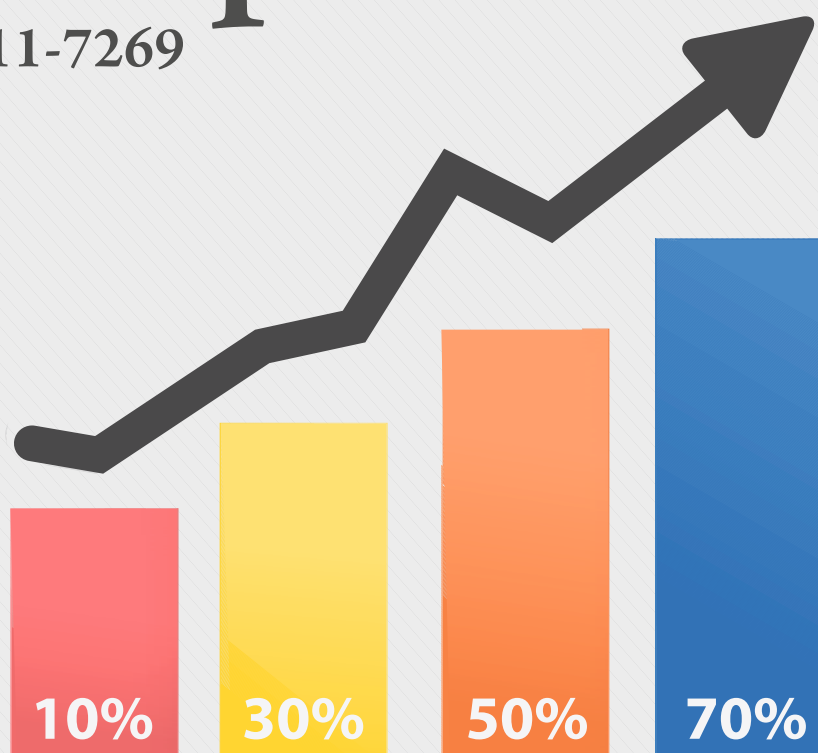




САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ
(ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ)

Экономический вектор

ISSN 2411-7269



№3(18)
2019

Экономический вектор



Санкт-Петербург
2019

"Экономический вектор"
№ 3(18)2019

Учредитель:

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Санкт-Петербургский государственный технологический институт (технический университет)" (СПбГТИ(ТУ))

Главный редактор

Табурчак Пётр Павлович, д.э.н., проф.

Зам. главного редактора

Викуленко А.Е., д.э.н., проф.

Ответственный секретарь

Салько Д.Ю., к.э.н., доцент;

Корректор

Воронова Т.Б.

Редакционная коллегия:

Табурчак А.П., д.э.н., проф.,
Кондрашова Е.А., д.э.н., проф.;
Колесников А.М., д.э.н., проф.,
почётный работник высшего
профессионального образования РФ;
Цацулин А.Н., д.э.н., проф.,
почётный работник высшего
профессионального образования РФ;
Любарская М.А., д.э.н., проф.;
Тумин В.М., д.э.н., проф.;
Фраймович В.Б., д.э.н., проф.;
Лапинкас А.А., д.э.н., проф.;
Полярус А.В., д.э.н., проф.;
Дорошенко Ю.А., д.э.н., проф.;
Попков В.П., д.э.н., проф.;
Воронов А.А., к.э.н., доцент;
Синицына А.А. (Севергина А.А.), к.э.н.,
доцент;
Дудырева О.А., к.э.н., доцент

Индекс журнала в Объединённом каталоге
"Пресса России" – 93604

Журнал включён в базу данных "Российский
индекс научного цитирования" (РИНЦ), раз-
мещаемой на платформе Научной электрон-
ной библиотеки на сайте <http://elibrary.ru/>

При перепечатке ссылка на журнал обяза-
тельна

Точка зрения редакции может не совпадать
с мнением авторов статей

© Издательство СПбГТИ(ТУ), 2019

© Коллектив авторов, 2019

Периодическое издание

"Экономический вектор"
№ 3(18)2019

Главный редактор

Табурчак Пётр Павлович, д.э.н., проф.

Ответственный секретарь, Салько Д.Ю., к.э.н., доц.
тел. (812) 316-47-01, e-mail: info@economicvector.ru

Подписано в печать 15.09.2019. Сдано в набор 25.09.2019.

Печать цифровая. Формат 60х80/8.

Объём 9 усл. л. Бумага офсетная. Тираж 300 экз.

Свидетельство о регистрации СМИ ПИ № ФС77-60619 от 20 января 2015 года
Выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и
массовых коммуникаций (Роскомнадзором)

Издательство Санкт-Петербургского государственного технологического института
(технического университета), 190013, Санкт-Петербург, Московский пр., 26.
Тел. (812) 316-47-01

Отпечатано: Типография "С-ПРИНТ", СПб., ул. Обручевых, д. 7

Содержание

I. ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ И ИСТОРИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ МЫСЛИ. ФИЛОСОФИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАУКИ

Викуленко А.Е. Характеристика развития экономической системы России.....	5
Черненко В.А., Юрьев С.В. Теоретические и методологические аспекты сделок слияния и присоединения.....	13

II. ИНСТИТУЦИОНАЛИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ: ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ

Буторин М.В. Административная реформа и последствия реорганизации органов рыбо- охраны.....	21
Колесников А.М., Храповицкая Е.М. Эффективность корпоративной культуры и её влияние на деятельность организации.....	24
Пахомова Е.А., Грасс Е.Ю. Современные тенденции в области социально-экономического развития	29

III. ПРОБЛЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА. ЛОГИСТИКА

Наумов М.С., Соколова Я.В. Цепочка создания ценности в призме стратегического планирования...	33
--	----

IV. ЭКОНОМИКА ПРОМЫШЛЕННОСТИ. ЭКОНОМИКА ТРУДА. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ОТРАСЛЕВЫХ КОМПЛЕКСОВ И РЕГИОНАЛИСТИКИ

Яворский Е.Д., Балукова В.А. Исследование сущности управления производственными программами промышленного предприятия.....	41
--	----

V. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ СФЕРЫ УСЛУГ

Перлова Ю.В. Прямое и косвенное побуждение в рекламных слоганах.....	46
Шуманская А.Б. Экономическая характеристика инновационного развития объектов ин- фраструктуры спортивно-оздоровительных комплексов в условиях регу- лируемого рынка.....	49

VI. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИЯМИ. МОДЕР- НИЗАЦИЯ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ: СТРАТЕГИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ

Васильева Т.В., Козлова В.М. Сущность, структура и особенности мобильной коммерции как формы предпринимательства.....	56
Карцева А.К. Проблемы анализа и структурирования системы цифровой экономики России.....	61
Лазарева Е.Н. Цифровая экономика: сущность, структура и особенности развития в Рос- сии.....	65

Цацулин А.Н., Рыба Н.Н., Викуленко А.Е. Вопросы развития инновационного предпринимательства фармацевтической кластерной структуры	70
---	----

VII. ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКО-МАТЕМАТИЧЕСКОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ. БИЗНЕС-ИНФОРМАТИКА

Антохина Ю.А., Соколов И.К. Модель глобальной продовольственной безопасности	75
--	----

И. ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ И ИСТОРИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ МЫСЛИ. ФИЛОСОФИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАУКИ

УДК 338.262 (100)

А.Е. Vikulenko

CHARACTERISTICS OF DEVELOPMENT OF ECONOMIC SYSTEM OF RUSSIA

The article gives a description of the development of the Russian economic system, reveals the concepts of "Market Monetary System", "Command and Administrative System (CAS)", "Mixed System", "Liberal-Market Economic System", reveals their essence; the concept of dialectical materialism is considered: the spiraling development of society in Hegelian and Marxist dialectics, and the concept and need for the transition of our country to a system of popular liberal market post-industrial society that allows the state and people to provide sharp innovative development of the economy and its further effective development are given.

Keywords: development of the economic system of Russia, the concepts of "Market Monetary System", "Command and Administrative System (CAS)", "Mixed System", "Liberal-Market Economic System", spiral development of society in Hegelian and Marxist dialectics; the need for a transition to a popular liberal market post-industrial society.

А.Е. Викуленко¹

ХАРАКТЕРИСТИКА РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ РОССИИ

В статье даётся характеристика развития экономической системы России, раскрываются понятия "Рыночная монетарная система", "Командно-административная система (КАС)", "Смешанная система", "Либерально-рыночная экономическая система", раскрываются их сущности; рассматривается концепция диалектического материализма: спиралевидное развитие общества в гегелевской и в марксистской диалектике и приводится понятие и необходимость перехода нашей страны на систему народного либерально-рыночного постиндустриального общества, позволяющего дать государству и народу резкое инновационное развитие экономики и дальнейшее её эффективное развитие.

Ключевые слова: развитие экономической системы России, понятия "Рыночная монетарная система", "Командно-административная система (КАС)", "Смешанная система", "Либерально-рыночная экономическая система", спиралевидное развитие общества в гегелевской и в марксистской диалектике; необходимость перехода к народному либерально-рыночному постиндустриальному обществу.

Характеристика экономической системы государства – эта основа его существования (политики и экономики) и его дальнейшего развития. Экономическая система государства – это законодательно установленная совокупность принципов, правил, норм, определяющих форму и содержание основных экономических отношений, возникающих в процессе производства и потребления продукта. Экономические системы и их развитие на всём протяжении развития человечества заключаются в различных подходах и методах решения экономических проблем. Экономические системы на протяжении существования государств осуществляются по способу производства; форме организации производства; по уровню развития производительных сил; степени взаимодействия с окружающей средой [2].

В целом, экономические системы подразделяются на:

1. Рыночную монетарную систему, основанную на принципах и законах спроса и предложения, свободного предпринимательства, многообразия форм собственности на средства производства, рыночного ценообразования, договорных отношений между хо-

¹ Викуленко А.Е., – заведующий кафедрой финансов и статистики, доктор экономических наук, профессор; Санкт-Петербургский государственный технологический институт (технический университет), г. Санкт-Петербург
Vikulenko A.E., Head of the Department of Finance and Statistics, Doctor of Economics, Professor; St. Petersburg State Technological Institute (Technical University), St. Petersburg
E-mail: Viku20078@rambler.ru

зайствующими субъектами, ограниченного вмешательства государства в хозяйственную деятельность субъектов [1].

Данная форма имеет глобализацию хозяйственной деятельности; активную свободную конкуренцию собственников своей рабочей силы. Её перспективами развития является стремление укрепить рыночные отношения в стране, а также повысить уровень ВВП. Производится рост крупных, средних и мелких (малых) предприятий, частных предпринимателей, представителей малого и среднего бизнеса, т.е. создание и развитие среднего класса. Пока в России темпы инфляции несколько превышали темпы роста доходов, что характерно для кризисного времени развития рыночной экономики, особенно с учётом экономических санкций 2016–2018 гг., данная относительно медленная тенденция развития экономики страны сохранялась. Поэтому сегодня, в достаточно короткое время (1-2 года), государство должно, перейдя к эффективной рыночной системе, укрепить все свои основные позиции на мировом рынке.

2. Командно-административная система (КАС), которая имела государственную собственность на все экономические ресурсы и осуществляла деятельность по единому государственному плану, как основе единого хозяйственного механизма (управления, распределения и т.д.). Такой тип экономической системы в своё время был в России и характерен для ряда государств (Кубы, Албании и других стран).

3. Смешанная система носит многоукладный характер и сочетает черты командно-административной и рыночной экономики (т.е. представляет либерально-рыночную экономику), и соответствует принципам, которых придерживается страна. Система может изменяться в зависимости от смены политического курса, влияния других факторов и т.д. В настоящее время такая экономика характерна для большинства развитых стран мира (в том числе, для России, Китая, Швеции, Франции, Японии, Великобритании, США и др.). На базе разнообразных форм собственности в развитых странах функционируют различные типы хозяйства и предпринимательства, образуются разные сектора и уклады национальной экономики. Так возникают государственный (муниципальный) и частный (кооперативный, семейный и др.) сектора, что усложняет и социально сглаживает механизм рыночного и государственного регулирования, открывая возможности для движения страны к социальному консенсусу в условиях сотрудничества различных социальных групп. Следовательно, либерально-рыночная экономика, организованная на основе рыночной саморегуляции, при которой координация действий участников осуществляется отдельными фирмами и государством, является наиболее распространённой системой на данный момент. Такая либерально-рыночная экономика основана на принципах предпринимательства; многообразия форм собственности на средства производства; равенства и равных возможностей; рыночного ценообразования; договорных отношений между хозяйствующими субъектами; ограниченного вмешательства государства в хозяйственную деятельность. Либерально-рыночная экономическая система функционирования экономики общества, предполагает, что рынокотрегулирует общественное производство и распределение продукции наилучшим образом. При этом государство – один из многих участников рынка, которому принадлежит только право издавать законы и принуждать физических и юридических лиц соблюдать право налогообложения в их отношении.

Теоретически в либерально-рыночной экономической модели государство, собирая налоги, только формирует госбюджет для обеспечения потребностей своей политики (внутренней, внешней, оборонной), заказывает и покупает соответствующую продукцию на рынке [12].

Однако практически либерально-рыночная экономическая модель работает совершенно иначе. Деятельность предпринимателей на рынках подчинена максимизации их личных доходов и сокращению себестоимости и росту цен продукции каждого вида любыми путями, т.е. "свободный" рынок работает на удовлетворение только собственных интересов. Но, в принципе, если прибыль за пределами своего государства будет выше, чем в своём государстве, то производство будет перенесено за рубеж в ущерб национальным интересам общества. При этом максимизация доходов и сокращение себестоимости во многих случаях достигается нарушением нравственно-этических, технологических опасных норм общества, хотя при этом бизнес на пороках оказывается самым высококорентабельным, и для многих предпринимателей становится их личностной нормой поведения [9].

Большинство же членов общества, не являющихся собственниками капитала, доходы от которого позволяют жить, не работая по найму, представляет собой всего лишь "эксплуатируемый экономический ресурс".

Кроме того, в либерально-рыночной экономике существует огромный спекулятивный сектор, который вообще ничего не производит, являясь системным паразитом в обществе.

Однако, внутренний, внешний и мировой рынок, на глобальном уровне в отношении образа жизни страны, и развития её экономики, не способен экономически достигать поставленных политиками целей или жизненных идеалов народа, устойчивого и безопасного развития общества (фундаментальной науки, опытно-конструкторских разработок, образования, здравоохранения, многих видов художественного творчества и т.п.). Есть множество коммерчески эффективных видов деятельности (рынков), которые наносят вред обществу прямо или опосредованно, препятствуют общественному развитию общества.

Либерально-рыночная экономика приводит к тому, что часть населения становится "экономически избыточным", лишним трудовым ресурсом, и как неимущие, лишённые заработка потребители, уничтожаются (наркомания и т.п.), т.е. либерально-рыночная экономическая модель – античеловечна. Она приводит к поколениям массовой нищеты и бескультурия, запустения и биологического опустошения территорий. На фоне этого сверхбогатое меньшинство утверждает о лени, тупости и озлобленности простонародья, не желающего честно работать на эту систему, что подтверждается исторической практикой множества государств.

Таким образом, либерально-рыночная экономическая модель является де-юре и де-факто колонией и соответствует "десяти заповедям" "Вашингтонского консенсуса" по структуре их валового внутреннего продукта (ВВП) и экспортно-импортных балансов. Такие колонии, не обладающие экономическим суверенитетом (криптоколонии), работают на интересы только иностранного капитала [9].

О несоответствии реальной экономики в развитых в научно-техническом отношении государств либерально-рыночной экономической модели Дж. К. Гэлбрейт выделил в рыночной экономике (на примере США) две, взаимодействующие друг с другом подсистемы, "рыночную" и "планирующую" [10].

В "рыночной системе" множество фирм функционируют в условиях конкуренции на рынках товарной продукции. "Рыночная система" включает в себя большей частью мелкий и средний бизнес (главным образом семейный), который, в силу своей отраслевой принадлежности и специфики рынков, не имеет перспектив когда-либо стать крупным.

"Планирующая система" включает в себя большей частью крупные малочисленные корпорации, на основе внутрифирменного долгосрочного планирования и договоров о ценах, себестоимости продукции, объёмах производства, политике зарплаты и т.п. с другими фирмами, что устраняет конкуренцию между ними за рынки и покупателей. Сговор носит неформальный характер и потому не подпадает под действие антимонопольных законов и законов о нечестной конкуренции.

Целью деятельности фирм в "планирующей системе" является не максимум прибыли в краткосрочной перспективе, как в "рыночной системе", а приемлемый уровень гарантированных доходов на долгосрочных интервалах времени (как, например, в Китае). В удовлетворении потребностей общества и в разрешении его проблем они участвуют в пределах, которые не мешают решению их главной задачи – получению гарантированных приемлемых доходов на продолжительных интервалах времени. Если же интересы общества и его проблемы становятся помехой при осуществлении этой цели, то они подчиняют государство своим корпоративным интересам и навязывают свои интересы обществу в качестве его смысла жизни. Это создаёт общество потребления ради потребления, двигателем которого является стремление собственников капиталов к получению прибылей и сверхприбылей.

Либеральный рынок не является свободным, так как зависит от "финансового климата": распределения кредита по ссудным процентам в глобальных масштабах и бирж. В результате такого управления распределением кредитов (прежде всего долгосрочных, инвестиционных), одни государства могут быть экономически успешными, а другие обречены на нищету, бескультурие и т.п.

Следовательно, в образовании либерально-рыночного постиндустриального общества заложены следующие причины:

- совершенствование и развитие наукоёмких, ресурсосберегающих и информационных технологий (микроэлектроники, программного обеспечения, телекоммуникации, робототехники, производства материалов с заранее заданными свойствами, биотехнологии и др.);
- высокий образовательный уровень большинства работников;

- зависимость благосостояния значительной части населения в основном от их интеллектуального роста и совершенствования творческих способностей и квалификации.

В настоящее время Россия активно развивает полноценное постиндустриальное общество и переходит к системе нового качества жизни, в котором на первый план выходят социальные и духовные потребности человека. Россия имеет открытую экономическую систему, все возможности заниматься экспортом и импортом, а также заключать различного рода сделки с другими государствами, исключая установленные для неё в настоящее время европейскими странами "политико-экономические санкции".

Таким образом, Российская экономическая система имеет огромный потенциал и "пространство" для дальнейшего развития. Поэтому отметим, что Россия:

- по способу производства – капиталистическая страна;
- по форме организации производства – имеет смешанную экономику;
- по уровню развития производительных сил – постиндустриальная страна;
- имеет открытую экономическую систему (большое количество торговых и прочих связей между рядом мировых государств, несмотря на применённые к ней рядом стран политико-экономические санкции).

В настоящее время российская экономическая система, основанная на товарно-денежных отношениях, множественности форм собственности, свободной конкуренции производителей и граждан, выступающих собственниками своей рабочей силы, ориентирована на рынок [11].

Концепция диалектического материализма считает, что общество развивается по "спирали", в гегелевской и в марксистской диалектике, как философская наука об общих законах развития Мира, и включает три закона развития, объясняющих: куда идёт, как идёт и почему идёт развитие. Так, закон единства и борьбы противоположностей вскрывает источник и движущую силу, т.е. конечную причину развития. Закон перехода количественных изменений в качественные и наоборот выявляет механизм процесса развития, линию его мер. Закон отрицания отрицания, фиксирует направление спирали, т.е. её форму, направление и результат развития. В свете данного закона процесс развития структурно распадается на отдельные, относительно самостоятельные стадии, этапы, фазы, связанные с предыдущим отрицанием – необходимым элементом развития [3].

При спиральной форме развития точка исхода и точка возврата не совпадают; повторяемость относительна; нет возвращения к прошлому [4]. Но при этом, любая позиция на данном витке спирали находится над соответствующей позицией предшествующего витка (его историческое единство). Диалектика говорит, что всё в мире существует в единстве, поэтому в теории развития объединены цикличность и поступательность моделей развития и нет фактического возврата в исходное состояние. Следовательно, в диалектическом материализме модель процесса развития не является чисто полярной, она возвращает объект назад не в исходное, а в более высокое, на следующем витке спирали, состояние. Это и есть проявление первого закона диалектики, утверждающего более высокий уровень развития.

Однако, "ни в одной области, – писал К. Маркс, – не может происходить развитие, не отрицающее своих прежних форм существования" [5]. Для проявления закона "отрицания отрицания", нужно, как минимум, два отрицания, следующих друг за другом. В результате, из спиралей развития отдельных проблем выстраивается одна большая спираль общественного развития.

Но здесь возникает вопрос: "А что будет дальше? Следующий виток спирали, согласно вышеприведённому анализу, будет по диаметру меньше, чем предыдущий и, в конце концов, рано или поздно, спираль дойдёт до прямой линии (до точки)? А далее?". Поэтому в коротком и среднем периодах, на уровне определённого состояния системы и её существования, развитие по спирали чётко описывается. Но в длительном периоде времени развития, когда общество проходит за большой период времени несколько (множество) циклов спиралевидного развития, в которых каждая последующая спираль развития по диаметру менее предыдущей, общество в конце концов, приходит к определённой точке на вершине последней спирали, т.е. к дальнейшему развитию по прямой линии.

Следовательно, концепция общественно-экономической формации развития в коротком и среднем периодах, связана с периодами выделения отдельных типов общества и установления последовательности их смены. Общественно-экономическая формация (тип общества) – это целостная социально-экономическая система, определяемая производственно-экономическими отношениями между людьми,

переходом на другую, более высокую ступень развития: производительные силы – производственные отношения – социально-политическая надстройка, охватывающие пять форм общественного сознания: первобытнообщинную, рабовладельческую, феодальную, капиталистическую и посткапиталистическую (либерально-рыночную). Переход от одной общественно-экономической формации к другой осуществляется в результате конфликта между производительными силами и производственными отношениями [5].

Первобытнообщинный строй (первобытный коммунизм) – начальное, исходное состояние человеческого общества. Исторически оно сменяется рабовладельческим строем, тот отрицается феодализмом, а феодализм – капитализмом и далее либеральным капитализмом. Три отрицания, три разных общественно-экономических формации. Но природа у них одна – классово-антагонистическая. По этой причине они составляют первое (диалектическое, полное) отрицание. Первобытно-коммунистическая сущность исходного состояния человечества превращается в свою противоположность только в результате этого исторически триединого отрицания. Этим и заканчивается общественно-экономическое развитие, достигая своего исходного пункта на более высокой, технологической основе.

Но либерально-рыночной экономической моделью капитализма история ни в коем случае не заканчивается. В длинном периоде спираль истории будет раскручиваться и дальше, но куда и как? Смена общественно-экономических формаций происходит с исторической необходимостью. Ни одна из них не сходит с исторической арены прежде, чем разовьются (и будут исчерпаны) все её сущностные силы. Общество, в понимании К. Маркса, "не может ни перескочить через естественные фазы развития, ни отменить последние декретами" [6].

Это касается человеческого общества в целом, всемирной истории. Историческая логика развития отдельных обществ и стран не столь жёсткая. Здесь возможны различные отступления: сокращение каких-то закономерных этапов развития и даже, при умелом использовании исторического опыта ушедших вперёд наций, минование определённых общественно-экономических формаций (например, проблема азиатского способа производства). Органически вписать её в учение об общественно-экономической формации, в формационную последовательность всемирно-исторического порядка никому из марксистов так и не удалось.

Совершенно не ясно: откуда начинается история человечества? Ведь спираль развития обрывается снизу. Если продолжать двигаться по спирали вверх, то общество должно пройти коммунистическую формацию и вернуться к её отрицанию в виде рабства, но на более высоком уровне развития. Т.е. спираль тоже обрывается сверху. Поэтому исторический материализм отличается от диалектического, так как:

- перестаёт действовать закон "О переходе количественных изменений в качественные и обратно", так как коммунистическая формация базируется на одних и тех же производственных отношениях, т.е. изменятся только количественно;

- перестаёт действовать закон "Отрицания отрицания" в виде спирали, так как общество будет только количественно "возвышаться" само над собой в виде вертикальной прямой, выходящей из верхнего конца витка (точки), обозначающего коммунистическую формацию;

- перестаёт действовать закон "О единстве и борьбе противоположностей", согласно которому борьба противоположностей является источником развития, а их кульминация неизбежно приводит к замене старой формации на новую.

Эффективное развитие экономики нашей страны, функционирующей на основе либерально-рыночной экономической модели с учётом инновационной основы, требует выявления и устранения ошибок в системообразующих принципах, которые на 18-20 лет задержали перевод экономики на путь её инновационного развития.

Весь этот период страна находилась в кризисной стадии. Для решения этой важнейшей проблемы, ещё в 2014 г. В.В. Путин поставил вопрос о выведении экономики страны в режим устойчивого инновационного развития [7].

Сформированная в 2014 г. система управления общественным устойчивым развитием страны на основе либерально-рыночной экономической модели, работала без инновационного развития экономики, так как была не способна к эффективной модернизации, а в годы перестройки ещё и ухудшила её социально-экономическое положение. И только начиная с 2016 г., в результате более чёткого доверия к стабильному управлению страной, как великой и могущественной мировой державы, повышения жизненного уровня населения и увеличения продолжительности жизни и роста доли русского населения, в соответствующем объёме повысилась эффективность инновационного развития России.

Это произошло за счёт внедрения в систему управления образованием состоятельных социально-экономических теорий, на основе которых созданы управленческие решения, выражающие общественные интересы и повышающие экономическую эффективность развития государства.

Либерально-рыночная экономическая модель, в настоящее время широко применяемая за рубежом как идеал функционирования экономики общества, предполагает вмешательство (невмешательство) государства, как участника рынка, в экономическую деятельность без создания оптимального соотношения между общественным производством и распределением продукции. Государство, только собирая налоги, формирует госбюджет и финансирует программы обеспечения своей политики.

Целью деятельности фирм в "планирующей системе" является приемлемый уровень гарантированных доходов в длительном периоде. Поэтому они подчиняют государство своим корпоративным интересам и навязывают свои интересы обществу в качестве его смысла жизни [10].

Поэтому выход из-под власти такой либерально-рыночной системы, наносящей прямой и косвенный вред развитию народов России, возможен только путём внедрения процесса управления состоятельными решениями, эффективно влияющих на хозяйственный механизм и экономическую деятельность общества, т.е. внедрением экономической народной либерально-рыночной системы капитализма в России. Хозяйственный механизм должен обеспечить характер самонастройки производственных объектов, обеспечивающий выход народного хозяйства страны на оптимум с точки зрения единого общественного критерия, т.е. должна быть создана такая экономическая система, которая должна обеспечить свободу хозяйственной деятельности, при которой достигается единство общественных и индивидуальных интересов.

К числу таких сквозных ключевых проблем, на целевой стадии управления и реализации общих управляющих параметров по достижению поставленной цели в РФ, относятся:

- создание единой системы целеполагания – "единой пирамиды взаимосвязанных целей", направленных на достижение окончательного результата общества;
- построение единой системы соизмерения затрат и результатов, т.е. организация в рамках всего общественного производства сквозного измерения эффективности;
- построение непротиворечивой, целенаправленной системы согласования интересов различных элементов хозяйственной системы;
- обеспечение бесперебойности работы всех звеньев экономики в условиях непрерывности процесса функционирования.

Процесс принятия любого народнохозяйственного решения включает разработку информационно-сигнальной системы в экономике, обеспечивающей:

- а) соизмеримость результатов хозяйственной деятельности различных объектов;
- б) возможность агрегирования экономической информации;
- в) заинтересованность локальных производственных управленческих звеньев в повышении интегрального эффекта функционирования системы в целом.

Взаимодействия в экономической системе народного капитализма в России должны соблюдать эти три требования, для обеспечения внутреннего единства и согласованности в принятии хозяйственных решений.

Участвуя в едином экономическом процессе, ресурсы и продукты служат элементами экономической народной либерально-рыночной системы, обеспечивая сопоставимость затрат и результатов. Это объективная необходимость существования единой экономической системы хозяйственных процессов – наличие некоего "коэффициента приведения" разнородных потребительных стоимостей к единому количественно сопоставимому виду – "потребительской оценки", "производственной оценки", которые должны "взвешиваться" во времени с помощью определённого набора "весовых функций". Денежная оценка мотивов человеческого поведения определяет саму активность поведения людей в обществе, будь то стремление получить плату за свой труд, или стремление предпринимателей получить максимум прибыли на вложенный капитал. Такие психологические основания определяют как высоту заработной платы, так и предельный доход предпринимателя, поземельную ренту и т.д., т.е. лежат в основе рационального человеческого поведения.

В свою очередь, предельный доход, определяющий убывающую предельную полезность, лежит в основе убывающей доходности и предельной производительности, которые, исходя из предпочтений (структуры и вкусов потребителей, производителей, раз-

меров ссудного капитала и процента, запасов банковских ресурсов и т.п.), "возмущая" народное хозяйство, выводят его из состояния равновесия [11]. Поэтому предельный доход универсален и действует как в статическом, так и в динамическом плане, стимулирует всю хозяйственную деятельность страны и определяет "основной психологический закон" (по Кейнсу), – т.е. склонность людей к сбережениям или инвестициям, от которых зависит государственное регулирование экономики.

В народной либерально-рыночной экономической системе хозяйствования ценности, как ориентир принятия оптимальных экономических решений, образуют основу экономики живого труда в производстве. В результате строится межотраслевой баланс движения продукта и затрат, приращения которых обеспечивают достижение максимальных конечных результатов по всему кругу производимых продуктов.

Возможен и другой подход, когда строится оптимизационная модель народного хозяйства, состоящая из блоков: "верхнего", где осуществляется взвешивание и составление полезных эффектов различных предметов потребления, и "нижняя", где ставится задача минимизации затрат общественного труда на производство.

При обоих подходах экономическая полезность и затраты труда рассматриваются как два полюса выражения экономической ценности, между которыми должна существовать определённая пропорция. При первом подходе обеспечивается простой баланс экономической ценности; при втором – решение задачи в виде предельной полезности. Все остальные ограничения предполагаются общими для обеих задач (отсюда и название – "теорема взаимности") [11]. При втором подходе раскрывается теорема М.И. Туган-Барановского о пропорциональности предельной полезности их трудовым стоимостям, аналитически доказанная Н.А. Столяровым ещё в 1902 г., когда средние затраты труда равны предельным. Т.е. предельная полезность – есть функция трудовой стоимости. Решение первой задачи в "верхнем" блоке системы моделей, где осуществляется сопоставление полезных эффектов различных предметов потребления друг с другом, производится через функцию полезности как сумма индивидуальных функций предпочтения. В результате максимизации этой функции находятся "потребительские оценки" – частные производные этой функции, выражающие эффективную предельную полезность. Равновесие в бюджете потребителя достигается, когда отношение замены становится равным соотношению цен соответствующих потребительских благ [11].

Следовательно, существует равенство между отношениями предельных эффектов потребления и цен соответствующих продуктов и благ, т.е. формулируется принцип равенства предельных полезностей на единицу денег.

С другой стороны, если потребитель вынужден покупать какой-либо продукт по более высокой цене, то это, даже при неизменном денежном доходе, равносильно снижению реального дохода потребителя, особенно если данный продукт покупался в больших количествах ("эффект дохода"). Это проявляется в уменьшении спроса на остальные товары (исключение составляют малоценные продукты, спрос на которые при этом возрастает). Таким образом, зная реакцию цены на изменение спроса (мультипликатор), можно определять перспективы спроса, с одной стороны, и характер его изменений в доходе потребителя за относительно большой промежуток времени. Эффект замены и эффект дохода служат важными ценностными ориентирами при принятии потребителем оптимальных экономических решений. Поэтому оптимизация "верхнего" и "нижнего" блоков системы модели обеспечивает поиск оптимальных производственных оценок между всеми затратами экономических ресурсов [12].

Таким образом, при рассмотренных положениях народной либерально-рыночной экономической модели системы, которая учитывает практически основные эффективные свойства управления и хозяйствования, возможно и необходимо эффективное развитие России и его населения.

Список использованных источников

1. Современная экономика. Под ред. д.э.н. Мамедова О.Ю. – Ростов-на-Дону, 1998. – С. 147.
2. Сажина М.А., Чибриков Г.Г. Экономическая теория: учебник для вузов. – М.: Норма, 2001. – С. 33.
3. Гегель Г. Наука логики. Т. 3. – М.: Мысль, 1972.
4. Ленин В.И. Полное собрание сочинений. 5-е изд. Т. 29. – М.: Политиздат, 1958–1965.
5. Маркс К. и Энгельс Ф. Полное собр. соч. Т. 46, ч. 1. – М.: Политиздат, 1955–1981.

6. Маркс К. и Энгельс Ф. Полное собр. соч. Т. 42. – М.: Политиздат, 1955–1981.
7. Путин В.В. Совещание Госсовета по развитию отечественного бизнеса и повышению его конкурентоспособности 18.09.2014. <http://www.interfax.ru/business/397436>.
8. Проект "Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года" "Инновационная Россия – 2020", опубликованный Минэкономразвития в 2010 г., Интернет-ресурс: http://www.economy.gov.ru/minrec/activity/sections/innovations/doc20101231_0163.
9. Ананьин О., Хаиткулов Р., Шестаков Д. Вашингтонский консенсус: пейзаж после битвы. – Мировая экономика и международные отношения (МЭМО). – 2010. – № 12. – С. 15-27.
10. Гэлбрейт Дж. К. Экономические теории и цели общества. – М.: Прогресс, 1976. (J.K. Galbraith. "Economics and the Public Purpose". 1973).
11. Викуленко А.Е. Стратегическое управление инновационным устойчивым ростом и развитием химических предприятий. Монография. СПбГТИ(ТУ). – СПб.: Изд-во "Тандем", 2013. – 235 с.
12. Глухарёв Л.С., Викуленко А.Е. "Создание справедливого и эффективного ценообразования в России" // Экономический вектор. – СПб.: Изд-во: СПбГТИ(ТУ). – 2015. – № 3(02). – С. 36-44.
13. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов (англ. название: An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations).

УДК 336. 6

V.A. Chernenko, S.V.Yuryev

**THEORETICAL AND METHODOLOGICAL
ASPECTS OF MERGERS AND ACQUISITIONS**

The article discusses the theoretical and methodological basis of transactions, namely the interpretation of the concepts of "merger" and "accession" in terms of legislation, their principles and motives. The types of such transactions on various parameters, advantages and risks of their implementation are also considered. The tendencies of merger and accession development in Russia are also considered.

Keywords: the deal of merger and acquisition, the principle of synergy, the development trend of the market mergers and acquisitions.

В.А. Черненко¹, С.В. Юрьев²

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СДЕЛОК СЛИЯНИЯ И ПРИСОЕДИНЕНИЯ

В статье рассматривается теоретическая и методологическая база сделок, а именно трактовка понятий "слияние" и "присоединение" с точки зрения законодательства, их принципы и мотивы. Также рассмотрены виды таких сделок по различным параметрам, преимущества и риски их осуществления. Также рассмотрены тенденции развития слияния и присоединения в России.

Ключевые слова: сделка слияния и присоединения, принцип синергии, тенденции развития рынка слияния и присоединения.

В настоящее время многие компании хотят расширить свои виды деятельности, проникнуть и закрепиться на новых рынках. Стратегии такого расширения различны. Бывает, что организация самостоятельно выходит на новый рынок. Но есть и такие юридические лица, которые для достижения этой цели предпочитают пройти процедуру слияния или присоединения. Что скрывает в себе данная интеграция и как её понимать?

Определения терминам "слияние" и "присоединение" можно найти в Федеральном законе № 208-ФЗ "Об акционерных обществах" и в Федеральном законе № 14-ФЗ "Об обществах с ограниченной ответственностью". В том и другом трактовка схожа, отличается лишь парой слов. Возьмём за основу определение из первого закона.

"Слиянием обществ признаётся возникновение нового общества путём передачи ему всех прав и обязанностей двух или нескольких обществ с прекращением последних" [2].

"Присоединением общества признаётся прекращение одного или нескольких обществ с передачей всех их прав и обязанностей другому обществу" [2].

Итак, из определений видно, что обязательным условием слияния является образование нового юридического лица, а присоединения – сохранение самостоятельности юридического лица, которое поглощает другое.

Конечно же, существует многообразие сделок слияния и присоединения, которое требует небольшой классификации. Она представлена в Табл. 1 [5].

¹ Черненко В.А., заведующий кафедрой корпоративных финансов и оценки бизнеса, доктор экономических наук, профессор, Почётный работник высшего профессионального образования Российской Федерации; Санкт-Петербургский государственный экономический университет, г. Санкт-Петербург

Chernenko V.A., Head of the Department of Corporate Finance and Business Valuation, Doctor of Economics, Professor, Honorary worker of higher professional education of the Russian Federation; St. Petersburg State University of Economics, St. Petersburg

E-mail: chernenko1003@yandex.ru

² Юрьев С.В., доцент кафедры корпоративных финансов и оценки бизнеса, кандидат экономических наук; Санкт-Петербургский государственный экономический университет, г. Санкт-Петербург

Yuryev S.V., Associate Professor of the Department of Corporate Finance and Business Valuation, PhD in Economics; St. Petersburg State University of Economics, St. Petersburg

E-mail: piton1982@yandex.ru

Таблица 1 –Классификация типов слияний и поглощений компаний

Характер интеграции	– горизонтальные; – вертикальные; – родовые; – конгломератные: – с расширением продуктовой линии; – с расширением рынка; – чистые конгломератные слияния.
Национальная принадлежность	– национальные; – транснациональные.
Способ объединения потенциала	– корпоративные альянсы; – корпорации; – производственные; – чисто финансовые.
Отношение компаний к интеграции	– дружественные; – враждебные.
Условия интеграции	– слияния на паритетных условиях; – слияния не на паритетных условиях; – слияния с образованием нового юридического лица; – присоединения: – полное; – частичное.
Механизм интеграции	– слияния (присоединения) с присоединением всех активов и обязательств; – покупка некоторых или всех активов присоединяемой компании; – покупка акций компании: – покупка акций с оплатой в денежной форме; – покупка акций с оплатой акциями или другими ценными бумагами.

Как видно, основными признаками классификации выступают: характер интеграции, национальная принадлежность, отношение компаний к слиянию, способы объединения, условия слияния и поглощения и, наконец, механизм таких сделок. Теперь раскроем каждый из критериев более подробно.

Итак, в зависимости от характера интеграции существует:

- горизонтальная интеграция (объединение компаний, работающих в одной сфере бизнеса и производящих идентичную продукцию);
- вертикальная интеграция (объединение компаний, которые занимаются различными стадиями производства одного продукта);
- родовая интеграция (объединение компаний, которые производят взаимосвязанные товары);
- конгломератная интеграция (объединение компаний, не связанных между собой и работающих в разных отраслях).

В свою очередь последний вид интеграции подразделяется на:

- слияние с расширением продуктовой линии (получается, что в этом случае соединяются неконкурирующие товары, каналы сбыта и различные процессы производства);
- слияние с расширением рынка (в этом случае прибавляются дополнительные каналы реализации товаров);
- чистые конгломератные слияния (данный тип не предполагает никакой производственной общности фирм).

Критерий национальной принадлежности понимается легко, т.е. если объединяются компании из одной страны, это национальная интеграция. Если же этот процесс затрагивает компании из разных стран – транснациональная интеграция.

Следующий признак – способ объединения потенциала. Можно выделить:

– корпоративные альянсы (объединение нескольких участников только в одном конкретном виде деятельности, остальные направления деятельности ведутся независимо);

– корпорации (в этом случае происходит объединение уже всех активов).

Также сами корпорации подразделяются на производственное слияние (когда объединяются производственные мощности) и чисто финансовое слияние (предусматривающее централизацию финансовой политики без производственного объединения).

В зависимости от того, как компании относятся к интеграции, выделяют:

– дружественное слияние/присоединение (все участники согласны на интеграцию);

– враждебное слияние/присоединение (противоположное предыдущему).

В зависимости от условий сделок выделяют:

– слияния на паритетных условиях;

– слияния не на паритетных условиях;

– слияния с образованием нового юридического лица;

– с полным присоединением (получение контроля над всеми подразделениями);

– с частичным присоединением (получение частичного контроля над деятельностью).

И, наконец, при рассмотрении механизма интеграции можно выделить:

– слияние/присоединение с присоединением всех активов и обязательств, что влечёт за собой потерю статуса юридического лица присоединяемой компании;

– покупку некоторых или всех активов присоединяемой компании (в этом случае компания продолжает существовать с сохранением своей организационно-правовой формы);

– покупку акций компании.

Покупка акций может быть как в денежной форме, так и за счёт ценных бумаг.

Приведённая выше классификация позволяет сказать, что насчитывается достаточно много признаков, по которым слияния и присоединения могут быть классифицированы с разных сторон.

Зачем же фирмы проходят данную процедуру? Далее постараемся разобраться в мотивах слияния и поглощения.

Рассмотрим несколько точек зрения по данному вопросу. Саратовский А.Д. в своей работе [7] выделяет 4 основные группы мотивов сделок слияния и присоединения:

1) приобретение недооценённых фирм;

2) операционная синергия;

3) финансовая синергия;

4) личные мотивы менеджмента.

Приобретение недооценённых фирм. Иногда инвесторы могут совершать ошибку в оценке рыночной стоимости фирмы. Тогда в качестве прибыли покупатель имеет разницу между ценой покупки и стоимостью фирмы. Такая стратегия в большей степени основана на интуиции.

Операционная синергия. Такой мотив считается наиболее распространённым. Он включает в себя различные категории.

1. Эффект от масштаба. Он возникает чаще всего в тех случаях, когда имеет место горизонтальная интеграция. В результате эффекта либо увеличивается производительность, либо сокращаются издержки. В краткосрочной перспективе данный эффект может быть достигнут благодаря избавлению от дублирующих постоянных издержек, таких как административные, маркетинговые, а также издержки, связанные с продвижением товара.

2. Повышенная ценовая власть. Она появляется из-за ослабления конкуренции и расширения доли рынка.

3. Эффект сочетания различных функциональных сил. Он прослеживается, когда, к примеру, фирма с хорошо развитой маркетинговой деятельностью приобретает фирму с хорошей предметно-производственной специализацией.

4. Эффект ускоренного роста на рынках. Он может наблюдаться, к примеру, когда фирма, производящая потребительские товары, приобретает фирму с развитой дистрибьюторской сетью и узнаваемым брендом и использует эти преимущества для увеличения объёмов продаж.

Финансовая синергия. В этом случае результатом становится либо увеличение денежных потоков, либо уменьшение стоимости капитала.

Личные мотивы менеджера. Для последней группы характерно то, что решение в интеграции заключается не только из-за увеличения стоимости компании, а скорее скрыто в личных интересах. Здесь также существует несколько категорий:

1. Построение империи. Некоторые интересы сосредоточены на том, чтобы сделать фирму крупнейшей и доминирующей в отрасли.
2. Компенсация и побочные выгоды. В том случае, если потенциальные частные выгоды менеджеров велики, они могут пойти на сделку и закрыть глаза на издержки для самой фирмы.

По мнению Решетько Н.И. и Башкатовой Ю.И. все мотивы можно разделить на 3 группы [6].

Первая группа – мотивы на снижение издержек.

Экономия масштабов. Она получается, когда величина издержек на одну единицу продукции уменьшается обратно пропорционально уровню производства. Суть заключается в том, что увеличение объема производства даёт возможность более выгодно и эффективно использовать имеющиеся мощности и ресурсы.

Повышение эффективности работы с поставщиками. Заказы становятся более крупными, а значит, образуется рычаг снижения цен.

Преимущества благодаря капиталу. Крупным фирмам легче получить кредит на более выгодных условиях, так как размер компании сам по себе является обеспечением стабильности.

Вторая группа – мотивы на увеличение потока ресурсов.

Обеспеченность взаимодополняющими ресурсами. Слияние оказывается эффективным, если фирмы имеют взаимодополняющие ресурсы.

Монополистический мотив. Этот мотив возникает, когда происходит слияние горизонтального типа.

Доступ к информации. При интеграции фирма получает доступ, помимо уникальной технологии, также к информации о рынке, менеджменте, товаре.

Третья группа – мотивы с нейтральным отношением к движению ресурсов.

Защита от более враждебного присоединения. Фирма-цель продаёт себя так называемому "белому рыцарю" – дружественной компании. Делается это для того, чтобы захватчиком или стало слишком дорого поглощать крупную компанию, или же пропал интерес к объединённым активам.

Возможность получить выгоду, продавая по частям. Чаще всего активы, которые продаются по частям, приносят большую выгоду, чем продажа фирмы целиком.

Остановимся немного более подробно на синергетическом эффекте, потому что в таких сделках он является доминирующим. По мнению Денисова В.С. [4], он может быть как краткосрочным, так и долгосрочным. Первый возникает при реструктуризации: совершенствуется функционал, происходит стимулирование продаж и, соответственно, доходов фирмы. Второй возникает по результатам реализации стратегических возможностей, возникающих при объединении конкурентных преимуществ двух организаций.

Также существует деление мотивов слияния и присоединения, основанное на типе синергетического эффекта [1]. Первый тип носит название направленно-эффективные слияния и присоединения. К ним будут относиться сделки, в которых синергетический эффект будет только по одному направлению. Второй тип получил название комбинированно-эффективные слияния и присоединения – синергия проявляется одновременно по двум направлениям. И, наконец, третий тип – абсолютно-эффективные слияния и присоединения, – максимально результативная интеграция фирм.

Как видно, разные авторы выделяют практически схожие мотивы сделок слияния и присоединения.

Для минимизации рисков, про которые будет говориться позже, и для улучшения сделок слияния и присоединения необходимо учитывать несколько принципов таких сделок.

1. Принцип объединения. Под этим принципом понимается объединение (добровольное либо недобровольное) активов и ресурсов компаний.
2. Принцип структурной оптимизации. Суть заключается в возникновении новой организационной структуры.
3. Принцип синергии. Неоднократно уже упомянутая синергия понимается как повышение эффективности взаимодействия компаний.
4. Принцип дополнения специфичными активами. У компании возникает возможность пользоваться навыками, опытом, ресурсами другой компании.
5. Принцип изменения стоимости компании. Стоимость может как увеличить, так и уменьшиться.

Существует многообразие мотивов и принципов, которые кажутся положительными и создающими преимущества фирмам. Однако не стоит забывать, что такие сделки остаются высоко рискованными. Про какой конкретно риск говорится, пойдёт речь дальше.

Сделки слияния и присоединения имеют ряд преимуществ:

- возможность быстрого достижения результатов;
- ослабление конкуренции;
- приобретение важных активов, в том числе нематериальных;
- выход на новые рынки;
- приобретение уже сложившейся сбытовой инфраструктуры.

Однако наиболее интересно рассмотреть противоположную сторону. Конечно же, сделки слияния и присоединения позволяют фирмам работать более эффективно. Однако такие сделки всегда сопровождаются большими рисками. Рассмотрим основные из них [3].

В самом начале, ещё только на этапе принятия решения о проведении интеграции, появляются риски, которые связаны с формированием стратегии. К ним можно отнести такие как неправильный выбор компании-цели, ошибки в определении цены сделки, также риск недооценки объёма дополнительных инвестиций на интеграционные процессы.

Уже в процессе реализации стратегии слияния и поглощения есть вероятность появления рисков, связанных с административными просчётами:

1. Риски, которые связаны с акционерным капиталом (капитализация объединённой компании может быть ниже суммарной капитализации двух фирм).
2. Риски, связанные с ресурсами организации.

После того как сделка совершилась, могут возникнуть финансовые риски (т.е. риски ухудшения финансового положения). К таким рискам относятся, к примеру, увеличение совокупного объёма налоговых платежей, рост стоимости привлечения заёмных средств, снижение прибыли.

Кроме того, существует вероятность возникновения инфраструктурных рисков. Они проявляются в уменьшении эффективности сделки, как результат ошибок в проведении интеграции: уменьшение производительности труда, потеря персонала, ухудшение корпоративной культуры.

Также можно выделить такой вид рисков, как операционный риск. К ним будут относиться: риск отрицательного эффекта от масштаба и риск возникновения технологических изменений в отрасли.

Нельзя забывать и про риски, связанные с внешней средой. Они возникают вследствие неблагоприятных изменений в законодательстве или политике.

Таким образом, слияние и присоединение сопровождается разнообразными рисками, что может снизить финансовую устойчивость компании.

Конечно же, не все сделки удачные, и поэтому в настоящее время выделены основные причины провалов [3].

Отношение персонала во многом определяет эффективность сделки. Принято выделять две группы проблем, связанных с персоналом – групповую и личностную. Первая имеет связь с организационной культурой, уже существующей в компании. После интеграции может возникнуть так называемое "культурное противостояние". Зачастую происходит навязывание более влиятельной компанией своей культуры. Вторая же группа имеет отношение к индивидуальному восприятию каждым работником происходящих изменений. Сделки слияния и присоединения могут вызвать за собой потерю рабочего места, невозможность карьерного роста, увеличение рабочей нагрузки.

Другая причина неудач в сделках кроется в нереалистичных ожиданиях. Случается, что сделка оказывается недооценённой, и сложность её растёт по мере перехода на новую ступень интеграции. Может оказаться, что необходимые изменения занимают гораздо больше времени, чем предполагалось первоначально.

Следующая причина возникает из-за финансовых консультантов. Многие компании прибегают к их помощи в целях снижения рисков. Однако такие финансовые консультанты заинтересованы в сделках, потому что у них появляется возможность продать свои услуги. И случается, что компании платят большие гонорары, а конечный результат оказывается вовсе не такой, как ожидалось.

Таким образом, слияние и присоединения могут носить как положительный, так и отрицательный характер. Компаниям необходимо прогнозировать те риски, с которыми они могут столкнуться.

Перед тем, как перейти к рассмотрению предстоящих сделок слияния и присоединения в России, проведём небольшой анализ 2018 года.

По данным информационного агентства АК&М [8] в анализируемый период рынок достиг лучших результатов за последние четыре года. Как говорится в бюллетене данного агентства, рынок в России продолжает расти, причём темп роста постоянно увеличивается. К примеру, количество сделок, в которых принимали участие российские компании, выросло на 2 % (до 460 транзакций), в 2017 г. прирост был 1,1 %.

Главное, на что следует обратить внимание, – суммарная стоимость, и в 2018 г. она составила \$51,6 млрд (что почти на 26 % больше предыдущего года). Лидером среди месяцев по крупным сделкам оказался декабрь.

Также число мега-сделок (стоимость которых более \$1 млрд) возросло с 6 до 7 транзакций. Самой масштабной сделкой на российском рынке была признана покупка индийской Essar Oil консорциумом в составе "Роснефти", фонда UCP и сингапурского Trafigura. Её стоимость оценивается в \$9,5 млрд. Также она была признана самой крупной в топливно-энергетическом комплексе за последние 3,5 года.

Стоит уточнить, что данная отрасль – лидер по объёму сделок среди отраслей в 2018 г. Число транзакций составило 23, а объём – \$15,16 млрд (29,4 % совокупного объёма рынка).

Далее в рейтинге отраслей идут финансовые институты. У них 27 сделок на \$8,56 млрд (16,6 % совокупного объёма). В данной отрасли крупнейшей сделкой считается санация ЦБ банка ФК "Открытие" за \$8 млрд.

Третье место сохранилось за сферой услуг. Объём был равен \$6,56 млрд, количество – 46. Объём стал больше в 7 раз, количество выросло на 18 %. В итоге отрасль составляет 12,7 % совокупного объёма. Что касается лидера в сфере услуг, то покупка инвестфондом Ramplona Capital Management компании Parexel (компания предоставляет услуги для фармацевтических, медицинских и биотехнологических компаний) является таковой. Стоимость данной сделки \$5 млрд.

Следующую позицию занимает торговля, опустившись с 3 места за год. Её доля в совокупном объёме составляет 10,9 %, с количеством сделок 68 (увеличение на 7,9 %) и их суммарной стоимостью \$5,6 млрд (увеличение на 24,4 %). Такие высокие результаты вызвала покупка сети магазинов Holland&Barrett компанией L1 Retail, входящей в инвестхолдинг LetterOne акционеров "Альфа-групп". Сделка состоялась за \$2,3 млрд.

Строительство и девелопмент (лидер рейтинга в 2017 г.) опустились на 5 место по объёму, однако они сохранили первое место по числу. Насчитывается 88 транзакций на сумму \$3,77 млрд, что составляет 7,3 % совокупного объёма. Крупнейшей в данной области признана консолидация контрольного пакета группы компаний ПИК структурами президента и предоставления группы Сергея Гордеева. Стоимость – \$625 млн.

Стоит акцентировать внимание, что рост числа сделок объясняется не только положительными факторами. Среди них можно выделить банкротство компаний и санацию банков. Как указано в Едином федеральном реестре сведений о банкротстве, данный показатель среди фирм вырос на 7,7 % (13577 компаний). Больше всего данному фактору было подвержено строительство.

Ещё одним фактором, выделенным информационным агентством АК&М [8], является сокращение потребительского спроса. По данным Росстата, реальные располагаемые доходы населения упали на 1,7 %. Этот нюанс оказывает влияние на ряд отраслей, начиная от пищевой промышленности и заканчивая торговой и сферой услуг.

Теперь рассмотрим среднюю стоимость сделок. Она менялась разнонаправленно в 2018 г. Топливо-энергетический комплекс – вновь самая дорогая отрасль на российском рынке. До этого несколько лет строительство и девелопмент были таковыми. Также рост цены отмечался в транспорте и связи. Однако строительство и торговля упали в цене, как уже отмечалось выше, из-за роста числа банкротств. Самой же дешёвой была признана отрасль информационных технологий.

Трансграничная активность сделок слияния и присоединения (in-out) также выросла в 2018 г. Несмотря на то, что общее число таких сделок упало до 30 транзакций (уменьшение на 23 %), их суммарная стоимость возросла до \$19,6 млрд (выросла в 3,8 раза). Кроме уже перечисленных выше крупных сделок, активным игроком стала группа "Ренова".

Обратная сторона, т.е. сделки иностранных инвесторов с российскими активами (out-in), существенно потеряла позиции. Причиной тому может быть как усиление анти-российских санкций, так и высокие риски для иностранных инвесторов на российском рынке. Итак, объём таких сделок уменьшился в 3,8 раза и стал равным \$3,9 млрд. Число их также упало с 64 до 57.

По географическому принципу показатели покупки российскими компаниями иностранных активов выглядят таким образом (сумма сделок в млрд долл. США) [9]:

Азиатско-Тихоокеанский регион – 10,7;

Европа – 3,3;

Северная Америка – 1,9;

СНГ – 0,1;

Другие регионы – 6,4.

Если рассматривать не объём, а количество, то ситуация будет следующая:

Европа – 40;

Азиатско-Тихоокеанский регион – 22;

СНГ – 6;

Северная Америка – 5;

Ближний Восток и Африка – 2;

Другие регионы – 36.

В исследовании компании Thomson Reuters представлены небольшие итоги первого квартала 2019 г. по сделкам слияния и присоединения. Сумма сделок с участием российских фирм зафиксировалась на уровне \$7,47 млрд. Этот показатель превышает аналогичный период прошлого года на 147 %. Следует упомянуть, что значительную часть этой суммы принесла покупка банком ВТБ 29,1 % акций частного ретейлера "Магнит" на сумму \$2,45 млрд.

Сделки по покупке иностранными компаниями российских снизились в сумме на 15 % и стали составлять \$2,04 млрд.

А вот сумма сделок между российскими фирмами выросла и равна \$5,35 млрд.

Таким образом, в России наблюдается тенденция роста числа сделок по слиянию и присоединению. Однако этот факт нельзя рассматривать только как положительный – часть сделок состоялась из-за банкротства или санации.

Подводя итог, следует сказать, что сделки слияния и присоединения сложны на любом их этапе – начиная от выбора компании и заканчивая работой с результатами интеграции. Однако если такого рода сделка грамотно выполнена, то вероятность высокой синергии возрастает в несколько раз.

В практике принято выделять несколько классификаций слияний и присоединений в зависимости от критерия – характера интеграции, национальной принадлежности, способа объединения потенциала, отношения компании к интеграции, условия интеграции и её механизма.

Мотивы сделок слияния и присоединения также могут быть классифицированы на несколько групп. Иногда они могут носить даже личностный характер. Многие авторы выделяют сходные по характеристике мотивы сделок.

Кроме неоспоримых преимуществ, сделки по слиянию и присоединению несут в себе и риски. Причём они будут сопровождать сделку на всех её этапах. Причиной неудач могут являться как нереалистичные ожидания, так и мероприятия, связанные с персоналом компаний или финансовыми консультантами.

Для того чтобы уменьшить рискованность сделки, необходимо руководствоваться несколькими принципами, основным из которых является принцип синергии.

Что касается тенденций развития, то здесь наблюдается рост числа и суммы сделок по слиянию и присоединению. Причинами, которые были выделены, являются банкротства, санации и снижение потребительского спроса. Иностранные же компании снизили обороты покупки российских фирм.

Список использованных источников

1. "Гражданский кодекс Российской Федерации" от 30.11.1994 № 51-ФЗ (в ред. от 18.07.2019).
2. Федеральный закон от 26.12.1995 № 208-ФЗ (ред. от 15.04.2019) "Об акционерных обществах".
3. Анисимов В.А. Риски в сделках по слиянию и поглощению / В.А. Анисимов // Молодой учёный. – 2016. – № 9. – С. 465-467.
4. Денисов В.С. Мотивы и источники финансирования сделок по слияниям и поглощениям / В.С. Денисов // Молодой учёный. – 2017. – № 21. – С. 197-200.
5. Ермольчик В.В. Классификация сделок слияния и поглощения компаний / В.В. Ермольчик // Проблемы современной науки и образования. – 2017. – № 5(87). – С. 24-30.

6. Решетько Н.И. Сущность слияний и поглощений и их влияние на конкурентоспособность компаний на рынке / Н.И. Решетько, Ю.И. Башкатова // Науковедение. – 2015. – № 2(27). – С. 31-40.
7. Саратовский А.Д. Мотивы сделок слияний и поглощений /А.Д. Саратовский // Проблемы экономики и менеджмента. – 2014. – № 9(37). – С. 21-26.
8. Итоги 2018 года / Информационное агентство АК&М [Электронный ресурс] – URL: <http://mergers.akm.ru/stats/21> (дата обращения: 03.09.2019).
9. Рынок слияний и поглощений в России в 2018 / KPMG [Электронный ресурс] – URL: <https://home.kpmg.com/content/dam/kpmg/ru/pdf/2018/03/ru-ru-ma-survey-2018.pdf> (дата обращения: 20.08.2019).

II. ИНСТИТУЦИОНАЛИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ: ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ

УДК 338262 (100)

M.V. Butorin

ADMINISTRATIVE REFORM AND THE CONSEQUENCES OF THE REORGANI- ZATION OF FISH BODIES

The article deals with issues related to the activities of the fishing authorities of the country, and the consequences of their repeated reorganization. On the basis of the analysis of the current situation, ways are proposed to solve the existing problem aimed at the conservation of fish stocks, their rational and effective use.

Keywords: administrative reform, Fisheries Agency, reorganization, fish stocks, water bodies, fish control bodies, efficiency of fish stocks protection.

М.В. Буторин¹

АДМИНИСТРАТИВНАЯ РЕФОРМА И ПО- СЛЕДСТВИЯ РЕОРГАНИЗАЦИИ ОРГА- НОВ РЫБООХРАНЫ

В статье рассматриваются вопросы, связанные с деятельностью органов рыбоохраны страны, и последствия неоднократно проводимых их реорганизаций. На основе анализа сложившейся сегодня ситуации предлагаются пути решения существующей проблемы, направленной на сохранение рыбных запасов, рациональное и эффективное их использование.

Ключевые слова: административная реформа, агентство по рыболовству, реорганизация, рыбные запасы, водоёмы, органы рыбоохраны, эффективность охраны рыбных запасов

Российская Федерация относится к одной из немногих стран, имеющих целую отрасль, которая занимается промышленной добычей рыбы. Её вылов осуществляется как во внутренних водоёмах – реках и озёрах, так и на дальних морских пространствах. В своё время, когда существовала планово-распределительная экономика, государство, представленное Министерством рыбного хозяйства СССР, проводило единую политику в этой сфере деятельности. Одновременно с этим оно выполняло управленческие функции, имея в непосредственном подчинении траловый флот, предприятия по переработке рыбы и её реализации и сбыту. За Минрыбхозом, кроме того, были закреплены функции по учёту и воспроизводству рыбных запасов, контроль и надзор за их использованием. Таким образом, сложившаяся в Советском Союзе отраслевая система работала не одно десятилетие как единый слаженный механизм, требовавший, однако, и своего совершенствования.

Переход нашей страны от планово-распределительной к рыночной экономике привёл к значительным изменениям в самой рыбной отрасли. Рыбодобывающие и перерабатывающие предприятия, перейдя в частную собственность в результате проведённой в начале 90-х годов прошлого столетия приватизации, обрели самостоятельность в своей экономической и финансовой деятельности, сохранив, хотя и не без потерь, тем самым отрасль.

Но мы оставим за рамками нашего рассмотрения вопросы самой деятельности рыбной отрасли, её коммерческих предприятий, имеющих сейчас, в соответствии с Гражданским кодексом РФ, различные организационно-правовые формы. В своём анализе остановимся на надзорных и контрольных функциях, которые остались, как и было прежде, за государством, а их выполнение возложено на органы рыбоохраны. Что касается собственности, её принадлежности, то здесь также ничего существенного не изменилось – она сохранилась за государством, в данном случае за Российской Федерацией.

Изменения коснулись функций, которые органам рыбоохраны, ныне представляющим собой управления, а на местном уровне – инспекции, приходится выполнять в

¹ Буторин М.В., доцент Санкт-Петербургского государственного университета промышленных технологий и дизайна, кандидат исторических наук, доцент; г. Санкт-Петербург

Butorin M.V., Associate Professor of St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, PhD in Historical Sciences, Associate Professor; St. Petersburg
E-mail: mvbutorin@mail.ru

условиях постоянных перестановок и реорганизаций. Сам собой напрашивается вопрос, – какой смысл было ломать наработанный с годами сложившийся механизм работы в этом направлении?

В течение длительного времени, почти со дня своего основания, органы рыбоохраны, имея в подчинении предприятия, занимались выращиванием мальков и одновременно осуществляли мониторинг за состоянием рыбных запасов в пределах территории страны. Они также осуществляли повсеместный контроль соблюдения юридическими и физическими лицами правил рыболовства на всех внутренних водных водоёмах, независимо от того, являются ли они морями, реками или озёрами.

Наработанный годами опыт позволял успешно решать стоящие перед этими органами задачи, независимо от того, в какой экономике – планово-распределительной или рыночной – им пришлось начинать работать. Казалось бы, вообще не было никакой необходимости что-то ломать и перестраивать. Всё, что касается структуры органов рыбоохраны, их функций, нужно было бы оставить так, без каких-либо изменений, как это было раньше. Однако избежать реорганизации им не удалось.

К этому подтолкнула административная реформа управления страной, проведённая на основе Указа Президента Российской Федерации от 9 марта 2004 г. № 314, которая не обошла стороной и рыбную отрасль, несмотря на особый характер её деятельности. Но учитывая, что она направлена на решение общей для страны задачи, связанной с обеспечением продовольственной безопасности страны, её напрямую переподчинили непосредственно агропромышленному министерству. Одна из важнейших задач, которая ставилась перед Минсельхозом РФ, – определять политику, наряду с сельскохозяйственной, и в рыбопромышленной сфере деятельности. Две другие функции – управленческую и контрольно-надзорную – решили совместить в одном федеральном органе – агентстве по рыболовству. Это, нужно отметить, не совсем соответствовало задачам административной реформы, касающейся, в частности, структурно-функциональной направленности, смысл которой состоял в их непосредственном разделении. Но, сохранив их на федеральном уровне, функции решили разделить, привести в соответствие с задачами административной реформы, на региональном уровне. Здесь появилось два независимых друг от друга органа, одному из которых предстояло заняться, главным образом, воспроизводством рыбных запасов, их учётом и мониторингом, а второму – осуществлять контроль и надзор за соблюдением правил рыболовства в закреплённых за ним водоёмах. Что касается органов рыбоохраны, то вначале их объединили на уровне субъекта РФ с другими многочисленными природоохранными федеральными структурами, но совсем ненадолго, придя к выводу о несовместимости их совместной деятельности, но особенно – низкой эффективности. В конечном счёте, органам рыбоохраны предоставили самостоятельность, выделив в отдельную структуру, правда, далеко не в каждом субъекте РФ, создав межрегиональные управленческие структуры на два-три региона. Это вызвало немало нареканий и недопонимание. Возникшие трения и вопросы, в конце концов, были сняты. Однако вновь созданные укрупнённые органы рыбоохраны, не успев начать свою деятельность в полном объёме, поджидала очередная реорганизация, связанная ещё с одним укрупнением, непосредственным подчинением по принципу расположения федеральных округов. На решение организационных, правовых и других вопросов снова потребовалось немалое время.

Но это ещё не все, что было связано с перераспределением контрольных и надзорных функций. Ранее, в конце 90-х годов, на тех территориях страны, которые примыкают к северным и дальневосточным морям, часть из них были выведены из подчинения Росрыболовства и переданы пограничным подразделениям.

Анализируя проводимые реорганизации, касающиеся всего одной отрасли, проводимые с учётом поставленных административной реформой задач, невольно задаёшься вопросом: насколько оправданными стали введённые новшества, если их рассматривать с точки зрения целесообразности. Их следует поставить в следующей последовательности.

Во-первых, два контролирующих и надзорных органа рыбоохраны сегодня оказались в составе разных, не связанных никаким образом между собой, ведомств: одно – в подчинении пограничных войск, другое – агентства по рыболовству, что, естественно, не могло не вызвать немало спорных вопросов, возникающих в плане осуществления практической деятельности, особенно это касается устья рек, впадающих в моря.

Во-вторых, насколько оправданным было разделение функций в составе существовавших в своё время органов рыбоохраны, выполняющих, казалось бы, одну и ту же работу, которая, в конечном счёте, сводилась к преумножению и сохранению рыбных запасов страны.

В-третьих, постоянно проводимая реорганизация органов рыбоохраны привела к потере кадров, нерациональному и неэффективному разделению недвижимого имущества, включая водный транспорт, которым в своё время обладали органы рыбоохраны.

Таким образом, в результате проведённых так называемых экспериментов на протяжении последних пятнадцати лет, вряд ли удалось добиться эффективности в деятельности органов рыбоохраны. А это, в свою очередь, в результате постоянных перестановок, не способствовало сохранению рыбных запасов, функции по надзору и контролю которых возлагались на них. В связи с этим напрашивается вопрос, – какой выход видится из сложившейся ситуации?

Учитывая, что государство наше федеративное, сохранность природных ресурсов представляет интерес всех проживающих в нём народов, поэтому надзорные и контрольные функции должны находиться в ведении федеральных органов. Вопрос в том, в каком виде должны выполняться функции, касающиеся сохранности рыбных запасов.

На наш взгляд, созданные в своё время органы рыбоохраны в каждом регионе были в немалой степени оправданы. Занимаясь воспроизводством рыбных запасов, базой для которого служили находящиеся в непосредственном подчинении рыбноводные предприятия, эти органы одновременно осуществляли контроль и надзор за использованием рыбных ресурсов. В одних руках были сосредоточены функции за соблюдением правил рыболовства, как на морских просторах, так и на внутренних водоёмах – реках и озёрах. Наличие подобных органов было оправданно ещё и в том, что оно позволяло сосредоточить ресурсы в одном направлении, в решении вопросов обладать самостоятельностью и независимостью, в своей деятельности полагаясь на имеющееся законодательство, принятые в соответствии с ним подзаконные правовые акты.

Возврат к прежней структуре является оправданным ещё и потому, что на практике она имела значительно больше преимуществ, нежели сложившаяся на сегодня раздробленная система управления, надзора и контроля за сохранением национальных богатств, к которым относятся и рыбные запасы.

Список использованных источников

1. Федеральный закон от 20 декабря 2004 г. № 166-ФЗ "О рыболовстве и сохранении водных биологических ресурсов" // Собрание законодательства РФ от 27 декабря 2004 г. № 52 (часть I), ст. 5270.
2. Указ Президента РФ от 9 марта 2004 г. № 314 "О системе и структуре федеральных органов исполнительной власти" // Собрание законодательства Российской Федерации от 15 марта 2004 г. № 11, ст. 945.
3. Постановление Правительства Российской Федерации от 30 мая 2008 г. № 863 "О Федеральном агентстве по рыболовству" // Собрание законодательства Российской Федерации, № 25, 23.06.2008, ст.2979.

УДК 334.72

А.М. Kolesnikov, Е.М. Khrapovitskaya

EFFICIENCY OF CORPORATE CULTURE AND ITS INFLUENCE ON THE ORGANIZATION

The article discusses the effectiveness of the corporate culture of the organization, its impact on the effectiveness of the organization, management of the effectiveness of corporate culture.

Keywords: corporate culture, corporate culture effectiveness, organizational performance, corporate culture management.

А.М. Колесников¹, Е.М. Храповицкая²**ЭФФЕКТИВНОСТЬ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ И ЕЁ ВЛИЯНИЕ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ**

В статье рассматриваются вопросы эффективности корпоративной культуры организации, её влияние на результативность деятельности организации, управление эффективностью корпоративной культуры.

Ключевые слова: корпоративная культура, эффективность корпоративной культуры, результативность деятельности организации, управление корпоративной культурой.

В постоянно меняющихся условиях рыночной конъюнктуры, характеризующихся наличием жёсткой конкуренции, ростом объёмов информации в организациях, относительной устойчивостью характеризуются их ценности и культура.

Эффективность представляет собой динамическую качественную категорию, связанную с интенсивностью развития организации, отражающую происходящие во всех её структурах и элементах процессы совершенствования³.

Эффективность корпоративной культуры организации проявляется через уровень мотивации её персонала, или организации среди потребителей предлагаемых ею услуг, её репутации в качестве работодателя. Некорректно говорить о прямом влиянии корпоративной культуры на текущую экономическую эффективность, более точным является рассмотрение корпоративной культуры в качестве инвестиций в развитие нематериальных активов организации. Субъектом любой хозяйственной деятельности является человек. Взгляд на работника организации как на один из центральных факторов производства услуг свидетельствует о роли человеческого фактора в современных условиях развития, характеризующихся наличием прямой зависимости результатов экономической деятельности организации от качества, мотивации, ценностных ориентаций, убеждений, морали, веры, традиций.

Анализ теоретических источников⁴ позволяет выделить четыре основные модели, рассматривающие влияние корпоративной культуры на эффективность деятельности организации (Табл. 1).

¹ Колесников А.М., профессор кафедры экономики высокотехнологичных производств, доктор экономических наук, профессор, Почётный работник высшего профессионального образования Российской Федерации; Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения, г. Санкт-Петербург

Kolesnikov A.M., Professor of the Department of High-Tech Production Economics, Doctor of Economics, Professor, Honorary worker of higher professional education of the Russian Federation; St. Petersburg State University of Aerospace Instrumentation, St. Petersburg

E-mail: 9843039@mail.ru

² Храповицкая Е.М., заведующая аспирантурой, кандидат экономических наук; Федеральное государственное бюджетное учреждение науки "Институт лесоведения Российской академии наук", Московская обл.

Khrapovitskaya E.M., Head of the Graduate School, PhD in Economics; Federal State Budgetary Institution of Science "Institute of Forestry of the Russian Academy of Sciences", Moscow Region

E-mail: ekaterina_khrapovickaya@mail.ru

³ Асаул А.Н., Асаул М.А., Ерофеев П.Ю., Ерофеев М.П. Культура организации: проблемы формирования и управления. – СПб.: Гуманистика, 2006. – 216 с.

⁴ Стеклова О.Е. Организационная культура: Учебное пособие. – Ульяновск: УлГТУ, 2007. – 127 с.; Асаул А.Н., Асаул М.А., Ерофеев П.Ю., Ерофеев М.П. Культура организации: проблемы формирования и управления. – СПб.: Гуманистика, 2006. – 216 с. и др.

Таблица 1 – Модели, рассматривающие влияние корпоративной культуры на эффективность деятельности организации

№ п/п	Модель	Основные характеристики
1	Процессная модель Сате	Рассмотрение влияния корпоративной культуры через 7 процессов: - процесс кооперации между сотрудниками – способствует ли корпоративная культура командному либо индивидуальному способу выполнения заданий, - процесс принятия решения – способствует ли корпоративная культура минимизации разногласий при принятии решений, - процесс контроля – способствует ли корпоративная культура созданию эффективных методов контроля, - процесс коммуникации – способствует ли корпоративная культура улучшению коммуникаций между членами организации, - процесс просвещенности организации – способствует ли корпоративная культура отождествлению работника с целями организации, - процесс восприятия организационной среды – способствует ли корпоративная культура общей интерпретации и членами организации их опыта, - процесс оправдания поведения сотрудника – способствует ли корпоративная культура объективному восприятию руководством поведения сотрудника, идущего на риск в интересах организации.
2	Модель совершенства Питерса–Уотермана	Рассмотрение влияния корпоративной культуры на эффективность работы организации посредством восьми факторов: - склонность к действию: политика "давай-давай", - ориентация на потребителя: учиться у людей, которым служим, - автономия и предпринимательство: поддержка инноваций и "подкормка чемпионов", - человеческий фактор: люди определяют производительность и качество, - практичность, верность миссии: руководство показывает свою приверженность делу, - принцип "оставайся связанным": держись того дела, что знаешь, - простота структуры, небольшой штат: самые лучшие компании держат минимальное количество управленцев в штаб-квартирах, - сочетание свободы и сплоченности: автономность производственной деятельности при общности целей и принципов.
3	Модель Парсона AGIL	Рассмотрение успеха организации как социальной системы на основе спецификации определенных функций: - адаптации; - достижения целей; - интеграции; - легитимности.
4	Модель конкурирующих ценностей Квина–Роберта	Рассмотрение влияния корпоративной культуры на эффективность организации в трёх измерениях: - интеграции, показывающей степень акцентирования либо в сторону контроля (стабильность, порядок, предсказуемость), либо в сторону гибкости (нововведения, адаптация, изменения); - фокуса (внешнего/внутреннего), отражающего ориентацию интереса на внутренние проблемы организации (интеграция, единство, удовлетворенность персонала), либо преобладание интереса к укреплению положения организации во внешней среде); - инструментов/результатов, акцент, с одной стороны, на процессы и процедуры (планирование, установление целей и др.), а с другой, – на окончательные результаты (производительность, рентабельность и др.).

Дефиниция "эффективность" часто соотносится с понятием результативности. Обе категории относятся к математическим критериям, не позволяющим определить ценность достигнутых или недостигнутых результатов для организации в целом, о полезности и бесполезности для работников, ставящихся перед ними целей, эффективность достижения которых они оценивают. Современный менеджмент пренебрегает математическим характером результативности и эффективности, поэтому зачастую, наравне с ними, используется понятие успеха, который становится критерием для многих работников и организаций в сфере менеджмента.

Воздействие корпоративной культуры на деятельность организации происходит посредством осуществления её работниками прогноза развития той или иной ситуации, относительно которой производится оценка и выстраивание моделей своего поведения. Реализация их в процессе деятельности позволяет усилить те или иные тенденции и таким образом создать адекватные ситуации. В контексте изложенного, возможно применение количественного подхода к оценке влияния корпоративной культуры на эффектив-

ность деятельности организации, предложенного в работе Л.С. Савченко¹. Речь идёт о концепции ситуационной балльной оценки, суть которой состоит в присвоении определённого балла каждому в отдельности критерию корпоративной культуры с целью использования его эффективности.

Оценка степени воздействия корпоративной культуры на эффективность экономической деятельности организации, определяемой соотношением результата (эффекта) и затрат, обуславливающих этот результат, предполагает оценку возможности корпоративной культуры в обеспечении экономического роста организации и способности стимулирования прогрессивных структурно-качественных изменений.

Корпоративная культура оказывает влияние на стратегические перспективы развития организации (например, на репутацию организации, её конкурентоспособность на рынке услуг), а также на эффективность управленческих действий (в частности, социальный эффект или прибыльность проектов, или повышение эффекта от внедрения управленческих инноваций) (Рис. 1).



Рис. 1 – Влияние корпоративной культуры на результативность организации²

Г.С. Израелян³ были разработаны элементы культуры, позволяющие учесть индивидуальные особенности всех функциональных сфер деятельности организации, в числе которых: критерий мотивированности персонала; критерий ценностного целеполагания организации; критерий видимой атрибутивности; критерий наличия конкретной формы организации бизнес-процессов; критерий характера деятельности организации, тип организационной структуры; критерий учёта внешнего воздействия на организацию и сотрудников.

И.В. Грошев и А.А. Мищенко⁴ предлагают в качестве критериев эффективности корпоративной культуры рассматривать эффективность функционирования различных подсистем организации: социальной, информационной, технической, маркетинговой, экономической.

Е.С. Гайдаржи⁵ предлагалось рассмотреть критерии эффективной организации: вовлечённости, согласованности, адаптивности, миссии и проводить их оценку с помощью расчётных факторов эффективности корпоративной культуры: делегирование полномочий, командная работа, развитие персонала, базовые ценности, согласие, координа-

¹ Савченко Л.С. Оценка эффективности организационной культуры предпринимательства // журнал "российское предпринимательство". – 2007. – № 12(72). – с. 41-47.

² Борисова С.Г. Методологические основы управления маркетинговыми активами образовательной организации: монография / С.Г. Борисова. – Новосибирск: Изд-во НГПУ, 2010. – 214 с.

³ Израелян Г.С. Разработка механизмов формирования и развития корпоративной культуры в предпринимательстве: дис. ... к.э.н.: 08.00.05. – Москва, 2010. – 165 с.

⁴ Грошев И.В., Мищенко А.А. Критерии оценки эффективности организационной культуры // Материалы за 8-а международна научна практична конференция "Образование и науката на XXI век", 17-25 октомври 2012 на икономики. Том 2. Икономики. – София: "Бял ГРАД-БГ" ООД. – С. 69-72.

⁵ Гайдаржи Е.С. Влияние корпоративной культуры на эффективность деятельности коллективных субъектов труда: дис. к.п.с.: 19.00.03. – Москва, 2007. – 221 с.

ция, управление изменениями, ориентация на потребителя, организационное обучение, стратегический фокус, цели, задачи, видение.

В целом, можно сделать вывод о том, что критерии экономической эффективности управления корпоративной культурой разнообразны, и их сложно привести к какому-то одному показателю.

В частности, эффективность корпоративной культуры можно оценить с помощью нескольких групп критериев в соответствии с типологией организационных структур¹.

Таблица 2 – Критерии экономической эффективности корпоративной культуры

№ п/п	Тип организационной структуры	Основные характеристики	Основные критерии
1	Иерархическая культура	Акцент на стратегию внутри организации и последовательный образ действий в стабильной окружающей среде, внутреннюю интеграцию и экономичность. Символы, образцы для подражания и церемонии подчёркивают важность сотрудничества, традиций и соответствия утверждённой политике.	Чёткость распределения полномочий по принятию решений, стандартизированные правила и процедуры, механизмы учёта и контроля.
2	Рыночная культура	Акцент на маркетинговую функцию или представления о потребителях на рынке. Организация ориентирована на внешнее окружение, а не на внутреннее состояние.	Рыночная доля и степень проникновения на рынок, опережение конкурентов и лидерство на рынке.
3	Клановая культура	Сплочённость, соучастие, индивидуальность, восприятие потребителей как партнёров, делегирование наёмным рабочим полномочий и облегчение условий их участия в бизнесе, создание возможностей для демонстрации их преданности делу и организации.	Разделение всеми работниками ценностей и целей организации.
4	Адхократическая культура	Усиление адаптивности организации, обеспечение её гибкости и творческий подход работников к делу в ситуациях неопределённости, двусмысленности и перегруженности информацией. Динамичное, предпринимательское и творческое место работы, когда люди готовы жертвовать собой и идти на риск.	Преданность экспериментированию и новаторству.

В контексте вышеизложенного, эффективность управления корпоративной культурой организации может быть выражена следующими показателями:

- через результативность деятельности всей организации, проявляющейся во взаимоотношениях её с внешней средой;
- через характеристики способности корпоративной культуры в разрешении стоящих непосредственно перед организацией задач и достижений, поставленных ею целей;
- через функционирование отдельных элементов корпоративной культуры.

Можно говорить о трёхмерности продукта управления корпоративной культурой, который выступает:

- как результат эффективности функционирования корпоративной культуры и самой управляющей деятельности в организации;
- как качество и экономичность деятельности системы управления в организации в целом;
- как результат исполнения функций корпоративной культуры.

Список использованных источников

1. Асаул А.Н., Асаул М.А., Ерофеев П.Ю., Ерофеев М.П. Культура организации: проблемы формирования и управления. – СПб.: Гуманистика, 2006. – 216 с.
2. Борисова С.Г. Методологические основы управления маркетинговыми активными образовательно-организационными ресурсами: монография / С.Г. Борисова. – Новосибирск: Изд-во НГПУ, 2010. – 214 с.
3. Гайдаржи Е.С. влияние корпоративной культуры на эффективность деятельности коллективных субъектов труда: дис. ... к.п.с: 19.00.03. – москва, 2007. – 221 с.

¹ Иванова Т.Ю., Приходько В.И. Теория организации. – СПб.: Питер, 2004. – 272 с.

4. Грошев И.В., Мищенко А.А. Критерии оценки эффективности организационной культуры // Материали за 8-а международна научна практична конференция "Образованието и науката на XXI век", 17-25 октомври 2012 на икономики. Том 2. Икономики. – София: "Бял ГРАД-БГ" ООД. – С. 69-72.
5. Иванова Т.Ю., Приходько В.И. Теория организации. – Спб.: Питер, 2004. – 272 с.
6. Израелян Г.С. Разработка механизмов формирования и развития корпоративной культуры в предпринимательстве: дис. ... к.э.н.: 08.00.05. – Москва, 2010. – 165 с.
7. Савченко Л.С. Оценка эффективности организационной культуры предпринимательства // Журнал "Российское предпринимательство". – 2007. – № 12(72). – С. 41-47.
8. Стеклова О.Е. Организационная культура: Учебное пособие. – Ульяновск: УлГТУ, 2007. – 127 с

УДК 338.1

E.A. Pakhomova, E.Yu. Grass

MODERN TRENDS IN THE FIELD OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT

Relevance of the chosen direction of research is determined by the search for new effective directions for the development of domestic enterprises.

In the study, the author substantiates the importance for Russian enterprises to implement mechanisms to increase the level of socio-economic development.

Keywords: human potential, quality of life, labor productivity, level of socio-economic development.

Е.А. Пахомова¹, Е.Ю. Грасс²**СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ОБЛАСТИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ**

Актуальность исследования определяется поиском новых эффективных направлений развития отечественных предприятий.

В исследовании автором обосновывается важность для российских предприятий реализовывать механизмы по повышению уровня социально-экономического развития.

Ключевые слова: человеческий потенциал, качество жизни, производительность труда, уровень социально-экономического развития

В целях межстранового сравнения уровня социально-экономического развития определяется интегральный показатель, входящий в программу развития ООН – индекс развития человеческого потенциала (HDI – Human Development Index, ИРЧП). ИРЧП отражает изменения качества жизни в различных странах: здоровье измеряется ожидаемой продолжительностью жизни при рождении; знания оцениваются с помощью комбинации уровня грамотности взрослого населения и охвата населения тремя уровнями образования – начальным, средним и высшим; материальное благополучие измеряется с помощью валового национального дохода на душу населения по паритету покупательной способности в международных долларах [1].

14 сентября 2018 г. вышел очередной отчёт Программы развития ООН "Индексы и показатели развития человеческого потенциала: обновление статистики в 2018 году", составленный на основе оценочных данных, рассчитанных по итогам 2017 г., которые охватывают 189 стран. По результатам 2018 г. этот рейтинг возглавила Норвегия [2]. По данным отчёта составлена Табл. 1.

Таблица 1 – Индекс развития человеческого потенциала и его компоненты по данным на 14.09.2018 г. [2]

Место в рейтинге	Страна	Индекс человеческого развития (ИЧР)	Ожидаемая продолжительность жизни при рождении в годах	Ожидаемая продолжительность обучения в годах	Средняя продолжительность обучения в годах	Валовой национальный доход (ВНД) на душу населения, долл. США
1	Норвегия	0,953	82,3	17,9	12,6	68012
2	Швейцария	0,944	83,5	16,2	13,4	57625
3	Австралия	0,939	83,1	22,9	12,9	43560
4	Ирландия	0,938	81,6	19,6	12,5	53754
5	Германия	0,936	81,2	17,0	14,1	46136
49	Россия	0,816	71,2	15,5	12,0	24233
	Мир в целом	0,728	72,2	12,7	8,4	15295

¹ Пахомова Е.А., магистрант кафедры "Экономическая теория, экономика и менеджмент"; Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Государственный морской университет имени адмирала Ф.Ф. Ушакова", г. Новороссийск

Pakhomova E.A., Undergraduate of the Department "Economic theory, economics and management"; Federal State Budget Educational Institution of Higher Education "Admiral F.F. Ushakov State Maritime University", Novorossiysk
E-mail: grasss@list.ru

² Грасс Е.Ю., доцент кафедры "Экономическая теория, экономика и менеджмент", кандидат экономических наук; Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Государственный морской университет имени адмирала Ф.Ф. Ушакова", г. Новороссийск

Grass E.Yu., Associate Professor of the Department "Economic theory, economics and management", PhD in Economics; Federal State Budget Educational Institution of Higher Education "Admiral F.F. Ushakov State Maritime University", Novorossiysk

В рейтинге ИЧР Российская Федерация занимает 49-е место (с ИРЧП 0,816) из 189 стран мира и входит в группу из 59 стран с очень высокими показателями человеческого развития. Ещё несколько лет назад она находилась в верхней части второй группы стран с высокими показателями индекса, но после 2010 г. ситуация изменилась (Рис. 1).

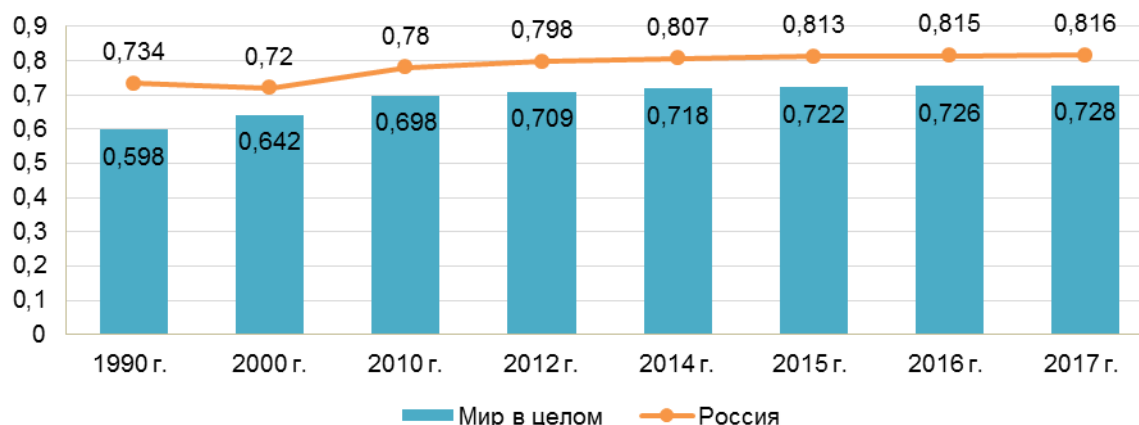


Рис. 5 – Россия и мир. Тенденции в области индекса развития человеческого потенциала за 1990–2017 гг. [1]

В период с 2000 по 2010 гг. наблюдалось наиболее быстрое увеличение ИРЧП. Достигнутые темпы развития человеческого потенциала россиян с 2010 по 2017 гг. немного снизились, но превышали среднегодовой рост ИЧР по миру в целом. Однако, российские показатели всё ещё далеки от показателей стран, входящих в пятёрку лучших по данному параметру.

Практика хозяйствования предприятий РФ показывает, что социальным проблемам и возможностям их решения не уделяется должного внимания, что находит отражение в стагнации производительности труда, низком доходе на душу населения. Валовой национальный доход на душу населения в России почти в 2,5 раза ниже, чем в Норвегии, находящейся на первой строчке рейтинга.

Оценить уровень социально-экономического развития российских предприятий можно по данным Табл. 2.

Таблица 2 – Оценка уровня социально-экономического развития российских предприятий [3]

Показатели	Период			Отклонение		Темп роста, %	
	2016	2017	2018	2017/2016	2018/2017	2017/2016	2018/2017
Минимальный размер оплаты труда, руб.	6852	7650	10605	798	2955	111,65	138,63
Среднемесячная реальная заработная плата, руб.	36709	39167	43445	2458	4278	106,70	110,92
в том числе в транспортном секторе	40912	43967	47496	3055	3529	107,47	108,03
Индекс производительности труда (отношение индекса объема ВВП к индексу изменения затрат труда)	99,7	100,2	101,9	0,5	1,7	100,50	101,70
в том числе в транспортном секторе	99	94,1	103,5	-4,9	9,4	95,05	109,99
Продолжительность рабочего времени в году, часы	1974	1980	1970	6	-10	100,30	99,49
Численность пострадавших при несчастных случаях на производстве с утратой трудоспособности всего, тыс. чел.	28	27	25	-1	-2	96,43	92,59
на 1000 работающих	1,3	1,3	1,3	0	0	100,00	100,00
Профессиональные заболевания (отравления)							
численность лиц с впервые установленными профзаболеваниями всего, чел.	5520	4756	4147	-764	-609	86,16	87,20
на 10000 работающих	1,24	1,07	0,94	-0,17	-0,13	86,29	87,85

По данным табл. 2 можно заключить, что в целом уровень социально-экономического развития предприятий в России повысился. По сведениям Росстата, в 2017 и 2018 гг. минимальный размер оплаты труда в России вырос на 11,65 % и 38,63 %

соответственно. В течение 2018 г. произошло довольно значительное увеличение, связанное с необходимостью приравнять МРОТ к величине прожиточного минимума. Среднемесячная реальная заработная плата выросла за период с 36,7 до 43,4 тыс. руб., что означает повышение социальной защищённости работников.

За последние годы в стране наметилась тенденция устойчивого снижения уровня производственного травматизма; активизирована работа по специальной оценке условий труда, безопасным приёмам и методам труда, сократился уровень профессиональных заболеваний.

Индекс изменения производительности труда по экономике в целом в 2016 г. не достигал 100 %, в 2017 г. составил 100,2 %, а в 2018 г. вырос до 101,9 %, что означает положительную направленность изменений – опережающий рост ВВП по сравнению с зарплатами и повышение эффективности использования трудового потенциала российских организаций. Однако на индекс производительности труда решающее влияние оказывает динамика ВВП страны. Например, если считать производительность труда по паритету покупательной способности, выраженной в долларах США, то в Германии каждый отработанный час приносит более 60,5 долл. Шведы за час прибавляют к росту экономики 62,4 долл., ирландцы – 85,9 долл. На этом фоне сильно выделяется Россия, где за один час производят продукции на 24,1 долл. Это самый низкий в Европе показатель, он сопоставим с уровнем Чили (Рис. 2).

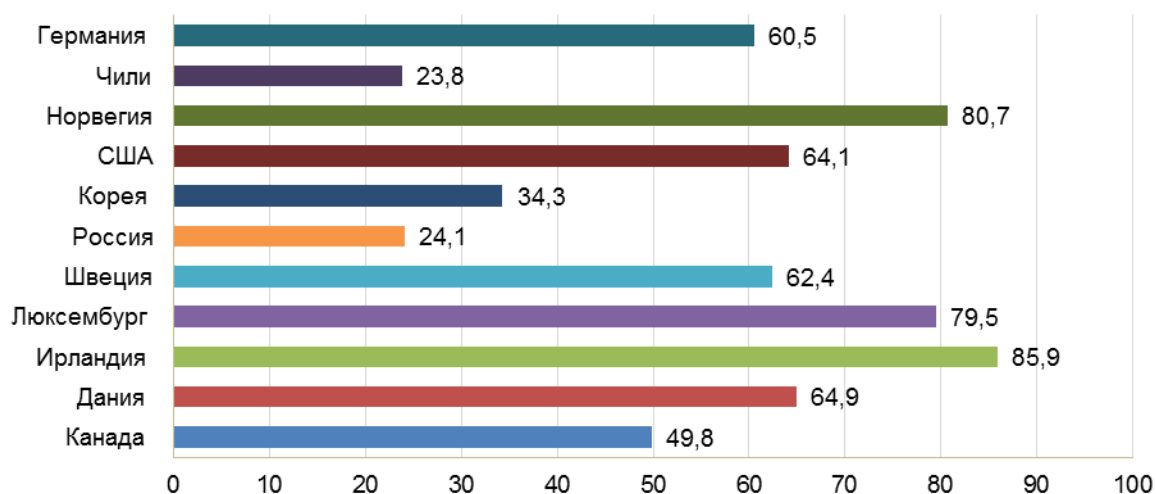


Рис. 2 – Производительность труда по странам мира за 2018 г. (данные ОЭСР), ВВП в час, долл. США/час [4]

Россияне достаточно много работают по сравнению с жителями европейских стран. В 2018 г. количество отработанных часов снизилось по сравнению с 2017 г. на 10 часов и составило 1970 час при продолжительности рабочего времени в Швеции 1474 час, Австрии 1511 час (Рис. 3).

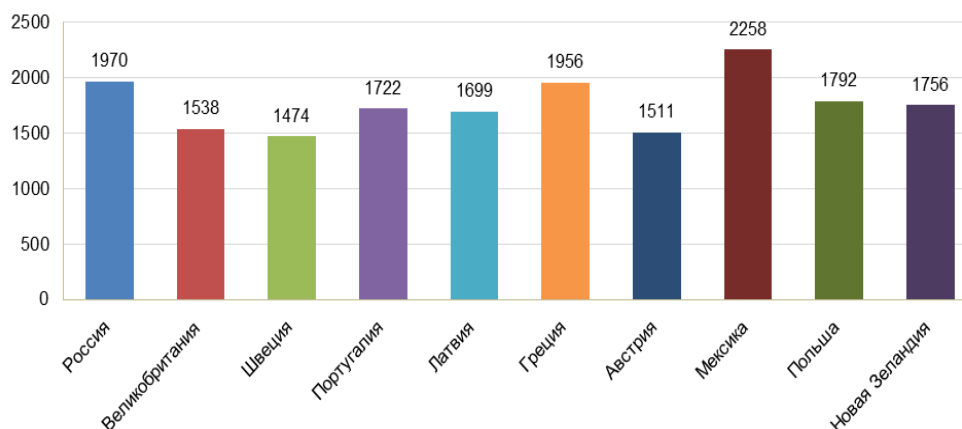


Рис. 3 – Число отработанных часов на человека в 2018 г. [5]

Приведённая информация свидетельствует о низком уровне производительности труда в России, работники развитых стран работают более продуктивно. Причин сложив-

шейся ситуации много. В России создано очень много неэффективных рабочих мест, поэтому безработица поддерживается на невысоком уровне. Наблюдается также слабая автоматизация производства. Если в Южной Корее на каждые 10 тысяч сотрудников, занятых в обрабатывающей промышленности, приходится 631 промышленный робот, в Сингапуре – 488, в Германии – более 300, в США – почти 190, то в России – всего 3. Это ниже, чем в Индонезии и столько же, как на Филиппинах.

Проблема производительности для российской экономики настолько актуальна, что в 2014 г. было принято распоряжение правительства РФ, в качестве основных направлений для работы по повышению производительности труда были утверждены [6]: стимулирование инвестиций для модернизации производства; стимулирование технологического обновления; стимулирование замены устаревших рабочих мест; разработка условий для профразвития работников и др. Распоряжение предусматривало рост общероссийского индекса производительности труда к 2018 г. до 103,3 % (на транспорте до 108,2 %). Однако целевые показатели достигнуты не были.

Резюмируя вышесказанное, можно сформулировать следующие выводы. Основным фактором устойчивого социально-экономического развития предприятия в современных условиях является развитие персонала, его высокий образовательный и квалификационный уровень, эффективная мотивация, достойный уровень жизни, которые формируют постоянство кадрового состава на предприятии и высокую производительность труда. Однако в России можно говорить о низком уровне социально-экономического развития, поскольку были выявлены такие проблемы как:

- низкий доход на душу населения;
- отставание по ИРЧП от развитых стран;
- низкий уровень производительности труда;
- высокая продолжительность рабочего времени;
- низкий уровень освоения инновационных технологий.

Наряду с отставанием по технологиям и изношенностью оборудования, причиной такой ситуации можно считать низкий уровень социальной защищённости и наличие проблем в социальном обеспечении работников предприятий. Международный опыт однозначно показывает, что социальная ответственность и устойчивое развитие взаимосвязаны и способствуют формированию положительной деловой репутации предприятия, росту его стоимости, укреплению сплочённости трудового коллектива, социальному вкладу в устойчивое национальное развитие. В конечном итоге, конкурентоспособность страны, её место в мировой системе разделения труда во всё большей степени задаётся социальными параметрами. Поэтому для России, отстающей от европейских стран, весьма актуально реализовывать механизмы по повышению уровня социально-экономического развития отдельных предприятий и организаций.

Список использованных источников

1. Ниязи А.Ш. Отчёт ПРООН по развитию человеческого потенциала 2018: Тенденции и показатели в мире и России // Россия и мусульманский мир. 2018. №4 (310). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otchet-proon-po-razvitiyu-chelovecheskogo-potentsiala-2018-tendentsii-i-pokazateli-v-mire-i-rossii> (дата обращения: 12.08.2019).
2. Human Development Indices and Indicators 2018 Statistical Update // [Электронный ресурс]. – Режим доступа http://hdr.undp.org/sites/default/files/2018_human_development_statistical_update_ru.pdf (дата обращения 12.08.2019).
3. Россия в цифрах 2018 // [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://gks.ru> (дата обращения 12.08.2019).
4. Сайт Организации экономического сотрудничества и развития (OECD) // [Электронный ресурс]. – Режим доступа <https://www.oecd-ilibrary.org> (дата обращения 12.08.2019).
5. Сайт OECD. Stat // [Электронный ресурс]. – Режим доступа <https://stats.oecd.org/viewhtml.aspx?datasetcode=ANHRS&lang=en>. (дата обращения 12.08.2019).
6. Распоряжение Правительства РФ от 9 июля 2014 г. № 1250-р "О плане мероприятий по обеспечению повышения производительности труда, создания и модернизации высокопроизводительных рабочих мест".

III. ПРОБЛЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА. ЛОГИСТИКА

УДК 338.2

M.S. Naumov, Ya.V. Sokolova

THE VALUE CHAIN IN THE PRISM OF STRATEGIC PLANNING

This article discusses the relevance of the use of the value chain as a tool for strategic analysis. The conceptual basis of methods and principles of application of this tool is considered. The author proposes a value management value model for modern business models.

Keywords: Chain of Values (SC), strategic management, Balanced Scorecard (SSP), business.

М.С. Наумов¹, Я.В. Соколова²

ЦЕПОЧКА СОЗДАНИЯ ЦЕННОСТИ В ПРИЗМЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

В данной статье рассмотрена актуальность применения цепочки создания ценности в качестве инструмента стратегического анализа. Рассмотрена концептуальная основа методик и принципов применения данного инструмента. Предложена авторская модель цепочки управления ценностью для современных бизнес-моделей.

Ключевые слова: цепочка ценностей (ЦЦ), стратегическое управление, система сбалансированных показателей (ССП), бизнес.

В настоящее время становится всё более очевидной необходимость перехода от традиционных методов хозяйствования и принципов управления к инновационным концепциям ведения бизнеса. Несмотря на барьеры, стоящие на пути прогресса, руководители компаний со временем все без исключения придут к осознанию принципиально отличных от консервативных взглядов на стратегическое управление. Ориентация на актуальные, по мнению исследователей, системы управления, методы, способы и инструменты анализа элементов функционирующих структур и их применение создаёт определённые конкурентные преимущества, что в условиях глобализации, геополитических разногласий, нестабильной конъюнктуры рынка становится залогом выживания в наше непростое время.

Кроме того, зачастую, чтобы получить чёткое представление о сущностных характеристиках бизнеса, разработать стратегический план развития, необходим целый комплекс средств идентификации, анализа и реализации предлагаемых мероприятий, что практически невозможно при отсутствии в компании внедрённых подсистем процессного подхода к управлению, что приводит к неэффективности большинства из применяемых методов стратегического менеджмента. При этом ориентация только на средства управленческих воззрений, акцентирующих внимание лишь на алгоритмах и бизнес-процессах, не станет априори грамотным методом аналитического исследования. Следовательно, не стоит ограничиваться в выборе и применять комплекс средств, заимствованных из разных организационно-управленческих концепций: управления на основе ситуационного, процессного, системного, количественного и многих других их вариаций.

Применение в управлении подходов, основанных на методах качественного и количественного анализа, за счёт эффекта синергии позволяет проводить реальную оценку исследуемого объекта и получать результаты, которые можно апробировать в хозяйственной деятельности. Одним из методов структурирования деятельности компании является цепочка создания ценности.

¹ Наумов М.С., магистрант кафедры менеджмента и маркетинга; Санкт-Петербургский государственный технологический институт (технический университет), г. Санкт Петербург

Naumov M.S., Undergraduate of the Department of Management and Marketing; St. Petersburg State Technological Institute (Technical University), St. Petersburg

E-mail: maxgonzalez@yandex.ru

² Соколова Я.В., доцент кафедры бизнес-информатики, кандидат технических наук, доцент; Санкт-Петербургский государственный технологический институт (технический университет), г. Санкт Петербург

Sokolova Ya.V., Associate Professor of the Department of Business Informatics, PhD in Technical Sciences, Associate Professor; St. Petersburg State Technological Institute (Technical University), St. Petersburg

E-mail: ya.v.sokolova@inbox.ru

Цепочка создания ценности (или Value Chain) – специальный инструмент анализа источников ценности, которые предлагаются потребителям компаний. Этот инструмент позволяет выявлять эффекты взаимосвязи бизнес-процессов по созданию ценности, что даёт возможность для формирования качественных систем преобразования исходного сырья в конечный продукт. В свою очередь, ценность любого продукта или услуги заключается в способности удовлетворить потребности потребителей, что также является ключевым аспектом всей концепции управления ценностью.

Существует ряд методик, в которых рассмотрены ключевые аспекты, связанные с цепочкой ценностей. Для концептуального представления методологий управления ценностью от отечественных и зарубежных исследователей систем управления предложена классификация по основным элементам цепочки, а также её ключевых особенностей, отражающих ключевые аспекты ЦСЦ. Данные методики представлены ниже (Табл. 1).

Таблица 1 – Классификация концепций построения ЦСЦ

Концепция/ Автор/Год упоминания	Основные элементы и вспомогательные процессы	Ключевые особенности
1	2	3
Цепочка создания ценности. – М. Портер, 1985	К основным относятся входная логистика, логистика на выходе, производство, маркетинговая деятельность и продажи, услуги и обслуживание. К вспомогательным относится: управление инфраструктурой компании, человеческие ресурсы, управление технологиями, МТС.	Основные процессы в концепции создают основную ценность продукции компании, являясь непосредственными составляющими элементами, определяющими стоимость процесса преобразования входов в выходы. Вспомогательная деятельность выступает второстепенным по очереди, но не по важности элементом и обеспечивает нормальное протекание основного процесса [1. С. 24]; [2. С. 18].
Цепочка ценностей по Д. Нортону и Р. Каплану, 1992	Бизнес-процесс создания ценности для покупателя включает две составляющие: - процесс инноваций, к которому относятся разработка и развитие продукции соответственно; - процесс выполнения операций, к которому относятся: производство продукции, маркетинговая деятельность, послепродажное обслуживание. Ключевыми понятиями являются: сроки поступления продукции на рынки; цепи поставок.	Цепочка начинается с получения заказа клиента на товары или услуги, а заканчивается доставкой этих продуктов. Начало процесса преобразования входа в выход связано с необходимостью установления потребностей потребителей, на основании чего создаётся товар, а в завершении эти потребности удовлетворяются, оставляя за клиентом возможности для сервисного обслуживания [3. С. 30-31].
Реверсивная цепочка создания ценности по А. Сливотски и Д. Моррисону, 2000-е.	Блок потребителя. К нему относятся следующие качественные характеристики потребителей: критерии выбора товаров и услуг, предпочтения, психология, функциональные нужды, реальные возможности для покупки, характеристика экономических систем и др. Блок каналов доставки ценностей до потребителя. Блок предложения продукции и услуг. Блок ресурсов и сырья. Блок активов и компетенций.	Концепция основана на принципе акцентирования внимания на потребителе, его характеристиках и предпочтениях. Поскольку потребитель является сложной системой с точки зрения маркетологов компании, необходимо уделять аспекту исследования этой системы основное внимание, а уже затем выстраивать основные процессы преобразования входов в выходы [4].
Цепочка создания ценности для потребителя по Юлдашевой, Никифоровой, Полонскому, 2007.	Два уровня бизнес-процесса: - система управления процессом генерации ценности, к которой относится: управление финансами, HRP, технологии и НИОКР, логистика и маркетинговая деятельность; - блок организации процессов создания ценности с учётом максимизации ценности при минимуме затрат, к которому относятся: снабжение, производство, продажи, сквозное обслуживание.	Подход обосновывает возможность применения такого средства как аутсорсинг, позволяющего вынести некоторые составляющие процесса создания ценности во внешнюю среду, при этом не потеряв в качестве процессов и ценности. Также замечен акцент на необходимости высокой степени координации каждого функционального блока процесса создания ценности [1. С. 23-25]; [5]; [6].

Продолжение таблицы 1

1	2	3
Цепочка накопления стоимости Каплински и Морриса, 2001.	Четыре основных блока цепочки: - Разработка продукта и его развитие. - Производство продукта. - Продажи и распределение. - Потребление или передача в переработку.	Авторы попытались создать концепцию прохождения продукта и услуг всех этапов с момента создания идей до реализации конечным потребителям. В дополнение разработан подход к анализу, включающий три элемента анализа: анализ барьеров попадания в цепочку и методов распределения доходов, определение положения и связей элементов цепочки как системы, исследование и модернизация цепочек создания ценности [6]; [7. С. 11]; [8].
Продукт как цепочка ценности для потребителя по А.А. Томпсону, А.Дж. Стрикленду, 1998.	Цепочка начинается с появления у компании сырья (процесс снабжения). Далее происходят последовательные этапы по производству и обработке, сборке и выпуску продукции с последующей продажей оптом и в розницу конечным потребителям производимых товаров и услуг.	В модели цепочки выделены две основные области процесса по созданию ценности – жизненный цикл изделия (последовательный переход от затрат на материалы к прибыли и этапу обслуживания); – вспомогательная деятельность компании по обеспечению основного жизненного цикла продуктов (рабочие места, инфраструктура, базы знаний и др.) [9. С. 173-180].
Система создания ценностей по А.М. Николаеву, 2010.	Модель процесса создания ценности включает три этапа: 1) преобразование исходной информации (вход – информация о потребительских предпочтениях, выход – нормативные документы); 2) преобразование необходимых ресурсов в ценности (вход – нормативная документация, выход – ценность); 3) трансформация ценности в информацию (вход – ценность, выход – информация для потребителя). Модель процесса управления системой создания ценности на основе рекурсивного подхода: стратегический контур – анализ, планирование, организация, контроль, subprocesses данного контура относятся к тактическому уровню.	Ключевым аспектом методики является работа с информацией, которую необходимо преобразовать в форму, необходимую для создания ценности для потребителя в материальной форме. Затем производится передача этой информации во внешнюю среду, после чего проводится анализ соответствия созданной и фактической ценности для потребителя. Таким образом, преобразование информации выделено в самостоятельный процесс [10].
Управление цепочкой ценности по А. Старинской, 2006.	Основные составляющие цепочки (слои): - физическая деятельность (производство и доставка ценности); - процессная деятельность (опосредованное добавление ценности за счёт функций управления); - информационная деятельность (нематериальные средства, предоставляемые компанией клиенту).	Цепочка ценности рассматривается как группа компаний, отвечающих за определённые этапы создания ценности и совместно работающих над ней, в ответ на открывающиеся перед ними рыночные возможности. Любой продукт – результат взаимодействия нескольких компаний, которые объединены одной цепочкой ценностей [11].

Стоит отметить, что в литературе встречаются и другие концептуальные представления цепочек ценностей, каждая из которых отличается своим набором обязательных элементов, таких как цели, этапы создания, уровни управления, входы и выходы, а также акценты на потребителе. Обратить внимание необходимо на работы таких авторов как П. Дойль, В. Репин, А.Ю. Сооляттэ и др. [2]; [12]; [13].

Однако у всех приведённых в Табл. 1 и других, не классифицированных в данной статье методик управления цепочкой ценностей, при более подробном ознакомлении, можно отметить существенные недостатки.

Согласно рассмотренной классификации, основными недостатками рассмотренных методик являются:

- ориентация на типовые формы и масштабы бизнеса;
- некоторые подходы лишь развивают идеи М. Портера, не внося значительных преобразований;
- относительная сложность построения;
- расплывчатость целей построения;

- кардинально противоположные подходы к роли иерархической составляющей в моделях управления цепочкой создания ценности;
- дифференцированная система акцентирования внимания на анализируемых секторах цепочки;
- учёт потребностей покупателей не всегда выходит на передовые позиции;
- ни одна из методик не допускает модернизации модели под индивидуальные нужды каждого конкретного предприятия;
- относительная неэффективность применения методик ввиду отсутствия возможности апробировать результаты в смежных стратегических исследованиях;
- относительное устаревание некоторых методик на настоящий момент времени;
- сомнительный авторитет авторов некоторых концепций.

Таким образом, приходится констатировать, что даже на уровне предположений большинство методик по управлению цепочками ценностей, скорее всего, являются неактуальными, не представляют собой ценности и не применяются для получения представления о фундаментальных сущностях управляемой системы.

Для модификации методики управления цепочками ценностей следует выделить её основной сущностный недостаток – целевое назначение. Применять её лишь в качестве "того, чтобы было" или апробировать результаты, полученные в результате её построения и исследования характеристик сторон бизнеса в стратегическом планировании и управлении всем циклом преобразования входов в выходы, – разные задачи.

Авторами данной статьи предложено применение принципов системы сбалансированных показателей при исследовании системы бизнеса при помощи анализа цепочки ценностей. Система сбалансированных показателей – подход, представленный Дейвидом Нортон и Робертом Капланом и зарекомендовавший себя как передовой инструмент измерения эффективности ключевых аспектов бизнеса, и связывающий оперативную деятельность бизнес-единиц компании со стратегическими целями на долгосрочный период [3. С. 31-32]; [14. С. 49]. По факту, принимая на вооружение систему показателей, позволяющих осуществлять исследования по измерению и оценке показателей в процессных системах, происходит переосмысление как самого подхода ССП, так и цепочки ценностей.

Рассматривая цепочку ценностей, которая выходит за рамки одного предприятия (например, подобный подход предложен в работе А. Старинской), необходимо обратить внимание на участников такой модели. С начала 2000-х годов, в связи с развитием глобальной сети Интернет, происходило перманентное преобразование бизнес-моделей в сторону отдаления от традиционных моделей взаимодействия компаний и потребителей, образуя тем самым инновационные формы предпринимательства. Примером таких форм, конечно же, является интернет-торговля – глобальный феномен, который, как казалось раньше, не мог стать перспективным способом ведения бизнеса. Для управления компаниями подобного типа, требуются новые подходы в управлении, отвечающие актуальным требованиям, которые позволят сформировать конкурентные преимущества и не растворяться в бизнес-пространстве.

Цифровая трансформация уже идёт полным ходом во всех развитых странах мира, и Россия пока отстаёт в этом плане по ряду экономических направлений. Несмотря на необходимость повсеместного внедрения процессного подхода, применения современных методик оценки и управления финансовым состоянием, автоматизации ключевых аспектов деятельности, а также развития ИТ-инфраструктуры. Однако, к сожалению, говорить приходится не только об отсутствии автоматизации, но и вообще каких-либо рациональных подходов к организации бизнеса. Каждая компания по-своему ведёт учёт, занимается стратегическим планированием, уделяет время HR-планированию, что ведёт к отрицательным последствиям.

Данный факт лишь подтверждает пессимистические прогнозы, свидетельствующие о возможных рисках для экономики страны. Первым шагом в развитии экономических систем станет использование переосмысленных инструментов стратегического планирования, которые будут модифицированы с учётом текущих тенденций.

Принципиальное отличие авторского взгляда на методику управления цепочкой ценности заключается в возможности применения рассчитываемых количественных и качественных показателей для оценки ключевых направлений деятельности компании по созданию ценностного предложения для потребителя. Предлагается использование стандартизированной схемы бизнес-направлений цепочки с возможностью адаптации под каждую индивидуальную концепцию бизнеса. Здесь происходит генезис шаблона, который начинающий предприниматель сможет использовать на этапах становления его ком-

пании для стратегического анализа бизнес-процесса по созданию и доставке до конечного потребителя ценностного предложения.



Рис. 1 – Цепочка создания ценности (авторская методика)

Основные особенности предложенной модели:

- Адаптивность построения – исследователь бизнес-сущностей сам определяет области и направления деятельности в каждой из рассматриваемых областей формирования ценностного предложения.

- Отсутствие иерархической составляющей, прежде определявшей основные зоны ответственности – вопреки сложившемуся подходу деления лиц, принимающих участие в цепочке создания ценности, на высшие и низшие, следует определять в идеале лишь на уровне должностных инструкций, что будет способствовать распространению положительных мнений от исполнителей до уровня управления, формируя тем самым качественные тенденции.

- Акцент на потребителе. Исходя из того что каждый экономический субъект должен создавать какие-либо ценности, целевым предназначением которого является удовлетворение человеческих потребностей, следует уделить этому направлению стратегического анализа цепочки ценностей особое внимание [15. С. 291-292]. Понимание сути потребительских предпочтений должно основываться на представлениях о потребителе-индивидуальности, а не "толпе". Учёт данного вида потребителя-маргинала требует более точечных оценок ключевых потребностей данного сегмента, а также подробного анализа психоэмоционального состояния его представителей [16. С. 17]; [17]. Такие типы потребителей, как экономичные; ориентированные на бренды; зависимые от ассортимента; предпочитающие индивидуальный подход и удобство, могут стать сегментом, который может принести компании прибыли при неизменной концепции бизнеса, а может оказать кардинальное влияние на ценностные предложения компании [12. С. 107-108]. Следует обратить внимание, что в современных условиях всё чаще происходит подмена сущностей потребителя и компании на "Электронную площадку", которая является системой, объединяющей группы покупателей и продавцов в одно целое. Тема исследований роли торговой площадки в цепочке создания ценности является актуальной и рассматривается в работах многих ученых.

- В цепочке учтена концепция реверсивного представления последовательности процессов по идентификации потребностей, созданию ценности и её передачи в обратную сторону.

- Цепочка представляет собой цикл, представленный системой взаимосвязанных видов деятельности и процессов, при этом система является открытой, т.е. находится в постоянном взаимодействии с внешней средой. Стоит отметить, что на ценностное предложение оказывают косвенное влияние и такие структуры как потребители, государство, поставщики, конкуренты. Подобное влияние следует учитывать, однако прямого воздействия оно на стоимость ценностного предложения не оказывает.

- На процессы формирования цепочки ценностей значительное влияние оказывают потребительские предпочтения, воздействия, в то время как поставщики, партнёры, государственные структуры и конкуренты оказывают косвенное влияние, заставляя предпринимателей подстраиваться под конъюнктуру рынка [18. С. 83-84].

- Оценка рассматриваемых областей цепочки. Как предполагалось ранее, все присутствующие области на цепочке необходимо оценивать. Это позволит выявить отклонения от нормативных показателей, что, в конечном счёте, повлияет на стоимость ценностного предложения. Пример оценки одной из сфер представлен на Рис. 2.

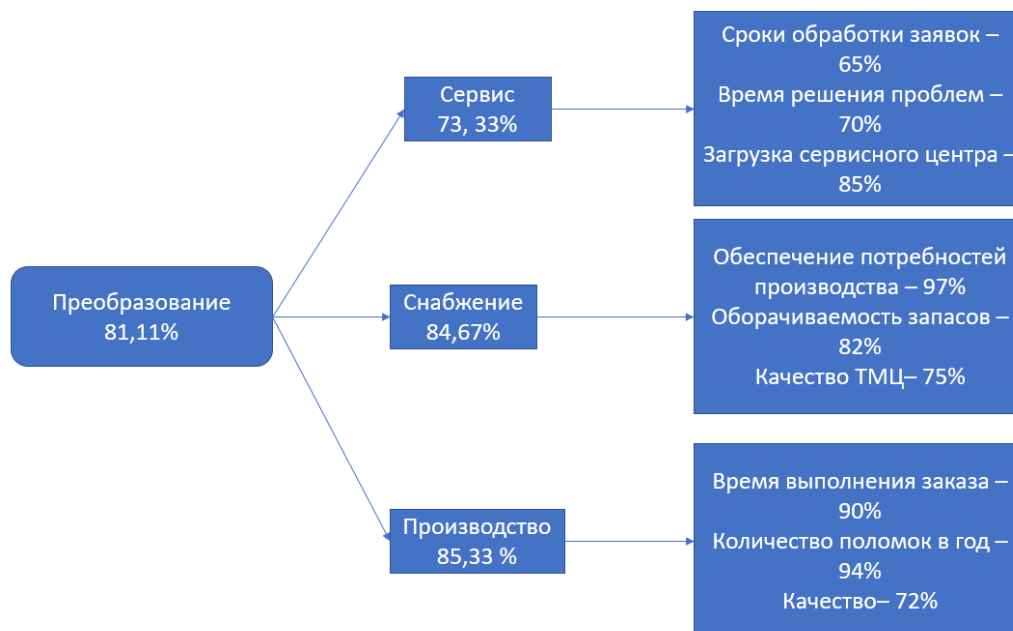


Рис. 2 – Пример результата оценки направления "Преобразование", участвующего в формировании ценностного предложения (авторская методика)

Проведя полноценный анализ процессов, участвующих в формировании ценностного предложения по методике ССП, можно получить показатель, отражающий эффективность той или иной области создания ценности для потребителя. Сопоставив показатели нескольких областей, можно будет выявить проблемные зоны, требующие внимания со стороны команды [20]; [21].

Принимая во внимание мысль, которую продвигают сторонники подхода "Бережливое производство", становится абсолютно ясно, какие преимущества получит компания или предприниматель за счёт применения методики, подобной предложенной выше. Выявление процессов, работ и задач, которые не имеют отношения к цепочке создания ценности, становится вектором мероприятий, который позволит компании повысить эффективность деятельности, сократить потери по нерентабельным процессам, тем самым создавая конкурентные преимущества перед конкурентами и устаревшим образом хозяйствования. Перепроизводство, большие склады с неэффективно используемой площадью, сложные работы с большим количеством иррационально распределённых задач – всё это сектор, который можно идентифицировать при помощи определённых инструментов и оптимизировать за счёт осмысленных управленческих решений [21. С. 1476-1478].

Заключение

Реализация программ по автоматизации отечественных производств, цифровизация экономики и субъектов экономической деятельности не должна проходить в отрыве от развития теоретических подходов к управлению. Усиление позиций электронной торговли ставит под вопрос многие идеи, свойственные только компаниям, управление которыми основано на доктрине традиционных типов хозяйствования. Поэтому, задачи менеджеров и исследователей систем управления приобретают очевидные оттенки и заключаются в грамотной переработке и переосмыслении разработанных ранее принципов, концепций и методологий управления сложными системами. Такой подход позволит обеспечить рядового предпринимателя инструментами, которые поспособствуют долгосрочной конкурентной борьбе в условиях негативных тенденций для отечественного рынка. Однако даже самые универсальные методы и инструменты управления развитием бизнеса без должного индивидуализированного подхода, обеспечиваемого и трансформируемого под конкретные нужды командой компании, не будут эффективными, если общество будет сохранять консервативные взгляды на основы хозяйствования.

Список использованных источников

1. Кирюков С.И. Становление и развитие теории управления маркетинговыми каналами. Научный доклад, № 2(R) – 2011. – СПб.: ВШМ СПбГУ, 2011.
2. Шевченко Е.А. Инструментарий оценки ценности комплексного кастомизированного предложения в стратегическом менеджменте организации: автореф. дис. ... к.э.н.: 08.00.05 / Е.А. Шевченко. – Новосибирск: Изд-во САФБД, 2014.
3. Каплан Р.С., Нортон Д.П. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию / пер. с англ. – М.: ЗАО "Олимп-Бизнес", 2003. – 304 с.
4. Моррисон Д., Сливотски А. Маркетинг со скоростью мысли. – Издательство "ЭКМО-Пресс", 2002. – 448 с.
5. Юлдашева О.У., Юдин О.И. Моделирование цепочки по созданию потребительской ценности // ПСЭ. 2012. № 1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/modelirovanie-tsepochnki-po-sozdaniyu-potrebitelskoj-tsennosti> (дата обращения: 28.06.2019).
6. Юлдашева О.У., Трефилова И.Н. Исследование глобальных цепочек ценности как основа для построения эффективных бизнес-моделей // Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера: Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. – 2016. – № 2. – С. 131-148.
7. Миролюбова Т.В. Закономерности и факторы формирования и развития региональных кластеров: монография / Т.В. Миролюбова, Т.В. Карлина, Т.Ю. Ковалёва. – Перм. гос. нац. иссл. ун-т. – Пермь, 2013. – 283 с.
8. Цыбулин Г.Г. Теоретические и методические подходы к исследованию цепочки создания стоимости в хлебопродуктовом подкомплексе АПК // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2017. – № 5(69). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-i-metodicheskie-podhody-k-issledovaniyu-tsepochnki-sozdaniya-stoimosti-v-hleboproduktovom-podkomplekse-apk> (дата обращения: 29.06.2019).
9. Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: Учебник для вузов / пер. с англ. под ред. Л.Г. Зайцева, М.И. Соколовой. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. – 576 с.
10. Николаев А.М. Предприятие как система создания ценности. [Электронный ресурс]. – 08.02.2010. – URL: https://www.marketing.spb.ru/lib-mm/tactics/value_engineering.htm (дата обращения: 29.06.2019).
11. Старинская А. Скованные одной цепью. – Журнал "&СТРАТЕГИИ". [Электронный ресурс]. – 18.06.2008. – URL: <http://www.management.com.ua/strategy/str165.html> (дата обращения: 29.06.2019).
12. Дойль П. Маркетинг, ориентированный на стоимость [Текст] / П. Дойль. – Санкт-Петербург: Питер, 2001. – 478 с.
13. Репин В.В. Описание и анализ бизнес-процессов: цепочки ценности и Work Flow. [Электронный ресурс]. – URL: https://www.cfin.ru/itm/bpr/comparising_analysis.shtml 08.05.2007 (дата обращения: 29.06.2019).
14. Хруцкий В.Е. Оценка персонала. Сбалансированная система показателей: практическое пособие / В.Е. Хруцкий, Р.А. Толмачёв, Р.В. Хруцкий. – 3-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 208 с. – (Профессиональная практика). Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/438751> (дата обращения: 28.06.2019).
15. Прокопцов В.Е., Трефилова И.Н. Эволюция цепочек и создание сетей ценности // Инновационная наука. – 2015. – № 12-1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/evolyutsiya-tsepochek-i-sozdanie-setey-tsennosti> (дата обращения: 28.06.2019).
16. Неганов С.А. Процессы создания ценности в современной маркетинговой теории / С.А. Неганов // Журнал экономической теории. – 2018. – Т. 15. – № 01. – С. 14-22.
17. Маркова В.Д., Курцевич А.И. Дополнительная ценность для потребителей: методические аспекты формирования // Вестник НГУ. Серия: Социально-экономические науки. – 2007. – № 2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/dopolnitelnaya-tsennost-dlya-potrebiteley-metodicheskie-aspekty-formirovaniya> (дата обращения: 28.06.2019).
18. Гаранина Т.А. Роль нематериальных активов в создании ценности компании: теоретические и практические аспекты // Корпоративные финансы. – 2009. – № 4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-nematerialnyh-aktivov-v-sozdanii-tsennosti-kompanii-teoreticheskie-i-prakticheskie-aspekty> (дата обращения: 28.06.2019).

19. Карловская Е.А., Киричук Л.А. Механизм формирования потребительной ценности государственной услуги / Е.А. Карловская, Л.А. Киричук // Вестник ТОГУ. – 2012. – № 3(26). – С. 159-168.
20. Система сбалансированных показателей (ССП) [Электронный ресурс]. – 23.08.2010. – URL: <http://humeur.ru/page/sistema-sbalansirovannyh-pokazatelej-ssp> (дата обращения: 29.06.2019).
21. Букреев М. ССП. Превращение концепции в реальность [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.intalev.ua/library/articles/article.php?ID=24932> (дата обращения: 29.06.2019).
22. Авдеева Е.С., Резник А.Е. Формирование системы бережливого производства на уровне "предприятие – вуз" как основа эффективной работы всех подсистем предприятия // Креативная экономика. – 2018. – Том 12. – № 9. – С. 1475-1482. – doi: 10.18334/ce.12.9.39403.

IV. ЭКОНОМИКА ПРОМЫШЛЕННОСТИ. ЭКОНОМИКА ТРУДА. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ОТРАСЛЕВЫХ КОМПЛЕКСОВ И РЕГИОНАЛИСТИКИ

УДК 338.984

E.D. Yavorskii, V.A. Balukova

INVESTIGATION OF INDUSTRIAL ENTERPRISE PROGRAM MANAGEMENT NATURE

The article considers the importance of production programs for the economic development of an enterprise and the problems of their formation. Based on the analysis of scientific and educational literature, a review of definitions is performed, showing the evolution of the concept over time, as well as differences in its semantic interpretations. The classification of production programs, the main tasks of their implementation, the principles of working-out and realization are given. The author's definition of the concepts "production program" and "management of the production program" is suggested, the features of definitions and the advisability of their use in the creation of the mechanisms of production programs functioning for the sustainable development of a modern industrial enterprise are set forth.

Keywords: production program, production program management, sustainable development, industrial enterprise.

Е.Д. Яворский¹, В.А. Балукова²

ИССЛЕДОВАНИЕ СУЩНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫМИ ПРОГРАММАМИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье рассмотрена значимость производственных программ для экономического развития предприятия и проблемы их формирования. На основе анализа научной и учебной литературы выполнен обзор определений, показывающий эволюцию понятия с течением времени, а также расхождения в его смысловых толкованиях. Приведены классификация производственных программ, основные задачи их осуществления, принципы разработки и реализации. Предложено авторское определение понятий "производственная программа" и "управление производственной программой", изложены особенности определений и целесообразность их использования при разработке механизмов функционирования производственных программ для устойчивого развития современного промышленного предприятия.

Ключевые слова: производственная программа, управление производственной программой, устойчивое развитие, промышленное предприятие.

Движущей силой экономического развития страны и отдельных её регионов являются достижения в области промышленного производства, прежде всего, за счёт высокого уровня технологических изменений, использования высокопрофессиональных знаний и опыта, применения новых управленческих подходов, эффективной организации. Процесс промышленного производства в отраслях экономики регулируется реализацией планов и программ производства на предприятии (ПП) [1]. Существует большое разнообразие видов "программ", реализуемых в различных сферах деятельности (инновационные, инвестиционные, производственные, социальные и пр.), уровнях управления (государственные, региональные, отраслевые, корпоративные, предприятий), отличающиеся целями решаемых задач (развития общества, бизнеса, личности) и временем их осуществления

¹ Яворский Е.Д., ведущий инженер отдела Подготовки производства Управления строительством АО "Ленгазспецстрой", г. Санкт-Петербург

Yavorskii E.D., Lead Engineer of the Department of Production Preparation of Construction Management JSC "Lengazspetsstroy, St. Petersburg

² Балукова В.А., профессор кафедры Экономики и управления предприятиями и производственными комплексами, доктор экономических наук, профессор; Санкт-Петербургский государственный экономический университет, г. Санкт-Петербург

Balukova V.A., Professor of the Department of Economics and Management of Enterprises and Industrial Complexes, Doctor of Economics, Professor; St. Petersburg State University of Economics, St. Petersburg

(стратегические, тактические, оперативные), способами и источниками финансирования. Особую значимость разработка и реализация программ имеют для прогресса отраслей промышленного производства.

В научной и учебной литературе сущность и проблемы формирования производственных программ традиционно рассматриваются чаще всего с позиции плана выпуска продукции и услуг и/или комплекса мероприятий по организации производства. Однако, по мнению авторов, термин "производственная программа" имеет более широкое толкование, объединяя в своей сути изучение отношений, возникающих в сфере производства материальных благ на уровне промышленного предприятия.

В современной российской науке существует несколько подходов к пониманию сущности ПП. При рассмотрении формулировок ряда авторов, сделанных в различные временные интервалы, стоит отметить, что у термина "производственная программа" не существует не только единого устоявшегося значения, но и смысла (Табл. 1). Выполненный авторами обзор определений показывает эволюцию понятия с течением времени, а также расхождения в его смысловых толкованиях.

Таблица 1 – Формулировки термина "производственная программа" (разработано авторами)

№ п/п	Определение	Автор
1	Задание по производству и реализации определённого количества продукции установленной номенклатуры и качества; ведущий раздел государственного плана развития народного хозяйства, плана отрасли, предприятия (объединения)	Мазалов Е.В., 1972 [2].
2	Развёрнутый или комплексный план производства и продажи продукции, характеризующий годовой объём, номенклатуру, качество и сроки выпуска требуемых рынком товаров и услуг	Бухалков М.И., 1999 [3].
3	Плановое задание по производству продуктов, изготовлению, выработке товарной продукции из полупродуктов в натуральном и стоимостном выражениях в целом по предприятию и использованию производственных мощностей	Бренц А.Д., 2002 [4].
4	Результат согласования следующих целей фирмы: 1) получение максимальной прибыли; 2) учёт реальных финансовых и иных ресурсных возможностей; 3) возможно полное удовлетворение потребностей рынка сбыта; 4) максимальное снижение производственных издержек, в том числе и максимально возможная загрузка оборудования	Сергеев И.В., 2002 [5].
5	Элемент системы более сложного уровня и, одновременно, сама представляет собой систему. На её основании формируются основные разделы комплексного плана предприятия, включая организационно-экономические и технические мероприятия, направленные на достижение тактических и стратегических целей производственно-сбытовой деятельности предприятия посредством комплексных плановых заданий	Гольдштейн Г.Я., 2003 [6].
6	На основе ПП разрабатываются планы по строительству новых, модернизации и расширению существующих филиалов, цехов и подразделений, закупке станков, оборудования, сырья, материалов, набору персонала. Разрабатывается политика ценообразования, затрат, доходов, прибыли, рентабельности производства	Басовский Л.Е., 2003 [7].
7	Определяет объём строительно-монтажных работ как во всей организации в целом, так и по всем её звеньям. На основе ПП рассчитываются потребности в материально-технических ресурсах, определяются все разделы, а также параметры годового плана. Так, исходя из ПП, разрабатываются планы производства работ по отдельным объектам и их комплексам и определяются мероприятия по развитию производственной мощности строительно-монтажной организации	Стриженый Г.Н., 2005 [8].
8	Комплексный план эффективной деятельности предприятия, являющийся продуктом оптимального планирования производства, продаж, расхода материально-технических ресурсов и финансирования	Пермин С.М., 2010 [9].
9	Утверждённый комплексный документ, определяющий на конкретный плановый период основные параметры производственной деятельности, выраженные в совокупности стратегических целей, тактических задач и оперативных заданий производственной деятельности предприятия и его подразделений по выпуску продукции в разрезе номенклатуры, качества, объёмов и сроков, с учётом производственных возможностей и исходя из существующих потребностей рынка	Шепелев С.А., 2012 [10].
10	Является ведущим разделом перспективного и текущего планов предприятия. Формируется на основе плана продаж по номенклатуре, ассортименту, объёмам реализации и опирается на производственные мощности предприятия. Реализация формирует экономические характеристики предприятия – валовую выручку, себестоимость, прибыль, рентабельность и другие показатели. Денежный поток является главной характеристикой эффективности ПП. Научно обоснованная характеристика ПП – базовое условие эффективного функционирования предприятия	Газетдинов М.Х., Акмайкин В.М., 2016 [11].
11	Административные мероприятия по гарантированному обеспечению материальными, трудовыми и другими видами ресурсов, требуемых для осуществления производства	Hannabuss S., 2016 [12].

Проведённый авторами анализ понятия "производственная программа" (Табл. 1) показывает, что, несмотря на изменчивость функции и целеполагания определения, ориентация предприятий на рыночный спрос, возможности его удовлетворения и доступные производственные мощности остаются неизменными. В процессе эволюции термина ПП перестаёт быть просто заданием, последовательно прекращая выступать исключительно планом деятельности фирмы (п. 1 – п. 4, Табл. 1). Далее ПП уже направлена на формирование параметров плановой деятельности (п. 5 – п. 7, Табл. 1), после чего начинает исполнять функцию, определяющую работу всей компании без привязки к плану. В то же время перечень целей от незаурядной реализации определённого количества продукции (п. 1 – п. 3, Табл. 1) эволюционирует к достижению тактических и стратегических задач (п. 4 – п. 6, Табл. 1) и далее к формированию характеристик предприятия (п. 7 – п. 11, Табл. 1).

При рассмотрении современных формулировок термина (п. 8 – п. 11, Табл. 1) можно выделить следующие принципы реализации ПП:

- исполнение системы плановых заданий;
- определение параметров деятельности;
- реализация перспективного и текущего планов предприятия;
- выполнение административных мероприятий.

В свою очередь, можно выделить основные задачи осуществления ПП, а именно:

- достижение тактических и стратегических целей;
- формирование экономических характеристик, необходимых для устойчивого функционирования предприятия;
- обеспечение плановых заданий необходимыми ресурсами.

Поскольку среди рассмотренных интерпретаций понятия отсутствует единство не только принципов функционирования ПП, но и поставленных задач, рассмотрим классификацию производственных программ, представленную в Табл. 2. Разработанная классификация показывает, что с течением времени количество задач, решение которых предполагается в рамках проведения ПП, возрастает. К определению объёма работ и потребности в ресурсах добавляются достижение тактических и стратегических целей, а впоследствии формирование выручки, себестоимости и рентабельности хозяйствующей системы. При этом следует отдельно выделить определение из Оксфордского экономического словаря [12], позиционирующего ПП как административные мероприятия по снабжению необходимыми ресурсами. По мнению авторов, данная интерпретация применима лишь к малым фирмам частного сектора или к отдельным подразделениям масштабных компаний и не может быть применима к передовым предприятиям, имеющим сложную систему внутреннего взаимодействия и управленческих связей.

Таблица 2 – Классификация производственных программ согласно принципу их функционирования и поставленным задачам (разработано авторами)

Принцип функционирования ПП	Определения Табл. 1	Задача ПП			
		Достижение целей тактических и стратегических	Формирование экономических характеристик		Обеспечение необходимыми ресурсами
			Объём работ, потребность в ресурсах	Выручка, себестоимость, прибыль, рентабельность	
Исполнение системы плановых заданий	п. 8	-	+	-	-
Определение параметров деятельности	п. 9	+	+	-	-
Реализация перспективного и текущего планов предприятия	п. 10	+	+	+	-
Выполнение административных мероприятий	п. 11	-	-	-	+

В понимании авторов, производственная программа предприятия представляет собой взаимоувязанный и согласованный во времени и ресурсах комплекс мероприятий и инструментов управления совместными работами подразделений предприятия по организации процессов производства, обеспечивающий эффективный экономический потенциал хозяйствующего субъекта и новые возможности для его устойчивого развития.

Разработанное авторами определение термина ПП существенно отличается от представленных его трактовок в Табл. 1. Авторами особенно подчёркивается многофункциональная структура ПП, а также наличие комплекса взаимоувязанных по целям задач, направленных на получение определённого результата. Основное различие между определениями заключается в соответствии определений свойствам и требованиям современной парадигмы. В условиях глобальных перемен информационной эры, высокой трансформации внешней среды и обострённой конкуренции предприятие должно обладать гибкой структурой функционирования, способной адаптироваться под изменчивость множества факторов [13]. При этом основополагающие цели могут и, с большой долей вероятности, будут изменяться. Соответственно ПП должна обладать не только восприимчивостью к таким изменениям, но и требуемой для эффективного менеджмента адаптивностью для своевременной модернизации производства. Очевидно, что невозможно разработать план деятельности, который заранее учитывал бы все альтернативы развития рынков. Именно поэтому вместо проведения плановой деятельности необходимо разрабатывать комплексно связанные управленческие мероприятия по реализации специализированных инструментов управления, результаты работы которых принесли бы максимальную эффективность в существующих условиях их применения. При этом выбор отдельно взятого инструмента с течением времени может изменяться, в зависимости от условий функционирования фирмы.

Другим важным различием разработанного и приведённых определений выступает область инициации изменений. Приведённые в Табл. 1 определения предполагают производственные возможности предприятия и потребности рынка ключевыми факторами, определяющими изменения. Устанавливая данные ориентиры как приоритетные, любая организация заведомо терпит стратегическое поражение в долгосрочной перспективе функционирования от фирм, ориентирующихся на возможную диверсификацию своей деятельности и имеющих пионерные разработки, спрос на которые в данный момент отсутствует. Поскольку диверсификация распределяет риски критичных убытков, а пионерные разработки обеспечивают перспективные и устойчивые продажи, функционирование успешных компаний без постоянного учёта множества внешних и внутренних альтернатив роста и неудач невозможно. Принципиальной особенностью определения является его ориентация на устойчивое развитие.

Управление производственной программой подразумевает систематизированный процесс регулирования отношений подразделений компании, ответственных за планирование деятельности, программирование, мониторинг и контроль промежуточных показателей. Конечной задачей процесса является обеспечение устойчивого развития и экономической безопасности конкретной социально-экономической системы. Таким образом, представленное авторами понимание сущности "производственных программ" и "управления производственными программами" промышленных предприятий позволит учитывать не только традиционные элементы разработки программ, но также способность субъектов хозяйствования реализовывать новации при производстве продукции, обеспечивать конкурентоспособность и устойчивое развитие предприятия.

Список использованных источников

1. Организация новых производств: учебное пособие / И.А. Садчиков, В.А. Балуква, К.А. Карпов. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2016. – 80 с.
2. Мазалов Е.В. План производства и реализации продукции. – М.: Большая Советская Энциклопедия, 1972.
3. Бухалков М.И. Внутрифирменное планирование. – М.: ИНФРА-М, 1999. – 392 с.
4. Бренц А.Д. Планирование на предприятиях нефтяной и газовой промышленности. – М.: Недра, 2002. – 333 с.
5. Сергеев И.В. Экономика предприятия: Учебное пособие. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2002.
6. Гольдштейн Г.Я. Основы менеджмента. Комплексный подход к разработке производственной программы предприятия. – М.: АУП, 2003. – 311 с.

7. Басовский Л.Е. Прогнозирование и планирование в условиях рынка / Л.Е. Басовский. – М.: ИНФРА-М, 2003. – 258 с.
8. Стриженый Г.Н. Методика оптимизации производственной программы строительного предприятия: дис. ... к.э.н. – Москва, 2005.
9. Пермин С.М. Управление производственной программой газоперерабатывающего предприятия на основе производственных функций: дис. ... к.э.н. – Астрахань, 2010.
10. Шепелев С.А. Управление производственной программой машиностроительного предприятия в конкурентной среде: автореф. дис. ... к.э.н. – Ижевск, 2012.
11. Газетдинов М.Х., Акмайкин В.М. Повышение эффективности разработки производственной программы предприятия в условиях рыночной неопределённости / М.Х. Газетдинов, В.М. Акмайкин. – Казань: Издательство "Бриг", 2016. – 140 с.
12. Stuart Hannabuss, RR 2016/187 A Dictionary of Business and Management (6th edition) Edited by Jonathan Law, Oxford University Press, Oxford, 2016. – 672 p.
13. Ансофф Г.И. Стратегическое управление: [Пер. с англ.] / [Науч. ред. и авт. вступ. ст., с. 11-32, Л.И. Евенко]. – М.: Экономика, 1989. – 519 с.

V. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ СФЕРЫ УСЛУГ

УДК 81'367.32

Yu.V. Perlova

DIRECT AND INDIRECT IMPERATIVE IN ADVERTISING SLOGANS

This article provides an overview of direct and indirect ways of expressing imperative intention in advertising slogans, the effectiveness of slogans is estimated. The role of target audience in the process of production of slogans is analysed. The relevance of the work is proved by the increasing interest to the advertising discourse and advertising slogans based on the methodology of new research paradigms.

Keywords: advertising slogan, target audience, imperative intention, social status, direct imperative, indirect imperative.

Ю.В. Перлова¹

ПРЯМОЕ И КОСВЕННОЕ ПОБУЖДЕНИЕ В РЕКЛАМНЫХ СЛОГАНАХ

В статье рассматривается использование прямого и косвенного императива в рекламных слоганах, оценивается эффективность слоганов. Проводится анализ того, как фактор целевой аудитории влияет на создание слоганов. Актуальность работы обусловлена растущим интересом к изучению рекламного дискурса и рекламных слоганов с использованием методологии новых исследовательских парадигм.

Ключевые слова: рекламный слоган, целевая аудитория, императивная интенция, социальный статус, прямое побуждение, косвенное побуждение.

Феномен рекламы и, шире, дискурс рекламы вызывает неослабевающий интерес специалистов в разных областях знания – экономистов, лингвистов, философов, социологов, психологов и т.д. Это объясняется тем, что, как подчёркивает А.В. Олянич, рекламный дискурс выполняет несравненно большее число функций в современном информационном пространстве, чем функция информирования и воздействия. Дискурс рекламы влияет на изменение доминантных ценностей современного социума [8. С. 32]. В рекламе выстраивается определённая система культурных смыслов, система, конструирующая такой образ общества, в котором продукту приписываются те или иные культурные ценности [6].

Реклама – это отдельный функциональный стиль с разветвлённой системой жанров (объявление, лозунг, слоган, рекламная статья и др.) [1]. Слоганы занимают особое место в рекламной коммуникации. В английском языке существительное slogan появилось в результате ассимиляции заимствованного шотландского слова slogorn(e), имеющего значение "battle cry" (боевой клич). В британской энциклопедии Britannica Online Encyclopedia указывается, что этот боевой клич использовался шотландскими и ирландскими кланами во время атаки, был сигналом к сбору клана и включал в себя его название, место встречи и т.п. [9].

Особенностью рекламного дискурса является тот факт, что интенция продуцента рекламного сообщения известна адресату заранее, поскольку, как только адресат определяет некое сообщение как рекламное (в силу особых условий функционирования такого сообщения), ему становится понятно, что его хотят побудить приобрести какие-либо товары или услуги.

И.Б. Морозова определяет слоган как краткое самостоятельное рекламное сообщение, которое может существовать изолированно от других рекламных продуктов и представляет собой свёрнутое содержание рекламной кампании [7. С. 35-36]. Отдельные исследователи считают слоган одним из самостоятельных жанров или жанровых разновидностей рекламного текста.

Специфика языка рекламы заключается в том, что в создании программируемого эффекта слоганов большую роль играют потребительские мотивы.

¹ Перлова Ю.В., доцент кафедры иностранных языков, кандидат филологических наук; Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет "ЛЭТИ" им В.И. Ульянова (Ленина), г. Санкт-Петербург
Perlova Yu.V., Associate Professor of the Department of Foreign Languages, PhD in Philology; St. Petersburg State Electrotechnical University "LETI" named after V.I. Ulyanov (Lenin), St. Petersburg
E-mail: perlova5@mail.ru

Слоган можно рассматривать как независимое рекламное сообщение, но возникает вопрос, представляет ли слоган целый текст сам по себе, изолированно от широкого контекста, или это композиционный элемент рекламного текста, одна из его главных структурных частей.

Эффективный слоган должен выделять фирму или товар среди подобных. Слоган придаёт особый, узнаваемый стиль рекламируемому объекту. Основная функциональная нагрузка слогана – идентифицировать товар или услугу, в краткой форме служить средством создания и последующего закрепления устойчивых ассоциаций между торговой маркой и рекламной концепцией.

Как отмечает И.Я. Балабанова, разнообразие видов слоганов объясняется множеством частных задач и целей рекламных акций, широким набором характеристик рекламируемых товаров и услуг, особенностями аудитории [2].

Основные задачи рекламного слогана формулируются в известной маркетинговой модели AIDA (Attention – Interest – Desire – Action), т.е. слоган должен привлечь внимание, вызвать живой интерес в рекламируемом продукте, желание приобрести его и, самое главное, заставить потенциальных покупателей приобрести этот продукт.

Конечной целью любого рекламного сообщения является приобретение адресатом товаров и услуг, т.е. дискурс рекламы очень близок дискурсу побуждения. Модель структуры содержания побудительного высказывания, разработанная Л.А. Бирюлиным и В.С. Храковским, опирается на принятое в теории речевых актов трёхуровневое представление высказываний: 1) план прескрипции (иллокутивный акт) включает в себя прескриптора, получателя прескрипции и исполнителя прескрипции; 2) план коммуникации (локутивный акт), который включает говорящего (прескриптора), слушающего/слушающих (получателя/получателей прескрипции) и лицо/лица, не участвующее в коммуникативном акте, т.е. 3-е лицо ед./мн.ч.; 3) план каузируемого положения вещей (пропозициональный акт), который включает некое действие Р и его агента (исполнителя прескрипции) [3. С. 8-9].

Глаголы в повелительном наклонении обладают максимально высоким потенциалом воздействия на получателя сообщения, поскольку их грамматическая функция – побуждение к действию. Морфологическим ядром категории побуждения традиционно считается повелительное наклонение или императив, который трактуется как одно из косвенных наклонений в силу того, что в семантическом плане он как бы "переводит" действие, называемое глаголом, из области объективной реальности в область субъективной реальности – желаемой, каузируемой.

В.Б. Касевич подчёркивает, что императив – это прямое волеизъявление говорящего, результатом которого должно стать совпадение пропозиционального содержания высказывания с действительностью [4. С. 554].

Для того чтобы неимперативные по своей семантике формы воспринимались как побудительные, необходимы определённые прагматические условия, определённый прагматический контекст. В рекламе этот контекст задан заранее. Как только реципиент идентифицирует высказывание как рекламное, то сразу же высказывание приобретает иллокутивную силу побуждения. По сути главным императивным глаголом в дискурсе рекламы является глагол *Купи!* Но, следует отметить, он практически не используется в слоганах, что можно объяснить его категоричностью и агрессивностью. Примеры слоганов с императивной конструкцией:

Летайте самолётами Аэрофлота!

PARODONTAX® Оставьте кровоточивость дёсен в прошлом.

Попробуй новинку – Mirinda MIX-IT.

Venus. Почувствуй себя богиней.

Colgate Simply White. Сделайте вашу улыбку белоснежной!

Toyota. Управляй мечтой!

В дискурсе рекламы продуцент рекламного слогана и прескриптор каузируемого действия не всегда кореферентны. Адресант часто дистанцируется от роли прескриптора, беря на себя лишь посреднические функции. Например: *Colgate Total 12. Выбор стоматологов.* В данном слогане прескриптором фактически выступают стоматологи, а не производители или поставщики этой зубной пасты.

Та же ситуация и в слогане другой зубной пасты: *Oral-B. Чисти как стоматолог.* Довольно редко можно встретить отрицательный императив: *Чай Madison. Не пробуй, а то понравится.* В этом примере используется приём обманутого ожидания и, несмотря на отрицательную форму, слоган оставляет положительное впечатление в силу своей нетривиальности.

Действенная реклама подразумевает учёт наибольшего объёма таких существенных факторов, как потенциальный адресат, его культурные стандарты и фонд знаний, его коммуникативные способности, нужные для объективной интерпретации сообщения [5]. Что касается выбора ты- или Вы-формы глагола в повелительном наклонении, то здесь, прежде всего, составитель рекламного сообщения должен ориентироваться на целевую аудиторию. Так, целевой аудиторией шоколадных батончиков считаются подростки и молодые люди, поэтому в слоганах этих продуктов чаще встречается ты-форма. Например:

Слегка проголодался – попробуй новый SNICKERS® Криспер с хрустящим рисом!

Сделай паузу – скушай Twix!

Ты-форма повелительного наклонения, если она не сопровождается маркерами вежливости, является очень грубой и резкой. Выбор этой формы может быть оправдан, только если негативный потенциал, заложенный в ней, нейтрализуется с помощью различных средств. Большую роль в этом играет юмор, игра слов и смыслов. Например: *Snickers. Не тормози – сникерсни!*

Следует подчеркнуть такую особенность рекламного текста как креолизация, т.е. использование средств разных семиотических систем для достижения коммуникативных целей. Например, рекламный слоган конфет Бонпари: *Бонпари – попробуй отбери!* Смысл этого слогана полностью становится понятен только после просмотра рекламного ролика с уснувшей бабушкой и внуком, который хотел незаметно взять конфету. В данном случае наблюдается семиотически насыщенный, креолизованный текст.

Главным "конкурентом" прямого побуждения в слоганах являются номинативные конструкции. Например:

Открытие. Надёжный банк нашего времени.

Вольтарен. Праздник удался.

Miller безалкогольное. Мягкий вкус, который впечатляет.

Долгит. Немецкое качество по отличной цене.

Фосфоглив. Защита печени с удвоенной силой.

Проведённый анализ показал, что прямое побуждение в коммерческих рекламных слоганах встречается довольно часто. При составлении рекламных слоганов нужно очень тщательно относиться к выбору языковых средств. Если продуценты рекламных сообщений решаются использовать императивные конструкции, то им следует стремиться к снижению категоричности, которая присуща этому способу побуждения.

Список использованных источников

1. Алёшина В.В. Лингвистические особенности англоязычных рекламных слоганов [Текст] // Современная филология: материалы III Междунар. науч. конф. (г. Уфа, июнь 2014 г.). – Уфа, 2014. – С. 103-108.
2. Балабанова И.Я. Семантика и прагматика рекламного дискурса на материале французского и русского языков: дис. ... к. филол. н.: 10.02.20 / И.Я. Балабанова. – Казань, 2004. – С. 198.
3. Бирюлин Л.А., Храковский В.С. Повелительные предложения: проблемы теории // Типология императивных конструкций. – СПб.: Наука, 1992. – С. 5–50.
4. Касевич В.Б. Труды по языкознанию. – СПб.: Филологический факультет СПбГУ, 2006. – С. 663.
5. Лапшова Н.В. Лингвосемиотическая динамика русского текста рекламного плаката о пищевых продуктах на протяжении XX–XXI веков: дис. ... к. филол. н.: 10.02.01 / Н.В. Лапшова. – Ставрополь, 2018. – С. 250.
6. Миндияхметова Р.М. Лингвокультурная специфика рекламного профиля компании: на материале американской авторекламы: дис. ... к. филол. н.: 10.02.04 / Р.М. Миндияхметова. – Уфа, 2018. – С. 210.
7. Морозова И.Б. Слагая слоганы. – М.: "РИП-холдинг", 2003. – С. 174.
8. Олянич А.В. Презентационная теория дискурса. – М.: Гнозис, 2007. – С. 189.
9. Britannica Online Encyclopedia [Электронный ресурс]. URL: <http://www.britannica.com/> (дата обращения: 25.03.2019).

УДК 338.467.6

A.B. Shumanskaya

ECONOMIC CHARACTERISTICS OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF SPORTS AND HEALTH COMPLEX INFRASTRUCTURE OBJECTS IN THE CONDITIONS OF THE REGULATED MARKET

Studies of sports and recreation facilities are determined by the logic of an economic analysis of the functioning of the latter as socially-oriented elements of the infrastructure of the regulated market in the traditions of neo-institutional theories and post-non-classical science. In the materials of this article, the author proceeds from the need to characterize the state and prospects for the development of infrastructure facilities for physical education and sports in the current transitional economy of Russia.

Keywords: infrastructure of social facilities, physical education services, sports, economy of innovative development of sports infrastructure, transition economy.

А.Б. Шуманская¹**ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ОБЪЕКТОВ ИНФРАСТРУКТУРЫ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫХ КОМПЛЕКСОВ В УСЛОВИЯХ РЕГУЛИРУЕМОГО РЫНКА**

Исследования объектов спортивно-оздоровительных комплексов определяются логикой именно экономического анализа функционирования последних как социально-ориентированных элементов инфраструктуры регулируемого рынка в традициях неoinституциональных теорий и постнеклассической науки. В материалах данной статьи автор исходит из необходимости охарактеризовать состояние и перспективы развития объектов инфраструктуры услуг физической культуры и спорта в условиях современной переходной экономики России.

Ключевые слова: инфраструктура социальных объектов, сфера услуг физической культуры, спорт, экономика инновационного развития спортивной инфраструктуры, переходная экономика.

С учётом того, что в течение последних десятилетий происходит масштабная коммерциализация и глобализация спорта и спортивных международных форумов, необходимо сделать акцент на основные концептуальные направления исследований экономики спорта и спортивного менеджмента, принимая во внимание необходимость трансформации системы управления всей спортивной отраслью на основе рыночных принципов. Так, актуальным направлениям научных исследований в области экономики и менеджмента спорта в настоящее время посвящается большое число работ отечественных и зарубежных специалистов. Об этом свидетельствует ряд опубликованных в последнее время работ [8. С. 26-29], в которых тесным образом переплетаются экономические проблемы спорта и связанные с ними вопросы формирования и развития инфраструктуры спортивно-оздоровительных комплексов, вопросы участия государства в строительстве современных специализированных спортивных комплексов, и рост стоимости трансферов вне зависимости от влияния каких бы то ни было финансовых кризисов. В вышеозначенных работах можно усмотреть надлежащий уровень обоснования и глубины раскрытия современных экономических условий формирования интересов участников рыночных отношений, формирующихся в русле институционализации экономической науки на её стыковых гранях с политологией, социологией и юриспруденцией. Как указывают некоторые авторы [8], институционализация рыночной модели вокруг экономических интересов развития спорта может быть обозначена некой парадигмой, на идейной платформе которой можно объединить усилия и создать механизм согласования интересов самых широких социальных групп, причастных к спорту и обеспечивающих его функционирование, как в масштабе страны, так и на уровне отдельных регионов, причём методологический эскиз рассмотрения экономических механизмов в структуре отдельных видов спорта позволяет экстраполировать вышеозначенную парадигму на контекст международного спортивного движения.

¹ Шуманская А.Б., старший преподаватель кафедры управления персоналом и рекламой; Санкт-Петербургский государственный технологический институт (технический университет), г. Санкт-Петербург
Shumanskaya A.B., Senior Lecturer of the Department of Personnel Management and Advertising; St. Petersburg State Technological Institute (Technical University), St. Petersburg
E-mail: ivannikova_a_b@mail.ru

Изучая отдельные научно-исследовательские работы в области актуальных направлений развития спорта и связанных с ним исследований инфраструктуры спортивно-оздоровительных сооружений и комплексов, можно выделить три основных глобальных направления, задающих условные магистральные траектории в экономике инновационного развития объектов инфраструктуры спортивно-оздоровительных комплексов в условиях регулируемого рынка.

Первый концентр, вокруг которого выстраиваются обсуждения и дискуссии по вышеозначенному вопросу, формируется в пределах совершенствования механизмов управления сферы физической культуры и спорта. Так, например, в работе Доева В.К. [2. С. 5-7] представлена сущностная характеристика понятия "услуги сферы физической культуры и спорта", в которой отражены субъекты их производства, различные категории потребителей и их интересов, факторы спроса, а также обоснована система управления, которая представлена моделью взаимодействия физкультурно-спортивной организации и субъекта управления, причём базовыми факторами развития системы управления такой отраслью, по мнению Доева В.К., являются количественный рост физкультурно-оздоровительных организаций и иерархической структуры управления, уточнение функций которой сводится к причинно-следственным связям между нематериальной частью хозяйственного комплекса и его материальной частью, инварианты которой представлены в структуре менеджмента, направленного на экономическую эффективность вышеозначенных функций. Существенно, что этот автор в структуру указанных взаимосвязей вводит институциональные факторы оценки анализа процессов управления физической культурой и спортом в условиях рыночных трансформаций организационных, организационно-стабилизирующих, распорядительных и дисциплинарно-правовых воздействий, что теоретически позволяло бы говорить о разработке управленческих технологий, способствующих росту числа коллективов в обсуждаемой области сферы услуг, количества спортивных клубов и численности лиц, занимающихся физической культурой и спортом. Теоретически можно предполагать обоснованной необходимость анализа взаимосвязей заработной платы, трудовой занятости и свободного времени в сфере физической культуры и спорта в структуре региональной социально-экономической политики с поддержкой приоритетов развития инфраструктуры региональных рынков данной отрасли со стороны государства и расширяющегося предпринимательства; теоретически эта цепочка позволяет реализовывать ускоренное развитие негосударственного сектора рынка услуг данного вида и усовершенствовать механизм диагностирования и оценки вариантов изменения всей структуры данного комплекса в случае изменения методов управления данной отраслью, вызванных потенциальной необходимостью.

В рамках этого же концентрирования исследований экономических эффектов спортивных услуг, в продолжение развития идей совершенствования механизмов управления сферой физической культуры и спорта ряд авторов [3], [4] усматривают конкретный вклад в приращение научных знаний в обобщении фактологического материала и оценке сегмента доли рынка услуг физической культуры и спорта в структуре национальной экономики, в обосновании целесообразности отражения этого материала в бюджетной политике, как отдельной отрасли экономики; совокупность этих подходов позволяет систематизировать теоретически информационное обеспечение эффективного управления развитием физкультурно-спортивных комплексов, т.е. происходит включение в теоретико-экономический анализ объектов информационной инфраструктуры со всеми их потенциалами. Помимо этого, в работе А.Е. Жердева [3. С. 7] утверждается, что выполненный анализ специфики управления физической культурой и спортом на региональном уровне имеет непосредственное отношение к формированию теоретических основ экономического развития социальной сферы региона, в то время как в работе А.А. Иванова [4. С. 5] доминирующей идеей является то, что методики формирования организационной структуры продвижения услуг спорта, основанные на оптимизации конкретных функций коммерческих и некоммерческих составляющих инструментов, могут быть автоматизированы некой модульной информационной системой с использованием специальных информационных технологий, а это, по крайней мере, теоретически обеспечит быстрый и качественный доступ к ресурсам предприятий сферы спортивно-оздоровительных услуг. Этот автоматизированный подход к управлению вышеозначенной сферой, по мнению А.А. Иванова, сможет привести к повышению интереса к информационным носителям данных о соответствующих спортивных услугах в регионе. Иными словами, А.А. Иванов вплотную подходит к идее стратегического использования рыночных инструментов в сфере физической культуры и спорта и развитию этих отношений во всей индустрии спорта в России.

Так, Р.Б. Ротенберг [10. С. 20-21] в результатах своих исследований отмечает базовые и функциональные стратегии в процессе перспективного развития всех направле-

ний физической культуры и спорта в структуре существующих типологизаций платных услуг населению; сформированные в работе этого автора теоретические подходы к рационализации стратегического планирования перспективного развития всех отраслей физической культуры и спорта определяют принципы формирования стратегии применения рыночных инструментов в рассматриваемой сфере услуг, которые позволили бы субъектам хозяйствования этой отрасли адаптироваться к изменениям экономических ситуаций, ориентированных на использование преимуществ рыночных отношений. В.А. Леднев [6] в своём исследовании идёт дальше, показывая теоретически и практически такие обоснования современных рыночных трансформаций российской и мировой индустрии спорта, которые в результате сложных соотношений внутри системы этих трансформаций формируют новый институт рынка в современных условиях. В.А. Леднев в своих исследованиях выявляет и раскрывает функциональную роль индустрии спорта в общественном воспроизводстве на различных этапах развития рыночной экономики. Это позволяет ему обосновать ряд положений неинституциональной экономики в русле современных позитивистских теорий; в частности В.А. Леднев указывает на то, что современная мировая и российская индустрия спорта является институтом рыночной экономики, представляющим собой одну из предпосылок сохранения и преумножения национального богатства, повышения качества экономического роста. Опираясь на данные методологические основы, В.А. Леднев выявляет совокупность объективных и субъективных факторов развития рыночных отношений в индустрии спорта, показывая, далее, что спорт как традиционная часть сферы услуг в условиях рыночной экономики существенно трансформирует свои границы, структуру и состав в условиях переходной экономики России; автор усматривает в результате своих исследований, что в индустрии спорта представлены интересы четырёх основных видов субъектов экономических отношений: предпринимателей, потребителей продукции, наёмных работников и государственных структур. Такая классификация позволяет автору выявить основные сегменты рынка товаров и услуг индустрии спорта, а именно профессиональный, оздоровительный, массовый и детский спорт.

Существенно, что В.А. Леднев считает государственное регулирование деятельности спортивных организаций доказанной объективной необходимостью воздействия органов государственной власти на процессы развития и эффективного функционирования сферы физической культуры и спорта, как полноценного института рыночной экономики. Коль скоро раскрывается содержание и роль государственной политики и заинтересованности в реализации конкретных политических и экономических интересов, по мнению В.А. Леднева, можно утверждать, что в основе экономических отношений в сфере физической культуры и спорта находятся методологические корни институционально-ориентированной транзитивной экономики. Иными словами, теоретические и практические выводы исследования этого автора целесообразно использовать при разработке общей стратегии спортивной организации, её организационной структуры управления, совершенствовании маркетинговой политики и составлении бизнес-планов спортивных организаций, как субъектов предпринимательства. В то же время В.А. Леднев вносит ряд предложений по усилению государственного регулирования и развития партнёрских отношений между государством, спортивными организациями и предпринимательскими структурами, что формирует основные положения государственной политики и реализации Федеральной программы развития физической культуры и спорта в Российской Федерации. Таким образом, В.А. Леднев вплотную подходит к формированию и развитию форм государственно-частного партнёрства (ГЧП) в процессе достижения экономических эффектов в результате функционирования услуг спортивно-оздоровительных комплексов, что с необходимостью предшествует формированию и развитию инфраструктурных объектов, ориентированных на поддержание и долгосрочное развитие вышеозначенных форм ГЧП.

Несмотря на то, что в современных постнеклассических исследованиях всех форм экономических отношений в сфере физической культуры и спорта преобладают идеи господства ГЧП, ряд работ, посвящённых экономическим отношениям в индустрии спорта, подчёркивает доминантность именно предпринимательского компонента, причём даже указывается на реальное использование PR-технологий в механизмах регулирования рынка профессионального спорта. Так, С.В. Сухов [14. С. 7-10] в своих исследованиях приходит к выводу о том, что предпринимательская деятельность основных субъектов российской индустрии спорта рассматривается как неотъемлемая часть их хозяйственной деятельности в условиях спортивной и рыночной конкуренции, а в качестве ключевого маркетингового инструмента развития предпринимательской деятельности вышеозначенных субъектов может быть предложена вариативная маркетинговая модель. Этот ав-

тор также, по-видимому, впервые предлагает систему показателей для оценки результатов предпринимательской деятельности субъектов российской индустрии спорта. С.В. Сухов развивает теорию предпринимательства в отношении деятельности спортивных организаций, уточняет и обогащает терминологию, используемую при исследовании индустрии спорта как полноценного института рынка и нового сектора экономики. Этот исследователь также показывает, что в процессе коммерциализации спорта формируется многоотраслевая функциональная подсистема экономики, отражающая процесс взаимодействия спорта с другими отраслями и сферами деятельности, определяемая отечественными авторами, например, В.А. Ледневым, как "индустрия спорта" [6. С. 13].

Примером исследований регулирования рынка профессионального спорта с использованием PR-технологий может служить работа Е.А. Макаровой, в которой выявлены и оценены проблемы применения PR-технологий в сфере профессионального спорта и предложены подходы к регулированию вышеозначенного рынка при помощи современных PR-технологий [7. С. 8-9].

Вторым основным глобальным направлением, задающим условные магистральные траектории в экономике инновационного развития объектов инфраструктуры спортивно-оздоровительных комплексов в условиях регулируемого рынка, можно считать финансово-экономические расчёты и бизнес-модели, формирующиеся вокруг крупных научно-экономических школ страны. Так, например, роль индустрии спорта в развитии современной экономики, оценка стоимости больших спортивных арен, подходы к определению весовых значений индикаторов в интегральных показателях развития спорта на примере Индекса Развития Футбола, – далеко не полный перечень исторических проектов, связанных со спортом, относящихся к сектору отдыха и развлечений, осуществляющих роль индустрии спорта как новой отрасли экономики, которая выходит в последнее время на новый уровень развития и становится полноценной сферой интересов, как со стороны государства, так и со стороны предпринимательства: об этом свидетельствуют огромные инвестиции в развитие спортивных клубов и сопутствующей инфраструктуры. Обозначенный круг проблем, хотя и не в полном объёме, освещён в работах И.В. Солнцева и Н.А. Осокина [11. С. 64-83]; [12. С. 155-167]; [13. С. 54-64].

В работе И.В. Солнцева "Роль индустрии спорта в развитии современной экономики" развивается вопрос физической культуры и спорта с позиций приоритетных направлений социальной политики государства. Осуществляя относительно подробный анализ имеющихся источников по данной тематике, И.В. Солнцев констатирует, что при относительно высоком интересе и актуальности исследования индустрии спорта в структуре национальной экономики удельный вес научных и практических работ по данной тематике крайне мал. И.В. Солнцев, обосновывая важность индустрии спорта для развития экономики в целом, проводит анализ перспектив её развития, решая следующие задачи: приводит конкретные факты, свидетельствующие о высокой роли индустрии спорта для современной экономики, выделяет ключевые составляющие сектора спорта, формулирует факторы, способствующие развитию индустрии спорта и одновременно сдерживающие его; обосновывает или выдвигает критерии эффективности индустрии спорта; выделяет ключевые тенденции в развитии индустрии спорта и анализирует перспективу в данном секторе экономики [12. С. 156].

Согласно ряду исследований спонсоры выделяют на спортивные проекты всё больше средств, рекламодатели увеличивают бюджеты на спортивные мероприятия, бизнесмены инвестируют в спортивные клубы, а правительство активно обновляет спортивную инфраструктуру и стимулирует развитие данного сектора экономики в целом, несмотря на то, что мировая экономика время от времени переживает серию кризисов. Прогнозы, о которых здесь идёт речь, согласно И.В. Солнцеву, в период с 2011 по 2015 гг., позволяют констатировать, что доходы мировой индустрии спорта во всех регионах будут возрастать благодаря следующим основным факторам: укреплению экономической ситуации в мире, усилению воздействия телевизионной рекламы и продолжающемуся переходу спортивных трансляций на платное телевидение. В обсуждаемой работе И.В. Солнцев приводит таблицу доходов мировой индустрии спорта с 2006 по 2015 гг., в соответствии со следующими грациями: продажа билетов, права на трансляцию, спонсорство, мерчандайзинг (каждая из составляющих в обсуждаемой таблице представлена в млн долл. США, причём максимальное значение темпов роста приходится на спонсорство – 5,3 %).

И.В. Солнцев в обсуждаемой работе анализирует отчёты специалистов PwC, УЕФА, Deloitte Football Money League, KPMG, ФИФА. Согласно этим отчётам, помимо доходов растут и расходы на содержание футбольных клубов, причём самой существенной статьёй затрат остаются затраты на трансферы игроков. В обсуждаемой работе И.В. Солнцев

приводит в табличной форме доходы клубов Европы и в графической форме (в виде гистограммы) общую выручку 20 ведущих клубов Европы, распределённую по годам.

По данным И.В. Солнцева, согласно исследованию Ernst&Young, инвестиции в спортивную инфраструктуру способствуют не только развитию спорта как такового, но и стимулируют экономику в целом. Механизм этого стимулирования обоснован в аналитических расчётах, представленных той же Ernst&Young, в табличной форме в распределении по темпам роста ВВП тех городов мира, в которых происходит то или иное существенное спортивное мероприятие.

На фоне подразделения индустрии спорта на профессиональный и массовый спорт И.В. Солнцев формулирует основные факторы, способствующие развитию спортивной сферы. В то же время, помимо способствующих развитию индустрии спорта факторов, существует и некий набор ограничений:

1. Нехватка профессиональных менеджеров, способных эффективно управлять компаниями индустрии спорта.

2. Потребность в серьёзных объёмах финансирования.

3. Подверженность индустрии спорта влиянию финансовых кризисов.

Применительно к объектам инфраструктуры, характеризующим состояние индустрии спорта в целом, крайне важно понимать [12. С. 165], что объём инвестиций в разбивке по секторам и периодам, а также число введённых в эксплуатацию объектов, укрупнённые показатели стоимости строительства инфраструктурных объектов, структура инвестиций, структура затрат, показатели деятельности спортивных клубов как хозяйствующих субъектов, число призовых мест в различных соревнованиях, средний срок строительства объектов спортивной инфраструктуры (в разбивке по видам спорта), число занятых в индустрии спорта лиц и уровень их заработной платы в среднем по ряду типовых должностей, – осуществляются исходя из тех критериев, которые подвержены анализу в процессе экономической оценки отрасли.

Таким образом, вывод об эффективности деятельности конкретного сектора спорта сделать не всегда просто, так как итоги любого проекта в секторе спорта можно подводить лишь по прошествии нескольких лет, в то время как многие показатели должны рассматриваться не отдельно, а в совокупности. Поэтому эффективность любых инвестиций должна подтверждаться в первую очередь качеством полученных результатов, причём разработать единую модель оценки эффективности в силу индивидуальности и сложности каждого отдельно взятого спортивного проекта практически невозможно. Резюмируя вышесказанное, И.В. Солнцев предлагает проводить скрупулёзный анализ по каждому спортивному сектору отдельно, вместо того чтобы конструировать многофункциональную модель оценки эффективности системы спортивных проектов. Анализ ряда выводов, предложенных И.В. Солнцевым по результатам своих исследований, подтверждает эту идею.

Если принять к рассмотрению конкретную область деятельности современных больших спортивных арен, как это делает И.В. Солнцев, то придётся признать, что все стадионы в силу своего предназначения обладают набором схожих характеристик, а из этого следует, что при определении оценки их стоимости будут присутствовать схожие алгоритмы поиска оптимальных решений. В то же время, как известно, если среди различных явлений одного класса возникает открытие тождественного, или нечто контекстуальное в описании схожих явлений указывает на присутствие одного общего и необходимого элемента, то такие обстоятельства демонстрируют факт именно научных умозаключений и методов их анализа в методологическом отношении к вышеозначенному классу явлений. Применительно к набору схожих характеристик спортивных арен (стадионов) каждый объект в зависимости от вида спорта, как указывает И.В. Солнцев [11. С. 64], имеет специфичные факторы, которые должны быть учтены при его проектировании, строительстве, эксплуатации, и, соответственно, при его оценке. В последней указанной работе И.В. Солнцева представлено применение доходного, сравнительного и затратного подходов к оценке футбольных стадионов, что само по себе является актуальным интересом, как для частных инвесторов, так и для государственных структур. При этом вновь открываются возможности обсуждения инфраструктурной составляющей мировой индустрии спорта в современных условиях, взятой в контексте региональных выгод. Ведь получив право на проведение крупного спортивного мероприятия на своей территории и успешно его проведя, регион может улучшить свою репутацию в плане надёжности, ответственности и организованности, что косвенно повлияет на социально-экономические характеристики такого региона. Помимо того, что проведение крупных международных спортивных мероприятий ведёт к притоку капитала в регион, следует помнить, что такие мероприятия часто становятся качественным толчком к развитию региона, причём вновь

следует подчеркнуть тезис о том, что строительство инфраструктурных объектов положительно сказывается на будущем развитии региона.

Кроме решения вопросов оценки стоимости больших спортивных арен (на примере футбольных стадионов), И.В. Солнцев совместно с Н.А. Осокиным предлагают подходы к определению весовых значений индикаторов в интегральных показателях развития спорта на примере Индекса Развития Футбола [13]. В указанной работе этот индекс был использован в качестве примера для осуществления эмпирических расчётов. Данная работа была произведена с целью определения наиболее оптимальной методики определения значимости различных индикаторов (поскольку весовые значения в интегральных показателях характеризуются как коэффициенты значимости) в области показателей развития спорта. За счёт подобной методики статья помогает исследователям более осознанно и обоснованно подходить к процедуре выявления весовых значений, что зачастую является одним из наиболее обсуждаемых аспектов различных методологий спортивных показателей.

В рамках исследования были посчитаны весовые значения на примере Индекса Развития Футбола при помощи трёх нормативных подходов: равного взвешивания, метода распределения бюджета, метода анализа иерархии; и двух подходов на основе входящих данных: частотного метода и метода главных компонент. Полученные значения были применены к 11 критериям Индекса Развития Футбола и сравнены посредством коэффициента корреляции Пирсона.

Авторам удалось определить весовые значения показателей развития футбола, включённых в модель Индекса Развития Футбола, при помощи пяти различных подходов. Произведённые подсчёты показали, что выявленные весовые значения факторов значительно разнятся даже с учётом условия, что распределение значимости среди критериевых групп индекса было произведено в равной степени. При этом результаты итогового индекса, полученные при помощи различных методов взвешивания, показали практически идентичные итоги. Подобный факт указывает на то, что выбор метода взвешивания при построении интегральных показателей не играет значительной роли при анализе чувствительности и достоверности результатов финальных подсчётов.

На основе полученных результатов авторы делают вывод о том, что следует выбирать наиболее простые с методологической точки зрения подходы, с целью обеспечения простоты восприятия и лёгкости интерпретации результатов интегральных показателей развития спорта. Результаты аналитической работы и эмпирических подсчётов, произведённых авторами в данной статье, могут быть использованы в будущем для построения аналогичных интегральных показателей развития спорта, а также других социально-экономических отраслей.

Третье основное направление, вокруг которого обсуждаются условные магистральные траектории в экономике инновационного развития объектов инфраструктуры спортивно-оздоровительных комплексов в условиях регулируемого рынка, представлено в аспектологии управления инвестициями в развитие региональных инфраструктурных рынков физкультурно-оздоровительных комплексов. Считая "отправной точкой" теоретических и практических разработок в этом направлении работу М.И. Римера [9], укажем, что степень научной разработанности проблем управления инвестициями в структуре экономических отношений сферы физической культуры и спорта находится на высоком уровне ввиду значимости самих инвестиций для вышеозначенной отрасли и значительных масштабов этих инвестиций. Так, останавливаясь на исследовании Е.Ю. Копняевой [5. С. 7], примем к сведению обсуждаемую систему исходных теоретических позиций, разработанный организационно-экономический механизм среднесрочного и оперативного управления инвестициями в развитие региональных инфраструктурных рынков физкультурно-оздоровительных комплексов при помощи дополненной модели денежных потоков в результате инвестиционной деятельности процедурой рационализации портфеля источников инвестиций и методикой практического использования этого портфеля.

Что касается обоснования использования методологии проектного управления в сфере физической культуры и спорта, то здесь следует упомянуть работу П.Д. Горячева [1], которая посвящена, главным образом, управлению подготовкой олимпийскими инвестиционными программами, выработке методик, повышающих эффективность управления инвестиционными проектами и программами подготовки и проведения Олимпийских игр.

Подводя итоги сказанному в настоящей статье, следует отметить, что системы управления всеми видами спорта и физической культуры представляют собой, с одной стороны, существенный сегмент рынка сферы услуг экономической модели рыночного типа, а с другой стороны, – сами являются институционально-ориентированной основой

такой модели. Именно поэтому в качестве исходных теоретических позиций для разработки темы настоящей статьи автором выбраны вышеозначенные и проанализированные теории, методики и организационно-управленческие механизмы спортивного менеджмента, маркетинга и тех экономических отношений, которые, функционируя в сфере услуг спорта и физической культуры, непосредственно обеспечивают формирование и развитие современных объектов инфраструктуры, без которых немыслимы те масштабы экономических эффектов сферы спорта и физической культуры, которые для уровня развития современных экономик мира могут считаться достаточно интересными, даже несмотря на относительно высокую степень непредсказуемости спортивных результатов и рисков, связанных с инвестициями в спорт: ведь в данных отношениях речь идёт, в конечном счёте, об инвестициях в человека и его физический потенциал, который даже в настоящее время не может считаться полностью изученным. Заканчивая рассуждения по данному контексту, ещё раз вспомним о том, что должно являться основной исходной теоретической позицией в изучении вопроса об экономической оценке инновационного развития объектов инфраструктуры спортивно-оздоровительных комплексов – о генезисе природных начал в становлении личностного потенциала и роста в античном периоде человеческой истории.

Список использованных источников

1. Горячев П.Д. Проектно-ориентированное управление инвестициями в развитие физической культуры и спорта в рамках подготовки Олимпийских игр: автореф. дис. ... к.э.н. – М., 2009. – 20 с.
2. Доев В.К. Управление экономикой рынка услуг сферы физической культуры и спорта (на материалах РСО-Алания): автореф. дис. ... к.э.н. – Кисловодск, 2007. – 25 с.
3. Жердев А.Е. Совершенствование механизмов управления сферой физической культуры и спорта (на материалах Московской области): автореф. дис. ... к.э.н. – Кисловодск, 2010. – 27 с.
4. Иванов А.А. Совершенствование организационной структуры управления продвижением услуг спорта на рынок: автореф. дис. ... к.э.н. – СПб., 2016. – 18 с.
5. Копняева Е.Ю. Организационно-экономический механизм управления инвестициями в развитие региональных сетей физкультурно-оздоровительных предприятий: автореф. дис. ... к.э.н. – М., 2009. – 20 с.
6. Леднев В.А. Развитие рыночных отношений в индустрии спорта России: автореф. дис. ... д.э.н. – М., 2005. – 48 с.
7. Макарова Е.А. Регулирование рынка профессионального спорта с использованием PR-технологий: автореф. дис. ... к.э.н. – М., 2006. – 24 с.
8. Панков Д.А., Репкин С.Б. Актуальные направления научных исследований в области экономики и менеджмента спорта // Вестник Полоцкого государственного университета. Серия D. – 2013. – № 5. – С. 26-29.
9. Ример М.И. Экономическая оценка инвестиций. – СПб.: Питер, 2014. – 432 с.
10. Ротенберг Р.Б. Стратегия использования рыночных инструментов в сфере физической культуры и спорта: автореф. дис. ... к.э.н. – СПб., 2009. – С. 13-18.
11. Солнцев И.В. Оценка стоимости больших спортивных арен (на примере футбольных стадионов) / Имущественные отношения в РФ. – 2013. – № 1(136). – С. 64-83.
12. Солнцев И.В. Роль индустрии спорта в развитии современной экономики // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2012. – № 6(24). – С. 155-167.
13. Солнцев И.В., Осокин Н.А. Подходы к определению весовых значений индикаторов в интегральных показателях развития спорта на примере Индекса Развития Футбола // Статистика и экономика. Т. 14. – 2017. – № 4. – С. 54-64.
14. Сухов С.В. Развитие предпринимательской деятельности в российской индустрии спорта: автореф. дис. ... к.э.н. – М., 2008. – 24 с.

VI. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИЯМИ. МОДЕРНИЗАЦИЯ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ: СТРАТЕГИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ

УДК 330.342

T.V. Vasilieva, V.M.Kozlova

ESSENCE, STRUCTURE AND FEATURES OF MOBILE COMMERCE AS A FORM OF ENTREPRENEURSHIP

The article reflects the results of the study of the essence and characteristics of mobile commerce as a form of modern entrepreneurship. Mobile commerce is a consequence of the development of E-commerce in the E-economy system. Mobile devices are the main tool of the modern Internet entrepreneur. The article presents an analysis of the structure and functions of mobile commerce, the characteristics of Internet companies in the mobile commerce market, the subjects and objects of mobile commerce, the main structural elements. Based on the analysis of the essence and definition of the structure of mobile commerce, the authors come to the conclusion that mobile commerce should be considered as a form of entrepreneurship based on modern information technologies that allow the sale and purchase of goods (services) using a mobile device connected to the Internet.

Keywords: entrepreneurship, mobile commerce, Internet company, Internet entrepreneur, Internet economy.

Т.В. Васильева¹, В.М. Козлова²

СУЩНОСТЬ, СТРУКТУРА И ОСОБЕННОСТИ МОБИЛЬНОЙ КОММЕРЦИИ КАК ФОРМЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Статья отражает результаты исследования сущности и особенностей мобильной коммерции как формы современного предпринимательства. Мобильная коммерция является следствием развития электронной коммерции в системе электронной экономики. Мобильные устройства – это основной инструмент современного интернет-предпринимателя. В статье представлен анализ структуры и функций мобильной коммерции, особенности интернет-компаний на рынке мобильной коммерции, субъекты и объекты мобильной коммерции, основные структурные элементы. На основе анализа сущности и определения структуры мобильной коммерции авторы приходят к выводу, что мобильную коммерцию следует рассматривать как форму предпринимательства, в основе которой лежат современные информационные технологии, позволяющие производить куплю-продажу товаров (услуг) с использованием мобильного устройства, подключённого к сети Интернет.

Ключевые слова: предпринимательство, мобильная коммерция, интернет-компания, интернет-предприниматель, интернет-экономика.

Понятие "предпринимательство" впервые ввёл в научное обращение английский учёный Ричард Кантильон (1680–1734), рассматривая предпринимательство как особую экономическую функцию, важной чертой которой выступает риск. Стоит отметить, что данный аспект не утратил своей актуальности, так как и в настоящее время предпринимательство рассматривается как инициативная самостоятельная деятельность.

¹ Васильева Т.В., доцент кафедры экономики, кандидат экономических наук, доцент; Северо-Западный институт управления – филиал РАНХиГС при Президенте РФ, г. Санкт-Петербург

Vasilieva T.V., Associate Professor of the Department of Economics, PhD in Economics, North-West Institute of Management, branch of RANEPA (Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration), St. Petersburg

E-mail: 18021811@mail.ru

² Козлова В.М., магистрант; Северо-Западный институт управления – филиал РАНХиГС при Президенте РФ, г. Санкт-Петербург

Kozlova V.M., Undergraduate; North-West Institute of Management, branch of RANEPA (Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration), St. Petersburg

E-mail: vera.kozlova@mail.ru

Важной особенностью предпринимательства, с точки зрения Ф. Хаека, является владение личной свободой, которая предоставляет возможность рационально распоряжаться своими способностями, знаниями и информацией [5]. Особенность предпринимательства, выявленная в своё время Ф. Хаеком, находит своё реальное воплощение в наши дни благодаря глобальным компьютерным сетям, охватившим своим влиянием весь мир и предоставившим огромную свободу для реализации всех своих возможностей.

Предпринимательство продолжает развиваться и изменяться в соответствии с условиями внешней среды, в частности с последними изменениями рыночной экономики в России и за рубежом [7]. Таким образом, сущность и содержание, вкладываемые в само понятие "предпринимательство", в процессе развития экономических отношений изменялись и упорядочивались согласно требованиям времени [4]. С появлением Интернета появляются и новые формы предпринимательской деятельности. Современные мобильные устройства становятся главными инструментами интернет-предпринимателей.

До настоящего времени остаётся нерешённым вопрос относительно места и роли мобильной коммерции в экономической науке [3]. Например, Юрасов А.В. рассматривает мобильную коммерцию как "куплю-продажу товаров, оказание услуг и другие коммерческие действия с использованием мобильных электронных устройств: сотовых телефонов, карманных компьютеров и т.п." [11]. Исследовательская компания Data Insight предлагает следующие определения мобильной коммерции:

- любая торговая транзакция, инициированная или совершённая посредством мобильного телефона;
- торговые транзакции, оплата которых была совершена со счёта сотового оператора либо со счёта банка, привязанного к мобильному телефону [12].

Мобильная коммерция появилась и получила развитие в период широкого распространения мобильного Интернета и появления доступных многофункциональных мобильных устройств [1]. Lehman Brothers [8] рассматривает мобильную коммерцию как использование мобильных портативных устройств для общения, развлечения, получения и передачи информации, совершения транзакций через общественные и частные сети.

В литературе встречаются понятия "мобильная торговля", "мобильные продажи". Авторы рассматривают данные понятия как синонимы мобильной коммерции [2].

Основными объектами мобильной коммерции выступают мобильные устройства, телекоммуникационные сети, материально-вещественные товары и услуги, а также цифровые товары и услуги, передачу которых возможно осуществить с помощью мобильного устройства, подключённого к Интернету посредством телекоммуникационных сетей.

Основными субъектами мобильной коммерции выступают домашние хозяйства (отдельные лица и семьи как потребители товаров и услуг), интернет-компании, различные институциональные образования (финансовые и нефинансовые институты), государство (органы государственного управления, государственные учреждения), а также международные организации, которые своей деятельностью оказывают влияние на развитие рынка мобильной коммерции.

Мобильные устройства выступают современным инструментом организации взаимодействия экономических субъектов рынка мобильной коммерции. Особенности мобильных устройств как основного средства общения, поиска информации, средства идентификации владельца, в сочетании с Интернетом, как глобальной средой взаимодействия участвующих субъектов, позволяют идентифицировать технологические структурные элементы мобильной коммерции (Рис. 1).

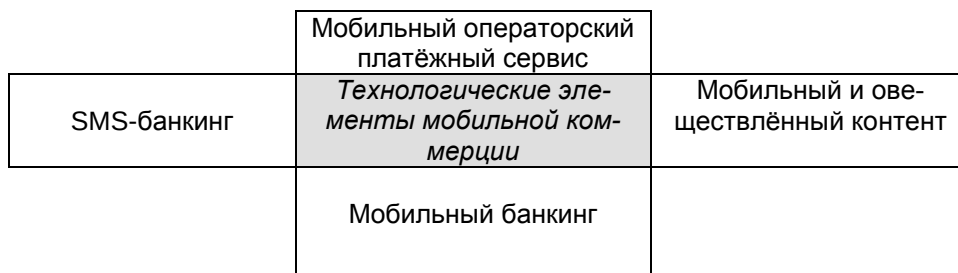


Рис. 1 – Технологические элементы мобильной коммерции

Мобильный операторский платёжный сервис – электронный платёжный сервис операторов мобильной связи, предназначенный для оплаты товаров и услуг с помощью мобильного телефона.

Мобильный банкинг – специальный сервис, позволяющий управлять денежными потоками с помощью мобильного терминала и специальных SMS-команд (SMS-банкинга) [9].

Мобильный контент – цифровой контент, созданный с учётом технических возможностей мобильных устройств.

Овеществлённый контент – товары и услуги, имеющие физическое воплощение, просмотр и оплата за пользование которыми возможно осуществить с помощью мобильного телефона, подключённого к Интернету.

Сущность мобильной коммерции как инновационной формы предпринимательской деятельности проявляется в её функциях, что наглядно представлено на Рис. 2.

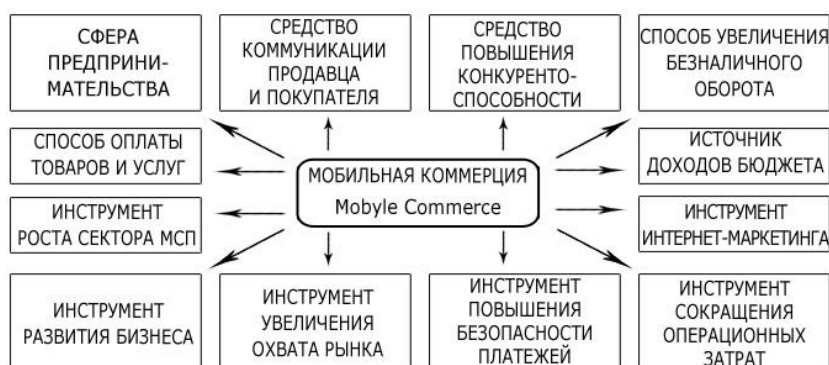


Рис. 2 – Функции мобильной коммерции [6]

Мобильная коммерция в России только зарождается, поэтому важно понять всю важность данной формы предпринимательства для развития бизнеса и российской экономики в целом [13]. На развитие мобильной коммерции оказывает влияние уровень формирования соответствующего инфраструктурного обеспечения, выступающего составной частью общей инфраструктуры предпринимательства [10]. На рынке мобильной коммерции функционируют компании особого типа, так называемые интернет-компании, и интернет-предприниматели, деятельность которых кардинально меняет сложившиеся стереотипы предпринимательства в целом. Особенности интернет-компаний представлены на Рис. 3.



Рис. 3 – Особенности интернет-компаний на рынке мобильной коммерции

На основе выявления сущности и определения структуры мобильной коммерции авторы приходят к выводу, что мобильную коммерцию следует рассматривать как форму предпринимательства, в основе которой лежат современные информационные технологии, позволяющие производить куплю-продажу товаров (услуг) с использованием мобильного устройства, подключённого к сети Интернет.

Среди ключевых проблем малого предпринимательства на рынке мобильной коммерции не решены вопросы повышения эффективности управления процессом взаимодействия участвующих субъектов, формирования набора показателей для оценки эффективности управления малыми предприятиями на рынке мобильной коммерции и многие другие [6]. Для формирования эффективной системы управления организацией малого предпринимательства необходимо разработать новые управленческие решения и механизмы, способствующие упрощению процессов организации предпринимательской деятельности и последующей оценки эффективности, что будет способствовать росту вовлечённости и заинтересованности всех экономических субъектов в использование средств и технологий мобильной коммерции в жизнедеятельности.

Выводы. Мобильная коммерция (Mobile commerce, M-commerce) является формой современного предпринимательства, инструментом Интернет-предпринимателя, одним из направлений электронного бизнеса в системе электронной экономики. Мобильные устройства выступают современным инструментом организации взаимодействия экономических субъектов рынка мобильной коммерции. Сущность мобильной коммерции как инновационной формы предпринимательской деятельности проявляется в её функциях. В статье представлены двенадцать основных функций мобильной коммерции, в частности: средство коммуникации, средство повышения конкурентоспособности, инструмент роста сектора МСП России, инструмент повышения безопасности платежей, инструмент интернет-маркетинга и др. На рынке мобильной коммерции функционируют предприниматели особого типа, интернет-предприниматели, основная коммерческая деятельность которых происходит в среде Интернет и основывается на собственном веб-сайте. Веб-сайт современного интернет-предпринимателя – инструмент, позволяющий донести всю необходимую информацию до потенциальных потребителей. Интернет-компании на рынке мобильной коммерции функционируют в интернет-среде и имеют следующие особенности: особую структуру затрат и активов, особые этапы организации, инновационность бизнес-процессов. Мобильная коммерция только начинает своё развитие в России, поэтому определение места, роли и потенциала данной формы предпринимательства является актуальным и своевременным.

Список использованных источников

1. Васильева Т.В. Мобильная коммерция как инновационное направление электронной экономики России // Крымский экономический вестник. Украина. – 2013. – № 5(06). – Часть 2. – С. 68-70.
2. Васильева Т.В. Мобильная коммерция: прошлое, настоящее, будущее // "Вопросы современной науки и практики. Университет им. В.И. Вернадского". – 2014. – № 3(53). – С. 105-111.
3. Васильева Т.В. Современное состояние и потенциал развития сектора ИКТ как основы интернет-экономики в России // "Вопросы современной науки и практики. Университет им. В.И. Вернадского". – 2013. – № 4(48). – С. 71-78.
4. Викуленко А.Е. Энтропийное управление инновационной деятельностью организаций как сложных систем на примере энергоёмких производств: монография. – СПб.: Типография изд-ва СПбГТИ(ТУ), 2010. – 171 с.
5. Викуленко А.Е., Глухарёв Л.С. Эффективность хозяйственных систем в государственной политике // Экономический вектор. – 2018. – № 2(13). – С. 11-20.
6. Исаев А.П., Васильева Т.В. Национальные особенности предпринимательства на рынке мобильной коммерции // Управленческое консультирование. Научно-практический журнал. – 2018. – № 11. – С. 51-58.
7. Исаев А.П., Васильева Т.В. О мерах по регулированию использования цифровых технологий в финансовой сфере // Управленческое консультирование. Научно-практический журнал. – 2018. – № 9(117). – С. 51-58.
8. Макаревич Н. Мобильная коммерция // e-commerce.ru [Электронный ресурс]. URL: http://www.e-commerce.ru/biz_tech/implementation/mcommerce/preamble.html (проверено 22.11.2018).

9. Результаты исследования "Перспективы рынка электронной коммерции в России и за рубежом" // advertology.ru [Электронный ресурс]. URL: <http://www.advertology.ru/article115838.htm> (проверено 22.11.2018).
10. Табурчак А.П., Табурчак П.П., Севергина А.А. Эффективность внедрения IT-инноваций // Экономический вектор. – 2016. – № 1(4). – С. 67-76.
11. Юрасов А.В. Основы электронной коммерции. Учебник для вузов. – М.: Горячая линия-Телеком, 2008. – 480 с.
12. Data Insight "Мобильная коммерция: маленький экран захватывает большой мир". Материалы исследования, 2011.
13. Maksiyanova T.V. Innovative changes in the Russian economy under the influence of Internet economy formation and development // "World Applied Sciences Journal", 2012, № 20(9), P. 1307-1312.

УДК 330

А.К. Kartseva

PROBLEMS OF ANALYSIS AND STRUCTURING OF THE DIGITAL ECONOMY OF RUSSIA

The article discusses the features of the impact of the digital economy on the livelihoods of citizens, the modernization of entrepreneurship, the traditional sectors of the Russian economy, labor markets and professional development of the individual. Retail, the public services sector, electronic banking, gain certain Internet advantages: the emergence of new information channels, the introduction of modern digital business models. Electronic companies differ from traditional companies due to their special form of market products and services, the innovative nature of processes, the structure of expenses and assets of a particular company, as well as the special stages of organizing commercial activities. The main obstacles to the more intensive use of modern digital technologies in business processes are: lack of funds for developing Internet applications; lack of time to develop and maintain a company website; risk of online fraud. Nevertheless, the Internet as a global decentralized information environment is an ideal tool for the development of digital business, e-learning and business activity using advanced digital technologies. an ideal tool for economic and business activity using new IT technologies.

Keywords: digital economy, digitalization, digital skills, RegTech, BigTech, fintech.

А.К. Карцева¹

ПРОБЛЕМЫ АНАЛИЗА И СТРУКТУРИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ РОССИИ

В статье рассматриваются особенности влияния цифровой экономики на жизнедеятельность граждан, модернизацию предпринимательства, на традиционные отрасли российской экономики, рынки труда и профессиональное развитие личности. Розничная торговля, сектор государственных услуг, электронный банкинг приобретают определённые интернет-преимущества: появление новых информационных каналов, внедрение современных цифровых бизнес-моделей. Электронные компании отличаются от традиционных компаний благодаря своей особой форме рыночных продуктов и услуг, инновационному характеру процессов, структуре расходов и активов конкретной компании, а также особым этапам организации коммерческой деятельности. Основными препятствиями для более интенсивного использования современных цифровых технологий в бизнес-процессах являются: отсутствие средств для разработки интернет-приложений; отсутствие времени для разработки и поддержки веб-сайта компании; риск интернет-мошенничества. Тем не менее, Интернет как глобальная децентрализованная информационная среда является идеальным инструментом для развития цифрового бизнеса, электронного обучения и деловой активности с использованием передовых цифровых технологий.

Ключевые слова: цифровая экономика, цифровизация, цифровые навыки, RegTech, BigTech, финтех.

Влияние цифровизации проявляется во всех сферах жизнедеятельности человека: культуре, спорте, образовании, медицине, торговле, отдыхе (Рис. 1). Без цифровой культуры нет и цифровой трансформации экономики. Цифровая трансформация организации начинается с технических изменений в действиях сотрудников, в их индивидуальном поведении, способах взаимодействия с коллегами. Трансформация организационной культуры приводит к изменениям и в генеральной стратегии самой организации. Современные организации активно стремятся к цифровизации. Однако являться цифровой организацией – это не только активно использовать цифровые продукты и услуги, но и самостоятельно разрабатывать инновационные продукты в этой сфере.

¹ Карцева А.К., начальник учебного отдела факультета экономики и финансов; Северо-Западный институт управления – филиал РАНХиГС при Президенте РФ, г. Санкт-Петербург

Kartseva A.K., Head of the Department of Education, Faculty of Economics and Finance; North-West Institute of Management, branch of RANEPA (Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration), St. Petersburg

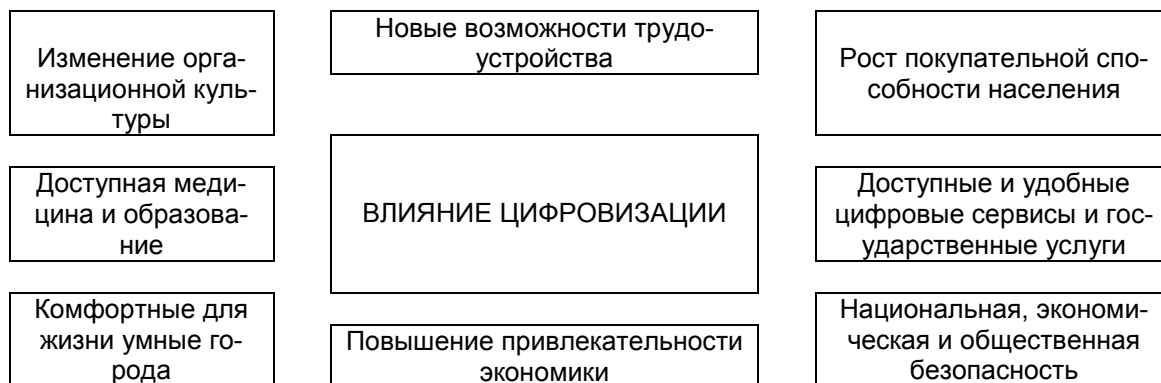


Рис. 1 – Влияние цифровизации на жизнедеятельность граждан

Технологии RegTech, BigTech и финтех постепенно меняют потребительское поведение, приводят к так называемой "экономике потребителя", к необходимости усиления регуляторного воздействия на участников цифровых рынков [4. С. 51].

Влияние цифровизации активно проявляется в организационной культуре. В любой организации генеральный директор выступает куратором культуры, несёт ответственность за создание комфортного цифрового пространства, в котором работники могут сосуществовать и процветать вместе. В наш век цифровых технологий это также означает создание условий для эффективного использования цифровых технологий на работе [11]. Современные работники имеют в своём распоряжении множество технологий. Но эта доступность не обязательно влияет на результат [3. С. 124]. Для того чтобы технологии действительно позволяли людям развиваться, каждой организации нужна сильная цифровая культура.

Аналитический отдел РАЭК [12] провёл анализ развития рынков цифровой экономики России через рассмотрение так называемой "экосистемы цифровой экономики". Сущность цифровой экономики РАЭК раскрывается через сегменты рынка, где добавленная стоимость товаров и услуг создаётся с помощью информационных технологий. РАЭК выделяет ряд сложностей при подсчёте и структурировании системы цифровой экономики России, систематизированные автором на Рис. 2.

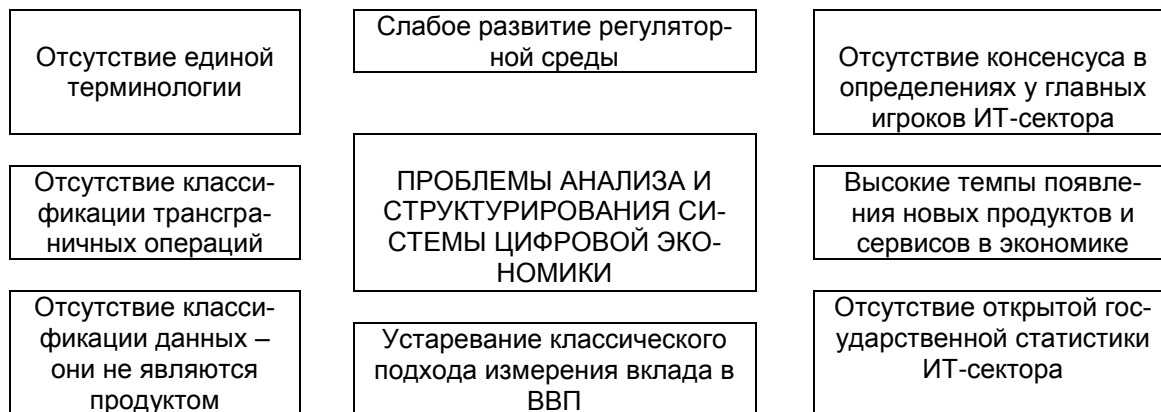


Рис. 2 – Проблемы анализа и структурирования системы цифровой экономики России

Главными проблемами измерения цифрового сектора российской экономики являются существующая методика подсчёта ВВП и отсутствие открытой государственной статистики этого сектора [6. С. 177].

В 2016 г. ОЭСР выпустили отчёт на тему измерения ВВП в цифровой экономике. Эксперты ОЭСР выделили несколько проблем в методиках, не позволяющих адекватно оценивать цифровой сектор (Рис. 3).

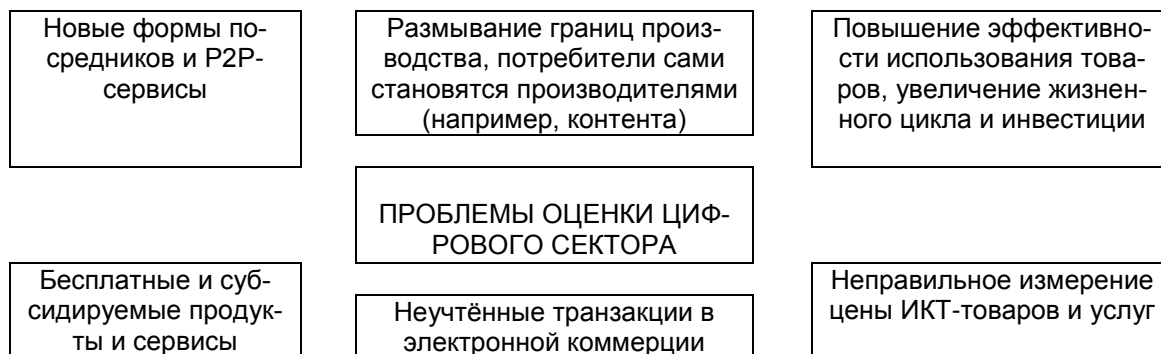


Рис. 3 – Проблемы в методиках оценки цифрового сектора экономики

Исследователи не пришли к единому мнению относительно понимания процесса "цифровизации", таких понятий цифровой эпохи, как цифровая экономика, цифровые данные, цифровое государство и ряд других [5. С. 46]. В целях оценки преимуществ новых технологий и бизнес-моделей формируют так называемые правовые (регуляторные) песочницы. Безусловно, для обеспечения долгосрочных успехов в реализации стратегии национальной цифровой экономики особое внимание следует обратить на формирование регуляторной среды, способствующей развитию благоприятного правового режима для формирования современных технологий [7. С. 256].

В рамках предстоящей в 2021–2025 гг. глобальной миграции категорий платёжных сообщений на стандарт ISO 20022 опубликован первый набор инструкций для их трансформации. Принятие ISO 20022 продолжит трансформацию банковского обслуживания корреспондентов, внедрение новых сервисов. Международные платежи часто содержат неструктурированные и неоднозначные данные о транзакциях, что приводит к ненужным задержкам и неудачной обработке. ISO 20022 модернизирует международные и внутренние платёжные системы, предоставляя более широкий набор платёжных услуг. Принятие ISO 20022 также принесёт пользу корпоративным платежам. Это позволит получить обширную информацию о счетах и налогах, сведения об отправителе и получателе, а также необходимую нормативную информацию для юрисдикций получателя.

Более широкое использование обязательных и структурированных данных дополнительно позволит автоматизировать процессы выверки и улучшить видимость кассовых позиций для бенефициаров [8. С. 67]. ISO 20022 также предоставляет общий словарь данных, независимый от синтаксиса и выбора технологии, что будет поддерживать новые сервисы, такие как API-интерфейсы, и предоставлять качественные данные для машинного обучения и искусственного интеллекта, предоставляя новые инновационные предложения обслуживания клиентов [9], [10].

ISO 20022 предоставляет беспрецедентную возможность для мирового финансового сообщества трансформировать международные платежи. Богатые структурированные данные, обеспечиваемые стандартом ISO 20022 от начала до конца, будут способствовать следующему этапу трансформации банковского обслуживания корреспондентов с повышением скорости, эффективности и соответствия требованиям.

Розничная торговля, сектор государственных услуг, электронный банкинг приобретают определённые интернет-преимущества: появление новых информационных каналов, внедрение современных цифровых бизнес-моделей. Электронные компании отличаются от традиционных компаний благодаря своей особой форме рыночных продуктов и услуг, инновационному характеру процессов, структуре расходов и активов конкретной компании, а также особым этапам организации коммерческой деятельности [2. С. 72]. Основными препятствиями для более интенсивного использования современных цифровых технологий в бизнес-процессах являются: отсутствие средств для разработки интернет-приложений; отсутствие времени для разработки и поддержки веб-сайта компании; риск интернет-мошенничества [1. С. 48]. Тем не менее, Интернет как глобальная децентрализованная информационная среда является идеальным инструментом для развития цифрового бизнеса, электронного обучения и деловой активности с использованием передовых цифровых технологий.

Список использованных источников

1. Васильева Т.В. Информационно-коммуникационные технологии в системе высшего профессионального образования / Т.В. Васильева. – СПб.: Изд-во ИМЦ "НВШ-СПб", 2009. – 166 с.
2. Васильева Т.В. Организация и оценка эффективности предпринимательской деятельности в сфере интернет-коммерции / Т.В. Васильева. – СПб.: Изд-во ИМЦ "НВШ-СПб", 2007. – 272 с.
3. Викулenco А.Е. Энтропийное управление инновационной деятельностью организаций как сложных систем на примере энергоёмких производств: монография. – СПб.: Типография изд-ва СПбГТИ(ТУ), 2010. – 171 с.
4. Исаев А.П., Васильева Т.В. О мерах по регулированию использования цифровых технологий в финансовой сфере // Управленческое консультирование. Научно-практический журнал. – 2018 – № 9(117). – С. 51-58.
5. Исаев А.П., Васильева Т.В. О реализации Программы "Цифровая экономика Российской Федерации". Евразийская интеграция: экономика, право, политика. – 2018. – № 1(23). – С. 46-57.
6. Максиянова Т.В. Влияние интернет-экономики на ВВП России // Вопросы современной науки и практики. Университет им. В.И. Вернадского. – 2012. – № 2(40). – С. 177-187.
7. Максиянова Т.В. Место и роль интернет-коммерции в системе интернет-экономики на современном этапе развития информационной (новой) экономики // Вопросы современной науки и практики. Университет им. В.И. Вернадского. – 2011. – № 3(34). – С. 256-264.
8. Табурчак А.П., Табурчак П.П., Севергина А.А. Эффективность внедрения IT-инноваций // Экономический вектор. – 2016. – № 1(4). – С. 67-76.
9. First ISO 20022 usage guidelines for cross-border payments released. URL: <https://www.swift.com/news-events/news/first-iso-20022-usage-guidelines-for-cross-border-payments-released> (дата обращения: 31.07.2019).
10. Цифровая экономика: 2019: краткий статистический сборник / Г.И. Абдрахманова, К.О. Вишневский, Л.М. Гохберг и др.; Нац. исслед. ун-т "Высшая школа экономики". – М.: НИУ ВШЭ, 2019. – 96 с.
11. Развитие цифровой экономики в России. Программа до 2035 г. URL: <http://spkurdyumov.ru/uploads/2017/05/strategy.pdf> (дата обращения: 31.07.2019).
12. Как измерить цифровую экономику. URL: https://raec.ru/upload/files/ru-es_booklet.pdf (дата обращения: 31.07.2019).

УДК 330.342

E.N.Lazareva

DIGITAL ECONOMY: ESSENCE, STRUCTURE AND FEATURES OF DEVELOPMENT IN RUSSIA

The article reflects the results of the analysis of the nature and characteristics of the digital economy. The author shows a variety of approaches to the concept of "digital economy", reveals the features of the digital economy at the present stage of its development, talks about the structure of the digital economy. The author highlights such features of the digital economy as virtuality, dependence on telecommunication networks, personification, high growth rates, direct interaction of participants, crowding out social status with digital authority. The article presents the structure of seven hubs and ten sections of the ecosystem of the digital economy of Russia. The structure of ten slices of the seven hubs of the digital economy ecosystem contains the following elements: analytics and data, development and design, API and BIGDATA, HARDWARE, regulation, business models, MOBILE, platforms, Internet of things, startups and investments. Digitalization of Russia is an important task of our society and a matter of national security. Information and data are becoming capital in the new digital economy. Digitalization affects all existing markets and at the same time forms new markets, most of which will be networked

Keywords: digital economy, digitalization, digital skills, hardware, bigdata.

Е.Н. Лазарева¹

ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА: СУЩНОСТЬ, СТРУКТУРА И ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ В РОССИИ

Статья отражает результаты анализа сущности и особенностей цифровой экономики. Автор показывает разнообразие подходов к понятию "цифровая экономика", раскрывает особенности цифровой экономики на современном этапе её развития, рассказывает о структуре цифровой экономики. Автор выделяет такие особенности цифровой экономики, как виртуальность, зависимость от телекоммуникационных сетей, персонифицированность, высокие темпы роста, непосредственное взаимодействие участников, вытеснение социального статуса цифровым авторитетом. В статье представлена структура семи хабов и десяти срезов экосистемы цифровой экономики России. Структура десяти срезов семи хабов экосистемы цифровой экономики содержит следующие элементы: аналитика и данные, разработка и дизайн, API и BIGDATA, HARDWARE, регулирование, бизнес-модели, MOBILE, платформы, интернет вещей, стартапы и инвестиции. Цифровизация России – это важная задача нашего общества и вопрос национальной безопасности. Информация и данные становятся капиталом в новых условиях цифровой экономики. Цифровизация затрагивает все существующие рынки и одновременно формирует новые рынки, большинство из которых будут сетевыми.

Ключевые слова: цифровая экономика, цифровизация, цифровые навыки, hardware, bigdata.

Начало XXI в. принесло кардинальные изменения в жизни общества. Интернет как новая технология связал людей по всему миру, позволил интернет-предпринимателям выйти на глобальный рынок и сделал возможным учиться дистанционно в любом уголке нашей бескрайней планеты. Изменился формат общения людей друг с другом, диалог получил цифровую форму. Веб-сайты даже небольших интернет-компаний становятся крупными конкурентами бизнес-гигантов, не желающих применять все возможности Интернета в своей деятельности. Инновационная деятельность интернет-компаний обеспечивается глубокими знаниями сотрудников в области организации приёма денег через электронные платёжные системы, регистрации и управления доменными именами, организации доставки товаров и обеспечения достаточного уровня безопасности информации

¹ Лазарева Е.Н., заместитель заведующего учебным отделом факультета экономики и финансов; Северо-Западный институт управления – филиал РАНХиГС при Президенте РФ, г. Санкт-Петербург

Lazareva E.N., Deputy Head of the Department of Education, Faculty of Economics and Finance; North-West Institute of Management, branch of RANEPA (Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration), St. Petersburg

при работе с хостинг-провайдерами [7. С. 121]. Развитие мобильных технологий привело к формированию нового сегмента – мобильной экономики и связанной с ней мобильной коммерции, имеющей высокие темпы роста по всему миру. Удалённая работа позволила многим людям путешествовать по миру, а в условиях экономического кризиса существенно экономить на дорожных расходах на работу. Ученики в школах и студенты в вузах имеют множество открытых источников полезной информации, а также возможность выполнения домашних заданий в удобном для них месте и темпе благодаря технологиям дистанционного обучения. Таким образом, информационные технологии, стремительно развиваясь, привели к формированию цифровой экономики – нового образа жизни и деятельности.

Термин "цифровая экономика" связывают с именем американского информатика Николаса Негропonte, который в 1995 г. применил его в своём научном труде. Однако единого понимания такого явления, как "цифровая экономика" в мире пока не существует. В Табл. 1 представлены подходы авторов к определению цифровой экономики.

Таблица 1 – Подходы к определению цифровой экономики

Источник	Определение цифровой экономики
Кандидат экономических наук – Александра Энговатова	Экономика, основанная на новых методах генерирования, обработки, передачи данных, а также цифровых компьютерных технологиях
Развитие цифровой экономики в России. Программа до 2035 г. [10]	Совокупность общественных отношений, складывающихся при использовании электронных технологий, электронной инфраструктуры и услуг, технологий анализа больших объёмов данных и прогнозирования в целях оптимизации производства, распределения, обмена, потребления и повышения уровня социально-экономического развития государств
РАЭК [13]	Сумма тех рынков, где добавленная стоимость товаров и услуг создаётся с использованием цифровых/информационных технологий

31 июля 2017 г. в России была принята Программа "Цифровая экономика Российской Федерации", особенностью которой являются сжатые сроки реализации и сквозной характер воздействия на все сферы жизнедеятельности человека и общества в целом. Согласно данной Программе, в цифровой экономике Российской Федерации "данные в цифровой форме являются ключевым фактором производства во всех сферах социально-экономической деятельности, что повышает конкурентоспособность страны, качество жизни граждан, обеспечивает экономический рост и национальный суверенитет" [1]. Современная цифровая экономика продолжает развитие информационной экономики, интернет-экономики и электронной экономики, объединяя в себе их основные структурные элементы [11. С. 51].

Таблица 2 – Определения информационной экономики, интернет-экономики и электронной экономики

Вид экономики	Определение
Электронная экономика	Совокупность экономических отношений, охватывающих все звенья товарного производства, распределения и товародвижения и реализации материальных и нематериальных благ, происходящие посредством электронного обмена данными с помощью сетей электросвязи [8. С. 10]
Интернет-экономика	Системно организованная, многоуровневая структура, построенная на основе взаимоотношений между экономическими агентами посредством Интернета [12. С. 178]
Информационная экономика	Экономика, основанная на широком применении информационных технологий во всех сферах деятельности [5. С. 7]
Цифровая экономика	Хозяйственная деятельность, в которой ключевым фактором производства являются данные в цифровом виде, обработка больших объёмов и использование результатов анализа которых по сравнению с традиционными формами хозяйствования позволяют существенно повысить эффективность различных видов производства, технологий, оборудования, хранения, продажи, доставки товаров и услуг [2]

Использование цифровых технологий для большинства стран стало главным фактором экономического роста [14. С. 67]. Германия, США и Китай последние 10 лет уже внедряют элементы цифровизации – например, технологии интернета вещей [4. С. 72]. В дальнейшем начнётся переход к массовой цифровизации отраслей. Фонд ФРИИ в

своём исследовании отмечает, что для успешной реализации программ цифровизации России аудитория специалистов по информационным технологиям в России должна сравняться по объёму с другими странами. Например, доля специалистов по информационным технологиям от занятого населения в США составляет 4,2 %, в России только 2,44 %. На Рис. 1 отражены особенности цифровой экономики на современном этапе её развития.

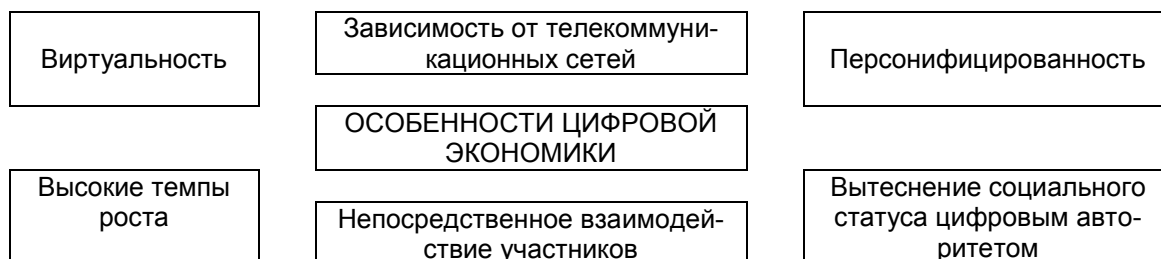


Рис. 1 – Особенности цифровой экономики

Согласно проведённому исследованию аналитического отдела РАЭК рост интернет-рынков России идёт на 11 % в год, к 2021 г. общий вклад цифровой экономики может составить 4,7 % ВВП [17], а к 2020 г. в России выход в Интернет станет доступен для 85 % жителей страны. В настоящее время активно растёт сектор мобильной экономики, что непосредственно связано с мобильными технологиями [12. С. 186].

Одним из показателей уровня развития цифровой экономики выступает индекс цифровизации, характеризующий уровень использования широкополосного Интернета, облачных сервисов, RFID-технологий, ERP-систем, включённость в электронную торговлю организаций предпринимательского сектора. В 2017 г. Финляндия была лидером по уровню цифровизации бизнеса, второе место заняла Бельгия, а Россия по данному показателю заняла 30-е место, оказавшись рядом с Болгарией и Венгрией.

Специалисты Высшей школы экономики в своём исследовании отметили низкий уровень владения жителями России ряда цифровых навыков: только 27 % населения страны умеют передавать файлы между компьютером и периферийными устройствами, 21 % населения свободно владеют программами для редактирования фото-, видео и аудиофайлов [15. С. 25].

Финляндия является лидером по уровню владения населением основными цифровыми навыками. 54 % населения Финляндии умеют использовать программы для редактирования фото-, видео и аудиофайлов и активно применяют этот цифровой навык в повседневной жизни. 67 % населения этой страны ежедневно передают файлы между компьютером и периферийными устройствами.

Россия занимает второе место после Японии по уровню использования Интернета для коммуникаций: 78 % населения России и 88 % жителей Японии активно используют социальные сети для коммуникаций.

Рассмотрим структуру экосистемы цифровой экономики на примере исследования "Экономика Рунета / Экосистема цифровой экономики России 2018", проведённого РАЭК [19]. Цифровизация проникает во всё большее число отраслей и сегментов российской экономики. Сельское хозяйство, строительство, образование и другие сферы уже охвачены цифровым потоком данных. Отсутствие единого понимания сущности цифровой экономики и общепринятого определения приводит к сложности рассмотрения самой структуры цифровой экономики. Структура экосистемы в исследовании РАЭК представлена участниками, объединёнными в 7 хабов и 3 уровня вовлечённости в цифровую экономику. Структура семи хабов экосистемы цифровой экономики: медиа и развлечения, маркетинг и реклама, финансы и торговля, инфраструктура и связь, государство и общество, кибербезопасность, образование и кадры. Структура десяти срезов семи хабов экосистемы цифровой экономики: аналитика и данные, разработка и дизайн, API и BIGDATA, HARDWARE, регулирование, бизнес-модели, MOBILE, платформы, интернет вещей, стартапы и инвестиции.

Цифровизация России – это важная задача нашего общества и вопрос национальной безопасности. Информация и данные становятся капиталом в новых условиях цифровой экономики. Цифровизация затрагивает все существующие рынки и одновременно формирует новые рынки, большинство из которых будут сетевыми [18]. В мировой

экономике закладываются основы экономики нового типа, цифровой экономики, в основе которой лежат информационно-коммуникационные технологии, позволяющие получить новую структуру экономического роста за счёт усиления влияния высокотехнологичного сектора [13. С. 256].

Развитие и улучшение инфраструктуры мобильных сетей, рост числа мобильных телефонов и замещение смартфонами обычных телефонов, повышение цифровой грамотности населения привело к стремительному росту мобильной коммерции [3. С. 106]. Мобильность выступает одним из важных элементов жизни человека цифровой эпохи. Деятельность организаций как сложных систем цифровой экономики напрямую зависит от скорости принятия решений управленческого персонала [8. С. 16]. Использование мобильных мессенджеров, социальных сетей, рост числа информационных каналов – все эти условия способствуют повышению скорости принятия решений и обработке огромного массива данных. Рассматривая развитие мобильного сегмента, стоит учитывать особенности национального характера мобильных пользователей России. Исследователи этого вопроса [10. С. 135] выделяют такие национальные особенности: независимость как стиль жизни россиян, недоверие к власти, семейные ценности, основательность и твёрдость, консерватизм, добросердечность и отзывчивость, любовь к Родине и готовность к подвигу. Креативность россиян, независимость и открытость новому позволяют сформировать в стране национальную модель цифровой экономики с учётом анализа зарубежного опыта.

В развитии цифровой экономики России можно выделить ряд проблем, в частности:

- необходимость полной оцифровки экономики;
- управление множеством цифровых платформ;
- обработка большого массива данных;
- создание национального цифрового пространства;
- формирование цифровых рабочих мест специалистов.

Решение перечисленных проблем становится возможным благодаря созданию новых моделей управления современными технологиями и большими массивами данных [16. С. 1307]. Таким образом, именно универсальные модели управления цифровыми технологиями и данными позволят оперативно реагировать на изменения в жизнедеятельности гражданского общества под влиянием цифровизации.

Список использованных источников

1. Распоряжение Правительства РФ от 28.07.2017 № 1632-р "Об утверждении Программы "Цифровая экономика Российской Федерации".
2. Указ Президента РФ от 09.05.2017 № 203 "О стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 гг."
3. Васильева Т.В. Мобильная коммерция: прошлое, настоящее, будущее // "Вопросы современной науки и практики. Университет им. В.И. Вернадского". – 2014. – № 3(53). – С. 105-111.
4. Васильева Т.В. Современное состояние и потенциал развития сектора ИКТ как основы интернет-экономики в России // "Вопросы современной науки и практики. Университет им. В.И. Вернадского", 2013. – № 4(48). – С. 71-78.
5. Васильева Т.В. Информационно-коммуникационные технологии в системе высшего профессионального образования / Т.В. Васильева. – СПб.: Изд-во ИМЦ "НВШ-СПб", 2009. – 166 с.
6. Васильева Т.В. Организация и оценка эффективности предпринимательской деятельности в сфере интернет-коммерции / Т.В. Васильева. – СПб.: Изд-во ИМЦ "НВШ-СПб", 2007. – 272 с.
7. Васильева Т.В. Особенности функционирования интернет-компаний в сфере интернет-коммерции // Инновации. – 2006. – № 6. – С. 120-122.
8. Викуленко А.Е. Энтропийное управление инновационной деятельностью организаций как сложных систем на примере энергоёмких производств: монография. – СПб.: Типография изд-ва СПбГТИ (ТУ), 2010. – 171 с.
9. Викуленко А.Е., Глухарёв Л.С. Эффективность хозяйственных систем в государственной политике // Экономический вектор. – 2018. – № 2(13). – С. 11-20.
10. Исаев А.П., Васильева Т.В. Национальные особенности предпринимательства на рынке мобильной коммерции // Управленческое консультирование. Научно-практический журнал. – 2018. – № 11. – С. 51-58.

11.Исаев А.П., Васильева Т.В. О мерах по регулированию использования цифровых технологий в финансовой сфере // Управленческое консультирование. Научно-практический журнал. – 2018 – № 9(117). – С. 51-58.

12.Максиянова Т.В. Влияние интернет-экономики на ВВП России // Вопросы современной науки и практики. Университет им. В.И. Вернадского. – 2012. – № 2(40). – С. 177-187.

13.Максиянова Т.В. Место и роль интернет-коммерции в системе интернет-экономики на современном этапе развития информационной (новой) экономики // Вопросы современной науки и практики. Университет им. В.И. Вернадского. – 2011. – № 3(34). – С. 256-264.

14.Табурчак А.П., Табурчак П.П., Севергина А.А. Эффективность внедрения IT-инноваций // Экономический вектор. – 2016. – № 1(4). – С. 67-76.

15.Цифровая экономика: 2019: краткий статистический сборник / Г.И. Абдрахманова, К.О. Вишневский, Л.М. Гохберг и др.; Нац. исслед. ун-т "Высшая школа экономики". – М.: НИУ ВШЭ, 2019. – 96 с.

16.Maksiyanova T.V. Innovative changes in the Russian economy under the influence of Internet economy formation and development // "World Applied Sciences Journal", 2012, № 20 (9), P. 1307-1312.

17.Какие вызовы экономика ставит перед российской системой образования? // ФРИИ. Январь 2018. URL:

<https://www.iidf.ru/upload/documents/%D0%98%D1%81%D1%81%D0%BB%D0%B5%D0%B4%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5%20%D0%A4%D0%A0%D0%98%D0%98%20%D0%9A%D0%B0%D0%B4%D1%80%D0%BE%D0%B2%D1%8B%D0%B9%20%D0%B3%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B4.pdf> (дата обращения: 31.07.2019).

18.Развития цифровой экономики в России. Программа до 2035 г. URL: <http://spkurdyumov.ru/uploads/2017/05/strategy.pdf> (дата обращения: 31.07.2019).

19."Экономика Рунета / Экосистема цифровой экономики России 2018". URL: <https://raec.ru/activity/analytics/9884/> (дата обращения: 31.07.2019).

УДК 338.516.7

A.N. Tsatsulin, N.N. Ryba, A.E. Vikulenko

THE ISSUES OF DEVELOPMENT OF INNOVATIVE ENTREPRENEURSHIP OF THE PHARMACEUTICAL CLUSTER STRUCTURE

The article reveals the goals, relevance, functions and objectives of innovative research to improve the strengthening of state support for industrial clustering of the industry up to 2030 through the development of innovative projects with the results of commercialized intellectual activity. An approach to modeling the strategy of innovative development of the medical and pharmaceutical cluster for the next three years based on the method of multidimensional comparative analysis (rating innovation activity) of the results of their economic and innovative activities and their competitiveness, which ensures sustainable economic growth of the region through the innovative development of its pharmaceutical clusters.

Keywords: improving the strengthening of state support for industrial clustering of the industry until 2030; a new approach to modeling the strategy of innovative development of medical and pharmaceutical cluster.

А.Н.Цацулин¹, Н.Н.Рыба², А.Е. Викуленко³

ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ КЛАСТЕРНОЙ СТРУКТУРЫ

В статье раскрываются цели, актуальность, функции и задачи инновационного исследования по совершенствованию усиления государственной поддержки промышленной кластеризации отрасли до 2030 г. за счёт разрабатываемых инновационных проектов с результатами коммерциализированной интеллектуальной деятельности. Предложен подход к моделированию стратегии инновационного развития медико-фармацевтического кластера на три предстоящих года на основе методики многомерного сравнительного анализа (рейтинговой инновационной активности) результатов их хозяйственной и инновационной деятельности и их конкурентоспособности, что обеспечивает устойчивый экономический рост региона за счёт инновационного развития его фармацевтических кластеров.

Ключевые слова: совершенствование усиления государственной поддержки промышленной кластеризации отрасли до 2030 г.; новый подход к моделированию стратегии инновационного развития медико-фармацевтического кластера.

Главными целями стратегического развития России в постиндустриальную эпоху являются перевод экономики на инновационные пути развития, рост конкурентоспособности отечественной продукции, работ, услуг и повышение качества жизни людей на этих территориях. Актуальность инновационного исследования заметно повышается и тем обстоятельством, что при анализе проблем прав интеллектуальной собственности (ПИС), в системе господдержки и регулирования инновационной активности предприятий предпринимательства, становится очевидным, что со стороны властных структур уделяется только формальное, а не активное внимание [1].

Трудностями перехода экономики на инновационный способ развития, являются:

¹ Цацулин А.Н., профессор кафедры менеджмента, доктор экономических наук, профессор, Почётный работник высшего профессионального образования Российской Федерации; Северо-Западный институт управления – филиал РАНХиГС при Президенте РФ, г. Санкт-Петербург

Tsatsulin A.N., Professor of the Department of Management, Doctor of Economics, Professor, Honorary worker of higher professional education of the Russian Federation; North-West Institute of Management, branch of RANEPA (Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration), St. Petersburg

E-mail: vash_64@mail.ru

² Рыба Н.Н., аспирантка кафедры менеджмента; Северо-Западный институт управления – филиал РАНХиГС при Президенте РФ, г. Санкт-Петербург

Ryba N.N., Postgraduate of the Department of Management; North-West Institute of Management, branch of RANEPA (Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration), St. Petersburg

³ Викуленко А.Е., заведующий кафедрой финансов и статистики, доктор экономических наук, профессор; Санкт-Петербургский государственный технологический институт (технический университет), г. Санкт-Петербург

Vikulenko A.E., Head of the Department of Finance and Statistics, Doctor of Economics, Professor; St. Petersburg State Technological Institute (Technical University), St. Petersburg

E-mail: Viku20078@rambler.ru

1. Недостаточный спрос со стороны предпринимательского сообщества организаций на инновационные продукты.
2. Неэффективность российских научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (НИОКР) в этой области.
3. Разрыв инноваций по их организации и коммерциализации.
4. Отсутствие ориентиров и индикаторов в деятельности государственного управления в инновационной сфере.

Решение этих проблем – это усиление государственного стимулирования предприятий, способствующих как росту городской экономики, так и наполнению бюджета Санкт-Петербурга.

В настоящее время, большинство авторов, как в России, так и в мире, предлагают различные инновационные проекты, что формирует универсальный алгоритм их оценки для экономического развития. Однако, их качество для поступательного движения инновационного предпринимательства, остаётся малоизученным, что резко снижает рост российской экономики [2].

Поэтому необходимо последовательно и детально разрабатывать стратегию развития на инновационной основе экономических субъектов отдельных наиболее значимых для страны отраслей. Это, в первую очередь, относится к промышленно-производственным медико-фармацевтическим кластерам Санкт-Петербурга, входящим в важнейшую отрасль народного хозяйства страны, среди которых за базу для исследования принимается, как наиболее подходящий для этой цели по основным показателям своей деятельности, ООО "Наритис" и соответствующий современному этапу развития мировой и национальных экономик, который характеризуется всё более ускоряющимися темпами процессов глобализации, интеграции, цифровизации технологий и бизнес-процессов в реальном секторе экономики страны [3].

Подобные отрасли изначально должны располагать высокими технологиями и напрямую работать с наукоёмкими, крайне дорогими инновационными продуктами как результатами коммерциализированной интеллектуальной деятельности, обладающими всеми международными правами и защищаемыми нормативными актами охраны интеллектуальной собственности. В этом случае, коммерческая судьба создаваемого медико-фармацевтического продукта будет успешной как на внутреннем, так и международном рынках фармацевтики [4], [5].

Поэтому необходимо рассматривать, в первую очередь, вопросы, касающиеся финансового моделирования, управления, организации, экономического прогнозирования и финансового планирования деятельности экономического субъекта. Обозначенные вопросы следует увязывать в предметном исследовании воедино без пропусков, рассматривать строго органично в комплексе с соответствующим подбором приемлемого и адекватного предмету исследования математико-статистического инструментария из хорошо разработанных областей финансового менеджмента, финансовой математики, эконометрики банкротств, оценки стоимости действующего бизнеса по российским стандартам (ФСО) и др. [7].

Технология обеспечения подобного системного подхода вызывает известные теоретические трудности даже в рекомендованных методологических и методических схемах корпоративного анализа, не говоря уже о технических проблемах анализа деятельности отдельного предприятия из сегмента бизнеса или же применительно к промышленно-производственному кластеру как совокупности вертикально и горизонтально интегрированных предприятий и инфраструктурных образований, объединённых на основе профильного продукта и уже функционирующих традиционно. Группа вопросов, время от времени поднимаемых в научных публикациях и попавших в информационное поле исследования, по-прежнему остаются недостаточно освещёнными и не вполне изученными в иных завершённых другими учёными отечественных исследованиях [7].

Исходя из важности изучения общего поля взаимодействия макро-, мезо- и микро-экономических уровней, необходимо сужать цель своего исследования до обоснования анализов, органически включённых в региональный производственный медико-фармацевтический кластер (МФК), при его государственной поддержке. Такое исследование в расчёте на реализацию фактора опережающего развития, регионального кластерного образования предопределило формулировку шести задач, одна из которых была ориентирована на разработку стратегии инновационного развития объекта исследования как результата проведённого всестороннего факторного анализа предмета с привлечением продвинутых аналитических инструментов программно-целевого подхода (планирования).

Необходимо рассмотреть следующие задачи:

- 1) на основе изучения отечественного и зарубежного опыта уточнить категорию *интеллектуальной собственности* и установить место и роль института в инновационной среде;
- 2) исследовать область государственного регулирования предпринимательства;
- 3) оценить эффективность политики создания кластеров, в национальной экономике (фармацевтической и биомедицинской отраслях);
- 4) построить модель оценки инновационной активности предпринимательства;
- 5) предложить модель стратегии инновационного развития предпринимательства с соответствующим экономическим обоснованием и оценкой эффективности.

Обоснованность и достоверность полученных положений достигается практическим внедрением в процесс производства результатов исследования как зарубежных авторов Д.М. Кейнса, Й.А. Шумпетера, Я. Тинбергена, Ф. Хайека, Р. Коуза, Д. Норта и др., а также и современных отечественных специалистов Н.Д. Кондратьева, Пит. Сорокина, Д.С. Львова, Ю.В. Яковца, В.В. Ивантера, Б.З. Мильнера, Г.Б. Клейнера, А.В. Бабкина, В.И. Мухопода и др. [4], [6].

В этом случае, розничный потребитель получает на руки добротный инновационный и юридически защищённый фармацевтический товар в форме отечественных лекарственных препаратов, произведённых по самым современным технологиям экономическим субъектом, который входит в состав регионального промышленно-производственного кластера, действующего по актуальным схемам государственно-частного партнёрства (ГЧП).

Таким образом, должна быть:

1. Обоснована активизация деятельности рассматриваемого сегмента в области инновационного предпринимательства в региональных медико-фармацевтических кластерах (МФК).
2. Уточнены существующие отношения коммерциализации новшеств, а также дана авторская оценка состояния в области защиты институциональных основ, с учётом отечественного и зарубежного опыта.
3. Выявлено несовершенство поддержки инновационной стратегии развития предпринимательства со стороны государства, что создаёт отсталость национальной экономики.
4. Разработан новый подход к исследованию института прав интеллектуальной собственности (ПИС).
5. Дана редакция основных понятий, таких как: государственная инновационная политика; инновация; управление нововведениями; инновационное предпринимательство, раскрывающие их сущности и позволяющие обнаружить несовершенство механизма поддержки со стороны государства в качестве причины застоя первого порядка в отечественной инновационной сфере.
6. В региональном предпринимательстве построена модель инновационной активности экономических субъектов ММСП с учётом государственной поддержки в регионе для повышения конкурентоспособности производства фармацевтической продукции.
7. Предложена долгосрочная стратегия инновационного развития кластера, охватывающая: 1) – выявление структурных условий между его участниками, стимулирующие инновационную активность ЭС. 2) – определены особенности функционирования инновационного предприятия в СПб; предложены меры совершенствования механизма государственной поддержки кластеров; разработаны меры по анализу и совершенствованию инновационной активности; рассчитаны эффекты от таких мер на практике.

В результате предлагаемых действий и полученных результатов выявлена необходимость государственной поддержки, её механизмы и эффективность в региональном развитии промышленно-производственного фармацевтического кластера [8].

Для дальнейшего развития инновационного предпринимательства фармацевтической кластерной структуры необходимо:

1. Обосновать необходимость ускоренного развития сегмента инновационного предпринимательства для формирования бюджета и обеспечения населения района и страны лекарствами на перспективу.
2. Определить рационализацию отраслевой и территориальной инфраструктуры биомедицинского и фармацевтического производства и усилить её господдержку.
3. Провести анализ реализации возможностей создания органов, оказывающих поддержку новым структурам на базе ведущих вузов и отраслевых институтов по европейской модели в фармацевтике, предполагающий, что функционирование кластеров бу-

дет содействовать развитию сегмента инновационного предпринимательства, созданию условий для самореализации выпускников местных учебных заведений, уменьшению их оттока в зарубежные силиконовые долины.

4. Обосновать инновационное предпринимательство, как целесообразную экономическую деятельность ЭС на основе соединения факторов производства и ведения качественной инновационной деятельности для извлечения прибыли.

5. Дать аргументацию инновационной деятельности за счёт объединения базовых субъектов инфраструктуры в фармацевтический кластер, и поиска источников финансового обеспечения перспективного развития, с возмещением импортозамещения для нужд фармацевтики.

6. Обосновать господдержку инновационного предпринимательства через установление определённых целей, принципов и приоритетов развития кластеров в своей деятельности.

7. Обосновать возможные модели взаимодействия предпринимательства с государством, образовательными структурами и элементами инфраструктурной поддержки кластера. С этой целью предусмотреть многочисленные инициативы, привлечения в этот сектор экономики инвестиций, защиту продукции и вовлечённых в отрасль трудовых ресурсов. Применяя численные модели, авторы рассмотрели особенности планирования и финансового прогнозирования инновационной предпринимательской деятельности, что позволило выстроить прогнозный баланс денежных средств ЭС.

8. Предложить методику рейтинговой инновационной активности результатов четырёх ЭС по 8 оценочным показателям их инновационной активности (включающую построение на основе прямоугольной матрицы стандартных коэффициентов $||$, матрицы квадратичных форм $||M_{ij}||$, I_j , и, затем, выявление средних весовых коэффициентов с учётом их рейтингов), что позволило обнаружить определённую, скрытую заинтересованность отдельных экспертов, противодействующую коррупционным схемам [6].

Таким образом, в настоящее время достижение долгосрочных положительных результатов деятельности инновационных экономических систем микро, малого и среднего предпринимательства (ЭС ММСП) невозможно без динамичного обновления ассортимента лекарств за счёт инновационного развития предприятий и организаций отечественного рынка лекарств (предпринимательских новшеств) и импорта из-за рубежа.

К предпринимательским новшествам относятся все, которые впервые нашли применение в деятельности экономических систем (ЭС) и приносят им конкретную экономическую выгоду. Это не только внедрение нового продукта на товарные региональные рынки, но и новые или улучшенные виды лекарств, услуги; процессы и технологии; производственные системы.

Для отдельной экономической системы любого формата необходимо рассмотрение инновационного процесса, представленного пятью механизмами: 1. организацией, 2. разработкой, 3. внедрением, 4. финансированием и 5. стимулированием прав интеллектуальной собственности (ПИС). Для оценки инновационной активности ЭС рассматривается анализ информации по набору типовых показателей, включаемых в официальную государственную отчётность Росстата [7].

Стимулирование инновационного предпринимательства определяет способы формирования финансовых ресурсов ЭС и повышение их заинтересованности во внедрении новшеств на фармацевтическом рынке. В качестве факторов, определяющих успех предпринимательской деятельности кластеров, обосновываются: 1) стратегический подход; 2) человеческий фактор; 3) использование приёмов управления; 4) Производственный потенциал; 5) Эффективное освоение отечественного и зарубежного фармацевтического производства; 6) Ориентация на будущее.

Определённые успехи развития партнёрской сети, включающей как российскую, так и международную инфраструктуру поддержки патентования и лицензирования (Мадридская, Гаагская системы.), в результате своевременного разрешения проблем инновационного развития предпринимательства кластеров, повысят их конкурентоспособность на рынке и обеспечат выпуск экологически чистой продукции, с применением системного и комплексного подхода, с использованием экономико-статистических и абстрактно-логических методов [4], [7].

Рассмотрена активность экономических субъектов в отрасли на основе официальной государственной статистической отчётности, и построен её алгоритм в схемах рейтингования/ранжирования при получении господдержки в регионе. Для конструирования такого алгоритма применены методы многомерного статистического анализа инновационной активности и выявлена их эффективность. В результате

выявлена вся специфика рыночного хозяйствования деятельности кластера и его инновационное развитие с учётом государственно-частного партнёрства.

Таким образом, комплексный анализ проблемы инновационного предпринимательства на сегменте микро, малых и средних предприятий. обеспечивает устойчивый экономический рост региона за счёт инновационного развития его кластеров [8].

При этом необходима обязательная разработка конкретных рекомендаций по активизации и стимулированию экономического роста участников-резидентов СПб медико-фармацевтического кластера.

Список использованных источников

1. Маркс К., Энгельс Ф. Глава о капитале. Собр. соч. в 50 томах (издание второе). – М.: Госполитиздат, 1955–1981. – Т. 46, ч. 1.
2. URL/<http://www.spbdnevnik.ru> // от 10.07.2016. – С. 8-9.
3. Цацулин А.Н. Экономический анализ. Стандарт третьего поколения. – СПб.: Изд-во "Питер", 2014. – 704 с.
4. Электронный ресурс. – URL:<https://mip.extech.ru>. (дата обращения: 18.03.2018).
5. Чулок А.А. Анализ показателей эффективности инноваций на микро- и макро- уровне / А.А. Чулок // "Инновации". – 2004. – № 5. – С. 27-36.
6. База данных участников проектов постановлений Правительства № 219 / Электронный ресурс. – <http://innovation.gov.ru/page/1850>. (дата обращения: 16.08.2018).
7. Цацулин А.Н., Цацулин Б.А. Инновационность регионального кластера или импортозамещение при формировании отраслевой экономики: приоритеты развития (на примере фармацевтической промышленности) / Российский научный журнал "Вестник Национальной академии туризма". – № 1(37). – 2016, январь–март. – С. 74-88.
8. Викуленко А.Е., Колесников А.М. "Государственная фискальная политика в современной экономике и эффективность хозяйствования". – М.: Вестник Северо-Кавказского Университета. – 2018. – №3 (66). – С. 48-59.

VII. ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКО- МАТЕМАТИЧЕСКОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ. БИЗНЕС-ИНФОРМАТИКА

УДК 366.1

Yu.A. Antokhina, I.K.Sokolov

GLOBAL FOOD SECURITY MODEL

In this study, an econometric model of global food security was developed as a system of simultaneous equations. The model identifies and allows predicting the main indicator of the global food crisis – the gross per capita food production index.

Keywords: food security, global security, model.

Ю.А. Антохина¹, И.К.Соколов²

МОДЕЛЬ ГЛОБАЛЬНОЙ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

В данном исследовании разработана эконометрическая модель глобальной продовольственной безопасности как система одновременных уравнений. Модель определяет и позволяет прогнозировать основной индикатор глобального продовольственного кризиса – индекс валового производства продуктов питания на душу населения.

Ключевые слова: продовольственная безопасность, глобальная безопасность, модель.

Введение

Одной из наиболее актуальных проблем современности является угроза глобального дефицита продовольствия вследствие увеличения численности населения мира и быстрого истощения невозобновляемых природных ресурсов планеты [1], [2], [3], [4].

Поэтому возникает необходимость формирования модели продовольственной безопасности, которая определяет и позволяет прогнозировать основной индикатор глобального продовольственного кризиса – индекс валового производства продуктов питания на душу населения.

Основное содержание

Для составления модели (формула 1) используем двухшаговый метод наименьших квадратов 2МНК при обработке исходных данных за 1950–2019 гг. [5], [6], [7], [8], в среде Gretl 1.7.1.

Двухшаговый метод наименьших квадратов (2МНК – англ. Two-Stage Least Squares) представляет собой метод оценки параметров эконометрических моделей, в частности систем одновременных уравнений, состоящий из двух этапов, на каждом из которых применяется метод наименьших квадратов. Обычный метод наименьших квадратов, применяемый для решения различных задач, основан на минимизации суммы квадратов отклонений некоторых функций от искомым переменных. Двухшаговый МНК тесно связан с методом инструментальных переменных. Иногда его называют обобщённым или просто методом инструментальных переменных. При оценке одиночных уравнений используются дополнительные (инструментальные) переменные, в модели непосредственно не участвующие. Их использование связано с тем, что часть факторов модели может не удовлетворять требованию экзогенности. При оценке систем одновременных уравнений обычно инструментами являются экзогенные переменные системы.

В предложенной модели первое уравнение системы определяет индекс валового производства продуктов питания на душу населения в мире y_0 (отрицательная динамика

¹ Антохина Ю.А., доктор экономических наук, профессор, ректор Санкт-Петербургского государственного университета аэрокосмического приборостроения, г. Санкт-Петербург

Antokhina Yu.A., Doctor of Economics, Professor, Rector of St. Petersburg State University of Aerospace Instrumentation, St. Petersburg

² Соколов И.К., аспирант; Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения, г. Санкт-Петербург

Sokolov I.K., Postgraduate; St. Petersburg State University of Aerospace Instrumentation, St. Petersburg

которого свидетельствует о наступлении глобального продовольственного кризиса) в зависимости от y_1 – численности населения (основного фактора наступления кризиса), x_{30} – уровня использования природных ресурсов, x_{23} – объема мирового рынка биотехнологических (генномодифицированных) культур, x_{41} – уровня производительности мирового сельского хозяйства и пищевой промышленности и x_{38} – уровня глобального потепления (среднегодовая глобальная температура, °C).

Согласно данной модели существует сильная прямо пропорциональная зависимость y_0 от интегральных показателей x_{30} и x_{41} , которые были получены:

$$\left\{ \begin{array}{l} y_0 = 383,56 - 6,59 * y_1 + 3,24 * x_{30} + 0,00264 * x_{23} + 3,22 * x_{41} - 8,92 * x_{38} + e_1 \\ [x_{30} = 0,383 * x_{31} + 0,376 * x_{32} + 0,399 * x_{33} + 0,382 * x_{34} + 0,396 * x_{35} + 0,362 * x_{36} + 0,345 * x_{37}] \\ [x_{41} = 0,458 * x_{25} + 0,364 * x_{27} + 0,475 * x_{28} + 0,449 * x_{29} + 0,48 * x_{40}] \\ y_2 = -38,53 + 6,27 * y_1 + e_2 \\ [y_2 = 0,436 * x_1 + 0,451 * x_2 + 0,424 * x_3 + 0,461 * x_4 + 0,463 * x_5] \\ y_3 = -0,87 + 1,41 * y_2 + e_3 \\ [y_3 = 0,241 * x_6 + 0,440 * x_7 + 0,408 * x_9 + 0,419 * x_{10} + 0,448 * x_{12} + 0,453 * x_{13}] \\ y_4 = 0,17 * y_3 + 0,36 * x_{30} + e_4 \\ [y_4 = 0,518 * x_{14} + 0,535 * x_{15} + 0,542 * x_{16} + 0,391 * x_{17}] \\ y_5 = 6184,9 + 392,54 * y_4 + e_5 \\ y_6 = 58,11 + 0,00124 * y_5 + e_6 \\ y_1 = 0,16 * y_6 - 0,34 * x_{18} + e_7 \end{array} \right. \quad (1.3)$$

- y_0 – Индекс валового производства продуктов питания на душу населения (I \$).
 y_1 – Численность населения на 1,07, млрд чел.
 x_{30} – Уровень использования природных ресурсов (интегральный показатель).
 x_{31} – Объем производства нефти, млн баррелей в день.
 x_{32} – Потребление энергии (кг нефтяного эквивалента на душу населения).
 x_{33} – Потребление электроэнергии (кВт на душу населения).
 x_{34} – Потребление угля, Quadrillion Btu.
 x_{35} – Объем потребления природного газа, млн т.
 x_{36} – Объем производства древесины, млн куб.м.
 x_{37} – Величина улова рыбы, млн т.
 x_{23} – Мировой рынок биотехнологических (генномодифицированных) культур, млн \$.
 x_{41} – Уровень производительности мирового сельского хозяйства и пищевой промышленности (интегральный показатель).
 x_{25} – Урожай зерновых, млн т с га.
 x_{27} – Сельскохозяйственные земли, % от общей территории земель.
 x_{28} – Площади мировых посевов биотехнологических (трансгенных) культур, млн га.
 x_{29} – Объем производства основных продуктов питания, млн т.
 x_{40} – Индекс валового производства продуктов питания (тыс. I \$).
 x_{38} – Уровень глобального потепления (среднегодовая глобальная температура, °C).
 y_2 – Величина суммарного "общественного интеллекта".
 x_1 – Число грамотных от общей численности населения (15+), %.
 x_2 – Число выпускников программ высшего образования в среднем на страну.
 x_3 – Число исследователей на 1 млн населения в среднем на развитую страну.
 x_4 – Затраты прошлого периода на научные исследования и разработки на душу населения в среднем на развитую страну (PPP\$).
 x_5 – Число инновационных идей (число заявок на патенты).
 y_3 – Уровень НТП (развития науки и техники) – интегральный показатель.
 x_6 – Число основных изобретений и открытий.
 x_7 – NASDAQ Composite Index на конец года – индекс более 5000 высокотехнологичных компаний мира.
 x_9 – Индекс биотехнологических компаний на конец года – NASDAQ Biotechnology (NBI).

- x_{10} – Число пассажирских автомобилей на 1000 чел.
 x_{12} – Абонентская база сотовой связи, Sim-карт.
 x_{13} – Число пользователей Интернет, чел.
 y_4 – Возможности финансово-экономической системы удовлетворять потребности общества (интегральный показатель).
 x_{14} – Реальный ВВП (2005), млрд \$.
 x_{15} – Объем мировой торговли товарами, % от ВВП.
 x_{16} – Займы, предоставленные иностранным организациям в мире на конец года, млн долл.
 x_{17} – Уровень занятости (% от рабочей силы).
 y_5 – Уровень благосостояния населения (реальный ВВП (2005) на душу населения).
 y_6 – Ожидаемая продолжительность жизни, лет.
 x_{18} – Естественный прирост на 1000 населения.
 $e_1 \dots e_7$ – Случайные ошибки.

Методом главных компонент наиболее значимые главные компоненты рассчитаны на основе исходных признаков $x_{31} \dots x_{37}$ (для x_{30}) и $x_{25}, x_{27}, x_{28}, x_{29}, x_{40}$ (для x_{41}).

y_0 и факторы y_1 и x_{38} связаны обратно пропорциональной зависимостью: рост численности населения и глобальное потепление снижают объем производства продуктов питания на душу населения. Уровень использования природных ресурсов x_{30} и производительность сельского хозяйства/пищевой промышленности x_{41} – оказывают противоположное воздействие на y_0 .

Выводы

Установлено существование слабой положительной корреляции между x_{23} и y_0 , что свидетельствует о росте значимости рынка генномодифицированных культур в обеспечении населения продовольствием.

Таким образом, были выявлены основные факторы глобального продовольственного кризиса и предложена количественная оценка их влияния на основной индикатор его наступления – индекс валового производства продуктов питания на душу населения y_0 .

Список использованных источников

1. Кокодей Т.А. Оценка перспектив наступления глобального продовольственного кризиса и его воздействия на поведение потребителя на рынке продуктов питания // Актуальные проблемы экономики. – 2010. – № 3(105). – С. 81-90.
2. Kokodey T.A. History of the global business environment in the polycyclic conceptual framework//Applied Econometrics and International Development. 2013. Vol. 13-2. P. 1-17. – URL: <http://www.usc.es/economet/journals1/aeid/aeid1321.pdf> (Scopus EID: 2-s2.0-84886907362).
3. Кокодей Т.А. Прогнозирование развития среды предприятия в условиях неопределённости / Т.А. Кокодей // Экономика и управление. – 2012. – № 1. – С. 24.
4. Кокодей Т.А. Морально-этическое обоснование продовольственной политики геополитического региона / Т.А. Кокодей // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – № 3. – Т. 2(152). – С. 109-112.
5. Eurostat official site, http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/statistics/search_database.
6. World Bank official site, <http://go.worldbank.org/B53SONGPA0>.
7. UN official site, http://unfccc.int/ghg_data/ghg_data_unfccc/time_series_annex_i/items/3814.php.
8. FAO official site, <http://faostat.fao.org/site/612/DesktopDefault.aspx?PageID=612#ancor>.