

ентированы на удовлетворение потребностей узкого круга потребителей, относящихся к III группе. Несмотря на разность предпочтений представителей этих классов, репертуарные методы позволят совершенствовать портфель товаров разнонаправленным предприятиям.

Выводы

Репертуарные решетки являются когнитивным методом, который позволяет выявлять скрытые потребности покупателей, что, в свою очередь, дает возможность предприятию выпускать товары, удовлетворяющие данные потребности, поддерживая высокий уровень рентабельности и конкурентоспособность в условиях инновационной экономики.

Литература

1. Абрамов В. Управление конкурентоспособностью экономических систем // Маркетинг. – 2004. № 5. с. 19-24.
2. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. 189 с.
3. Артемьева Е.Ю. Психология субъективной семантики. М., Изд. Моск. ун-та, 1980. 128 с.
4. Басовский Л.Е. Маркетинг: Курс лекций. – М.: ИНФРА-М, 2004. 219 с.
5. Барышева А.В., Балдин К.В., Галдицкая С.Н., Ищенко М.М., Передеряев И.И. Инновации: Учебное пособие. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2007. – 382 с.
6. Похилько В.И., Федотова Е.О. Техника репертуарных решеток в экспериментальной психологии личности // Вопросы психологии, № 3, 1984. с. 151-157.
7. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. – М.: Издательство «Финпресс», 1998. 416 с.
8. Инновационный менеджмент: учебник / ред. С.Д. Ильенковой. – М.: Юнити, 1997. 311 с.
9. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. – М.: «Бизнес-книга», «ИМА-Кросс. Плюс», ноябрь 1995. 702с.
10. Кураков Л.П., Краснов А.Г., Назаров А.В. Экономика: инновационные подходы: Учебное пособие. – М.: Гелиос, 1998. 600 с.
11. Молчанов Н.Н. Инновационный процесс: Организация и маркетинг. СПб.: Изд-во СПбГУ, 1995. 215 с.
12. Сребник Б.В. Маркетинг: Учеб. пособие для вузов. – М.: Высш. шк., 2005. 360с.
13. Титов А.Б. Маркетинг и управление инновациями. – СПб: Питер, 2001. 240 с.
14. Уваров А.Ф. Основы инновационной экономики: моногр. / Под. общ. ред. проф. Ю.М. Осипова. – Томск: Томск. гос. ун-т систем упр. и радиоэлектроники, 2007. 227 с.
15. Франселла Ф., Баннистер Д. Новый метод исследования личности: Руководство по репертуарным личностным методикам: Пер. с англ./Общ. ред. и прдисл. Ю.М. Забродина и В.И. Похилько. – М.: Прогресс, 1987. 236 с.
16. Грибанич В.М. Организационные формы разработки и освоения инноваций // Известия МГТУ «МАМИ» - М.: № 2 (14), 2012.

О необходимости межфирменной кооперации при повышении эффективности использования интеллектуальных капиталов компаний

д.э.н. проф. Хижняк А.Н., к.э.н. Светлов И.Е.

ГОУ ВПО «МГОСТИ»

8 (496)615-13-19, kafedraeim@yandex.ru

Аннотация. Использование модели «тройной спирали» в России позволит создать недостающие звенья между академической, фундаментальной наукой и бизнесом за счет кооперации их интеллектуальных капиталов. На современном этапе развития передовые фирмы осуществляют свои стратегические планы, основываясь на т.н. "ресурсной концепции фирмы", следствием чего являются стратегические инновации и сетевые формы организаций. Деятельность подобных интеллек-

туально-инновационных образований позволит ускорить переход отраслей национальной экономики на шестой технологический уклад.

Ключевые слова: интеллектуальный капитал, межфирменная кооперация, поглощающая способность, стратегия развития

Сводка о состоянии российской экономики в 1992-2008 гг., опубликованная Росстатом в 2010 году, отразила, что на 40% сократилось число научно-исследовательских организаций, а число их сотрудников уменьшилось в половину [9]. Кроме того за этот период оказались окончательно разрушенными взаимосвязи существовавшей цепочки передачи результатов научных разработок от академических институтов в прикладные, а затем в промышленность. Каждое из этих звеньев оказалось отделенным от остальных. Это привело к тому, что существенная часть промышленных предприятий предпочитает покупать готовые изделия в других странах, а не заказывать разработки в отечественных научных институтах.

Все это указывает на необходимость серьезной трансформации и модернизации модели российской экономики. В противном случае, даже существующий еще на текущий момент потенциал развития будет довольно быстро уменьшаться, не говоря о том, чтобы происходило его увеличение. Это вынуждает необходимость взаимодействия сферы образования, науки и производства с целью их органического интегрирования для развития национальной экономики [2].

Использование модели «тройной спирали» в России позволит создать недостающие звенья между академической, фундаментальной наукой и бизнесом за счет кооперации их интеллектуальных капиталов (ИК). Очевидным преимуществом внедрения в нашей стране данной модели является привлечение молодых специалистов в сферу инновационной деятельности, что особенно актуально в связи со снижением численности персонала, занятого научными исследованиями, и с прогрессирующим старением научных кадров [6].

При реализации этой модели деятельность университетов должна сводиться не только к образовательному процессу и проведению научных исследований, но и к созданию инновационных продуктов, тем самым – к активному участию в процессах модернизации и развития экономики. Классические университеты, согласно данной модели, превращаются в предпринимательские. Обучение в предпринимательских университетах должно стимулировать не только академическую, но и предпринимательскую деятельность учащихся и выпускников.

Один из разработчиков концепции предпринимательского университета Б.Кларк [4] подчеркивает, что важным условием эффективного функционирования предпринимательского университета является такой стиль управления, который обеспечивает гибкость и стратегическое взаимодействие с внешней средой. Этим деятельность предпринимательских университетов позволит воссоздать практику формирования научных школ, объединяющих выпускников за пределами университета и специализирующихся на решении определенного круга исследовательских задач.

Такой подход может стать основой разработки "национальной инвестиционной стратегии, которая обратила бы экспортные доходы государства и сырьевых компаний на обновление и развитие технологического, институционального и инфраструктурного каркаса страны" [11]. Таким образом, реализация российского экономического потенциала будет проводиться комплексно и с учетом взаимосвязей основных групп экономических субъектов страны.

Для эффективной реализации потенциалов необходимо учитывать и тот факт, что на современном этапе наиболее передовые фирмы осуществляют свои стратегические планы, основываясь на так называемой "ресурсной концепции фирмы", следствием чего являются стратегические инновации и сетевые формы организаций. При таком подходе основной целью становится "не подавление любой ценой соперника в рыночной конкуренции, а создание

собственных, трудно копируемых другими фирмами организационных компетенций как залога лидерства в бизнесе" [8]. Следовательно, фокус управленческого внимания все больше смещается в сторону эффективного использования внутренних ресурсов с акцентом на нематериальные составляющие, формирующие потенциал самой фирмы и опосредовано соответствующей отрасли.

Наиболее наглядно преимущества сотрудничества государства и бизнеса в рамках "тройной спирали" можно проиллюстрировать на примере Кремниевой долины и развития компании Google. Поддержка университета на начальной стадии проявлялась в предоставлении технического оборудования, лаборатории и в поиске венчурных инвесторов.

Использование такого подхода для создания достаточного количества сетей с целью сотрудничества между всеми разрозненными элементами позволяет решать задачи по реанимации системы промышленного использования и коммерциализации новшеств на основе взаимодействия университетов, научных центров и промышленности.

Объединение разрозненных потенциалов отраслей и фирм в подобные сетевые структуры формирует синергетический эффект на приоритетных направлениях развития национальной экономики. Но создание таких сетей определенно потребует трансформации систем управления различных уровней и систем их информационного обеспечения, поскольку существующая отчетность не всегда позволяет идентифицировать скрытые резервы роста. К числу таких внутренних источников развития относится интеллектуальный капитал организации [6].

Таким образом, при переходе к инновационному развитию экономики возникает необходимость рассмотрения возможностей организации межфирменной кооперации компаний и организаций на основе взаимодействия элементов их ИК.

По мнению ряда экспертов [3], на современном этапе развития экономики на первый план выходят неценовые факторы конкурентоспособности. Даже конкурентные преимущества в виде новых продуктов и технологий становятся непостоянными. Продукты могут быть клонированы, технологии дублированы, новые мощности созданы заново. Главное конкурентное преимущество происходит из развития навыков, приобретенного опыта, инновационных возможностей, ноу-хау, понимания рынка, баз данных, систем обмена информацией, т. е. из элементов ИК [3]. При этом данные нематериальные активы отвечают общим требованиям, предъявляемым к ресурсам как к источникам конкурентоспособности, т.е. обладают ценностью, редкостью, сложностью перемещения, копирования и замещения.

На сегодняшний день нет единой точки зрения на структуру элементов ИК, что вносит дополнительные сложности в анализ. Отсутствие единства мнений в отношении трактовки самого понятия "интеллектуальный капитал" подразумевает и различные интерпретации его составляющих. Отдельные авторы [1] даже предлагают использовать более широкую категорию "неосвязаемый капитал", позволяющую учесть некоторые факторы, не входящие в ИК, учитывающие при этом требования существующих стандартов бухгалтерского учета. Обзор основных подходов и классификаций представлен в монографии Г.П. Сорокиной, А.В. Захарова, Д.А. Боронникова [1].

Если рассматривать ИК как объединенную и систематизированную компетентность сотрудников и организационные системы, позволяющие реализовать инновационные возможности организации, то его структуру определяют человеческий, организационный и клиентский капиталы - модель "Skandia Value Scheme" [1].

Границы между этими компонентами ИК носят условный характер, поскольку все составляющие находятся в тесном взаимодействии друг с другом. Такая структура позволяет целостно представить все имеющиеся у компании интеллектуальные активы и наилучшим образом позволяет иллюстрировать возможности интеграции интеллектуальных капиталов компаний.

Обычно в рамках организации акцент делается на какой-либо одной составляющей ИК,

хотя некоторые исследователи рассматривают одновременно все аспекты управления знаниями [3].

В условиях глобализации мировой экономики, интеллектуальный капитал становится тем базисом, на котором основываются долгосрочные стратегии всех субъектов инновационного развития национальных экономик, поскольку стратегические цели организации учебных заведений коррелируют со стратегическими потребностями предприятий в кадрах и инновационных разработках.

Подробнее данную ситуацию можно представить следующим образом. Инновации, как правило, относятся к организационному капиталу предприятия, но источником их являются люди, т.е. человеческий капитал. Качественный уровень последнего в целом зависит от того, каких специалистов выпускают образовательные учреждения. Востребованность выпускников определяется количеством взаимосвязей и интенсивностью взаимодействия вузов и предприятий, что отражается в клиентском капитале вуза. Таким образом, клиентский капитал вуза определяется с одной стороны организационным капиталом предприятия (внешний фактор), а с другой - человеческим и организационным капиталом самого вуза (внутренний фактор). Эффективность организационного капитала предприятия определяется человеческим капиталом, совершенствование которого может происходить через формирование заказов учебным заведениям, что приводит к увеличению клиентского капитала учебных заведений. Определив стратегию развития предприятия, необходимо сформулировать требования к клиентскому капиталу вуза на основе прогнозируемой характеристики организационного капитала предприятия [10].

Клиентский капитал – это система деловых взаимосвязей компании с клиентами, поставщиками, партнерами и пр. Он может характеризоваться такими качествами, как степень проникновения, распространение, постоянство, уверенность в том, что потребители и впредь будут отдавать предпочтение данной компании.

Для сохранения и развития деловых связей с предприятиями вуз должен использовать принципы корпоративного управления. Причем, как подчеркивает президент Сиракузского университета Нэнси Кантор, корпоративное управление относится в первую очередь не к финансовой составляющей, а к выполнению миссии вуза, к использованию ИК для общественного блага. Таким образом, наличие корпоративной культуры в образовательном учреждении означает гибкость в реагировании на запросы рыночной среды, компетентность, предприимчивость и «клиентоориентированность» вуза [6].

Данное обстоятельство подчеркивает значимость клиентской составляющей части ИК организации в реализации инновационных проектов. Именно в экономике знаний, как отмечалось выше, роль сетевых отношений резко возрастает. Некоторые исследователи даже выделяют отдельное понятие "социальный капитал", понимаемый как капитал отношений в рамках социальных сетей.

Например, университеты всегда являлись генераторами социальных сетей. Особенно те из них, которым удавалось создавать эффективные сообщества выпускников. В большей мере в этом направлении преуспели бизнес-школы, которые научились создавать в ходе образовательного процесса профессиональные сообщества выпускников, поддерживающих друг друга в бизнесе и управленческой деятельности.

Рассмотренный пример лишь один из возможных, однако подобное межфирменное взаимодействие на базе интеллектуальных активов может осуществляться и в других сферах, другими участниками рынка.

Таким образом, создание эффективной инновационной системы, позволяющей реализовать научно-технический потенциал, в России должно быть ориентировано, прежде всего, на формирование технологических сетей, которые представляют собой совокупность экономических субъектов, взаимодействующих друг с другом на всех этапах инновационного процесса на базе активного взаимодействия элементов интеллектуального капитала.

Компании не добьются успеха на рынке, если они внедряют бизнес-практики случайным и нескоординированным образом, растрачивая ограниченные ресурсы на неэффективные действия [5].

Возрастающее внимание к организационным инновациям в производственных компаниях отражает устойчивые конкурентные преимущества, являющиеся следствием более совершенных динамических способностей. Основанная на знаниях конкуренция доказывает значимость обучающих альянсов (learning alliances) как быстрого и эффективного способа развития данных способностей [5].

Указанные обстоятельства показывают необходимость межфирменной кооперации для повышения эффективности использования интеллектуальных капиталов предприятий и поддержания конкурентоспособности субъектов рынка.

Формирование институциональных структур производства и вуза неотделимо от анализа транзакционных издержек, сопутствующих каждому варианту взаимодействия. В теоретическом аспекте решение задачи сводится к определению оптимального размера фирмы. Перевод предмета исследования в практическую плоскость означает решение классической проблемы „make or buy“: производство товара или оказание услуги своими силами (make), получением данного ресурса в рамках внутрифирменного взаимодействия («гибридного соглашения») или покупкой у внешнего поставщика (buy) [7].

Подобная проблема существует и в сфере поиска и подбора кадров для формирования человеческого капитала промышленных предприятий. Примеры каждого из направлений можно найти в практике деятельности начиная от корпоративных университетов, специализированных программ и заканчивая приемом старшекурсников из разных вузов на практику в компанию.

Выбор институциональных альтернатив следует рассматривать с точки зрения сравнения транзакционных и производственных издержек, сопряженных с каждым способом организации [7]. Однако рост специфичности активов в современной экономической системе предполагает сдвиг предпочтений в пользу внутренней организации и взаимодействия.

Взаимодействия участников в межфирменной кооперации регулируются отношенческими (обязательственными) контрактами, которые складывается в условиях долговременных, сложных и взаимовыгодных отношений между сторонами, в основе которых лежит обоюдная заинтересованность в их продолжении. Вследствие этого сотрудничество становится непрерывным, а неформальные условия играют более значительную роль, чем формальные пункты. При этом нормой, на которую потенциально могут ссылаться обе стороны, являются все отношения в целом, а не первоначальный контракт. Многие исследователи сравнивают подобные модели сотрудничества с родственными или семейными узами. Фактически же происходит активное взаимопроникновение ИК контрагентов.

Экономические выгоды межфирменной кооперации заключаются в снижении транзакционных издержек, возникновении отношенческих квази-рент и создании механизмов управления ресурсной зависимостью сторон, позволяющих снизить вероятность оппортунистического поведения участников [7].

Такие механизмы могут найти выражение в организационных капиталах участников взаимодействия. При этом под ресурсами следует понимать и НМА, в том числе создаваемые в результате такого взаимодействия, о чем говорилось выше. Приобретение новых специализированных знаний следует оценивать как мотив межорганизационного сотрудничества [12].

Таким образом, совместная деятельность партнеров может генерировать ренты на основе более совершенных рутин по передаче знаний. Рутин по межфирменному обмену знаниями можно определить как некоторый регулярный набор межфирменных взаимодействий, позволяющий передавать, рекомбинировать или создавать специальные знания. В случае долгосрочных отношений между фирмами неявные знания усваиваются лучше в силу того, что у фирм развивается специфическая поглощающая способность к партнерам [7].

Поглощающая способность — это то, что позволяет фирме эффективно получать и использовать как внешние, так и внутренние знания, которые, в свою очередь, влияют на способность фирмы к инновациям и адаптации к меняющейся внешней среде и на ее конкурентоспособность [5].

Факторы, влияющие на поглощающую способность фирмы, могут быть в широком смысле разделены на внутренние и внешние. Внутренние факторы включают организационную структуру, размеры фирмы, стратегию, предшествующие знания и способность организации к реагированию. Все это может рассматриваться как составляющие организационного капитала фирмы. Внешние факторы объединяют внешнюю знаниевую среду и позицию фирмы в сетях знаний [5]. Таким образом, можно в очередной раз подчеркнуть тесную взаимосвязь клиентского капитала фирмы и ее организационного капитала и необходимость комплексного управления ими.

Насколько успешно фирма может собирать воедино различные поглощающие способности ее сотрудников, определяется ее комбинаторными способностями. Существуют три типа комбинаторных способностей: 1) системные способности — формализованные процедуры и политика фирмы; 2) координационные способности — отношения между членами группы, которая создается формально или возникает как результат взаимодействия или рабочей ротации; 3) способности к социализации — способность фирмы создавать идеологию, объединяющую сотрудников [5]. Таким образом, еще раз подтверждается взаимосвязь человеческого капитала фирмы, опосредованная организационным капиталом, с клиентским капиталом этой же фирмы, выраженном в положении фирмы в сетях знаний.

Важность структурного капитала фирмы (как симбиоза человеческой и организационной составляющей) подчеркивается и таким показателем, как способность организации фирмы к реагированию: это гибкость и скорость реакции и действий на основе отобранной из внешней среды информации. Поскольку поглощающая способность измеряет способность фирмы адаптироваться к изменениям внешней среды, то чем выше способность фирмы к реагированию, тем сильнее ее поглощающая способность [5].

Но способность фирмы использовать внешние знания часто является побочным продуктом ее исследований и разработок, что важно с точки зрения конкурентоспособности. Ряд исследователей рассматривали степень воздействия внешнего технологического развития на внутренние исследования и разработки. В некоторых случаях внешние технологии могут демотивировать фирму вкладывать в собственные исследования и разработки, а в других, наоборот, — послужить стимулом для таких вложений. Поэтому фирмы, которые зависят исключительно от совместных исследовательских программ, могут не добиться в этом успеха, так как им нужно развить у себя внутри достаточную квалификацию, чтобы суметь использовать результаты внешних исследований [5].

Развитие поглощающей способности фирмы с помощью развития ее основных элементов — индивидуальных поглощающих способностей сотрудников, а фактически человеческого капитала — является важнейшей задачей. Здесь, помимо непосредственного обеспечения фирм знаниями, наибольший вклад могут внести университеты [5]. При этом государство может сыграть важную роль, оказывая финансовую поддержку как университетам, так и фирмам.

На основании изложенных принципов модель межфирменной кооперации (рисунок 1) может быть представлена как механизм интеграции интеллектуальных капиталов отдельных хозяйственных единиц.

При функционировании этого механизма доверие в партнерских отношениях повышается в силу воздействия следующих факторов: обозначение намерения сотрудничать на долгосрочной основе; повышение интенсивности и масштабов информационного обмена; создание механизмов обеспечения взаимных гарантий.



Рисунок 1. Модель межфирменного взаимодействия

В свою очередь, каждое повышение уровня доверия позволяет осуществлять транзакции с меньшими издержками. В этом случае агенты охотнее осуществляют инвестиции в специфические активы, необходимые для осуществления сотрудничества. В дальнейшем развитии эти инвестиции служат своеобразной гарантией стабильности создаваемых структур. Т.е. первоначально сформированный клиентский капитал начинает оказывать воздействие на состояние других элементов ИК фирмы, повышая его конкурентоспособность и устойчивость. Ярким примером подобного сотрудничества является кейрецу (круг квазипостоянных поставщиков) автомобильной корпорации Toyota [7].

Совершенствование вышеозначенных форм взаимодействия экономических субъектов позволяет на приоритетных направлениях развития национальной экономики «нарастить» необходимый объем инновационной инфраструктуры, ускоряющей процессы вывода на рынок инновационной продукции и способствующей увеличению потенциальных возможностей экономики РФ.

Формирование новых малых и средних предприятий в наукоемкой сфере зависит от качественной работы центров по продвижению технологий (ЦПТ) и центров трансфертов технологий (ЦТТ). Такие организационные структуры могут быть созданы в рамках ИК университетов. В России роль ЦПТ сводится к выполнению ограниченного числа функций (грантовые и патентно-лицензионные услуги) из-за низкой коммерциализации своих работ, недостатка специализированных знаний персонала, проблем менеджмента. Сотрудничество с ведущими мировыми университетами позволит решать указанные проблемы путем внедрения передового зарубежного опыта в создании ЦТТ. Так, в Массачусетском технологическом институте, Стэнфордском, Бостонском и ряде других зарубежных университетов ЦТТ являются их структурными подразделениями. Интеграция таких центров в университетскую структуру способствует увеличению инвестиций в инновации, позволяет оказывать информационные, патентные и лицензионные услуги администрациям самих университетов, отдельным ученым, инженерам, предпринимателям и представителям региональных органов государственной власти, а также осуществлять работу по грантам, по защите прав интеллектуальной собственности, по сбору роялти. В конечном итоге их деятельность позволит более эффективно использовать ИК университетов, поскольку ЦТТ обеспечивают условия для передачи новых технологий в государственный и частный секторы.

Выводы

Деятельность подобных интеллектуально-инновационных образований позволит ускорить переход отраслей народного хозяйства на шестой технологический уклад.

Литература

1. Сорокина Г.П., Захаров А.В., Боронников Д.А. Нематериальные составляющие конкурен-

- тоспособности. Монография. / Г.П. Сорокина, А.В.Захаров, Д.А. Боронников - М.: МГТУ"МАМИ", 2011. 322 с.
2. Формирование научного и кадрового потенциала для инновационной модели развития России (практика университета) / В.И.Кравцова и др.: Под науч. ред. В.И.Кравцовой, В.А.Васина - М.: Издательство НИИ ПМТ, 2010. с. 380-381.
 3. Гапоненко А.Л., Орлова Т.М. Управление знаниями. Как превратить знания в капитал / А.Л. Гапоненко, Т.М. Орлова. - М.: Эксмо, 2008. 400 с.
 4. Кларк Б.Р. Создание Предпринимательских Университетов: Организационные Пути Трансформации. Вопросы в области Высшего Образования. - Оксфорд: Pergamon Press для Международной Ассоциации Университетов, 1998.
 5. Управление знаниями: Хрестоматия. 2-е изд. /Пер. с англ. под ред. Т.Е. Андреевой, Т.Ю. Гутниковой; Высшая школа менеджмента СПбГУ. Спб.: Изд-во "Высшая школа менеджмента", 2010. 514 с.
 6. Голубкин И.В., Светлов И.Е. Роль интеллектуального капитала университетов в формировании инновационной экономики. // Научно-практический журнал Экономика, Статистика и Информатика. Вестник УМО - № 5, 2011. с. 9-13.
 7. Добрынин Н.А. Организация системы межфирменной кооперации на предприятиях отечественного автопрома. Автореф. дис. ... канд. экон. наук / Н.А. Добрынин - Коломна, 2011 24 с.
 8. Катъкало В.С. Место и роль ресурсной концепции в развитии теории стратегического управления // Вестник Санкт-Петербургского Университета. 2003. Сер. 8 Вып. 3 (24) с. 3-17.
 9. Примаков Е.М. Достижения не должны заслонять проблемы. // Российская газета. 2011. № 5 (5381) с. 6.
 10. Светлов И.Е. Оценка интеллектуального капитала при организации подготовки специалистов для промышленных предприятий. автореф. дис. ... канд. экон. наук / И.Е. Светлов. - Коломна, 2007 - 25с.
 11. Степашин С.В. // Российская газета. 2011. № 3 (5379). с. 4.
 12. Hamel G. Competition for competence and interpartner learning within international strategic alliances. // Strategic Management Journal 1991. P 83-103.

О либерализме, неолиберализме, монетаризме и линии экономической политики в деятельности российских реформаторов

к.э.н. доц. Гниненко А.В.

Университет машиностроения

8-916-551-74-23, alexx-ganin@rambler.ru

Аннотация. Интерпретация идей либерализма, особенно интенсивно насаждаемая в России в 1991–2000 гг., предусматривала сокращение области государственного регулирования до беспрецедентного уровня, не имеющего научных и практических оснований для признания его либеральным в сравнении с западными понятиями либерализма и либеральной экономики, и подведения экономики и социальной сферы России к «точке невозврата» в группу научно-технологически и индустриально и постиндустриально развитых стран. Учитывая разрушительные результаты внедрения интерпретации монетаристской и «неолиберальной» идеологии в России, автор рассматривает монетаризм как изначально неэффективную «специальную экспортную модель псевдолиберализма», как акт глобальной недобросовестной конкуренции или как интеллектуальную экономическую провокацию с целью устранения России в качестве глобального и стратегического конкурента.