

Данилова Оксана Сергеевна, Воробьева Наталья Валерьевна

МЕЖДУНАРОДНЫЕ МНОГОСТОРОННИЕ ПЕРЕГОВОРЫ

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2010/12/53.html

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

Альманах современной науки и образования

Тамбов: Грамота, 2010. № 12 (43). С. 176-178. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/1.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2010/12/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: almanac@gramota.net

- отсутствие культуры информационной открытости;
- недоверие между потенциальными участниками кластера;
- недобросовестная конкуренция;
- низкая культура производства и послепродажного обслуживания;
- отсутствие опыта управления на основе аутсорсинга.

Однако они являются производными от более значимой - отсутствия мотивации к осуществлению инновационной деятельности, к созданию инновационных альянсов и партнерств, к осуществлению взаимодействия «лицом к лицу» практически у всех субъектов инновационной деятельности в регионе.

Таким образом, рыночный мотив, рыночное окружение для активного продвижения кластерного строительства является предпосылкой для решения всех остальных, в том числе институциональных проблем. И именно этот недостаток должен быть устранен в ходе формирования новой концепции стратегии социально-экономического развития, что, в свою очередь, создаст благоприятные условия для регионального кластерного строительства.

Список литературы

1. **Мигранян А. А.** Теоретические аспекты формирования конкурентоспособных кластеров [Электронный ресурс]. URL: <http://www.krsu.edu.kg/vestnik/v3/a15.html>
2. **Мингалева Ж., Ткачева С.** Кластеры и формирование структуры региона // МЭ и МО. 2000. № 5. С. 97-102.
3. **Николаев М. В.** Организационно-экономические формы межрегиональной интеграции в условиях глобализации. СПб.: СПб ГИЭУ, 2004. С. 87-95.
4. **Панченко Л.** Чем болеют наши кластеры? // Невское время. 2000. 30 мая. № 95 (2218).
5. **Портер М.** Международная конкуренция. М., 1993.
6. **Сутырин С. Ф., Филиппов П. Н.** Кластеры конкурентоспособности Финляндии // Вестник СПбГУ. Сер. 5. 2004. № 1. С. 71-78.

УДК 341.76

Оксана Сергеевна Данилова, Наталья Валерьевна Воробьева
Ставропольский государственный аграрный университет

МЕЖДУНАРОДНЫЕ МНОГОСТОРОННИЕ ПЕРЕГОВОРЫ[©]

При общепринятом понимании международного переговорного процесса, как многостороннего межгосударственного взаимодействия, устоявшегося определения у термина - «международные переговоры» - пока ещё не сформировалось. Часть ученых считают, что переговоры должны исходить из общих интересов переговаривающихся сторон и представлять собой мероприятие, выражающее, прежде всего, сотрудничество. Другие полагают, что интересы сторон могут быть различными, а иногда и исключаящими друг друга. В работе делается попытка устранить имеющиеся разночтения и предложить универсальное определение.

Теоретической основой деятельности по переговорному управлению политическими конфликтами является совокупность базовых принципов, опирающихся на законы, изучаемые различными науками об управлении. Принципы управления универсальны и могут быть применимы как для воздействия на личность, так и при урегулировании политического конфликта, поскольку политический конфликт представляет собой сложную многофункциональную систему социальных взаимосвязей между субъектами конфликта, характеризующуюся столкновением противоречивых интересов и целей в условиях острого политического противоборства. Анализ неформализованных норм правильнее всего осуществлять с точки зрения ценностного подхода.

Переговорное управление политическим конфликтом представляет собой деятельность субъектов политики по предотвращению или урегулированию конфликта, либо гармонизации его хода для рационального достижения целей текущего политического процесса [1, с. 15]. Какое-либо сознательное, целенаправленное вмешательство в ход конфликта, в той или иной степени влияющее на его течение, может быть отнесено к управленческому воздействию. Тем более если подобное действие заранее предусмотрено, спланировано, инициировано, организовано.

Следует различать многосторонние переговоры, направленные на урегулирование конкретных политических конфликтов, от переговоров, ведущихся в рамках универсальных международных переговорных организаций. Последние характеризуются, как правило, более положительным настроением стран-участниц на достижение соглашений, в том числе, и мирового концептуального порядка.

Отмеченные моменты затрудняют выработку обобщённого понятия «международные переговоры», тем более что в научной политологической практике само понятие «переговоры» практически не определяется, а если и приводится, то носит весьма разносторонний характер. В этой связи, с методологической точки зрения в работе делается попытка провести предметный анализ имеющихся в справочной и научной литературе определений понятия «переговоры» [2, с. 67].

Примечательно, что в большинстве источников определение понятия «переговоры» просто отсутствует. О международном характере «переговоров» вообще не упоминается, если не принимать во внимание одного замечания, имеющегося у Даля, о том, что «переговорный язык у послов вообще французский». Однако оно отражает только существовавшую в своё время в Европе протольно-языковую практику и не имеет конкретного отношения к содержанию «переговоров».

Определение, приводимое в словаре Ушакова: «Обмен мнениями для выяснения условий какого-либо соглашения» - слишком аморфно, неконкретно и может применяться не только к конфликтным ситуациям. «Обмены мнениями» могут совершаться во время государственных визитов, научных дискуссий, любых международных тематических конференций, семинаров, круглых столов, совместных заседаний парламентских делегаций различных стран, просто деловых контактов. Примеры можно продолжить.

Слова «какого-либо соглашения» также являются предельно общими, так как не отражают конкретного целеполагания и оценки возможного результата. Получается, что определение носит описательный характер и не может в полной мере отразить сопровождающие международные переговоры многоплановость, разнохарактерность и возникающие сложности.

Интересный спектр понятия «переговоры», наличествует в различных научных иностранных и российских публикациях. Примечательно, что разнообразие составляющих, характеризующих специфику переговоров, невольно порождает попытки создания всё новых и новых определений. При этом авторы в зависимости от степени их проникновения в существо переговорной практики делают акценты на самых непредсказуемых моментах.

Наиболее оригинальным в этом плане представляется определение английского политолога С. Кросса, который увидел в «переговорах» четыре различных перспективы. По его мнению «переговоры» - это:

- 1) «шарада», в которой каждый из участников стремится разгадать часто почти определённую ситуацией решение и самих действующих лиц;
- 2) «искусство», состоящее, в частности, в ловкости установления отношений, в которых переговоры являются скорее маркером начала, чем конца;
- 3) «торговля» в процессе выделения ресурсов;
- 4) «познавательный процесс» и последовательное обучение» [3, с. 134].

Вместе с тем при всём многообразии имеющихся определений в каждом из них содержатся положительные моменты, анализ которых приводит к выделению обобщённого заключения о том, что переговоры чаще всего рассматриваются как процесс, в ходе которого достигаются соглашения о реализации общих интересов. При всей аксиоматичности указанного тезиса в нём, однако, отсутствует упоминание о роли участвующих в «переговорах» сторон и никоим образом не поясняется, что же «переговоры» являют собой с точки зрения конкурентного столкновения различных точек зрения, попыток сторон во что бы то ни стало продвинуть или навязать свои приоритеты, терпеливой и весьма тщательной отработки согласованных текстов взаимоприемлемых формулировок. Кроме того, субъекты «переговоров» в приводимых определениях вообще остаются за рамками понятий.

Исходя из необходимости более чётких и предметных оценок существа многосторонней переговорной практики, на основании проведённых исследований и систематизации имеющихся материалов предлагается следующее определение обсуждаемого понятия.

Международные переговоры - это мирное, интеллектуальное противоборство субъектов международных отношений (государств, правительств, ведомств, организаций и т.д.) при добровольном согласовании международно-правовых договорённостей, связанное с необходимостью выявления истинных намерений сторон и последующего достижения максимально возможных результатов, отвечающих национальной безопасности и национальным интересам участвующих субъектов в политической, военной, экономической и иных областях [4, с. 168].

В определении даётся чёткое указание на участников «переговоров», делается акцент на необходимости выявления их истинных намерений, отмечается мирное, интеллектуальное противоборство при добровольности процесса, что позволяет оттенить одновременное сочетание внешне спокойного действия с концентрированным напряжением мышления, направленного на творческое преодоление противоположных аргументов. Положение о «последующем достижении максимально возможных результатов...» заключает в себе не только состязательную специфику переговоров и предполагаемые итоги, но и ставит задачу о необходимости прогнозирования дополнительных организационных усилий.

Предлагаемое определение подразумевает соответствующий уровень подхода к «международным переговорам» со стороны самых высших государственных инстанций. Кроме того, в нём заложена и квинтэссенция целеполагания международных многосторонних «переговоров», которые ведутся, как это было уже отмечено выше, для последующего достижения максимально возможных результатов, отвечающих национальной безопасности и национальным интересам участвующих сторон в политической, военной, экономической и иных областях.

Список литературы

1. Коваленко Б. В., Пирогов А. И., Рыжков А. И. Политическая конфликтология. М.: Ижица, 2002. 15 с.
2. Кулагин В. М. Международная безопасность. М.: Аспект Пресс, 2006. 67 с.
3. Лионель Б. Переговоры / пер. с франц.; под ред. И. В. Андреевой. СПб.: Нева, 2002. 134 с.
4. Цыганков П. А. Теория международных отношений: учеб. пособие. М.: Гардарики, 2002. 168 с.

УДК 339.133

Оксана Александровна Козлова

Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского

УРОВНИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ КОНЦЕПТУАЛЬНЫХ ПОДХОДОВ В МАРКЕТИНГЕ®

Эволюционная теория развития концепций маркетинга и современная свободная интерпретация значения концепций маркетинга исходя из разных сфер его применения, приводят к определенному диссонансу в изучении данной научной дисциплины. В связи с этим автором было предложено выделить пять основополагающих концепций: концепция совершенствования производства, концепция совершенствования товара, концепция интенсификации коммерческих усилий по сбыту, концепция маркетинга и концепция социально-этического маркетинга и определить их как *базовые концепты* в маркетинге. Появление новых концепций зачастую является продолжением и развитием уже существующих базовых концептов, понятийная и методологическая база маркетинга, в общем и целом, уже достаточно сформирована, поэтому нами было предложено выделить понятие *концептуальные подходы* в развитии маркетинга. Как правило, при формировании данных концептуальных подходов, в большей степени можно говорить о необходимости усиления использования разных методик и инструментов в концепциях маркетинга, нежели о формировании совершенно новой концепции с изменением целей деятельности компании.

Обоснование авторской методологической позиции основывается на представлении о необходимости взаимодействия концептуальных подходов в маркетинге при развитии рынка, что позволяет получить ряд преимуществ и на практике требует разработки соответствующего инструментария.

Аналитический обзор литературы, позволил выделить три основополагающих направления в изучении современных подходов к маркетингу, исходя из их комплементарности (Рис. 1).



Рис. 1. Авторская характеристика концептуальных подходов к изучению маркетинга