно в своей жизни: рост цен на продукты, рост тарифов, снижение доходов, рост безработицы, оплата кредитов (надо сказать, что валютные заемщики и без подогрева ажиотажа в СМИ знают об изменениях курсов валют). Но воспринимая дополнительную негативную информацию, они связывают все свои проблемы, которые зачастую носят абсолютно иной характер, со снижением цен на нефть.</p> <p>Кроме того, необходимо отметить, что любые заявления официальных лиц о сокращении расходов бюджета, сокращении численности государственных служащих, росте безработицы, пенсионной реформе, росте налогов влечет за собой излишнюю напряженность по причинам, которые, возможно, и не произойдут.</p>	<p>В результате данный демотиватор приводит к снижению социально-экономической активности людей. Они становятся более пассивными в работе, деморализованы, снижается производительность труда, снижается интерес к созданию чего-то нового, снижается предпринимательская активность, возникает неуверенность в своем будущем, в завтрашнем дне, появляются признаки необоснованного беспокойства, депрессии, агрессии, начинаются проблемы во взаимоотношениях. При длительном воздействии на человека, это приводит к тому, что у человека возникают психологические, а затем и физиологические проблемы, он выбывает как активная трудовая единица из экономики государства.</p>
1.2.	«Лишняя информация»	<p>Демотиватор «лишняя информация» достаточно распространенное явление, связанное в основном с распространением интернет – СМИ. Однако, достаточно мало изученное, но имеющее большое воздействие на экономически активное население, на его производительность и трудоспособность.</p> <p>Наверное, без преувеличения, надо сказать, что большая часть активных пользователей интернета в большей или меньшей степени ловили себя на мысли о том, что часто заходят в интернет с целью почитать новости. У многих пользователей частота такого посещения зашкаливает.</p> <p>Новостные ленты очень быстро меняются и пользователи стараются не отставать, отслеживая новости порой по 4-5 раз в час или в режиме он-лайн. Но зачем? Ведь эта информация, в большей степени, для нас не несет никакой смысловой нагрузки, мы не получаем полезной информации, она в основном никак не связана с нашей работой, непосредственной деятельностью, с семьей. Раньше не было интернета и люди больше читали, получали информацию из газет. Но они не перечитывали их по десять раз. Достаточно было прочитать новости утром, например, по дороге на работу или за чашкой чая. Информации появилось больше, информационный поток стал гораздо масштабнее, могут возразить многие. Но так ли это? На самом деле, большая часть информации, которую мы сейчас читаем является своеобразным «мусором», который не несет никакой полезной функции, кроме негативной. То, что нам интересно, мы детально изучаем, но много информации, которую нам навязывают, нам мешает. Мы читаем некоторые «куски», определения и полагаем, что уже разбираемся в различных вопросах. Но это всего лишь «знания обо всем и ничего конкретного». Все говорят об инфляции, некоторые даже представляют, что это такое образно, но очень мало людей знают, что это определение на самом деле представляет собой, как оно рассчитывается, какие факторы оказывают на него воздействие в действительности. Это приводит к тому, что в экономическую активную жизнь вступает много людей со знаниями обо всем и одновременно ни о чем. Возвращаясь к просмотру новостей, необходимо ответить на вопрос, что мы получаем в результате от просмотра? Наверно многие замечали, что после частого просмотра снижается концентрация, человек не может сосредоточиться на своих непосредственных задачах, на своей работе (воот почему важно ограничивать доступ в интернет на работе не только в целях безопасности), пассивность, усталость, вялость, агрессивность. Подобный просмотр является уже в определенном роде зависимостью, «новостной болезнью».</p>	<p>Данный демотиватор снижает производительность и качество труда, снижает выносливость, приводит к потере концентрации над решением поставленных задач. Использование «лишней информации» приводит к потере необходимых компетенций и профессиональных качеств, квалификации и, как следствие, – к снижению конкурентоспособности на рынке труда и социальной напряженности. Люди становятся более пассивными в своих стремлениях и желаниях работать и добиваться поставленных целей.</p>
1.3.	«Обратно пропорциональный эффект»	<p>«Обратно пропорциональный эффект» возникает в тех случаях, когда планируемое воздействие на аудиторию от направляемой информации носит прямо противоположный характер. Примером может послужить информация о борьбе с коррупцией в средствах массовой информации. Это информация в рамках борьбы с коррупцией, направленная на профилактику коррупционных правонарушений. Ее цель показать результаты борьбы в виде реальных уголовных дел, осветить расследования преступлений, показать эффективность борьбы с коррупцией, показать потенциальным «коррупционерам», что их ждет в случае совершения ими коррупционного правонарушения, а простым гражданам показать, что такая борьба активно ведется, в том числе внутри самой власти, успокоить их, показать борьбу с чиновничьим произволом. Цель и задачи абсолютно правильные. Но к освещению подобных событий необходимо подходить крайне осторожно и знать меру. Ведь для простого гражданина важно в этой борьбе не сам процесс, а результаты. И эти результаты для него заключаются не в количестве «коррупционеров», которых посадили, не в количестве уголовных дел, а в том, что гражданин может спокойно реализовывать свои конституционные права, может быть уверен, что у него не отберут бизнес, если такой у него есть, он сможет вовремя подать и получить необходимые документы, получить качественные услуги, может быть уверен в том, что его жилье достроят, а вклады не отберут у Банка, который занимался какой-либо преступной деятельностью. Важно это! Борьба может быть и незаметная, но результаты ее будут видны всем.</p> <p>Для обычного гражданина просмотр новостей с содержанием кадров арестов, показа огромных богатств, которыми смог завладеть преступник, вызывает часто негативную реакцию. С одной стороны, негатив проявляется в части вопросов и утверждений, таких как: «Сколько наворовал», «Посадили очередного коррупционера и сколько еще их осталось?», «Наверное, не поделился?», «Отмажется», «Всех их надо» и так далее. Такие вопросы и утверждения ни в коем случае не должны возникать, так как</p>	<p>Результат демотиватора «обратно пропорциональный эффект» может вызывать у населения раздражение, чувство определенной «театрализованности» ситуации, неудовлетворенности, агрессии. При неправильной и частой подаче информации может появиться обратное действие, чувство отторжения ее восприятия.</p>

№ п/п	Наименование демотиватора/ мотиватора	Описание демотиватора/ мотиватора	Результат воздействия демотиватора/ мотиватора
1	2	3	4
		<p>они дискредитируют власть. Другие же могут говорить после таких материалов: «Как удалось ему?», «Наверное, если бы удалось договориться, то не попался бы.», «Надо идти в чиновники.». Люди смотрят вечером телевизор, они испытывают негативные эмоции, а утром сталкиваются с теми же проблемами.</p> <p>Пример можно привести и в освещении различных праздников, мероприятий, проходящих в парках, музеях и так далее. Яркое красочное освещение торжеств, мероприятий, различных развлечений несомненно носит позитивный характер. Но в период кризисных явлений такое освещение может иметь обратный эффект для психологически эмоционального состояния человека. Когда индивидуум видит это, скажем, по телевизору, слышит призывы прийти, но прекрасно понимает, что воспользоваться этим он не может из-за отсутствия необходимого количества денег. Это вызывает озлобленность и чувство агрессии.</p>	
1.4.	«Когнитивный диссонанс»	<p>«Когнитивный диссонанс» как демотиватор в «социально-экономической психологии» и «индивидуально-экономической психологии» представляет собой психологическое состояние дискомфорта человека, вызванное столкновением в его сознании конфликтующих представлений: практического опыта, знаний, эмпирического восприятия социально-экономического состояния с определенным информационным потоком о состоянии экономических процессов и явлений в экономике. Данное противоречие приводит к возникновению конфликта сначала отдельного индивида, а затем к конфликту группы и масс.</p> <p>Примером когнитивного диссонанса в социально-экономической и индивидуально-экономической психологии может служить противоречие знаний отдельных индивидов (в том числе представителей бизнес кругов, экспертов, ученых) о реальном положении дел в экономике с тем, что транслируется через отдельные средства массовой информации. Говоря о стабильности в экономике, банковской системе, на рынке труда, средства массовой информации сглаживают ситуацию. У людей, которые соотносят информацию с тем, с чем они сталкиваются каждый день (рост цен, увольнения, сокращение заработных плат), возникает некий диссонанс, внутреннее противоречие.</p> <p>Интересным примером может служить информация об уровне инфляции. В общем представлении для большинства инфляция обозначает повышение общего уровня потребительских цен на товары и услуги, снижение покупательской способности денег. Поэтому, когда они слышат инфляцию на уровне 3, 5, 7 процентов, для них это означает буквально, что цены повысились на 3-7 процентов, а их покупательская способность снизилась также на 3-7 процентов. Приходя в магазин, они видят, что цены повысились на некоторые товары на 30 и более процентов, рост тарифов произошел на 15-20 процентов, а их заработные платы не только не увеличились, но и в ряде случаев уменьшились.</p> <p>У людей образуется непонимание, затем агрессия, а потом не восприятие той информации, которая освещается в средствах массовой информации.</p> <p>В данном случае надо еще и сказать о низком уровне правового и экономического просвещения населения, поскольку поток информации для неподготовленной аудитории может приводить к неожиданным результатам.</p>	<p>Этот демотиватор приводит к снижению степени доверия к средствам массовой информации, к высказываниям официальных лиц и может привести к недоверию власти.</p> <p>Вызывает чувство внутреннего противоречия, неуверенности в собственных силах и в экономических возможностях государства, приводит к пассивности принятия решений.</p>
1.5.	«Подавление воли»	<p>Демотиватор «подавления воли» очень часто встречается у государственных служащих или в крупных частных компаниях, где руководство самоутверждается за счет подчиненных. Любые инициативы, банально, наказываются. От людей требуется исключительно исполнять волю руководителя, иногда даже в обход или в нарушение закона. По сути, если перефразировать цитату Генри Форда нужны люди, которые не думают, а просто выполняют то, что им говорят. Необходимо отметить, что такое поведение у руководителей часто вызвано отсутствием необходимых компетенций, знаний. Известная формула эмоционального состояния человека: «Эмоции» = «Имеющаяся информация» – «Необходимая информация». Если имеющейся информации больше, чем необходимой, то человек ощущает себя комфортно и уверенно, ставит четкие задачи, реальные цели и сроки, ясно представляет, что хочет получить в результате. Если имеющейся информации недостаточно, он ощущает дисбаланс, испытывает отрицательные эмоции, не может четко и ясно поставить цели и задачи, понять, что он сам хочет. В результате все заканчивается криком на подчиненных и эмоциональным срывом.</p> <p>В настоящее время можно наблюдать большую текучесть кадров в государственных структурах, во многом именно из-за такого отрицательного эмоционального состояния, что говорит во многом о том, что проблема кроется частично в некомпетентности и неадекватности современных управленцев.</p>	<p>«Думать – самая трудная работа; вот, вероятно, почему этим занимаются столь не многие» (Генри Форд).</p> <p>И он прав. Есть управляющие и управляемые. Но «подавление воли» отбивает желание думать даже у самых прогрессивных людей.</p> <p>В период кризиса, люди, которые лишаются работы, не способны думать, остаются со своими проблемами один на один, не способны открыть свое дело, подумать над решением задачи и найти ее решение только потому, что у них отбили желание принимать самостоятельные решения и думать.</p>
1.6.	«Страх»	<p>«Только два стимула заставляют работать людей: жажда заработной платы и боязнь ее потерять» (Генри Форд). В остальном «человек имеет два мотива поведения – один настоящий и второй, который красиво звучит» (Генри Форд).</p> <p>Данные демотиватор очень часто является продолжением демотиватора «подавление воли».</p> <p>Но почему же именно демотиватор? Данный демотиватор имеет две стороны. С одной стороны, «страх» является одним из основных инструментов управления индивидуумом и обществом, и сильнейшим мотиватором, с другой – является мощнейшим демотиватором вовлечения в экономическую деятельность потенциально активных граждан, поскольку очень часто именно «страх» потери работы, заработной платы, неизвестности, нестабильности мешает людям, имеющим идеи и возможности, реализовывать свои проекты.</p>	<p>Данный демотиватор приводит к тому, что потенциально активная часть граждан, которая является необходимым элементом выстраивания новой инновационной экономики, не вовлекается в эти экономические процессы.</p>
1.7.	«Недосказанность или полуправда»	<p>«Недосказанность или полуправда» – один из демотиваторов, который вызывает, пожалуй, наибольшее раздражение у большинства прогрессивных людей.</p> <p>В последнее время мы видим большое число мероприятий, посвященных освещению социально-экономических процессов в экономике, разъяснению ситуации: форумы, конференции, круглые столы, где эксперты, научное сообщество, но в основном официальные лица, рассказывают о проблемах, разъясняют ситуацию в экономике, мировых тенденциях, возможностях и мерах по выходу из кризиса. Большинство людей, в основном бизнес круги, научное сообщество приходят туда, чтобы получить ответы, а в результате уходят с еще большими вопросами.</p> <p>Почему так происходит? Во-первых, во многом это зависит от докладчика. Если докладчик неубедителен, не может четко ответить на поставленные вопросы, недоговаривает, что-то умалчивает, не ясен в своем собственном видении ситуации, то вызывает чувство раздражения и демотивирует людей, поскольку они не получают ответы на волнующие их вопросы, вопросы «живой экономики». Очевидно, что официальные лица не всегда, а в основном почти всегда, не могут говорить то, что думают. Но эта неубедительность порой хуже, чем полное отсутствие информации.</p> <p>Одним из ярких примеров могут служить «валютные заемщики». Безусловно, они берут на себя опре-</p>	<p>Результатом данного демотиватора является снижение степени доверия к официальной информации, недоверие к институтам власти.</p>



№ п/п	Наименование демотиватора/ мотиватора	Описание демотиватора/ мотиватора	Результат воздействия демотиватора/ мотиватора
1	2	3	4
		деленный риск при таком займе. Но подобное решение было принято, когда официальные лица говорили, что экономика стабильна, а банковские служащие твердили, что заем в валюте гораздо выгоднее. И люди поверили. Сейчас их негативная реакция обусловлена больше не самим фактом повышения стоимости обслуживания кредитов, а отсутствием четкой информации, отсутствием ясных ответов на поставленные вопросы, недоговоренностью, полуправдой.	
1.8.	«Искаженная или чрезмерная открытость»	<p>В настоящее время современная тенденция по информатизации направлена на наибольшую открытость данных. Появился большое количество сайтов, главным образом, институтов власти, в которых отражается большое количество отчетов, данных, сведений, материалов, инструкций, методических рекомендаций, сведений о руководстве и т.д. Для работы с этой, порой не унифицированной информацией, наверное, потребуется еще один сайт с методическими рекомендациями по работе с ней. Запущены порталы государственных услуг. Безусловно, такие сайты полезны с одной стороны, но с другой они чрезмерно перегружены.</p> <p>Чтобы сделать информацию наиболее закрытой, надо ее сделать наиболее открытой. Это утверждение раскрывается в том, что разобраться в этом огромном потоке информации неподготовленной аудитории практически невозможно. Кроме того, достоверность и качество ее не всегда возможно проверить. Мы видим картинку (графики, отчеты). Проверить достоверность этой информации невозможно.</p> <p>Видя эту информацию, люди должны были чувствовать вовлеченными себя в процесс управления, но, на самом деле, это видимость. Людям нужно давать ту информацию, которая их волнует больше всего. Пусть ее будет меньше, но она будет качественная, конкретная, репрезентативная и отвечать на интересующие вопросы.</p>	<p>Данный демотиватор влияет на снижение интереса к официальным источникам и доверия к данным, размещенным на них.</p>
1.9.	«Социальная сеть»	<p>«Социальная сеть» является самым массовым демотиватором. Обычная «социальная сеть» предназначена для построения, отражения и организации социального взаимодействия в интернете. По своей сути, это процесс виртуального общения. Она действительно позволяет объединить огромное количество людей, позволяет им общаться между собой часами, днями. Люди становятся героями социальных сетей в считанные минуты. Могут позволить различные высказывания и свободное общение (по поводу свободы общения возникают определенные вопросы). Она кроет в себе как положительное влияние, так и отрицательное.</p> <p>Но что «социальная сеть» дает в реальности? Ничего. Человек просто выпадает из реальности. То, что он может себе позволить в сети, он не может позволить в реальности. Он извлечен из живой экономики и вовлечен в виртуальную. Кроме того, «социальная сеть», как ни парадоксально, делает его одиноким. Чувство общности и вовлеченности в массовое общение пропадает сразу же, как только он сталкивается с реальностью.</p>	<p>Демотиватор «социальная сеть» извлекает в большей или меньшей степени человека из реальных социально-экономических процессов, из живой экономики.</p>
<b>2. Мотиваторы социально-экономической активности</b>			
2.1.	«Позитивная информация»	<p>«Позитивная информация» это один из важнейших мотиваторов, который создает положительный информационный фон о социально-экономическом развитии, состоянии экономики, деятельности власти, а главное результатах этой деятельности.</p> <p>Люди должны видеть, что им не просто говорят, но и то, что эти слова реализуются, конкретные шаги, действия.</p> <p>Примером того, могут служить меры по поддержке экономики. Результатом этого должно стать открытие новых производств, фабрик, заводов. Освещение этих событий является важным аспектом установления позитивного информационного фона, активизации бизнеса и мотивации граждан к активному вовлечению в экономические процессы.</p> <p>Например, создание ТОРов (территорий опережающего социально-экономического развития). Закон был принят в конце 2014 года. Последние 1,5 года говорят о том, что ТОРы создаются по всей территории Дальнего Востока. Но надо не просто говорить, а показать, что они реально создаются. Работает техника, создается инфраструктура. Тогда инвесторы сами будут подтягиваться и граждане, возможно, захотят туда переехать. Пока люди, в том числе инвесторы, бизнесмены, обычные граждане не будут видеть реальных действий, ТОРы так и будут оставаться где-то там, далеко, не здесь. Видеть огромные, пустые территории земли, на которых ничего нет, и территории, на которых идет процесс создания – разные вещи и влияют они по-разному.</p> <p>Кроме того, люди должны не только видеть, но и ощущать на себе эти результаты.</p> <p>Если мы говорим об импортозамещении, значит люди должны идти в магазин, к примеру, и видеть огурцы и помидоры не из зарубежных стран, а из России по приемлемым ценам. Это результат. Безусловно, сделаны уже конкретные шаги по импортозамещению, но результаты должны быть более видны и ощутимы.</p>	<p>Данный мотиватор должен способствовать созданию позитивного социально-экономического информационного фона, повышению социально-экономической активности граждан, созданию благоприятного инвестиционного климата.</p>
2.2.	«Полезная и нужная информация»	<p>«Полезная и нужная информация» – это мотиватор, позволяющей людям получать конкретную и необходимую информацию, которая им необходима для решения конкретных задач. Этот мотиватор является инструментом индивидуально-экономической психологии. Конкретный индивидуум должен четко понимать, какая экономическая информация ему нужна, когда ему она понадобится и где ее найти. В выборе информации человек должен концентрироваться на решении задачи и освободиться от лишней информации.</p> <p>Здесь необходимо структурирование информации, создание ясных и понятных контентов.</p> <p>Средства массовой информации должны давать людям больше той информации, которая им действительно полезна.</p>	<p>Данный мотиватор позволяет человеку аккумулировать конкретные знания и сфокусироваться на решении конкретной задачи. Человек ставит цель и идет к ней. Информация является необходимым инструментом для её достижения. Этот мотиватор, который мобилизует людей на решении конкретных экономических задач.</p>
2.3.	«Правовое и экономическое просвещение»	<p>Несмотря на то, что мы живем в 21 веке, большинство людей в силу тех или иных причин не обладают достаточными знаниями и навыками в области права и экономики. Безусловно люди могут посмотреть в интернете определения, понятия, определенный алгоритм действий, но применить их на практике они не могут, потому что это знания «обо всем и ни о чем конкретном».</p> <p>Люди часто слышат из средств массовой информации об инфляции, секвестре, сокращении расходов, инфляционном таргетировании. Кстати сказать, если набрать в интернете, что такое инфляционное таргетирование, то он Вам выдаст определение из «Википедии», где «инфляционное таргетирование – это комплекс монетарных мер, принимаемых государственными органами власти в целях контроля над уровнем инфляции в стране. Основным инструментом проведения денежно-кредитной политики по поддержанию запланированного уровня инфляции – манипулирование учетной процентной ставкой (ставкой рефинансирования)». Как правило, ограничивается все только определением. Получается некий набор слов, определений, которые заканчиваются фразой «все будет хорошо», из которых понять, что в реальности происходит не легко не только обычным гражданам, но и специалистам.</p>	<p>Данный мотиватор позволяет четко и ясно донести до общества, до каждого индивида программу действий. Позволяет дать возможность донести до граждан ту информацию, которую спикер пытается до них довести.</p> <p>Данный мотиватор делает власть более убедительной.</p>

№ п/п	Наименование демотиватора/ мотиватора	Описание демотиватора/ мотиватора	Результат воздействия демотиватора/ мотиватора
1	2	3	4
		<p>Информация должна подаваться четко, иметь ясность, логичность, раскрывать основные шаги и меры. Если это будет происходить, если информация будет доноситься ясно, четко, то вопросов не будут возникать, не будет чувства недоговоренности, недосказанности.</p> <p>Кроме того, официальные лица через свои заявления и средства массовой информации должны также разъяснять многие аспекты своей деятельности в логичной и последовательной форме. Формат многих форумов, которые проходят в стиле «все собрались, спикеры поговорили о жизни, пообещали, что все будет хорошо, не сказали ничего конкретного, разошлись» уже не проходит. Общество выросло и дает запрос на более конструктивный диалог, на конкретные разъяснения.</p>	
2.4.	«Убедительность и ясность»	<p>Мотиватор «убедительность и ясность» является продолжением мотиватора «правовое и экономическое просвещение» и отражает запрос общества на убедительность и ясность предпринимаемых мер по стабилизации экономической ситуации и мер по вовлечению в экономический оборот активных и прогрессивных граждан.</p> <p>«Убедительность и ясность» отражает способность СМИ, различных институтов власти правильно, ясно и убедительно донести те планы и мероприятия, которые они хотят реализовать и которые они уже реализовывают.</p>	<p>Данный мотиватор позволяет повысить уровень и степень доверия граждан, убедить их в реальности и правильности социально-экономического курса, побудить их активно участвовать в этом процессе.</p>
2.5.	«Живая социально – экономическая сеть»	<p>«Живая социально-экономическая сеть» является одним из основных элементов Концепции «Живая экономика».</p> <p>Этот мотиватор является мощнейшим инструментом построения живой реальной экономики посредством виртуальной.</p> <p>Живая экономика, Живая социально-экономическая сеть, LIFE ECONOMY – предназначена для построения, отражения и организации социально-экономических взаимоотношений в Интернете между активными гражданами, государством, бизнесом, экспертным и научным сообществом.</p>	<p>Результатом этого мотиватора является вовлечение в экономическую деятельность наибольшего количества потенциально активных граждан («психология масс»); установление взаимодействия и доверия между государством и бизнесом в вопросах формирования «комфортной» бизнес-среды, а также резидентами и нерезидентами; формирование площадки для свободного обмена, продажи товарами и услугами, стимулирование экономического роста и социально-экономического развития живой экономики посредством виртуальной.</p>
2.6.	«Достойная оплата труда»	<p>«Достойная оплата труда» – это один из сильнейших мотиваторов, который стимулирует людей вкладывать свой интеллектуальный и физический труд в социально-экономическое развитие, стимулирует экономический рост, стимулирует создавать новые продукты, услуги.</p> <p>На наш взгляд, одной из непопулярных, деструктивных мер, которая снижает потребление, замедляет темпы социально-экономического развития и вызывает рост социальной напряженности является сокращение заработной платы, главным образом бюджетникам. С одной стороны, безусловно, в условиях кризиса и сокращения доходной части бюджета, одной из мер является оптимизация численности государственного аппарата и сокращение заработных плат. Но это мера является деструктивной. Например, вопрос о сокращении заработной платы государственным служащим носит исключительно популистский характер. Во-первых, существенного результата для сокращения расходов бюджета такая мера не несет; во-вторых, государственные гражданские служащие, муниципальные служащие, бюджетные организации составляют значительную часть активного населения страны и сокращение заработной платы приводит к «вымыванию» из государственного сектора профессионалов; в-третьих, для большинства населения не имеют никакого значения, и не вызывает «радости», как это было раньше, намерения сократить число чиновников, поскольку у многих так или иначе родственники и друзья работают в этих сферах, поэтому «политические дивиденды» эта мера уже не приносит; в-четвертых, это нагружает бюрократический аппарат дополнительной нагрузкой и приводит к некачественному выполнению своих функций, исполнение профессиональных обязанностей начинает носить формальный характер.</p> <p>Сокращение заработной платы приводит к снижению внутреннего потребления и по цепной реакции к снижению спроса, снижению прибыли частных компаний, сокращению персонала.</p>	<p>Мотиватор «достойная оплата труда» является основным стимулом вовлечения активного и прогрессивного населения в экономическую деятельность страны.</p>
2.7.	«Комфортная эмоциональная атмосфера»	<p>«Комфортная эмоциональная среда» – это мотиватор, дополняющий мотиватор «Достойная оплата труда».</p> <p>Генри Форд говорил: «Главной целью капитала является не то, что вы можете сделать много денег, а то, что вы делаете деньги ради улучшения жизни».</p> <p>И это утверждение абсолютно верно. Мы живем не для того, чтобы работать, а работаем для того, чтобы жить.</p> <p>Для этого мы должны находиться в комфортной для себя среде. У человека должно оставаться время на семью, на себя, на свои хобби – все это крайне важно для социально-экономического развития в целом.</p> <p>Если посмотреть современную тенденцию, то мы увидим, что люди стали работать в два, а то и в три раза больше, чем раньше. Человеку остается время только для удовлетворения физической потребности во сне, и то не всегда. А какой результат от такого интенсивного труда? Небольшой, а иногда и нулевой. Вопрос возникает почему? Ответ прост. Во-первых, законы производительности никто не отменял, если человек работает в таком режиме долгое время, не высыпается, то его производительность падает до минимального уровня. То, что он бы мог сделать за 8 часов рабочего дня, он делает за 12-16. Во-вторых, теряется внимательность, а вместе с ней качество работы и результат труда, что в некоторых случаях приводит к серьезным последствиям. В-третьих, все это возникает очень часто из-за нерационального использования рабочего времени, из-за неумения спланировать свою работу. В-четвертых, мы об этом уже писали, часто из-за банальной некомпетентности руководства, которые не могут четко и ясно изложить свои задачи, довести до сотрудников то, что они хотят. Принцип, который очень часто встречается «это должно быть сделано вчера» на самом деле давно себя изжил, он только означает, что вовремя не была доведена информация, были совершены управленческие ошибки, а исправлять их должен обычный подчиненный.</p> <p>Если на работе будет создана комфортная атмосфера, то это будет мощнейшим стимулом к развитию не только самого индивида, но всего общества и экономики.</p>	<p>Этот простой мотиватор увеличивает многократно производительность человека и стимулирует к выполнению своей работы на высококачественном уровне.</p>

№ п/п	Наименование демотиватора/мотиватора	Описание демотиватора/мотиватора	Результат воздействия демотиватора/мотиватора
1	2	3	4
2.8.	«От Открытого диалога с властью к Совместному действию»	<p>Мотиватор «от открытого диалога с властью к совместному действию», особенно в период кризисных явлений и выборных кампаний, особенно важен для вовлечения большего количества активных и прогрессивных граждан, бизнес сообщества, экспертов не только в прямой диалог с государством, но и, самое главное, к совместным действиям для активного их участия в экономических процессах.</p> <p>В мотиваторе «Правовое и экономическое просвещение» мы уже говорили о том, что формат форумов, конференций, круглых столов уже не интересен. Люди по сути в этих форумах являются статичными слушателями, не более того. А они должны стать активными участниками. Они хотят стать активными участниками.</p> <p>Мы уже писали о том, что общество выросло и делает запрос на более конструктивный диалог, который включает в себя не просто конкретные разъяснения от чиновников, а участие граждан и бизнеса в действиях.</p> <p>Главным девизом этого процесса должно стать: «Хочешь изменений к лучшему: сформируй свою команду и действуй!»</p> <p>В этом случае должна произойти трансформация системы управления.</p> <p>На первом этапе Власть и Общество совместно формируют проблему. На втором этапе вырабатывают варианты решений. На третьем:</p> <p>Общество формирует команду для реализации проектов;</p> <p>Власть осуществляет сопровождение ресурсами и консультациями.</p> <p>Это должен быть абсолютно новый формат, открытый конструктивный диалог.</p>	<p>Этот мотиватор позволяет всем почувствовать свою индивидуальность и одновременно ощутить себя частью целого, участником с соответствующими правами, обязательствами, ответственностью общей, единой системы, одного государства, почувствовать свою индивидуальную ответственность за развитие страны.</p>
2.9.	Правовая и экономическая прозрачность	<p>«Правовая и экономическая прозрачность» – это один из основных мотиваторов, который стимулирует инвесторов вкладывать свои средства в экономику страны, создавать новые производства, стимулирует граждан открывать свое дело, заниматься предпринимательством, мотиватор, который повышает доверие к власти.</p> <p>Когда правовая система стабильна, законы ясны, экономика стабильна и прозрачна, иными словами, когда правила «игры» всем понятны, то бизнес активнее развивается, граждане охотнее занимаются предпринимательством, создают что-то новое, начинают смелые проекты, потому что всем хочется «сыграть и выиграть», а выиграть в игре, где правила постоянно меняются невозможно.</p>	<p>Этот мотиватор является действенным инструментом создания благоприятного инвестиционного климата, привлечения инвестиций, развития предпринимательства</p>
2.10.	«Правовое сознание»	<p>«Правовое сознание» – это мотиватор, который формирует систему правовых взглядов, в которых выражается отношение отдельных индивидов, социальных групп, всего общества к существующему и желаемому праву, к правовым явлениям, к поведению людей в сфере права.</p> <p>Этот мотиватор отражает, назовем их правовые «морально-нравственные ценности», которыми человек оперирует в своей жизни, в том числе в вопросах уровня восприятия коррупции и борьбы с ней.</p> <p>Мотиватор «правовое сознание» очень сильно привязан к мотиваторам «достойная оплата труда», «комфортная эмоциональная атмосфера» и «открытый диалог с властью».</p> <p>У государства две основные задачи: обеспечение безопасности своих граждан и обеспечение роста их благосостояния. И государство обязано решить эти задачи.</p> <p>Если эти задачи не решаются, то законы начинают действовать формально, а «правовое сознание» падает.</p> <p>Если посмотреть статистику преступлений коррупционной направленности, то мы увидим, что в период кризиса их уровень существенно возрос. Почему? Вопрос очевиден. Сокращение заработной платы, уровень безработицы, общая деморализация. Даже видя ответственность за эти преступления, люди все равно на них идут, и дело не в ужесточении ответственности.</p> <p>Мотиватор «правовое сознание» должен идти параллельно с мотиваторами «достойная оплата труда», «комфортная эмоциональная атмосфера» и «открытый диалог с властью».</p> <p>В таком формате люди будут находиться всегда во взаимодействии с властью, чувствовать себя защищенными, чувствовать свою ответственность, но и ощущать результат своего труда.</p>	<p>Один из основных мотиваторов, которые формируют одну из форм общественного сознания - «правовое сознание». Позволяет мотивировать общество и отдельных индивидов к формированию правовой системы государства, к ответственности за ее сохранение и необходимости ее соблюдения и защиты.</p>
2.11.	«Стабильность и уверенность»	<p>«Стабильность и уверенность» это достаточно четкий, емкий и ясный мотиватор, который стимулирует граждан, инвесторов вкладывать свои средства в экономику страны, обустриваться, выстраивать долгосрочные стратегии своего развития и активно участвовать в социально-экономическом развитии.</p>	<p>Основным результатом этого мотиватора является повышение степени доверия к экономике страны, к ее системе, и, как следствие, готовность инвестировать в ее социально-экономическое развитие.</p>