

ГЕОПОЛИТИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ КАК ОСНОВА ФИЛОСОФИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В XXI ВЕКЕ

Зубарева А.В.,

научный руководитель Стакутис Сергей Зигмасович

Сибирский Федеральный Университет

В геополитике есть два понятия, которых иногда называют геополитическим фольклором из-за их долгого изучения и, тем не менее, детальной неоднозначности: теллуократия и талассократия. Оба термина обозначают характер существования цивилизации или функционирования государства.

Теллуократия [1,с.15] определяет тип деятельности территориально-политического образования, населяющие народы которого консолидируют все возможные политические связи через освоение внутриконтинентальных пространств. Для талассократии [2] более важным представляется освоение морских и океанических путей. При этом, рассуждая о теллуократии и талассократии, нельзя говорить сугубо о политике. Оба термина характеризуют нечто большее, чем способ захвата власти. Неотъемлемой частью проявления того или иного типа существования цивилизации является менталитет людей.

Если в теллуократии освоение внутриконтинентальных пространств и любых других ресурсов производится через волю государственных деятелей или тех, кто, так или иначе, является официальной властью, то талассократия включает трансгрессивные действия по исследованию и фактическому захвату морских и океанических путей, осуществляемые также и в целях торговли.

Таким образом, трансгрессия в талассократии является мощнейшим историческим фактором для возникновения и развития торговли. Менталитет людей в странах, характеризующихся талассократией, обладает следующими признаками: мобильность, частное над общим, гибкость мышления и динамичность в целом. Очевидно, что теллуократия фактически является противоположным явлением: традиционность, общее ставится над частным, коллективизм и иерархичность. Конечно, это достаточно грубые обобщения, но именно их следует использовать для характеристики типа цивилизации. В ходе исторического развития и талассократия, и теллуократия потерпели некоторую размытость. Первый тип приобрел черты теллуократии, в первую очередь, из-за колониальной экспансии талассократических государств. Теллуократия же постепенно перенимает черты своего антипода в условиях, создающихся для этого необходимость.

Какая именно необходимость? Ее можно назвать предпринимательское развитие. Расширение производства предполагает не только увеличение внутренних возможностей (чистые инвестиции, амортизация, другие факторы), но и внешнюю экспансию компании (начиная от поиска новых связей и партнеров, заканчивая открытием подразделения в принимающей стране и приобретением статуса транснациональной корпорации).

Если наращивание внутренней мощности и внутреннее упорядочивание предприятия представляются закономерными процессами для увеличения прибыли, то внешняя экспансия, как правило, не является приоритетным направлением для многих компаний. Сравнительно редко компании на этапе своей стабилизации занимаются созданием собственных региональных подразделений, выход на международную арену представляется еще сложнее.

Вышесказанная ситуация касается Российской Федерации. России, согласно ее геополитическому положению, исторически свойственна теллуократия. Современные темпы адаптирования талассократических признаков довольно медленные, что негативно сказывается на экономике: так как общая ситуация на рынке отчасти формирует мышления российского предпринимателя в отдельности. Талассократия с ее индивидуализмом и гибкостью в менталитете сформировала необходимое для любого предпринимателя мышление, изначальную способность распространять влияние собственного бизнеса за поставленные пределы. Соединенные Штаты Америки – типичное талассократическое государство, характеризуется наиболее могущественными транснациональными корпорациями. При этом часть Европы, по своему геополитическому положению обладающая смешанными признаками талассократии и теллуократии, также показывает высокий индекс транснационализации предприятий. Кроме преобладания на европейской территории в наше время признаков талассократии, этому способствует и то, что ограниченные возможности рынков небольших стран Западной Европы заставляют их активно искать новые рынки сбыта и осуществлять свою деятельность преимущественно за рубежом.

Необходимость развития в России предпринимательской мобильности на всех уровнях проявляется еще в одном факторе – вступление РФ 22 августа 2012 года во Всемирную Торговую Организацию. Представляется невозможным постоянно выдерживать определенные рамки в международной торговле, площадкой для которой является ВТО, с целью избежать снижения экспорта высокотехнологичной продукции российского производства и реализации других аргументов критиков вступления. Следовательно, ключ к становлению российской экономики на новый уровень находится не только в руках государства, но и в руках каждого отдельного предпринимателя. Повышая мобильность в своей компании, ее восприимчивость по отношению к изменчивой конъюнктуре рынка, а также гибкость использования человеческого ресурса, предприниматель создает не только свой бизнес, но и оздоравливающую для национальной экономики конкуренцию.

Но возможность и желание модифицировать свой бизнес для его благоприятного внутреннего развития и внешней экспансии не могут постоянно поддерживаться с единственной целью получения прибыли. Прибыль, бесспорно, один из важнейших факторов. Тем не менее, постоянно возрастающий уровень внешней экспансии в совокупности с существованием компании в условиях конкуренции не сохраняются без масштабного общественного отклика. Здесь всегда зарождается и будет зарождаться неотъемлемый мотив значимого функционирования бизнеса – бизнес ради идеи. Бизнес, строящийся на идее, в которой нуждается или будет нуждаться общество, в силах, тем или иным образом, изменить экономическую ситуацию и не только ее.

Важна не только сама идея в ее первоначальном варианте, но также и все возможные модификации. Единственным критерием достойной модификации остается только главная цель воплощения идеи. Различные модификации являются не чем иным, как адаптацией идеи к внешней среде.

Все окружающее: талассократическая мобильность предприятия, гибкость использования человеческих ресурсов и восприимчивость к конъюнктуре – атмосфера для «взрачивания» идеи. И именно поэтому создание и организация подобной атмосферы является обязательной и необходимой для предпринимателей XXI века.

Список источников

1. Калашникова Лариса Валерьевна. Геополитика в системе факторов цивилизационного становления общества : Дис. ... канд. филос. наук : 09.00.05/Л.В.Калашникова - Саратов, 2005. - 165 с.-Библиограф.: 227-165.

2. Kelley L. Ross. The Fragility of Thalassocracy, Pericles to Heinlein [Электронный ресурс] // The Proceedings of the Friesian School - . – Режим доступа : <http://www.friesian.com/thalasso.htm> (дата обращения 13.03.2014)
3. Мэхэн, А.Т. Элементы морского могущества // Библиотека военной литературы [Москва,2003] Режим доступа: <http://militera.lib.ru/science/mahan1/01.html> (дата обращения 13.03.2014)