

**Министерство образования и науки Российской Федерации**

**САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

---

# **РОССИЯ В ГЛОБАЛЬНОМ МИРЕ**

**Альманах**

**№ 3 (26)**

**Издательство Политехнического университета**

**Санкт-Петербург**

**2013**

# РОССИЯ В ГЛОБАЛЬНОМ МИРЕ

## альманах

### **Редакционный совет альманаха:**

*Ю.С. Васильев*, академик РАН –  
председатель;  
*Д.Г. Арсеньев*, д-р техн. наук, профессор;  
*А.Н. Кашеваров*, д-р ист. наук, профессор;  
*Д.И. Кузнецов*, д-р филос. наук, профессор;  
*В.М. Никифоров*, профессор,  
Чрезвычайный и полномочный посол РФ;  
*В.А. Прохоренко*, д-р филос. наук, профессор;  
*В.С. Ягья*, д-р ист. наук, профессор.

### **Редакционная коллегия альманаха:**

*С.Н. Погодин*, д-р ист. наук, профессор  
– главный редактор;  
*В.П. Горюнов*, д-р филос. наук,  
профессор – зам. главного редактора;  
*О.Д. Шипунова*, д-р филос. наук,  
профессор – ответственный секретарь;  
*И.И. Климин*, д-р ист. наук, профессор;  
*В.П. Живулин*, канд. филол. наук,  
доцент.

С 2001 года альманах «**Россия в глобальном мире**» издавался как Приложение к научно-историческому журналу «Клио».

Альманах зарегистрирован в Международной системе периодических изданий ISSN 2304-9472. Ссылки на статьи Альманаха отображаются в базе данных «Российский индекс научного цитирования» (РИНЦ).

С 2012 г. выпускается два раза в год как самостоятельное периодическое печатное издание на русском и английском языках под названием: «**Россия в глобальном мире**» = «**Russia in the Global World**».

Альманах зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Свидетельство о регистрации ПИ №ФС77-52142 от 11 декабря 2012 г.)

При отборе статей редколлегией руководствуется научно-редакционной политикой издания и соблюдением принципов публикационной этики.

Точка зрения редакции может не совпадать с мнением авторов статей.

При перепечатке материалов ссылка на журнал обязательна.

Альманах рассылается в ведущие библиотеки страны, распространяется в России, странах ближнего и дальнего зарубежья.

**Адрес редакции:** Россия, 195220, Санкт-Петербург, Гражданский пр., д.28  
Телефон: 8(812) 329-47-42; 8(812)606-62-42

**Электронный адрес редакции:** E-mail: [kmo@imop.spbstu.ru](mailto:kmo@imop.spbstu.ru)

© Санкт-Петербургский государственный политехнический университет, 2013.

**THE MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF THE RUSSIAN FEDERATION**

**St. Petersburg State Polytechnic University**

# **RUSSIA IN THE GLOBAL WORLD**

**Almanac**

**№ 3 (26)**

**Polytechnic University Publishing House**

**Saint Petersburg**

**2013**

# RUSSIA IN THE GLOBAL WORLD

## Almanac

### **Editorial Council:**

*Yuriy S. Vasiliev*, Member of  
Russian Academy of Science – Chairman;

*Dmitry G. Arseniev*,  
Doctor of Science, Professor;

*Anatoliy N. Kashevarov*,  
Doctor of Science, Professor;

*Dmitry I. Kuznetsov*,  
Doctor of Science, Professor;

*Valentin M. Nikiforov*,  
Professor, Ambassador Extraordinary and  
Plenipotentiary of Russian Federation;

*Vladimir A. Prokhorenko*,  
Doctor of Science, Professor;

*Vatanyar S. Yagya*,  
Doctor of Science, Professor.

### **Editorial Board:**

*Sergey N. Pogodin*, Doctor of Science,  
Professor – Chief Editor;

*Valery P. Goryunov*, Doctor of Science,  
Professor – Deputy Editor;

*Olga D. Shipunova*, Doctor of Science,  
Professor – Executive Secretary.

*Ivan I. Klimin*,  
Doctor of Science, Professor;

*Vladislav P. Zhivulin*,  
PhD, Associate Professor.

Since 2001, Almanac “Russia in Global World” was published as an Annex to scientific and historical journal “Clio”.

Almanac is registered in the ISSN system, ISSN 2304-9472. Links to the Almanac articles can be seen in the Russian Science Citation Index database.

Since 2012 Almanac is issued twice a year as an independent periodical in the Russian and English languages named: «Россия в глобальном мире» = «Russia in the Global World».

Almanac is registered with the Federal Service for Supervision in the Sphere of Telecom, Information Technologies and Mass Communications (Certificate of Registration PI number FS77-52142 of 11 December 2012).

In selecting articles the editorial board is guided by scientific and editorial policy of the almanac and by the principles of publishing ethics.

The views of the editorial board may not coincide with the opinion of the author.

The point of the editorial board may not coincide with the opinion of the author.

Any reproduction of materials of the almanac requires reference to the almanac.

Almanac is circulated among the leading libraries in the country, distributed in Russia, the CIS and other foreign countries.

**Editorial address: 28, Grazhdansky pr., Saint-Petersburg, Russia, 195220**

Phone: +7 (812) 329-47-42; + 7 (812) 606-62-42

E-mail: [kmo@imop.spbstu.ru](mailto:kmo@imop.spbstu.ru)

© Saint-Petersburg State Polytechnic University, 2013.

## ПРЕДИСЛОВИЕ / PREFACE

Предлагаемый вниманию читателей очередной выпуск альманаха “Россия в глобальном мире” издан под научной редакцией доктора экономических наук, профессора В. В. Глухова и является первым тематическим выпуском, целиком посвященным проблемам экономического развития России в контексте ее органической включенности в мировое экономическое пространство. Эта проблематика особенно актуальна в сложных условиях текущего периода как с точки зрения общей кризисной ситуации в мире, так и в связи с усилением внешнего давления на Россию со стороны ряда западных стран. Поэтому анализ экономических процессов в современной России является первоочередной задачей ученых-экономистов.

Разумеется, экономические вопросы всегда были предметом рассмотрения многих авторов альманаха. Сюда можно отнести в первую очередь проблемы реформирования российской экономики в процессе ее постепенного включения в систему мирового экономического взаимодействия. Например, много внимания уделялось длительному пути вхождения России в ВТО, ряд материалов был посвящен региональному экономическому взаимодействию. Так, регулярно публиковались статьи, посвященные многосторонним взаимовыгодным связям со странами Северной Европы, проблемам развития Балтийского региона. Наиболее крупным предметом исследований стали российско-китайские экономические отношения.

Значительный интерес вызвали проблемы структурных изменений организации российской экономики в связи с необходимостью перехода на организационные нормативы, принятые в странах – экономических лидерах. Вместе с тем, рассматривались различные аспекты экономического взаимодействия России со странами со сходными показателями экономического развития. Одно

из центральных направлений исследования международной экономической деятельности составили работы, содержащие анализ экономической жизни на территории бывшего Советского Союза, особенно деятельность СНГ.

Стержневой темой большинства выпусков альманаха явилась глобализация и ее влияние на все стороны российской жизни, в первую очередь на реформируемую экономику. По ежегодным выпускам альманаха можно реконструировать экономическую историю России, будь то революционные преобразования 90-х гг. XX века или эволюционные процессы “нулевых” (2000-х гг.). Сюда можно отнести противоречивые оценки хода и результатов приватизации, лозунговые модели стабильности, трансформации, модернизации. Значительный отклик получило экономическое наполнение российских национальных проектов. Наряду с этим всестороннему анализу подверглись кризисные явления в мировой и российской экономике. Одним из главных вопросов, обсуждаемых на страницах альманаха, стал вопрос о роли государственного регулирования в экономической сфере, об основных направлениях экономической политики в целом и создании экономических оснований гражданского общества в России.

Важное место заняли проблемы научно-технического прогресса как решающего фактора экономической самостоятельности России. Одновременно исследовались многообразные формы международного взаимодействия и сотрудничества в области инженерного и экономического образования.

В дальнейшем предполагается закрепить практику формирования тематических выпусков нашего альманаха, и есть все основания для уверенности в том, что публикуемые в нем материалы займут достойное место в научных исследованиях России и в глобальном мире.

*Главный редактор, профессор С.Н. Погодин.*

*Заместитель главного редактора, профессор В.П. Горюнов.*

# РАЗДЕЛ I.

## ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

УДК 658.5

В. В. Глухов, В. Ф. Звагельский

### ПРИНЦИПЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЭФФЕКТИВНОГО ГОСУДАРСТВА

Вводя понятие эффективное государство, следует разделить две интерпретации данного термина: эффективное государство как страна в целом; эффективное государство как эффективное управление страной.

Эффективное государство с позиций теории управления характеризуется как эффективный менеджер. В упрощенной формулировке эффективное государство достигает больших результатов при меньших затратах.

Рассматривая эффективность государства, следует разделить:

эффективность отдельного мероприятия, реализуемого с использованием государственных средств (может оцениваться как локальное мероприятие при специфике показателей результативности. Если в традиционном подходе результатом инвестиций оказывается прибыль, то для государственных вложений это прирост налогов, увеличение объемов производства в регионе, улучшение социальных условий для населения и т. п.);

эффективность использования бюджетных средств в краткосрочном периоде (показывает результативность государственного управления в периоде месяц, квартал, год. Они могут применяться для оценки государственного управления для города, региона, страны);

эффективность государства в целом как мега экономической системы (формируется при рассмотрении стратегических решений, имеющих долговременные последствия. К такого рода решениям

относятся, в частности, механизмы государственного воздействия на промышленный комплекс страны).

Государственные расходы – это финансирование программ промышленных и научных исследований, субсидии производителям материальных благ, затраты на разработку программ экономического развития, расходы на поддержание государственных органов мониторинга, расходы на профессиональное образование и т. п. Все эти расходы финансируются из налоговых поступлений текущего периода. Налоговые поступления будущего периода рассматриваются как результат государственных затрат.

При макроэкономической оценке эффективное государство (не как управление, а как страна) характеризуется положительным балансом доходов и расходов, прибыльностью секторов экономики, лидирующими позициями в международной торговле, отсутствием зависимости от других стран. При оценке макроэкономических государственных мероприятий, используется традиционный подход, предусматривающий сопоставление затрат и результатов за интервал времени.

Эффективность как оценка действий государства – это соотношение государственных вложений с поступлениями в бюджет в будущие периоды. Максимизация эффективности – это достижение планового объема будущих поступлений в бюджет с минимальными сопровождающимися государственными затратами либо достижение максимума отдачи при плановых государственных вложениях.

Слагаемые поступлений в бюджет:

- налог на добавленную стоимость;
- взносы в социальные фонды;
- земельный налог;
- транспортный налог;
- налог на имущество организаций;
- налог на прибыль;
- налог на доходы физических лиц,
- акцизы.



Эти поступления необходимы, чтобы обеспечить условия жизни населения и компенсировать расходы на государственные функции.

Эффективное государство обеспечивает максимизацию качества жизни населения  $f$  за счет оптимального механизма поддержки промышленности, распределения ресурсов по отраслям и секторам промышленности, между формами, видами и способами комплексного механизма поддержки ( $x_i$ ) –

$$\max f(x_i) .$$

Показатель  $f$  является комплексной оценкой и формируется как объединение (через весовые коэффициенты  $\alpha_j$ ) частных показателей качества жизни  $b_j$  (продолжительность жизни, оплата труда, доля безработных, масштаб социальных программ, качество окружающей среды, условия проживания и др.) –

$$f = \sum_j \alpha_j b_j .$$

Частные показатели качества жизни (продолжительность жизни, обеспеченность жильем, заработная плата, показатели окружающей среды, ассортимент питания и др.) в свою очередь являются следствием характеристик национальной экономики  $c_k$  (объемов производства, номенклатуры, глубины производственного цикла, масштаба использования природных ресурсов (возобновляемых и не возобновляемых), прогрессивности используемых технологий и др.) –

$$b_j = g_j(c_k) .$$

Характеристики  $c_k$  формируется под влиянием реализуемых государственных проектов, программ, форм, видов и способов комплексного механизма поддержки  $x_i$  .

Учитывая долговременный характер промышленных технологий и долговременность последствий воздействия промышленности на окружающую среду, необходимо оценивать результат с учетом временного фактора:

$$F(x_i) = \sum_t \sum_j s(t) \alpha_j g_j(c_k(x_i), t) ,$$

где  $s(t)$  – значимость показателей в году  $t$ .

Развития и улучшения в экономики связывают с разработкой и применением инноваций. Они стали важнейшим фактором экономического развития, основой конкурентоспособности фирм, отраслей, национальных экономик.

Главные признаки эффективного государства:

- повышенная доля основных средств (машин, конструкций, аппаратов) произведенных на отечественных предприятиях;
- определяющая доля расходов на НИОК со стороны бизнеса, при меньшей доле со стороны государства;
- значительный вклад крупного бизнеса в расходы на НИОКР;
- положительное международное сальдо (профицит) баланса в торговле технологиями;
- ориентация инновационно активных компаний своими разработками на мировой рынок;
- отсутствие «утечка мозгов», приток интеллектуальной рабочей силы;
- наличие тенденции роста в инновационном секторе;
- участие бизнеса в проведении совместных теоретических исследований с университетами, в создании совместных кафедр и лабораторий, совместное использование учебной вузовской и лабораторной промышленной базы;
- развитая законодательно-правовая среда инновационного бизнеса, наличие налогового стимулирования внедрения инноваций, их экспорта;
- наличие системы подготовки кадров для инновационной сферы промышленности;
- наличие высококвалифицированных кадров для инновационной деятельности и развитая инновационная культура;
- наличие системной поддержки на всех этапах жизненного цикла инноваций;

– наличие современной технической базы лабораторий в высшей школе соответствующей по уровню той, которая создана в промышленности.

Эффективность государства во многом определяется способом взаимодействия основных действующих лиц экономики друг с другом в качестве элементов комплексной системы создания и использования знаний, современных технологий, инновационных продуктов. Элементами такого процесса являются:

1. Создание сбалансированного, устойчиво развивающегося сектора исследований и разработок, обеспечивающего расширенное воспроизводство знаний, конкурентоспособных на мировом рынке.

2. Создание эффективной инновационной системы, обеспечивающей взаимодействие сектора исследований и разработок с отечественным предпринимательским сектором, встроенным в глобальную инновационную систему.

3. Стимулирование технологической модернизации экономики на основе передовых технологий.

4. Создание и расширение «технологических коридоров», обеспечивающих конкурентоспособность отдельных секторов российской экономики на основе передовых технологий отечественной разработки.

5. Устойчивый рост внутренних затрат на исследования и разработки.

6. Укрепление престижа российской науки, усиление притока молодых кадров в научную сферу.

7. Повышение патентной активности национальных разработчиков.

8. Повышение уровня инновационной активности в сфере малого и среднего бизнеса.

Государство в лице Правительства РФ фактически не в состоянии полномасштабно мотивировать частный промышленный бизнес к инновационной активности. Для частного бизнеса стимулом

к инновациям является конкуренция со стороны аналогичных компаний. При этом такие меры как снижение налогов в инновационных сферах часто не приведут к успеху, а только несут реальные потери бюджета. Крупные частные компании активно приобретают новые технологии и оборудование за рубежом, предпочитая не тратить деньги на их самостоятельную разработку.

В качестве конкретных действий эффективного государства (по опыту многих развитых стран), можно выделить:

сформировать национальный рынок технологий (крупный российский частный бизнес мог бы рассматривать российские инновационные компании в качестве поставщиков этих технологий наряду с имеющимися иностранными конкурентами);

стимулировать государственные корпорации и государственные предприятия к инновационной активности, к взаимодействию с вузами и НИИ (государственные Программы создания высокотехнологичного производства);

финансирование инновационных кластеров через Программы их инновационного развития;

формирование технологических платформ, которые позволяют сформировать единое информационно-коммуникативное поле между заинтересованными субъектами, специализирующимися на определенной технологической нише (выработка долгосрочного видения и прогнозов научно-технического развития);

технологическое перевооружение отраслевых кластеров, находящихся в разных регионах и имеющих разную специализацию в ассортиментной политике.

Государство может способствовать повышению технологического потенциала российской промышленности,

создавая замкнутые национальные системы “научные исследования и разработки — производство наукоемкой продукции в российских компаниях — крупномасштабные закупки этой продукции государством”;

стимулируя приток иностранного капитала и технологий путем допуска иностранных компаний к производству наукоемкой продукции в стране и государственным закупкам этой продукции.

Вероятнее всего, следует сочетать оба варианта в зависимости от состояния научного и технологического потенциала в конкретных областях науки и технологиях.

Необходимо государственное финансирование фундаментальной науки и прикладных научных исследований для приоритетных технологий.

При всей важности финансовой поддержки государством фундаментальной науки и наиболее приоритетных программ прикладных научных исследований важную позитивную роль может сыграть организационная деятельность государства по следующим направлениям:

создание государственных структур, ориентированных на выявление потенциальных промышленных потребителей знаний, накопленных государственными научно-исследовательскими институтами и университетами;

координационная деятельность государства по проведению НИОКР, в которых участвуют промышленные предприятия, университетские лаборатории и государственные научно-исследовательские организации.

Основные инструменты стимулирования модернизации:

разработка нормативной правовой базы, ограждающей государственные и общественные научные организации от недобросовестных и необоснованных структурных и институциональных преобразований;

содействие обеспечению научных организаций всех типов собственности современной приборной базой и оборудованием, в том числе за счет создаваемой сети центров коллективного пользования;

поддержка научных школ, молодых ученых;

усиление роли ведущих научных организаций, занятых комплексным решением крупных отраслевых и межотраслевых проблем;

концентрация ресурсов в ведущих научных центрах;

выбор научных приоритетов в отраслях (космические исследования, атомные технологии, биотехнологии, оптоэлектроника) и технологиях (нанотехнологии, информационные технологии, приборостроение).

целевое финансирование научных и технологических приоритетов через специальные структуры (фонды);

стимулирование участия в работах на прорывных направлениях корпоративной науки и научно-технических подразделений крупных промышленных предприятий и объединений;

создание системы долгосрочных заказов на поставку высокотехнологичной продукции для государственных нужд и естественным монополиям;

использование межправительственных комиссий, аппаратов торговых представительств и посольств для оценки мировых рынков и политической поддержки продвижения на них российских компаний;

содействие продвижению инновационных товаров и услуг на внешние рынки путем совершенствования налоговой и таможенной политики, включая упрощенный порядок таможенного оформления и таможенного контроля экспорта научно-технической продукции;

обеспечение добросовестной конкуренции и защиты отечественной наукоемкой промышленности от нечестных приемов в торговле, применяемых российскими и зарубежными фирмами;

расширение практики долевого партнерского финансирования крупных инновационных проектов со стороны государства и частного бизнеса;

стимулирование модернизации обрабатывающей промышленности;

облегчение доступа к финансовым ресурсам малым и средним высокотехнологичным компаниям;

установление опережающих стандартов научно-технической продукции;

стимулирование приобретения отечественной промышленностью современных овеществленных и не овеществленных технологий, созданных российскими разработчиками;

содействие созданию корпоративных (вертикально и горизонтально интегрированных) структур в научно-технической и производственно-технологической сферах.

Поддержка приоритетов научно – технологического развития реализуется через многоканальную систему средств федерального бюджета, государственных бюджетных и внебюджетных фондов, реализацию федеральных целевых программ, поддержку важнейших инновационных проектов государственного значения. Использование понятия «эффективное государство» меняет экономический взгляд на роль государственных ресурсов, на значимость государственных решений, на ответственность за принимаемые государственные программы. Такой подход повышает ответственность конкретных руководителей перед обществом, дает инструмент для оценки эффективности конкретных государственных программ.

#### **БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:**

- 1. Кабаков В.С., Шатрова Е.В.** Стратегия предпринимательства – СПб.: Изд-во «ГИЭА», 2007.
- 2.** Экономика знаний и факторы ее реализации: Аналитический доклад / Аналитическое управление Аппарата Совета Федерации. – М., 2005.
- 3. Звагельский В.Ф.** Механизмы косвенной государственной поддержки промышленности в условиях открытой национальной экономики // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. – 2013. – № 1(163) – С. 9-16
- 4. Дынкин А.А.** Инновационная экономика в России и Мире // Стратегия России. – 2004. – № 2.

## РЕЛЯТИВИСТСКАЯ МОДЕЛЬ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА

Существование общества можно описать как функционирование и развитие материальной системы, поддерживающей свое существование потреблением ресурсов среды. Масса этой системы ограничивается массой доступных ресурсов и изменяется вместе с ней в некотором интервале между критическими значениями минимума и максимума. Но в отличие от природных живых систем общество с помощью техники универсализирует использование окружающей среды, непрерывно наращивает ресурсную базу и обеспечивает свое расширенное воспроизводство, постоянно преодолевая уровень максимума, устанавливаемого определенным технологическим способом жизни.

Таким образом, человек преодолел границы естественно-природного равновесия, получив на основе использования техники дополнительные средства жизни сверх данного самой природой и увеличив свою численность в той же самой среде обитания. Его жизнедеятельность осуществляется в рамках производственно-природного равновесия, переходящего с одного уровня на другой по мере расширения сферы материального единства общества и природы. Тем не менее, в качестве потребляющей системы в границах одного и того же типа материально-технического развития общество принципиально не отличается от любой другой органической системы в том плане, что извлекает из окружающей природной среды вполне определенные ресурсы и в силу их исчерпаемости всегда ограничено в своем росте [1, с. 36]. На каждой очередной ступени производственно-природного равновесия, соответствующей историческому типу материально-технического развития, имеется абсолютный предел роста, не преодолев который, общество не только



не поднимется на более высокий уровень, но не сможет удержаться и на существующем, поскольку потребляет ресурсы сверх суммы их фиксированных запасов и естественного воспроизводства.

Следовательно, однажды вырвавшись за пределы естественно-природного равновесия, общество обрекло себя на вечную смену технологических ступеней, не будучи в состоянии окончательно закрепиться на какой-либо из них, поскольку безвозвратно исчерпывает не возобновляемые ресурсы и превышает уровень восстановления возобновляемых ресурсов. На каждом этапе материально-технического развития оно необходимо достигает предельного уровня производства и, чтобы не погибнуть, вынуждено переключаться на использование качественно новой ресурсной базы. При этом каждый новый производственно-технологический переход осуществляется ценой все более возрастающих дополнительных затрат [2].

Достижение общепланетарного рубежа во взаимодействии общества и природы положило конец абсолютистскому подходу в оценке общественного прогресса, основанному на убеждении в возможности обеспечения человечеством такого гармоничного состояния, когда будет покончено с голодом, неравенством, войнами и различными человеческими пороками, когда появятся неограниченные возможности совершенствования людей и т. п. Такое убеждение базировалось на признании неограниченности материально-технического развития, уходящего в неопределенное будущее. И вот человечество достигло предела в возможности того непрекращающегося роста, к которому оно привыкло и с которым связывались прогрессивистские идеи, а все перечисленные и им подобные проблемы не только не исчезли, но даже обострились.

Итак, линия материально-технического развития общества складывается в результате взаимодействия двух переменных: рост производства средств жизни и снижение ресурсного потенциала природной среды (рис. 1). При этом, чем более



Рис. 1

истощается природная среда, тем больше требуется дополнительного труда даже для сохранения достигнутого уровня производства, а на определенном гипотетическом этапе, когда научно-технический прогресс уже не сможет обеспечить компенсирующий прирост новых ресурсов в природе, производство и вовсе перейдет в фазу абсолютной неэффективности (рис. 2).



Рис. 2

Модель предотвращения всеобщей экологической катастрофы обычно строится на введении двух главных ограничений: сокращение численности населения Земли (по некоторым расчетам – до 1 миллиарда) и прекращение роста материального потребления, переход к преимущественно духовному развитию человека, что в совокупности обеспечит решение проблем неравенства, эксплуатации, насилия и т.п. Данная модель представляет собой типичный образец технологической и социальной утопии, потому что не учитывает действие главного закона материально-технического развития, который выражает соотнесенность ресурсов, затрачиваемых на осуществление производства, и ресурсов, получаемых в его результате, что означает при переводе на один и тот же эквивалент соотношение расходуемых и воспроизводимых ресурсов жизни.

В зависимости от оценки данного соотношения мы получаем ту или иную формулу производства, в соответствии с которой строится вся модель общества: определяемый уровнем знания тип материально-технического развития, обусловленная им система социальных отношений и отражающая ее сфера духовной культуры. Данная формула производства, выражая его главное материальное отношение и будучи своеобразным ядром социальной кристаллизации, по сути своей является предельно свернутой техносоциальной формулой общества в целом.

Для соизмеримости массы затрачиваемых на процесс производства ресурсов и массы ресурсов, получаемых в результате производства, необходимо определить общую единицу измерения, в качестве которой можно обозначить количество ресурсов, расходуемых на условную единицу жизни. Данную абстракцию можно по-разному конкретизировать, например, отдельная человеческая жизнь или определенный промежуток времени поддержания жизни с ее определенным качественным наполнением, т. е. условиями проживания жизни, где минимальным значением, нижним уровнем (порогом) будет простое биологическое выживание.

В принципе единица жизни может рассматриваться как абсолютная величина, позволяющая соизмерять любые ресурсные массы, независимо от места и времени их существования. Важно лишь задавать однотипность, однородность условий жизни подобно тому, как определяется единица измерения стоимости по количеству рабочего времени при одинаковой сложности труда.

Природа сама по себе является источником ресурсов жизни только в пределах естественно-природного равновесия, когда их получение не требует труда как особой предметно-орудийной деятельности. Поэтому техносоциальная формула общества, как определенное соотношение затрачиваемых и получаемых в процессе производства ресурсов, подразумевает именно ресурсы человеческой жизни (заложенную в них массу человеческой жизни), а не просто некие вещества природы. Иначе говоря, эффективность производства определяется соотношением затрачиваемой и воспроизводимой масс труда, жизни вообще в качестве единого эквивалента, а не затрачиваемого и воспроизводимого количеств вещества и энергии.

Однако при рассмотрении функционирования и развития общества в качестве органической системы вопрос об оценке его эффективности (соотношение затрачиваемых и создаваемых ресурсов жизни) является не только главным, но одновременно и самым трудным. С точки зрения отношения общества к окружающей природной среде это абсурдный вопрос, ибо общество не выполняет никакой внешней функции, не совершает никакой полезной работы и потому не может характеризоваться, подобно машине, коэффициентом полезного действия. Как и любая другая живая система, оно существует за счет дезорганизации внешней среды, потребляет созданные самой природой ресурсы. Понятие эффективности общественной системы означает соотношение затрачиваемых ею усилий на поддержание собственного существования, необходимо совершаемой работы и получаемых результатов, объема возможного существования. Иными словами,

речь идет о соотношении затрачиваемой массы живого труда и получаемой в его результате массы воспроизводимой жизни, потенциала нового цикла труда, его источника.

В соответствии с общепринятой в настоящее время точкой зрения в рамках абсолютистского понимания общественного прогресса предполагается, что производимые обществом ресурсы жизни превышают массу затрачиваемых ресурсов необходимой деятельности (формула имеет вид неравенства), за счет чего в обществе наблюдается исторический рост трех главных показателей его прогрессивного развития: численность народонаселения, уровень производства и потребления, количество свободного времени (рис.3).



Рис. 3

В таком опережении усматривается всеобщий закон материального производства. Источник роста очевиден – это расширяющееся использование готовых, “бесплатных” сил и веществ природы. В пределах данной абсолютистско-прогрессивистской концепции развития общества, ставящей во главу угла неограниченные возможности человеческого разума в деле познания и преобразования окружающей природы, изначально признается только один безответный вопрос – о естественных абсолютных

границах человеческого существования, будь то на уровне фундаментальных закономерностей мироздания или в масштабах экологической предельности жизни на Земле.

Однако эта концепция первоначально имела и до сих пор имеет главным образом мировоззренческо-идеологический характер и по степени научной обоснованности не выходит за пределы понимания природного и социального бытия в эпоху Просвещения. Построить на ее основе удовлетворяющую современным критериям научности целостную теоретическую модель общества, демонстрирующую главные законы его функционирования и развития, не представляется возможным. Абсолютистско-прогрессивистская модель общества не указывает фундаментальных законов его функционирования и развития. Да, общественное производство с непреодолимой силой непрерывно растет, но при этом никогда не достигает уровня, обеспечивающего всеобщее простое выживание. Следовательно, рост потребностей как движущей силы роста производства есть выражение всего лишь непреодолимого дефицита средств жизни, а не спонтанного развития человека, которому “все мало”; и так называемый закон возвышения потребностей, не позволяющий обществу остановиться на каком-либо одном типе материально-технического развития или одном уровне производства, является объективным общественно-производственным законом роста, а не субъективно-психологическим законом отсутствия меры потребления.

В рамках релятивистского подхода формула, наоборот, имеет вид неравенства с противоположным знаком по сравнению с вышеописанной формулой абсолютного прогресса, когда совокупная масса ресурсов, непосредственно и опосредованно расходуемых на осуществление процесса производства, в конечном счете, растет с опережением, в силу чего совокупная масса производимых средств жизни не способна заполнить требуемый объем потребления даже при условии его усредненности в уравнительском варианте распределения, оставаясь всегда меньшей по сравнению с той массой,

которая обеспечила бы возможность существования всех участников производства, то есть в каждый данный момент времени в обществе наблюдается дефицит ресурсов его существования. Материально-техническое развитие, позволяя на основе научно-технического прогресса осуществить абсолютный рост производства средств жизни и численности народонаселения, ни при каких обстоятельствах не может устранить указанное выше неравенство, преодолеть данную техносоциальную формулу. Иначе говоря, с одной стороны имеется реально живущее и производящее население, а с другой – масса производимых им ресурсов жизни, недостаточная для выживания всего этого населения.

Переход от естественно-природного равновесия к производственно-природному и последующее никогда не прекращающееся движение по его историческим ступеням возможны только на основе создания и постоянного обновления техники. Научно-техническое творчество оказывается единственным способом превращения природы в ресурс человеческой жизни, наука, по сути, создает природное богатство, и человечество оказывается обреченным на безостановочную поступательность научно-технического прогресса. Он является всеобщим источником роста общественного производства, воплощая в себе неограниченность интеллекта и неисчерпаемость природы, за счет чего оказывается возможным результативный труд. Постоянно действующей движущей силой производства является стремление к выживанию в условиях действия техносоциальной формулы [3, с. 129, 188; 4, с. 291]. Соответственно, вопрос о пределах роста имеет сугубо экологические основания. *Физический смысл техносоциальной формулы общества состоит в том, что обществу как совокупности людей требуется большее жизненное пространство, чем то, которое оно в состоянии создать, то есть нужна большая масса ресурсов жизни, чем та, которую люди могут произвести. Иначе: масса прожитой (сохраненной) жизни требует большей массы расходуемой жизни.*

Созданная за всю историю человечества масса ресурсов жизни не обеспечила и не могла обеспечить его всеобщего выживания, т. е. полного проживания жизни всеми членами совокупного населения. Во времена А. Смита рассуждения по этому поводу можно назвать наивными [5, с. 17]. Понятие техносоциальной формулы общества выводится и содержательно описывается автором в работах [6; 7; 8].

Этапы авансирования труда и получения отдачи накладываются друг на друга и взаимно компенсируются, но в целом обнаруживается цикличность материально-технического развития – периоды подъема, высокой отдачи труда и периоды спада, расширенного авансирования труда. В свою очередь, цикличность материально-технического развития обуславливает социальную цикличность, а та – культурно-духовную. Все вместе образует определенные циклы истории, выпадающие на долю отдельных поколений, провалы и гребни волн цивилизационного развития [9].

Всеобщее обесценивание прошлого труда особенно наглядно проявляется в периоды социально-производственной реконструкции, например, в процессе коренного реформирования всей общественной жизни на постсоветском пространстве, где при переходе к рыночному регулированию и экономической открытости резко выросли цены и упала зарплата. При дальнейшем технологическом отставании этот провал будет только углубляться, а преодоление разрыва требует дополнительных материальных средств.

Наступление эпохи цивилизации ознаменовалось созданием техники, позволившей человеку перейти к универсальному использованию окружающей среды в качестве источника ресурсов своего существования и тем самым преодолеть ограничения естественно-природного равновесия. Но если эффективность труда изначально имеет отрицательное значение, когда расход рабочей силы изначально выше полученного результата, то для осуществления процесса производства недостаточно покорения сил природы, необходимо еще покорение сил другого человека,



превращение его всего лишь в говорящее орудие. Качественное отличие техники цивилизованного общества от первобытной техники состоит в том, что она позволяет человеку превратить другого человека в средство своей целесообразной деятельности, использовать его как данную самой природой рабочую силу. Соответственно вся техническая история цивилизации характеризуется двойственным отношением человека к технике, проявляющемся в общественном разделении людей, когда для одних техника является средством жизни и собственного развития, а другие служат ее живым придатком, развивающимся в границах выполнения предписанной им техносервисной функции.

Таким образом, бытие техники в качестве второй природы есть всего лишь субстратное выражение ее сущности. Главное в технике – ее функциональность: техника не только средство материально-предметной деятельности, она есть средство превращения одного человека в средство другого человека. Без этого технический способ жизни просто неосуществим. Как естественная органическая жизнь не выходит за рамки существования природы и является одной из форм природного бытия, так и человек представляет собой специфический способ существования живого, главные особенности которого состоят, во-первых, в предметно-орудийной деятельности, т. е. в производстве на основе техники, во-вторых, в особой организации совместной жизни на базе фундаментального социального отношения “цель – средство”.

Впрочем, использование техники само по себе не создает человеческого способа жизни, а является лишь его необходимой предпосылкой. Создание и использование техники оказывается возможным лишь при условии превращения одного человека в средство существования другого человека, только за счет этого компенсируется отставание получаемой в процессе производства массы ресурсов жизни от массы ресурсов, затрачиваемых на производство. И наоборот, превратить одного человека в средство

существования другого человека можно только с помощью техники. В этом синтезе человека и техники в виде говорящего орудия их взаимодополняемость симметрична – здесь можно равнозначно говорить о присоединении человека к орудию или орудия к человеку. Именно орудийное функционирование одного человека в руках другого человека явилось конечным результатом материально-деятельностной эволюции, высшим выражением технического первобытного гения. Как жизнь животного сводится к поиску пищи, так и жизнь человека сводится к производству средств существования. Однако человек, в отличие от животного, осуществил внутривидовое раздвоение на цель и средство и основал на этом раздвоении систему общества.

Главное социальное отношение господства и подчинения, бытие людей в отношениях друг с другом в качестве цели и средства составляет столь же необходимое условие осуществления материального производства, как и техника, – это две равноправные и неразрывно связанные стороны процесса производства. Данное общественное отношение цели и средства само по себе, как таковое, не зависит от уровня материально-технического развития и всегда остается базовым элементом любой социальной системы. В ходе технического прогресса меняются лишь его исторические формы, и именно в этих пределах детерминации можно говорить об определяемости производственных отношений характером и уровнем развития производительных сил. Что касается социальных революций, то они сводятся к перераспределению мест в системе социальной дифференциации, не будучи в состоянии упразднить ее в принципе. Следовательно, стержневую основу так называемого технического прогресса, понимаемого как прогресс в подчинении природы человеку, составляет прогресс в подчинении человека человеку.

Как известно, положительная величина эффективности производственного функционирования общественной системы, будь то отдельное предприятие, целая историческая общность или

объединение нескольких общностей, может быть достигнута либо за счет низких затрат на рабочую силу, энергоносители и сырье, либо за счет высоких цен на готовую продукцию. Низкие затраты на рабочую силу означают эксплуатацию работников (своих или чужих), низкие затраты на энергоносители и сырье указывают на их колониальное происхождение, высокие цены на готовую продукцию возможны либо на основе силовой монополии, либо на основе достижений научно-технического прогресса, передовых технологий. Но в любом случае положительная величина эффективности производственного функционирования общественной системы необходимо предполагает ее подпитку извне за счет отрицательной величины эффективности функционирования другой общественной системы, будь то классы или слои внутри одной исторической общности, или целые общности в рамках системы межобщностного взаимодействия. Прибыль, в конечном счете, представляет собой нечто отнятое, а не созданное, хотя способы получения прибыли (отнятия) различны, будь то разбойная добыча, спекулянтский доход или производственная прибыль за счет эксплуатации труда или разницы в уровнях производственных технологий.

Рост общественного богатства оказывается изначально возможным за счет того, что рабочая сила является таким же готовым продуктом, как и сила природы. Человек производящий – это всего лишь материальный носитель, субстрат рабочей силы, объект организационно-производственной деятельности, вынесенный за скобки человеческого бытия, находящийся вне сферы собственно человеческого существования. Исторические формы рабочей силы развиваются от простейшей организации подневольного рабского труда в древности до информационно-технологического колониализма в современном глобальном мире, когда за счет резкого перепада уровней материально-технического развития производственное функционирование одних общностей подчинено существованию других общностей.

С одной стороны, масса человечества растет, казалось бы, вопреки законам живой природы [10]. С другой стороны, этот рост вполне вписывается в рамки естественной закономерности, имея своим источником расширение сферы использования природных ресурсов, включая рост численности народонаселения как увеличение массы рабочей силы. Однако наращивание объема ресурсов становится все труднее и дороже, в том числе увеличивается и трудоемкость воспроизводства рабочей силы. Абсолютное снижение эффективности общественного производства компенсируется достижениями научно-технического прогресса. Данное постоянно разрешаемое противоречие материально-технического развития сопровождается обостряющимся социальным противоречием, обусловленным интеллектуализацией технологической функции рабочей силы при сохранении ее социального функционирования в качестве средства.

В изолированном состоянии первичная человеческая общность достигает предельного уровня материально-технического развития и дальше не может расти. Она либо раскалывается при благоприятствующих росту естественных условиях, либо существует на некотором фиксированном, допредельном уровне. Для подъема на более высокий уровень материально-технического развития, для перехода к производственно-природному равновесию необходима уже совместная межобщностная жизнедеятельность, организованная по той же схеме, что и внутриобщностная, межиндивидуальная, т. е. с установлением отношения “цель – средство”.

Таким образом, человек включен в сферу бескомпромиссной борьбы за место в системе отношений господства и подчинения через сферу единения и сотрудничества, в тенденции стремящихся к достижению полного социального тождества. Иначе говоря, отдельно взятый индивид лишь опосредованно является субъектом отношения “цель – средство” и, будучи членом той или иной общности, ориентирован на позитивную нормативность жизнедеятельности (например, христианские заповеди), в той или иной форме

свойственной каждой исторической общности. В пределах своей общности жизнь человека извне задается справедливостью, а изнутри – совестью. Вне общности, в сфере межобщностного взаимодействия борьба за место в системе отношений господства и подчинения имеет непосредственный характер, является абсолютной. Союзы и объединения здесь сугубо относительны, а нормативность исключительно однонаправлена: в отношениях между общностями закон и справедливость отсутствуют.

Итак, социальное отношение “цель – средство” превращает просто живое существо в человека и определяет все коллизии человеческого существования с точки зрения его социального бытия. Это отношение обуславливает принципиальную незавершенность человеческой истории и ненасыщаемость сферы материально-предметного бытия человека. Не имеющий логического предела самовозбуждающийся процесс материально-технического развития происходит как гонка, борьба за выживание и одновременно как всеобщее стремление к преодолению техносоциальной формулы общества, подобное вечному стремлению к реализации принципа вечного двигателя.

Социальная дифференциация есть отношение различия, устанавливаемое и поддерживаемое активно. Это отношение зависимости, а не просто различия не зависящих друг от друга людей. В конечном счете, социальная дифференциация выражается в дискриминации как узаконенном неравенстве по самым разным признакам – расовым, национальным, религиозным, имущественным и пр. Бедными и богатыми не рождаются изначально, подобно брюнетам и блондинам, ими становятся в процессе борьбы за выживание, происходящей без объективно заданных правил и беспристрастного судейского надзора. В собирательном виде социальная дифференциация – это разное право на жизнь вообще.

Таким образом, жизнь за пределами естественно-природного равновесия является сущностным признаком человека как особого

существа в природе. Освещается ли он электричеством или живет при свечах, пользуется ли самолетом или перемещается на телеге, воюет ли он с помощью огнестрельного оружия или “вручную”, удерживает ли работника с помощью железного ошейника или “привязывает” его к рабочему месту зарплатой, – все это само по себе не является показателем собственно человеческого бытия человека, критерием общественного прогресса. Устойчивость, запас прочности выживания – вот главный показатель для человечества в целом, здесь не может быть никаких ценностных суждений, поскольку по техносциальной формуле благополучная ровная жизнь возможна только на основе дезорганизации другой жизни.

Закон техносциальной формулы обуславливает насильственный характер производства, потому что добровольно никто не будет затрачивать энергию (ресурсы жизни) больше, чем будет получено в результате. Абсурдно затевать изначально нерентабельное производство. Однако в реальной действительности производство организуется и приносит прибыль. При этом никто не собирается обманывать природу, и новое производство затевается лишь тогда, когда, во-первых, уже имеется отдача от авансированного ранее труда и когда, во-вторых, есть возможность опередить других и успеть воспользоваться природной рентой. Кроме того, в общественном производстве всегда есть неэффективные отрасли, существующие как в силу технологической необходимости и экологической целесообразности, так и из соображений гуманизма и социальной поддержки за счет эффективных отраслей. Следовательно, производство, взятое в целом, т. е. в единстве всех его отраслей, и рассматриваемое в общеисторическом плане, является неэффективным и постоянно дотируется за счет нарастающей массы не компенсируемого, отчужденного труда.

В самом общем виде производственное действие включает в себя определение производимого продукта, приобретение оборудования, технологий, сырья, рабочей силы, организацию производственного

процесса, сбыт и многое другое. Система экономики, национальной или мировой, складывается из множества субъективных производственных действий и не поддается прямому расчету, регулируется рынком, т. е. функционирует и развивается стихийно, на основе баланса спроса и предложения. Однако главная причина невозможности прямой, непосредственной регулируемости экономики состоит не в ее чрезвычайно сложной многомерности, а в действии техносоциальной формулы, которое обуславливает включенность в экономическое действие не только элементов собственно предметного расчета, но также элементов игры и борьбы. Это означает, что для получения положительного результата экономического действия наряду с его предметным расчетом необходимо еще преодолеть определенное субъективное и объективное противодействие со стороны поставщиков, кредиторов, конкурентов, потребителей и т. д., то есть нужно еще переиграть субъектов противодействия, а при необходимости победить их силой. Обычно экономический расчет и игру обеспечивают сами экономисты, а борьбу осуществляют уже политики. Не случайно политика определяется как концентрированное выражение экономики.

Рост общественного богатства происходит по схеме построения печально известной финансовой пирамиды, поддерживаемой увеличивающимся притоком новых вкладчиков, то есть за счет расширения такого же притока дополнительной рабочей силы на основе расширенного воспроизводства народонаселения. Однако, в отличие от абсолютной предельности размера пирамиды в соответствии с числом потенциальных вкладчиков, рост общественного богатства не имеет какого-либо достоверно установленного предела в силу отсутствия достоверно установленных пределов ресурсного потенциала природы.

Следовательно, основным средством осуществления процесса производства является насилие одних людей над другими, исторически меняющее свою форму вслед за изменением формы технологического способа жизни (типа материально-технического

развития). В свою очередь, отношение “цель – средство” как базовое социальное отношение определяет всю систему человеческой духовности, насквозь пронизывая ее переживанием этого отношения, оставляющего главное содержание человеческого способа жизни.

С введением в социально-научный оборот модели техносоциальной формулы общества появляется возможность теоретического, а не эмпирического анализа общественной жизни. В частности, становится возможным находить и обозначать те теоретически предельные показатели, принципиальные ограничения в области материально-предметной и социальной деятельности, аналогично теоретическим пределам и ограничениям в технике, то есть избежать технологической и социальной утопии [11, с. 221; 12, с. 5 – 6, 8]. Однако техносоциальная формула общества как абстрактная теоретическая модель не может служить человеку непосредственным руководством к действию в конкретной социальной практике. Она представляет собой всего лишь один из ее фундаментальных законов (принципов), устанавливающих объективные пределы человеческой жизнедеятельности. В сфере социального управления осознание формулы выражается в овладении методологией построения целостных моделей общества, на уровне индивидуально-массовой жизни оно сводится к установлению рационально-эгоистической расчетливости в ее организации. Но в доведенном до логического конца виде, в абстракции, осознание формулы предстает как полная рационализация, очищение от каких бы то ни было мифов абсолютной свободы воли к жизни.

Техносоциальная формула общества заключает в себе всеобщее общественное противоречие, которое состоит в том, что самоутверждение человека как человека, выражающееся в превращении природы в средство своего существования, одновременно содержит в себе и его самоуничтожение, относительно выражающееся в превращении одних людей в средство существования других, и абсолютно – в тенденции к полному



самоуничтожению по логике необратимого разрушения природы и беспредельного нарастания разрушительной мощи оружия. К этому противоречию, в конечном счете, сводится все многообразие общественных противоречий в той мере, в какой техносоциальная формула обуславливает человеческий способ жизни вообще.

#### **БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:**

- 1. Макконелл К.Р., Брю С.Л.** Экономикс: Принципы, проблемы и политика. Т. I. – М.: Республика, 1992.
- 2. Милль Дж. С.** Основы политической экономии. Т. I. – М.: Прогресс, 1980.
- 3. Дюркгейм Э.** О разделении общественного труда. Метод социологии. – М.: Наука, 1990.
- 4. Вернадский В.И.** Автотрофность человечества // Русский космизм: Антология Философской мысли. – М.: Педагогика–Пресс, 1993.
- 5. Смит А.** Исследование о природе и принципах богатства народов. – М. : Соцэкгиз, 1962.
- 6. Горюнов В.П.** Теория социальной относительности (Методологические проблемы построения целостной модели общества). М. : Рос. акад. упр., 1993. 256 с.
- 7. Горюнов В.П.** Философия общества: Учеб. пособие. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2005. 228 с.
- 8. Горюнов В.П.** История и философия науки. Философия техники и технических наук : Учеб. пособие. СПб. : Изд-во Политехн. ун-та, 2011. 240 с.
- 9. Кондратьев Н.Д., Опарин Д.И.** Большие циклы конъюнктуры. Доклады и их обсуждение в институте экономики. – М., 1928
- 10. Мальтус Т.** Опыт о законе народонаселения. Т. 1. СПб., 1868
- 11. Кондорсэ Ж.А.** Эскиз исторической картины прогресса человеческого разума. – М.: Соцэкгиз, 1936
- 12.** Конференция ООН по окружающей среде и развитию / Рио-де-Жанейро, июнь 1992 г. / информационный обзор. Коптюг В. А. – Новосибирск: РАН СО, 1992.

## **ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ В МАЛОМ И СРЕДНЕМ БИЗНЕСЕ**

В современных условиях решающим фактором выживания и успеха организации является управление человеческими ресурсами. Актуальность выбранной темы исследования обуславливается тем, что в настоящее время управление человеческими ресурсами является важным фактором обеспечения конкурентоспособности компаний. Инвестированию в развитие человеческих ресурсов придаётся даже большее значение, нежели инвестированию в развитие самого производства. Значение человеческого потенциала как стратегического фактора успеха компаний возросла в таких условиях, как глобализация и интернационализация экономики, ускорение технического прогресса, развитие информационных технологий, усиление конкуренции и т. д. В этих условиях успех любой организации всё больше и больше будет зависеть от её сотрудников.

Со временем в той или иной страновой среде формируются собственные стандарты и традиции систем по управлению персоналом. На сегодняшний день особенно важно узнать, как принято управлять персоналом в зарубежных странах. А поскольку глобализация всех сфер деятельности неизбежно влияет на все организации, то малый и средний бизнес, безусловно, должен учитывать тенденции управления персоналом и корректировать свою деятельность в соответствии с ними.

При определении основных тенденций управления человеческими ресурсами в Европе, были проанализированы данные опросов, проведенные компаниями «Deloitte» [1] и «GlobalHudson» [2].

Компанией «Deloitte» было опрошено 412 руководителей по управлению персоналом, других бизнес-лидеров и руководителей

различных отраслей, таких как энергетической и добывающей промышленности, финансовой отрасли, экономического, государственного сектора и т. д.

По данным опроса «Deloitte» респонденты определяли актуальность некоторых текущих мировых тенденций в управлении персоналом, подразделяя их на актуальные сейчас, актуальные в ближайшие 1–3 года и не актуальные (рис. 1).



**Рисунок 1.** Основные тенденции управления персоналом в Европе

Проанализировав опросы компании GlobalHudson, можно сделать вывод, что большинство основных тенденций совпадают с ведущими тенденциями компании Deloitte. На основе представленных данных можно определить 3 ведущие европейские тенденции управления человеческими ресурсами, которые в настоящее время формируют или должны формировать процессы управления персоналом и стратегии управления персоналом (HR) в европейских странах:

- борьба за развитие кадрового потенциала;
- трансформация функции управления персоналом;
- изменение руководством правил «HR-игры».

Далее проанализируем эти тенденции.

### *Тенденция 1. Борьба за развитие кадрового потенциала.*

Акцент в управлении персоналом переносится с набора персонала на его профессиональную подготовку. Компаниям давно известно, что развитие потенциала сотрудников является приоритетной задачей [3]. Для кадровых служб становится важнее развитие навыков у имеющихся сотрудников, а не поиск новых. В настоящее время борьба компаний за сотрудников становится борьбой за их развитие.

Современная система развития персонала должна совмещать обучение в процессе работы, проектные задания, обмен опытом и формальное обучение, а также различные тренинги, направленные на развитие у каждого сотрудника навыков и компетенций, необходимых для развития бизнеса.

Несмотря на стабильно высокий уровень безработицы во многих странах, компаниям относительно сложно подобрать сотрудников на ключевые должности. Поиск людей, обладающих нужными навыками, на открытом рынке не всегда заканчивается удачно, и многие вакансии не могут быть заполнены.

Новые технологии и инновации дают компании стимул развивать кадровый потенциал. Это не отменяет соблюдения прежних мер: будет проводиться набор выпускников, сотрудники будут переманивать у конкурентов. Однако компании понимают, что технические, операционные и управленческие кадры должны развиваться внутри организации.

Увеличение издержек при увольнении сотрудника. С уходом сотрудника компания теряет удвоенный или утроенный объем его годовой заработной платы в результате потери человеческого капитала [4], клиентской базы, производительности и опыта, плюс затраты на организацию найма нового сотрудника. Это особенно применимо к управленческим должностям, где и стоимость найма, и

потеря производительности болезненно отражаются на прибыли компании. Более того, высокий уровень оборота сотрудников приводит к утрате институциональной памяти организации [5], что в равной степени представляет собой потерю для бизнеса.

Спрос на интересную и полезную работу. Молодым сотрудникам необходимы возможности для личностного и профессионального развития. Представители старшего поколения также рассматривают развитие как непрекращающийся процесс. Компании, предлагающие подобную возможность, будут иметь явное конкурентное преимущество при наборе кадров. Также, молодые сотрудники хотят не только возможностей для собственного развития, но и того, чтобы компания обеспечивала их интересными заданиями, общественно-полезной работой и гибкой рабочей средой. Также им необходимо, чтобы работодатель понимал социальную значимость их работы.

Таким образом, с учетом глобального недостатка кадров и быстро меняющихся требований к необходимым навыкам, бизнес должен действовать на нескольких фронтах – внешних и внутренних – чтобы выйти победителем в борьбе за развитие кадрового потенциала. Планирование развития сотрудников с оценкой будущей необходимости в кадрах, навыках и компетенциях, должно в меньшей степени концентрироваться на том, какие компетенции уже есть у сотрудников организации, и в большей – на том, какие навыки необходимо развивать. Ключевая роль принадлежит изучению работы с большими объемами информации и приобретению аналитических навыков.

Развитие становится главной целью любой компании, а лидеры, которые способны его обеспечить, становятся особенно ценным активом.

Именно такие программы будут отвечать требованиям направленности процесса обучения на решение главных задач в рамках стратегии бизнеса.

## *Тенденция 2. Трансформация HR-функции для решения новых бизнес задач.*

Усилия по трансформации HR-функции продолжают смещаться на такие области, как развитие человеческого капитала, освоение новых ниш и организацию управления персоналом.

В прошлом трансформация HR-функции в основном сводилась к ее повышению. Существовало мнение том, что HR уже делает все, что от нее требуется; нужно просто делать то же самое быстрее и дешевле. Однако сегодня правильно организованная HR-функция – интегрированные системы управления персоналом, быстрый поиск необходимых специалистов и эффективное оказание услуг – стала даже не сравнительным преимуществом, а обязательным условием существования компании. Возможности HR сегодня используются не только для поддержки бизнеса, но и для осуществления стратегии компании.

Для выполнения новой роли HR-функции в обеспечении роста бизнеса компании проводят трансформацию HR для создания системы управления персоналом, которая могла бы работать вне географических границ и быть достаточно гибкой для поддержания различных бизнес-моделей [6]. Целью является создание глобальной сети HR-услуг, которая может быть приспособлена под запросы рынков и отделений компании — подход, предусматривающий надстройку функции под различные сегменты бизнеса.

Сегодня компании проводят трансформацию HR на рынках, которые представляют наибольшую ценность, в том числе развивающихся рынках, и уже оттуда выстраивают свою архитектуру. Это может говорить о приоритете влияния функции на бизнес над краткосрочным сокращением расходов.

Данной тенденцией движет необходимость соответствия росту, улучшения бизнес-показателей. Есть два основных источника роста: разработка новых продуктов или услуг и выход на новые рынки. С точки зрения управления персоналом при реализации стратегии

роста требуется усиление уже имеющихся кадров новыми сотрудниками, развитие и удержание сотрудников в очень динамичной и конкурентной среде [7]. HR-руководители управляют моделью роста сотрудников, для того чтобы обеспечить соответствие кадровой политики росту компании и не допустить узких мест при подборе кадров.

Исторически трансформация HR проводилась с целью сокращения затрат. Ситуация изменилась. Сегодня основная ее задача – работа над наиболее важными возможностями для роста и развития бизнеса. Для крупных компаний выбор между незначительной экономией на HR-функции и вложениями в эффективную и гибкую платформу, позволяющую компании получить доступ к стремительно растущим рынкам, является очевидным.

Медленный экономический рост привел к значительному количеству слияний, поглощений и, наоборот, ликвидаций в корпоративном мире. Поддержка решений управления персоналом для этих процессов, а также для создания новых компаний стала наиболее важной задачей HR. От руководителей требуются четкие и целенаправленные решения для компаний, часто расположенных в далеких друг от друга странах и регионах. HR-функция должна способствовать развитию подобных бизнес-стратегий, а не замедлять их.

Новые технологии дают лидерам HR инновационные инструменты для прогнозирования, планирования и реализации трансформации. Облачные, социальные, мобильные виды сотрудничества и аналитические решения становятся нормой, а не дополнительными функциями.

Становятся все более востребованными стратегии, основанные на таланте. Поиск и развитие следующего поколения корпоративных лидеров стало обязательным требованием. В то же время глобальная гонка за кадры продолжает набирать обороты под влиянием спроса на ценные навыки. HR-лидеры соответствующим образом подстраивают свои управленческие стратегии, определяя «передовиков», и помогая

им использовать имеющиеся возможности для развития в компании. Стратегия управления персоналом в наиболее передовых фирмах теперь концентрируется на улучшении программ развития лидерства, совершенствовании у сотрудников навыков планирования и управлении производительностью, а также развития программ культурного разнообразия.

Фирмы развивают потенциал HR для обеспечения своего глобального присутствия. HR-лидеры работают над улучшением глобальной мобильности для того, чтобы лучшие сотрудники могли более эффективно и проще принимать участие в проектах по всему миру. Компании создают условия для успешного сотрудничества в рамках международных и даже виртуальных команд. Также формируются новые модели гибкого подбора сотрудников. Так, при необходимости компании могут привлекать временных сотрудников или использовать аутсорсинг. Эти усилия поддерживают необходимость наличия у HR-специалистов понимания рынков и тех факторов, которые являются наиболее важными для стратегии бизнеса.

В то время как HR-лидеры уделяют внимание ключевым приоритетам бизнеса, силы также направлены на создание основных операционных HR-систем, в том числе общих центров обслуживания и экспертных центров. Такой акцент на бизнес-приоритетах как никогда освещает роль HR бизнес-партнеров.

Осуществление эффективной бизнес-модели развития партнерства может быть эффективным способом для ускорения эволюции HR-функций. HR бизнес-партнеры совмещают глубокие знания бизнеса с тем, как применять в жизни эти бизнес-решения. Руководители HR-отделов ведущих компаний создают специальные показатели бизнес-эффективности для своих бизнес-партнеров, а не просто HR-показатели. Это означает успешно использовать поглощения для повышения производительности; быть уверенными в том, что у компаний достаточно кадров для разработки инновационных решений, а также помогать компаниям эффективно



работать на развивающихся рынках, устраняя возможные препятствия, такие как налоговые вопросы или недостаток кадров.

### *Тенденция 3. Изменение руководством правил HR-игры.*

Чтобы в полной мере использовать новые возможности для устойчивого роста и успешно управлять повышенными рисками, руководство наиболее развитых организаций мотивирует руководителей HR-отделов как можно больше заниматься бизнес-стратегиями.

До недавнего времени на заседаниях руководителей основные разговоры по кадровой специфике были направлены на преемственность руководства и установление размера вознаграждений для самых старших руководителей. Сегодня руководство меняет правила игры: больше внимания уделяется роли и влиянию кадрового потенциала на производительность бизнеса и оценку рисков. В результате этой новой направленности советы директоров заставляют руководителей HR-отделов больше внимания уделять вопросам стратегии.

Сотрудники имеют решающее значение для реализации бизнес-стратегии и обеспечения устойчивого роста: разработка стратегии без учета кадрового потенциала подвергает риску их бизнес-планы. В глобальном рыночном пространстве возможности и риски умножаются, высшее руководство признает, что роль стратегии развития персонала возрастает.

Развитие данной тенденции определяется:

- Возрастающими ожиданиями высшего руководства.

Когда организации выходят на глобальный уровень, и управленческая среда становится более сложной, роль, которую совет директоров играет в контроле за кадровым потенциалом, становится все более существенной. В недавнем обзоре государственных компаний, проведенном Национальной ассоциацией директоров корпораций, развитие управления кадровым потенциалом и развитие лидерских качеств были оценены в качестве одного из пяти

приоритетных направлений, опережая преемственность генеральных директоров. Без профессионалов, занимающихся реализацией стратегии и достижением ее целей на всех уровнях, организация никогда не добьется реализации своего потенциала.

- Повышение ответственности за управление рисками.

Кадры являются одним из основных факторов компании, подверженных рискам, включая риск потери деловой репутации, операционные риски, законодательные риски и финансовые риски. Сейчас, когда высшее руководящее звено все больше внимания уделяет риск-менеджменту, в этот процесс активно вовлекают руководителей HR-отделов для того чтобы быть уверенными, что организации имеют необходимую инфраструктуру и программы, направленные на минимизацию кадровых рисков. Система компенсаций, которая сама по себе является мотивирующей, не всегда может работать во благо достижения целевых показателей.

- Достижение устойчивого роста.

Добившиеся устойчивого роста руководители интересуются у руководителей HR-отделов, достаточен ли их кадровый потенциал, для того чтобы способствовать устойчивому развитию и реализации бизнес-стратегии. Поэтому способность привлекать, развивать и удерживать таланты стала одним из основных факторов в принятии решений о вложении капитала, стратегическом планировании и программах, направленных на организационный рост.

В результате этой тенденции кадровые вопросы становятся постоянным пунктом повестки дня на собраниях руководства. Роли и обязанности руководителей отделов кадров меняются; сегодня в ведущих компаниях руководители отделов кадров участвуют в собраниях руководства и встречах рабочих групп, для того чтобы обсуждать кадровые риски и быть уверенными в обеспечении должного уровня кадрового потенциала для достижения целевых показателей. Руководство уделяет больше внимания устойчивому планированию преемственности и корпоративной культуре.

Руководители HR-отделов и бизнес-лидеры создают новый альянс для разработки и осуществления бизнес-стратегии на всех уровнях: от разработки моделей операционной деятельности до оценки новых перспективных рынков для международной экспансии.

Малый и средний бизнес, функционируя в условиях глобализации, также должен учитывать вышеперечисленные тенденции управления человеческими ресурсами.

Развитие кадрового потенциала сотрудников, безусловно, важно и для предприятий малого и среднего бизнеса (МСБ) [8], с той разницей, что осуществлять этот процесс для них сложнее ввиду ограниченности средств. С другой стороны, в качестве преимущества можно отметить возможность получения большей самостоятельности у работников и отсутствие бюрократических процедур длительного согласования принимаемых решений. В такой ситуации повышаются возможности для личностного и профессионального развития, создается гибкая рабочая среда. Компетентностный подход является актуальным для МСБ ввиду совмещения различных функций и даже профессий [9]. Поэтому работники должны быть готовы не только к профессиональному росту, но и профессиональной мобильности.

Трансформация HR-функции не оказывает прямого воздействия на МСБ, однако опосредованное влияние все же присутствует. Современные технологии (облачные, социальные, мобильные виды сотрудничества и аналитические решения) также востребованы малыми и средними предприятиями. Лидерство и стратегии, основанные на таланте, будут двигателем прогресса организаций. В условиях глобальной среды МСБ должен также учитывать специфику различных культур, использовать возможности принимать участие в проектах по всему миру, аутсорсинг. Однако отсутствие объективной оценки сотрудников зачастую приводит к снижению мотивации [10].

Третья тенденция ввиду основной характеристики деятельности менеджеров – универсальности можно сказать уже присутствует в

деятельности малых и средних предприятий, поскольку наблюдается совмещение различных функций у одного и того же сотрудника.

Приближаясь к 2020 году, руководители кадровых и других бизнес-подразделений меняют свою направленность в соответствии с будущим и осознанием того, что рост должен обеспечиваться из новых источников. Стратегии в области управления персоналом должны быть изменены в соответствии с потребностями глобальных рынков — развитых и развивающихся, также они должны способствовать росту инновационной активности для обеспечения устойчивого развития.

Продуманная стратегия управления человеческими ресурсами в перспективе определит, сможет ли компания выгодно отличаться от других участников рынка или же отстанет от более успешных конкурентов, что особенно актуально для малого и среднего бизнеса в условиях глобализации и интернационализации.

*Материалы подготовлены и публикуются при поддержке Совета по грантам Президента Российской Федерации. Грант МК-4968.2013.6.*

### **БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:**

1. Resetting Horizons. Global Human Capital Trends 2013. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www2.deloitte.com/global/en/pages/human-capital/articles/global-human-capital-trends-2013.html>
2. HR-тенденции 2013. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://hrforum.ua/wp-content/uploads/2012/05/HR-Trends-brochure-13-14.pdf>
3. **Веснин В.Р.** Управление персоналом. Теория и практика: учебник / В. Р. Веснин. – М.: Проспект, 2008. – 412 с.
4. **Кибанов А.Я.** Управление персоналом организации: учебник / А.Я. Кибанов. – М.: ИНФРА, 2006. – 436 с.
5. **Базаров Т.Ю.** Управление персоналом: учебник / Т. Ю. Базаров. – М.: Банки и биржи, 2007. – 350 с.
6. **Кибанов А.Я.** Управление персоналом организации: стратегия, маркетинг, интернационализация / А.Я. Кибанов, И.Б. Дуракова. – Москва: ИНФРА-М, 2007. – 365 с.

- 7. Ножкина Т.В.** Совершенствование использования трудовых ресурсов и аудит на малых предприятиях // Вестник Камчатского государственного технического университета. – 2013. – № 24. – С. 78-81.
- 8. Евсева О.А.** Проблемы и перспективы развития предприятий малого и среднего бизнеса в условиях информационной экономики // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. – № 1. – 2011. – С. 74-78.
- 9. Беликова И.Ю.** Применение компетентностного подхода при подготовке управленческих кадров малого бизнеса // Вестник Томского государственного университета. Экономика. – 2012. – № 1. – С. 79-85.
- 10. Ходакова Н.Н.** Организация привлечения персонала в малые предприятия и инструменты кадровой работы // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2011. – № 36 (12). – С. 53.

**ПОДДЕРЖКА ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ  
МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ:  
ИТАЛЬЯНСКИЙ ОПЫТ**

Организация и развитие внешнеэкономической деятельности являются важной составляющей управления предприятиями. Опыт развитых и развивающихся стран свидетельствует, что внешняя торговля является мощным драйвером экономического роста. Это подтверждает статистика Мирового Банка, свидетельствующая, что темпы роста внешней торговли стабильно превышают темпы экономического роста мировой экономики [1]. В существующей литературе вопросы, связанные с развитием промышленных предприятий на основе организации и поддержки внешнеэкономической деятельности изучены и представлены довольно подробно, в работах как зарубежных, так и отечественных авторов [2, 3, 4]. Региональные аспекты поддержки промышленности, в том числе и в области внешнеэкономической деятельности изложены в [5, 6]. Правовые аспекты внешнеэкономической деятельности представлены в [7, 8]. Кластерные подходы к поддержке малых и средних предприятий, в том числе и в области внешнеэкономической деятельности описаны в [9].

Анализ литературы и изучение практики внешнеэкономической деятельности подтверждает тезис о том, что выход на внешние рынки осложняется наличием специфических барьеров: финансовых, организационных, правовых, а также барьеров, связанных с дефицитом квалифицированных специалистов для осуществления внешнеэкономической деятельности. Если крупные компании способны самостоятельно решать задачи интернационализации бизнеса, то для малых и средних предприятий (МСП) эта задача

затруднена в силу существующих финансовых, организационных, институциональных и других барьеров. При этом следует отметить, выход на международные рынки, внешнеэкономическая деятельность, участие в международной промышленной кооперации зачастую являются для МСП важнейшим условием развития или даже выживания. Именно поэтому в рамках поддержки МСП, неоднократно декларированной российским правительством, целесообразно использовать опыт других стран, в частности Италии, и формировать структуры, помогающие МСП преодолевать барьеры, препятствующие их внешнеэкономической деятельности.

Примером такой структуры является “Simest” – итальянская организация, целью которой является содействие продвижению итальянских компаний на зарубежные рынки. “Simest” существует в форме акционерного общества, 76 % акций которой принадлежат правительству Италии. Остальными акциями владеют в различных долях различные итальянские банки и ассоциации.

Основными задачами “Simest” являются [10]:

- поддержка итальянских компаний при их участии в капитале компаний из стран, входящих и не входящих в ЕС;
- поиск партнеров и возможностей для инвестирования в странах, не входящих в ЕС;
- поддержка МСП при предоставлении кредитов под экспортные операции;
- поддержка программ проникновения итальянских МСП на внешние рынки;
- разработка технико-экономических обоснований проектов в рамках международной деятельности;
- программы технической поддержки международных проектов МСП.

Далеко не все компании могут получить поддержку со стороны “Simest”, поскольку в соответствии с законодательством ЕС, положения которого в области хозяйственной деятельности

действуют в Италии, к малым и средним предприятиям относятся компании, удовлетворяющие следующим параметрам (табл. 1) [11].

Таблица 1

**Критерии отнесения предприятий к малому и среднему бизнесу в ЕС**

Размер компании	Число Занятых, чел.	Годовой оборот, млн. €	Размер активов, Млн. €
Средний	< 250	50	43
Малый	< 50	10	10
Микро	< 10	2	2

Рассмотрим последовательно деятельность “Simest” в вышеперечисленных направлениях.

**Поддержка итальянских компаний при их участии в капитале компаний из стран, входящих и не входящих в ЕС.**

В этом случае “Simest” может предоставить средства итальянской компании в сумме, покрывающей до 49 % капитала зарубежной компании. Важным требованием является принадлежность зарубежного партнера к тому же сектору бизнеса, в котором работает итальянская компания. Общий размер поддержки не может превышать 10 млн. € в год при ограничении срока предоставления средств – 8 лет.

**Поиск партнеров и возможностей для инвестирования в странах, не входящих в ЕС.**

Консультирование и информационная поддержка итальянских компаний в поиске возможностей для наилучшего инвестирования в странах, не входящих в ЕС. В рамках этой формы поддержки «Simest» по обращению итальянской компании выполняет следующие задачи:

- страновой анализ с точки зрения инвестиционной привлекательности;
- поиск зарубежных партнеров с запрошенными характеристиками (сектор бизнеса, тип продукта, размер, месторасположение);



- анализ возможностей в существующих зонах особого налогообложения;
- разработка проектов с нуля (так называемые проекты *greenfield*);
- анализ программ приватизации в странах, не входящих в ЕС.

**Поддержка при предоставлении кредитов под экспортные операции.** Данная форма поддержки требует участия банков и осуществляется в нескольких формах.

- Зарубежный партнер выпускает долговые расписки, которые “Simest” выкупает, с определенным дисконтом по отношению к рыночной цене, предоставляя тем самым ему наличные деньги для оплаты операции с итальянской компанией.
- “Simest” предоставляет (компенсирует) итальянскому экспортеру финансовые средства, достаточные для покрытия разницы между рыночной процентной ставкой (по которой банк предоставляет кредит итальянской компании под экспортные операции) и ставкой, которая является приемлемой для экспортера.
- “Simest” предоставляет (компенсирует) зарубежному партнеру итальянской компании финансовые средства, достаточные для покрытия разницы между рыночной и приемлемой процентной ставкой.

Таким образом, при использовании этого инструмента поддержки “Simest” не предоставляет, собственно, кредит при экспортных операциях, а фактически (через прямую компенсацию или дисконт) покрывает разницу между рыночной и льготной ставками банковского процента или рыночной и льготной стоимостью ценных бумаг. Это позволяет повысить привлекательность экспортных операций для итальянских компаний, обеспечивая им дополнительное конкурентное преимущество. Организационно процедура реализована следующим образом. Финансирующий банк или непосредственно итальянская компания отправляют заявку с сопроводительной документацией. “Simest” рассматривает заявку, определяет условия предоставления

поддержки и в течение 90 дней принимает решение одобрить или отклонить запрос.

### **Поддержка программ проникновения на внешние рынки.**

Этот инструмент поддержки реализуется в форме помощи итальянским компаниям. Во-первых, через приобретение долей в капитале зарубежных компаний. “Simest” имеет право приобретать до 25 % акцией зарубежных фирм, в которых принимают участие итальянские компании. Во-вторых, через льготное финансирование приобретения долей в зарубежных компаниях с использованием механизмов дотирования средств для обеспечения льготной ставки банковского кредита (см. выше). Финансовая поддержка может покрывать до 85% суммарных расходов на программу, но на сумму, не превышающую 2,065 млн. Евро. В рамках данной формы поддержки итальянская компания может получить аванс, но в размере не более чем 30% всего финансирования.

Расходы, которые могут быть возмещены в рамках данной формы поддержки:

- затраты на создание и оперативную деятельность постоянной структуры за рубежом: торгового представительства, офиса продаж, склада, выставочного зала или магазина;
- расходы на выполнение маркетинговых исследований, рекламу и продвижение;
- оплату расходов по предпродажной и послепродажной рассылке товаров (включая почтовые).

В случае, если зарубежная структура уже существует, возможно покрытие расходов на расширение деятельности, в частности, увеличение штата.

Реализация программы в рамках данной формы поддержки может осуществляться через:

- итальянскую компанию напрямую;
- через местную компанию-партнера;

– через другую компанию, но в этом случае следует документально подтвердить вовлеченность третьей стороны в программу международного сотрудничества.

Таким образом, целью финансирования является поддержка начала или расширение внешнеэкономической деятельности итальянских МСП в странах, не входящих в ЕС.

### **Разработка технико-экономических обоснований проектов в рамках международной деятельности.**

Консультанты “Simest” оказывают квалифицированную помощь компаниям при составлении и, при необходимости, уточнении технико-экономических обоснований проектов компаний при выходе и деятельности на зарубежных рынках.

Процедура получения финансовой поддержки выглядит следующим образом. Итальянская компания обращается в “Simest” с заявкой на получение финансовой поддержки, приложив к ней следующие документы:

- Основные финансовые документы за три года (баланс, счет прибылей и убытков).
- Программу выхода на зарубежный рынок, включающий обязательную постановку целей и пути их достижения.
- Описание и анализ затрат, необходимых для выхода на зарубежный рынок.

“Simest” по получении заявки рассматривает техническую, финансовую и экономическую обоснованность, учитывая репутацию и солидность заявителя, и принимает решение. Размеры кредита на покрытие расходов по разработке проектов по технико-экономическому обоснованию не могут превышать 300 тыс. €.

### **Программы технической поддержки международных проектов МСП.**

Включают в себя покрытие расходов, связанных с обучением, поездками, связанными напрямую с реализацией международных проектов.

Результаты деятельности “Simest” с момента ее создания в 1990 г. можно проиллюстрировать данными, представленными в табл. 2 [10].

Таблица 2

**Объемные показатели деятельности “Simest” за 1991-2011 гг.**

Участие “Simest”	1991-2010 Кол-во	1991-2010 Млн. €	2010 Кол-во	2010 Млн. €	2011 Кол-во	2011 Млн. €
Одобренные проекты за рубежом	1103	1.049,6	58	108,1	54	117,9
Проекты зарубежной экспансии	208	129,7	15	15,4	13	11,5
Участие в капитале	605	483,5	31	36,1	28	41,6
Проекты по увеличению капитала и пересмотру планов	226	110,7	20	12,9	20	13,4
Проекты по размещению акций	360	307,2	31	32,4	20	19,6

Следует также добавить, что “Simest” работает совместно с государственными фондами: Фондом венчурного инвестирования и Фондом поддержки начинающих предпринимателей. Средства Фонда венчурного инвестирования могут использоваться (добавляться) при реализации программ поддержки итальянских компаний при их участии в капитале компаний из стран следующих регионов:

- Юго-Восточная Азия;
- Восточная Европа;
- Африка и Ближний Восток;
- Центральная и Южная Америка.

Фонд поддержки начинающих предпринимателей инвестирует средства в приобретение акций итальянских МСП на ранней стадии их международной активности. Фонд приобретает миноритарный пакет акций на сумму не более 200 тыс. €. Продолжительность проектов по инвестированию Фонда обычно не превышает 4 лет. По окончании срока компания выкупает акции Фонда в свою собственность.

Опыт организации “Simest” по поддержке отечественных компаний при выходе на зарубежные рынки может быть использован в России в целях дальнейшей диверсификации экономики и улучшения структуры экспорта путем создания аналогичной компании с государственным участием. Можно сформулировать следующие рекомендации по созданию подобной организации.

1. Создание аналогичной структуры не на федеральном, а на региональном уровне в формате агентства Комитета Администрации региона, отвечающего за поддержку предпринимательства и развитие малого и среднего бизнеса.
2. Организация обучения сотрудников Агентства опыту работы аналогичных структур.
3. Предоставление в распоряжение Агентства финансовых средств для оказания поддержки внешнеэкономической деятельности.
4. Формирование пула квалифицированных экспертов, выполняющих экспертизу заявок на поддержку внешнеэкономической деятельности, а также выполняющих консультационные и исследовательские работы по заявкам предприятий.

#### **БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:**

1. Официальный сайт Мирового банка. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://worldbank.org>.
2. Лукьянович Н.В., Фадеева О.В. Возможности, проблемы и перспективы внешнеэкономической деятельности предприятий малого и среднего бизнеса Москвы и Московской области. // Экономические науки. – 2010. – № 62. – С. 479-486.

- 3. Порошин Ю.Б., Сидорова Е.Ю.** Поддержка внешнеэкономической деятельности российских предприятий. // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2007. – № 16. – С. 82-84.
- 4. Жиряева Е.В.** История финансовой поддержки экспорта в международной практике. // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. –2012. – № 4(151). –С. 9-16.
- 5. Мурадханов В.С.** Основные направления развития системы поддержки предприятий, осуществляющих внешнеэкономическую деятельность в регионе. // Terra Economicus. –2008. –Т. 6. № 2-3. – С. 388-392.
- 6. Диденко Н.И., Скрипнюк Д.Ф., Киккас К.Н.** Глобальная экономика: анализ и оценка кризисов // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского политехнического университета. Экономические науки. – 2012. – № 1(139). – С. 23-34
- 7. Шалашова Н.Т.** Правовые основы бухгалтерского учета внешнеэкономической деятельности. // Российский внешнеэкономический вестник. –2011. – №1. – С.55-58.
- 8. Тымчук Н.Б.** Правовые аспекты внешнеэкономической деятельности в современной России./ дисс. на соиск. уч. степ. канд. юр. наук. РГГУ. Москва, 2010.
- 9. Бабкин А.В., Мошков А.А., Новиков А.О.** Анализ методов и моделей оценки инновационного потенциала промышленного кластера // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. – 2012. – №.4 (151). – С.84-90.
- 10.**Официальный сайт организации “Simest”. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.simest.it>.
- 11.**Официальный сайт Европейской Комиссии. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/sme\\_definition/sme\\_user\\_guide\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/sme_definition/sme_user_guide_en.pdf).

## **КЛАСТЕР КАК ИННОВАЦИОННО ОРИЕНТИРОВАННАЯ ФОРМА ПРОСТРАНСТВЕННОЙ КОНЦЕНТРАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ: ОБОБЩЕНИЕ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА**

В современной российской научной литературе значительное внимание уделяется вопросам исследования кластеров как особых форм межорганизационного взаимодействия хозяйствующих субъектов [1; 2; 3; 5]. Возрастающий интерес российского научного сообщества подкрепляется государственными инициативами по формированию и развитию региональных кластеров как форм организации производства, наиболее способствующих развитию инновационной деятельности.

Вместе с тем, отечественная практика анализа кластерной структуры регионов существенно отстает от зарубежной, во многом потому, что знакомство с кластерной теорией в России произошло со значительным запозданием в сравнении с США, Канадой или странами Европы, где концепция кластера получила широкое распространение 5–10 лет назад.

В результате текущему уровню освоения зарубежной кластерной теории в России свойственен мозаичный характер, в то время как для разработки эффективной кластерной политики необходимо системное понимание концепции кластера и внешних эффектов, обуславливающих преимущества кластерной организации экономики.

Согласно М. Портеру, кластер представляет собой «группу географически соседствующих взаимосвязанных компаний и связанных с ними организаций, действующих в определенной сфере, характеризующихся общностью деятельности и взаимно дополняющих друг друга» [4, С. 258]. При этом М. Портер в качестве основных видов взаимодействия между организациями, составляющими кластер, выделяет не только сотрудничество, но и

конкуренцию, являющуюся главным фактором создания инноваций в продукции и технологиях [6, С.129].

Таким образом, кластер является специфической формой пространственной концентрации предприятий, соответственно влекущей за собой возникновение специфических агломерационных экстерналий, т.е. внешних эффектов, обусловленных совместным размещением предприятий [12, 13].

Пространственная концентрация (agglomeration) и агломерационные экстерналии (proximity effects, agglomeration externalities) являются взаимовлияющими, но при этом отдельно существующими феноменами. Географическая концентрация локализует и усиливает агломерационные эффекты, например, увеличивает мобильность трудовых ресурсов, эффективность использования существующих навыков и способствует развитию новых. Агломерационные эффекты, в свою очередь, увеличивают и поддерживают географическую концентрацию, обеспечивая экономическую привлекательность территорий, где они распространены [7, С.7–8].

Географическая концентрация и экономия от солокализации компаний на определенных территориях, иными словами, агломерационные экстерналии, рассматривались в качестве значимого экономического преимущества еще в начале XX века и необходимо понимание отличия кластера от иных агломерационных форм.

А. Маршалл (1920 г.) утверждал, что пространственная концентрация предприятий одной отрасли может привести к возникновению следующих видов агломерационных эффектов, так называемым «внешним экономиям»: (1) свободное перемещение навыков и знаний; (2) развитие вспомогательных отраслей, поставляющих материалы и комплектующие и предоставляющих услуги предприятиям «ядра» агломерации; (3) выгоду от общего использования специализированного оборудования; (4) развитие местного рынка квалифицированной рабочей силы [7, С.6; 8, С. 594].



Согласно А. Маршаллу, специализация экономики какой-либо географической области способствует формированию инноваций за счет простоты распространения новых знаний на территории агломерации.

С другой стороны, Дж. Джейкобс (1969), работы которой не получили широкого распространения в России, развивала идею пространственной концентрации экономической активности в целом, т.е. предприятий, вне зависимости от отрасли, вида деятельности или наличия взаимосвязей между ними. Так, она предположила, что близость предприятий различных видов экономической деятельности порождает новые технологии, продукты и виды бизнеса за счет адаптации и применения идей, разработанных и используемых в различных отраслях [8, С. 595]. Соответственно, в фокусе исследований Дж. Джейкобс находится диверсификация экономики какой-либо территории как фактор усиления положительных агломерационных эффектов, в частности увеличения инновационной активности предприятий.

Маршалл рассматривает возникновение и развитие организаций, обслуживающих предприятия одной отрасли, составляющие промышленную агломерацию, в качестве эффекта от совместного размещения и потенциально движущей силы концентрации. Согласно его теории, вспомогательные отрасли «окружают» агломерацию, а не входят в нее. Джейкобс же делает акцент на положительных агломерационных эффектах от солокализации предприятий не родственных, а напротив, различных отраслей [7, С. 6, 11].

Таким образом, разработанная М. Портером кластерная теория занимает промежуточное положение между идеями, предложенными А. Маршаллом и Дж. Джейкобс. В то время как Маршалл рассматривает эффекты от географической концентрации предприятий одной отрасли, а Джейкобс анализирует агломерационные экстерналии, связанные с солокализацией на определенной территории предприятий различных видов

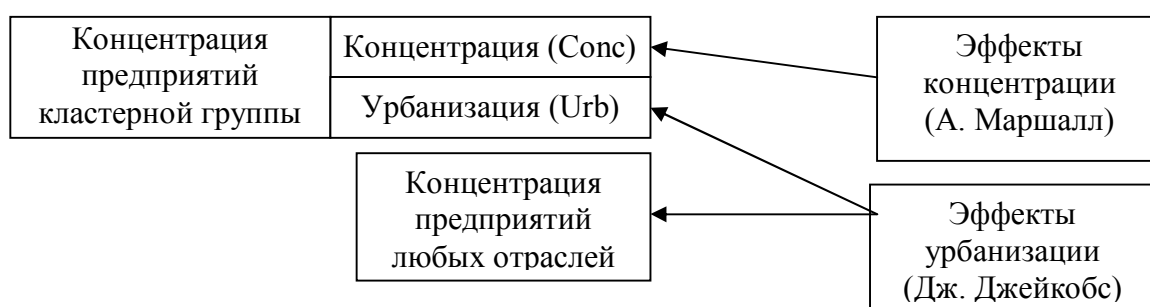
деятельности, концепция кластера предполагает рассмотрение компаний, действующих во взаимосвязанных и взаимодополняющих отраслях. Связи между предприятиями включают и вертикальные закупки, и цепи продаж, и горизонтальные дополняющие продукты и услуги, и специализированные факторы производства, и релевантные технологии [9, С. 129]. Межотраслевой характер кластерных образований является одним из ключевых отличий данной формы пространственной организации предприятий от других агломерационных форм.

Географическая концентрация предприятий одной отрасли и всех отраслей долгое время рассматривались в качестве самостоятельных несвязанных феноменов, при этом одному типу географической концентрации соответствовала одна группа агломерационных эффектов. Однако возникающие в рамках кластера агломерационные эффекты включают в себя как описанные Маршаллом, так и Джейкобс.

Высокая географическая концентрация предприятий одной отрасли (*industry agglomeration*), также называемая локализацией, указывает на промышленную специализацию территории, и определяется степенью неравномерности распределения занятых в данной отрасли по регионам в сравнении, например, с общей численностью населения или работников. Данный тип концентрации усиливает агломерационные эффекты Маршалла (*“Marshallian” proximity effects*), т. е. эффекты концентрации.

Неравномерность распределения предприятий любых видов деятельности (*general agglomeration*) свидетельствует об уровне экономической активности территории и называется урбанизацией. Данный тип концентрации усиливает агломерационные эффекты Джейкобс (*“Jacobian” proximity effects*), т. е. связанные с концентрацией на определенной территории фирм любых отраслей – эффекты урбанизации.

Однако, несмотря на то, что эффекты урбанизации возникают по причине неравномерности распределения предприятий всех видов деятельности, они могут оказывать различное влияние на предприятия разных отраслей. Например, сильные положительные эффекты, испытываемые предприятиями какой-либо отрасли или группы отраслей от тесной солокализации с любыми прочими предприятиями и организациями, приведет к их концентрации в областях высокой экономической активности. Таким образом, на географическую концентрацию предприятий кластерной группы оказывают влияние как эффекты концентрации, так и эффекты урбанизации.



**Рис. 1.** Факторы географической концентрации предприятий кластерной группы

Использование коэффициента локализации, наиболее распространенной меры географической концентрации при идентификации и анализе кластерных групп, не дает возможности судить о факторах солокализации предприятий, в то время как разложение К-функции Рипли, представленное в работе Линдквиста [7, С.87–92], позволяет выделить факторы географической концентрации кластеров.

Показатель концентрации (Conc) показывает степень тяготения предприятий конкретной кластерной группы к совместной локализации друг с другом в сравнении со степенью тяготения к совместной локализации с предприятиями любых видов деятельности. Значение показателя больше 1 свидетельствует о склонности данных предприятий к совместному размещению, что

предполагает наличие положительного экономического эффекта для предприятий данного кластера от концентрации.

Показатель урбанизации (Urb) показывает степень тяготения предприятий конкретной кластерной группы к совместной локализации с предприятиями любых видов деятельности в сравнении со степенью тяготения предприятий любых видов деятельности к совместной локализации друг с другом. Таким образом, значение показателя больше 1 свидетельствует о склонности предприятий рассматриваемого кластера к расположению на территориях с высокой плотностью предприятий любых видов деятельности, что, в свою очередь, предполагает наличие положительных эффектов для предприятий данной кластерной группы от урбанизации.

Расчетные формулы показателей представлены ниже:

$$Q_i(r) = \frac{1}{N_i(N_i - 1)} \sum_{i_b \neq i_a}^{N_i} c(i_a, i_b, r)$$

где  $N_i$  – количество предприятий в кластерной группе;

$c(i_a, i_b, r)$  – для каждой пары предприятий кластерной группы  $i_a$  и  $i_b$  равно 1, если предприятия находятся на расстоянии  $\leq r$ , или 0, если предприятия находятся на расстоянии  $\geq r$ .

$$Q_x(r) = \frac{1}{N_x(N_x - 1)} \sum_{x_b \neq x_a}^{N_x} c(x_a, x_b, r)$$

где  $N_x$  – количество предприятий по всем видам экономической деятельности;

$c(x_a, x_b, r)$  – для каждой пары предприятий  $x_a$  и  $x_b$  равно 1, если предприятия находятся на расстоянии  $\leq r$ , или 0, если предприятия находятся на расстоянии  $\geq r$ .

$$Q_{ix}(r) = \frac{1}{N_i \cdot N_x} \sum_i^{N_i} \sum_x^{N_x} c(i, x, r)$$

$c(i, x, r)$  – для каждой пары  $i$  (предприятие, принадлежащее кластерной группе) и  $x$  (предприятие любого вида экономической

деятельности) равно 1, если предприятия находятся на расстоянии  $\leq r$ , или 0, если предприятия находятся на расстоянии  $\geq r$ .

$$Conc_t(r) = \frac{Q_t(r)}{Q_{ix}(r)}$$

$$Urb_t(r) = \frac{Q_{ix}(r)}{Q_x(r)}$$

Таким образом, расчетные значения показателей концентрации и урбанизации зависят от выбранного значения  $r$ , т.е. расстояния, в рамках которого исследуется тенденция предприятий к солокализации.

Расстояние, в рамках которого исследуется тенденция предприятий к солокализации, может варьироваться в зависимости от целей анализа. В рамках данной работы ключевым вопросом является выявления общих тенденций кластерных групп к концентрации или урбанизации, что определяет возможность использования упрощенного подхода – определения склонности предприятий кластеров к совместному размещению в рамках одного субъекта федерации. Выбор в данном исследовании субъекта федерации в качестве единицы территориального деления продиктован рассмотрением кластера, прежде всего, в качестве инновационно ориентированной формы пространственной концентрации предприятий. Инновационная же политика обычно реализуется на региональном уровне, так как распространение неформализованных знаний, приобретение которых возможно только через процесс социального взаимодействия и в то же время являющихся важнейшим фактором созданий инноваций, в соответствии с эмпирическими исследованиями ограничено регионом [7, С. 11–12; 8, С. 594].

Упрощенные формулы имеют вид:

$$Urb = \frac{\frac{1}{\sum_{j=1}^N n_{ij} \sum_{j=1}^N n_{xj}} \sum_{j=1}^N n_{ij} n_{xj}}{\frac{1}{\sum_{j=1}^N n_{xj} (\sum_{j=1}^N [n_{xj} - 1])} \sum_{j=1}^N n_{xj} [(n_{xj} - 1)]}$$

$$Conc = \frac{\frac{1}{\sum_{j=1}^N n_{ij} (\sum_{j=1}^N [n_{ij} - 1])} \sum_{j=1}^N n_{ij} [(n_{ij} - 1)]}{\frac{1}{\sum_{j=1}^N n_{ij} \sum_{j=1}^N n_{xj}} \sum_{j=1}^N n_{ij} n_{xj}}$$

где N – количество субъектов федерации;  $n_{ij}$  – количество предприятий  $i$ -го кластера в  $j$ -ом субъекте;  $n_{xj}$  – количество предприятий всех видов деятельности в  $j$ -ом субъекте.

На основании статистических данных о среднесписочном количестве работников в разрезе территорий и 4-значных кодов ОКВЭД [10] было сформировано 36 кластерных групп, суммарная численность рабочих которых за 2012 год составила 1974,87 тыс. чел. по РФ (41% национальной занятости). При наполнении кластерных групп использовалась методология ЕКО с установлением соответствий между кодами классификатора NACE rev.1 и ОКВЭД [11].

Необходимо подчеркнуть, что во избежание двойного учета занятых или предприятий, возникающего за счет пересечения кластерных групп, объектом анализа являются кластеры в «узком» определении, предполагающем отнесение каждого вида деятельности только к одному кластеру, с элементами которого он имеет самую сильную географическую корреляцию [6, С. 563]. Иными словами, «узкое» определение предполагает рассмотрение исключительно ядра кластера, предприятия которого и формируют специализацию кластерной группы.

В целях подтверждения выводов, основанных на анализе концентрации и урбанизации кластерных групп, были рассчитаны относительные показатели, характеризующие силу (значимость) кластера и определяющие наличие и развитие положительных экономических эффектов, влияющих на предприятия, входящие в

кластер. Так, методология ЕКО [11] предполагает признание кластерной группы сильной в случае соответствия двум и более критериям из нижеследующих:

- 1) «Коэффициент локализации»  $\geq 2$ ;
- 2) регион входит в 10% регионов, лидирующих по «Размеру»;
- 3) регион входит в 10% регионов, лидирующих по «Фокусу».

Расчетные формулы показателей представлены ниже.

$$LQ = \frac{\frac{E_{mpig}}{E_{mpg}}}{\frac{E_{mpi}}{E_{mp}}}$$

где LQ – коэффициент локализации;  $E_{mpig}$  – количество занятых в кластерной группе  $i$  в регионе  $g$ ;  $E_{mpg}$  – общее количество занятых в регионе  $g$ ;  $E_{mpi}$  – количество занятых в кластерной группе  $i$ ;  $E_{mp}$  – общее количество занятых.

$$Size = \frac{E_{mpig}}{E_{mpi}}$$

где Size – «Размер» кластерной группы  $i$ ;  $E_{mpig}$  – количество занятых в кластерной группе  $i$  в регионе  $g$ ;  $E_{mpi}$  – количество занятых в кластерной группе  $i$ .

$$Focus = \frac{E_{mpig}}{E_{mpg}}$$

где Focus – «Фокус» кластерной группы  $i$ ;  $E_{mpig}$  – количество занятых в кластерной группе  $i$  в регионе  $g$ ;  $E_{mpg}$  – количество занятых в регионе  $g$ .

При этом кластерная группа региона не может быть признана сильной в случае, если общая численность работников данной группы составляет менее 1000 человек.

Следует отметить, что пороговое значение коэффициента локализации является вариативной величиной. Так, М. Портер при исследовании кластеров в «узком» значении определял пороговое

значение коэффициента локализации на уровне 8,0–1,0 [6, С. 568], а Министерство торговли США использует пороговое значение 1,3.

В нашем исследовании при выделении «сильных» кластеров мы будем использовать значение 1,3. Выбор более низкого порогового значения коэффициента локализации в сравнении с методологией ЕКО определен спецификой российского бизнеса и доступной статистической базы. Так, использованная статистика численности занятых по видам деятельности не включает индивидуальных предпринимателей. При этом большая доля численности работников формируется за счет крупных предприятий, а широкое распространение их территориальных отделений приводит к тому, что в большинстве регионов будет существовать определенная численность занятых по каждой кластерной группе, хотя им и не будет присуща сильная конкурентная позиция в отрасли.

Таким образом, на основе статистических данных о количестве предприятий и организаций в разрезе территорий и видов экономической деятельности за 2012 год были рассчитаны показатели концентрации и урбанизации для каждой кластерной группы России, а на основе анализа статистики занятости был выделены сильные кластерные группы субъектов федерации.

Таблица 1

### Концентрация и урбанизация кластерных групп России

Кластерная группа	Conc	Urb	Кластерная группа	Conc	Urb
Информационные технологии	2,02	1,81	Аналитические инструменты	1,09	0,98
Наука и образование	1,92	1,74	Аэрокосмическая техника	1,05	0,8
Развлечения	1,79	1,62	Освещение и электрооборудование	1,03	0,99
СМИ и полиграфия	1,74	1,59	Строительство	1,02	1,01
Финансовые услуги	1,68	1,53	Пластмассы	1,02	0,75
Нефть и газ	1,61	0,76	Химическая промышленность	0,96	0,83
Рыболовство и рыбная продукция	1,61	0,35	Производственное оборудование	0,95	0,89



Кластерная группа	Conc	Urb	Кластерная группа	Conc	Urb
Бизнес услуги	1,55	1,47	Тяжелое машиностроение	0,92	0,9
Телекоммуникации	1,53	1,44	Бумажная продукция	0,92	0,81
Биофармацевтика	1,52	1,36	Металлургическая промышленность	0,92	0,69
Медицинские инструменты	1,4	1,34	Производство и передача энергии	0,91	0,78
Торговля	1,38	1,33	Туризм	0,9	0,85
Растениеводство и животноводство	1,37	0,28	Одежда	0,89	0,79
Каменоломни	1,33	0,44	С/х продукция	0,89	0,58
Текстиль	1,28	0,84	Строительные материалы	0,88	0,63
Ювелирные изделия	1,17	1,06	Обувь	0,86	0,65
Табак	1,13	0,79	Транспорт и логистика	0,84	0,76
Кожаные изделия	1,11	1,05	Мебель	0,82	0,67
Автомобилестроение	1,11	0,7			

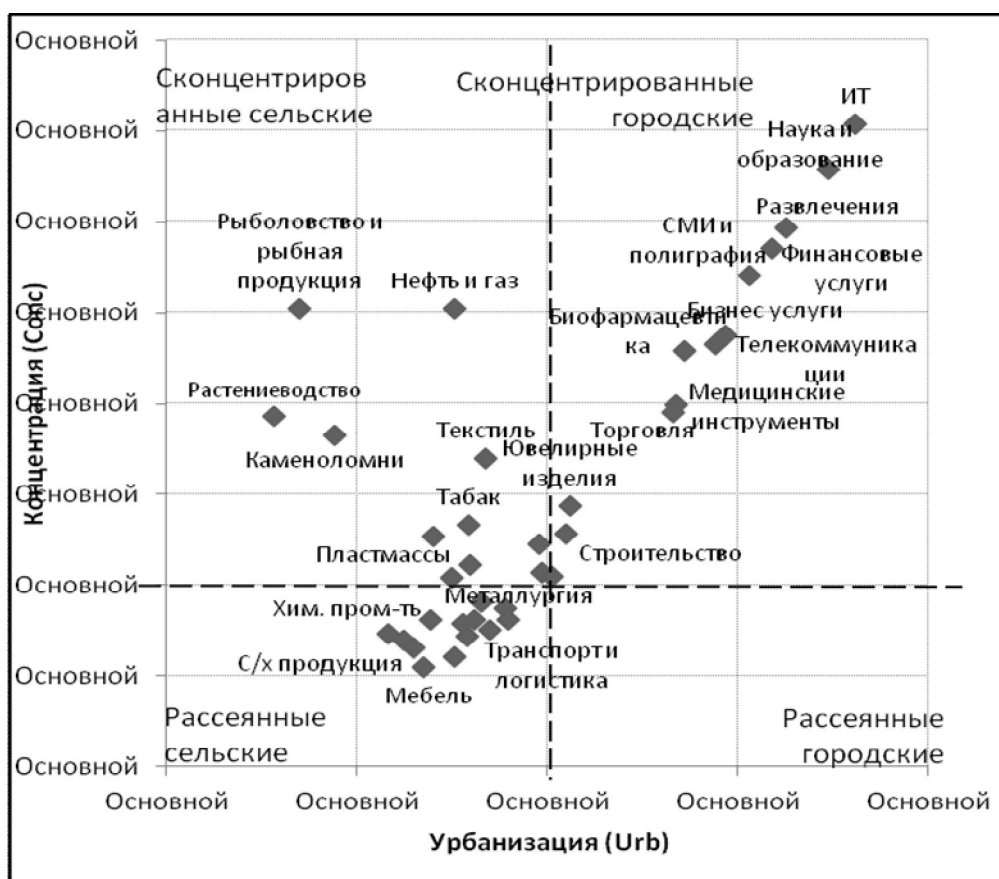


Рис. 2. Концентрация и локализация кластерных групп России

В соответствии с наличием положительных или отрицательных агломерационных эффектов от солокализации с предприятиями аналогичной кластерной группы (*Conc* больше или меньше 1), а также от совместного размещения с предприятиями любых видов деятельности (*Urb* больше или меньше 1), все кластеры могут быть классифицированы как сконцентрированные или рассеянные и городские или сельские.

Предприятия сконцентрированных городских кластерных группы, такие как «Информационные технологии», «Наука и образование», «СМИ и полиграфия», испытывают значимые положительные агломерационные эффекты от тесной близости друг с другом и с предприятиями любых иных видов деятельности. Данные кластерные группы имеют высокий потенциал развития в крупных городах или же субъектах федерации с высокой плотностью населения и значительной экономической активностью.

Анализ значимости кластерных групп субъектов РФ подтверждает данный вывод. Так, большинство кластерных групп, характеризующихся высокой степенью урбанизации и концентрации, демонстрируют силу в Москве («Информационные технологии», «Наука и образование», «СМИ и полиграфия» и др.) и Санкт-Петербурге («Информационные технологии», «Наука и образование», «Финансовые услуги» и др.).

Сконцентрированные сельские кластерные группы преимущественно располагаются в отдалении от крупных мегаполисов, но в тесном соседстве друг с другом. Наиболее ярко выраженные характеристики данной группы (низкий уровень урбанизации при высокой концентрации) свойственны предприятиям, деятельность которых связана с использованием природных ресурсов (кластеры «Рыболовство и рыбная продукция», «Нефть и газ» и т.д.). Например, кластерная группа «Рыболовство и рыбная продукция» характеризуется высокой силой в Камчатском и Приморском краях, Сахалинской и Магаданской областях.

Предприятия рассеянных сельских кластерных групп располагаются в отдалении от крупных городов, и при этом избегают тесной солокализации с аналогичными предприятиями. Подобный уровень урбанизации и концентрации характерен для многих промышленных кластеров. Это можно объяснить тем, что расположение большинства крупных промышленных предприятий сложилось исторически, а требующиеся большие площади для производств и трудность транспортировки оборудования определяют низкую мобильность данных предприятий. Например, кластерная группа «Металлургическая промышленность» является значимой в Пермском крае, Кемеровской, Липецкой, Челябинской, Волгоградской областях.

Таким образом, разложение показателя локализации на концентрацию и урбанизацию позволяет выделить конкретные факторы, влекущие за собой территориальное формирование кластера. Например, рассмотрим кластеры «Ювелирные изделия» и «Нефть и газ», показатели локализации которых крайне близки (1,24 и 1,22 соответственно). Тем не менее, формирование итогового значения в каждом кластере формируется за счет различных факторов, так, предприятия кластера «Ювелирные изделия» имеют положительные эффекты от тесного совместного размещения ( $Conc = 1,17$ ) и при этом тяготеют к расположению на территориях с высокой плотностью предприятий любых видов деятельности ( $Urb = 1,06$ ). Предприятия кластера «Нефть и газ», напротив, избегают расположения в непосредственной близости от крупных городов ( $Urb = 0,76$ ), но при этом характеризуются большим уровнем тяготения к солокализации ( $Conc = 1,61$ ).

В результате рассмотрения теорий Маршалла, Джейкобс и Портера, можно заключить, что кластер является специфической формой пространственной концентрации предприятий, соответственно влекущей за собой возникновение специфических агломерационных экстерналий, включающих как эффекты

концентрации, так и эффекты урбанизации. Разложение показателя локализации, характеризующего неравномерность представленности кластерных групп на территориях различных субъектов федерации, на показатели концентрации и урбанизации позволяют выявить факторы, определяющие географическую концентрацию отраслей, входящих в кластер. Выявление положительных агломерационных эффектов от концентрации или урбанизации, характерных для заданной кластерной группы, позволяет оценить потенциал ее развития в заданном регионе и может быть использовано при обосновании мероприятий по развитию кластерной структуры региона.

*Статья подготовлена при поддержке  
Российского гуманитарного научного фонда (проект № 12-32-01017).*

#### **БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:**

- 1. Андреев В.Н., Наумова Е.Н.** Подходы к оценке эффективности функционирования региональных кластеров // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского политехнического университета. Экономические науки. – 2012. – № 4(151). – С. 34-41
- 2. Воробьев В.П., Липатников В.С.** Организационные принципы формирования инновационно-отраслевых кластеров // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского политехнического университета. Экономические науки. – 2012. – № 6(161). – С. 63-70
- 3. Харламова Т.Л.** Инновационно-сетевая форма развития кластеров мегаполиса // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского политехнического университета. Экономические науки. – 2012. – № 1(139). – С. 80-86
- 4. Портер М.** Конкуренция. Пер. с англ. М.: Изд. дом «Вильямс», 2005. 608 с.
- 5. Babkin A.V., Kudryavtseva T.J. and Utkina S.A.** Identification and Analysis of Industrial Cluster Structure, World Applied Sciences Journal 28 (10) 2013: 1408-1413
- 6. Porter M.E.** The Economic Performance of Regions // Regional Studies. Carfax Publishing, 2003. Vol. 37, № 6/7. P. 549–578.
- 7. Lindqvist G.** Disentangling Clusters. Agglomeration and Proximity Effects: [dissertation]. Stockholm, Sweden, 2009. 314 p.

- 8. Gerben von der Panne.** Agglomeration externalities: Marshall versus Jacobs // Journal of Evolutionary Economies, 2004. № 14. P. 593-604.
- 9. Симми Дж.** Инновации и кластеры в глобальной мировой экономике. Пер. с англ. Изотовой Е.С. // Современные производственные силы. – 2013. – №2. –С. 125-144
- 10.**Интерактивная витрина Федеральной службы государственной статистики. URL: <http://cbsd.gks.ru/>
- 11.**European Cluster Observatory. URL: <http://www.clusterobservatory.eu/index.html>
- 12. Бабкин А.В., Мошков А.А., Новиков А.О.** Анализ методов и моделей оценки инновационного потенциала промышленного кластера // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского политехнического университета. Экономические науки. – 2012. – № 4 (151) – С. 84-90.
- 13. Цацулин А.Н., Бабкин А.В.** Экономический анализ комплексной инновационной активности: сущность и подходы // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского политехнического университета. Экономические науки. – 2012. – № 4 (151) – С. 132-144

## ЭКОНОМИЧЕСКИЙ И ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В МЕЖДУНАРОДНОЙ ПРАКТИКЕ

В процессе развития государственно-частного партнерства (ГЧП) во всех развитых странах появлялись центры развития ГЧП. Эти центры способствовали повышению качества и эффективности осуществляемых проектов. Принципиально важно определить причины появления данных центров и произвести сравнительный анализ их деятельности.

Основной причиной создания в развитых странах центров развития ГЧП явилось увеличение объемов и уровня сложности реализуемых проектов. Государство больше не могло справляться со всеми функциями, связанными с развитием и улучшением ГЧП, поэтому стало необходимо учреждение отдельного института, который бы занимался специфическими функциями, связанными с ГЧП.

В первую очередь необходимо уточнить функции государства, непосредственно осуществляемыми им в области ГЧП.



Рис. 1. (А. Sanghi, 2007)

Как видно на рис. 1., на первом этапе формулируется политика по развитию ГЧП, то есть обозначаются приоритетные сектора экономики и определяются возможные формы сотрудничества государства и бизнеса.

Второй этап заключается в поиске подходящих проектов. Предложения по проектам могут исходить как от государственных организаций, так и от инвесторов, всё зависит от специфики отдельного государства. Например, в Южной Корее и ЮАР инициативы одновременно могут исходить от государственных организаций и частных компаний.

Третий этап касается анализа проектов. Как, правило, такой анализ делится на несколько стадий. Во-первых, пишется технико-экономическое обоснование (ТЭО), которое подразумевает анализ технической осуществимости и финансовой привлекательности. Во многих случаях, как государственные организации, так и инвесторы пишут ТЭО для собственноручно предложенных проектов.

Четвертый этап связан с процессом государственных закупок. Процесс государственных закупок в разных странах может принимать различные формы. Например, государственные закупки в Бангладеш и Ямайке осуществляются через прямые переговоры либо через конкурсы с непрозрачными критериями отбора (PPIAF and The World Bank Group, 2007).

Пятый этап представляет собой мониторинг и принуждение к выполнению необходимых требований. Данный этап начинается с подписания договора и заканчивается завершением контракта. Обычно профильные государственные организации-заказчики отвечают за мониторинг и принуждение к исполнению необходимых требований при выполнении обязательств по контракту ГЧП.

Под мониторингом подразумевается проверка исполнения контрактных обязательств инвестором, то есть выполнения работ и оказания услуг по установленным договором ценам. Под принуждением к исполнению необходимых требований подразумевается оплата штрафов или возмещение ущерба, когда

инвестор действует вопреки контрактным обязательствам. В случае невозможности выполнения обязательств государственной организацией-заказчиком или инвестором, условия контракта могут быть пересмотрены.

Создание центра развития ГЧП и наделение его функциями в каждом случае носит индивидуальный характер и связано с существующими провалами государства. Решение о функциях, которыми будет наделен центр развития ГЧП, зависит от нескольких вещей. Во-первых, от существующего распределения функций между государственными организациями. Во-вторых, от способности властей координировать исполнение различных функций государственных организаций внутри государственной машины.

Существует несколько основных провалов государства в сфере развития ГЧП. В первую очередь, наличие чрезмерных стимулов у государственных организаций участвовать в проектах ГЧП.

С одной стороны, когда министерства стремятся участвовать во множестве проектов ГЧП, финансовые последствия такого участия неоднозначны. До тех пор, пока министерство будет верить, что оно может перенести бремя затрат на профильные государственные организации, оно может наращивать количество сделок ГЧП сверх того, что возможно по средствам и сверх того, что удовлетворяет критерию “цена-качество” (value for money).

С другой стороны, у министерств может быть недостаточно стимулов для участия в проектах ГЧП. Во многих случаях, прямое участие в процессе государственных закупок обеспечивает министерства возможностями влияния и патронажа. ГЧП предполагает фиксированные условия контракта и коммерческие стимулы для инвесторов, соответственно, у министерств уменьшаются возможности для патронажа. Следовательно, они могут препятствовать осуществлению проектов, даже если ГЧП выгоднее традиционной схемы государственных закупок.



Во многих государствах обе ситуации возможны одновременно, когда одно и то же министерство мешает осуществлению передовых проектов, продвигая при этом менее значимые проекты.

Второй провал государства связан с нарушением координации между государственными структурами. Реализация политики по развитию ГЧП касается деятельности многих государственных организаций из разных секторов экономики. Причем все они должны обеспечить соответствие проекта необходимым требованиям. Как правило, министерство финансов оценивает риски и издержки. Другие регулирующие органы участвуют в планировании, согласованиях, распределении земли и тарифном регулировании. Плохая координация между представленными организациями является серьезным препятствием для развития ГЧП во многих странах.

Третий провал связан с проблемой недостаточной квалификации служащих. Процесс закупок в проектах ГЧП требует специальных навыков, которые, как правило, отсутствуют у государственных служащих в развивающихся странах. Конечно, часто можно нанять внешнего консультанта. Когда проект проваливается, причина обычно не столько в низко квалифицированном менеджменте, сколько в необходимости разработки точных и устойчивых схем субсидирования, улучшающих планирование необходимых объемов государственных средств, и в обеспечении гарантий эффективного управления со стороны государства. Например, провалы многих проектов ГЧП связаны с конфликтами между назначенными государством членами совета директоров и членами совета директоров компании-подрядчика.

Четвертый провал касается высоких транзакционных издержек для заинтересованных сторон. Такие издержки можно уменьшить с помощью подготовки типовых документов и специальных инструкций. Стандартизированная документация сокращает время подготовки документов государственными организациями и их консультантами. Постоянное использование типовых документов позволит властям сэкономить время и деньги на подготовке

закупочной документации и переговорах с инвесторами, так как они уже будут знакомы с базовыми условиями заключения контрактов ГЧП за счет предыдущих соглашений. Например, Казначейство Великобритании распространяет руководство по типовым PFI контрактам, его цель информировать инвесторов об основных рисках, об условиях ценообразования в определенных отраслях, сокращать время и деньги на переговоры, позволяя сторонам использовать утвержденные схемы без дополнительных согласований.

Также мерой по снижению транзакционных издержек можно использовать стандартизацию требований и процедур от начала до завершения проекта. Такой метод помогает свести избыточные действия к минимуму и сократить время на этапе согласований. Кроме того, он способствует снижению транзакционных издержек для частного партнера. Со временем, в связи со снижением транзакционных издержек частных партнеров, государство получает более конкурентоспособные предложения.

Пятый провал заключается в недостатке информации. В конце концов, инвесторы могут не иметь адекватной информации о возможностях и рисках в других странах. Центр развития ГЧП может создать необходимый поток информации о возможностях ГЧП в данной стране или регионе. В отличие от государственной организации, название центра развития может в будущем распознаваться как бренд (например, Partnerships UK), таким образом, потоки информации станут релевантны для инвесторов. Опыт PUK показал, что центр может стать отправной точкой развития рынка ГЧП.

Центры развития ГЧП в разных странах создавались с целью ликвидировать существующие проблемы в управлении рынком ГЧП, и сыграли немаловажную роль в его развитии. Поэтому для оценки международного опыта необходимо провести сравнительный анализ центров Великобритании, Южно-Африканской Республики, Южной Кореи, Франции, Португалии, Австралии и Канады.

Первые центры развития содействуют созданию последующих структур. PUK до сих пор помогает разрабатывать новые центры ГЧП

в зарубежных странах. Когда государственные организации учреждают центры, они часто используют мировой опыт. Многие эксперты сходятся в том, что заимствование частей существующих структур может оказаться сложным и неэффективным решением в связи с разной структурой государственного управления, в том числе отличающейся правовой и политической средой. Структура центра должна соответствовать особенностям развития ГЧП в данном государстве или регионе, ведь то, что подходит для одних, может не подходить для других. Многие центры являются структурными подразделениями Министерства финансов или Казначейства. Преимущества такого расположения таятся в лучшей координации, уменьшении количества конфликтов интересов и более обширном доступе лицам, принимающим решения. Недостатки касаются низкого доверия со стороны частных партнеров, ограниченная шкала окладов, которая мешает привлекать лучших экспертов, бюрократизм и большие ограничения, обязывающие использовать традиционный метод государственных закупок.

Исследование опыта организации и функционирования ГЧП в развитых странах позволило выделить три основные группы центров ГЧП по выполняемым функциям:

1. Центры, функции которых ограничены оценкой проектов ГЧП, подготовленных исполнительными органами власти и разработкой методических рекомендаций по реализации проектов ГЧП.
2. Центры, выполняющие максимально широкие функции по развитию ГЧП, в том числе предоставление комплексных консультаций органам исполнительной власти, содействие развитию деловой и политической среды для успешного функционирования ГЧП в разных отраслях, поиск и распространение лучших практик.
3. Центры, выполняющие единственную функцию – распространение лучших практик.

Опыт показывает, что центры, относящиеся к третьей группе, рано или поздно расширяют свой функционал и переходят в первую либо вторую группу.

Кроме того, все существующие в развитых странах Центры ГЧП можно классифицировать по качеству взаимодействия с министерством финансов, разделив их на две группы (Мерзлов, 2012):

1. Центры ГЧП, являющиеся структурными подразделениями министерства финансов. К преимуществам таких центров можно отнести следующие: обеспечивается более качественное взаимодействие с органом, принимающим окончательное решение по проектам ГЧП, и минимизируется вероятность появления конфликтов интересов. Вместе с тем присутствует и существенный недостаток – отсутствуют полномочия по самостоятельному принятию решений, что увеличивает общий срок рассмотрения проекта. Кроме того, центры, по сути, являются государственными структурами, следовательно, в них возможно появление проявлений бюрократии.

2. Центры ГЧП, являющиеся самостоятельными институциональными единицами. К преимуществам таких центров можно отнести то, что они вызывают больше доверия представителей частной стороны, а также меньше ограничивают сотрудников в уровне трудового вознаграждения, что способствует привлечению более высококвалифицированных специалистов. Но при этом возможно замедление темпов прохождения согласовательных процедур с органами исполнительной власти.

Еще одну классификацию центров ГЧП можно провести по критерию используемых источников финансирования, подразделив, таким образом, все центры на три группы:

1. Центры, финансируемые из бюджета. Такие центры составляют подавляющее большинство.

2. Центры, получающие вознаграждение за предоставляемые услуги и находящиеся на самоокупаемости.

3. Центры, использующие оба источника финансирования.

Помимо выявленных различий, необходимо отметить общие черты, присущие всем центрам ГЧП:

1. Они не обладают правом принятия окончательного решения по реализации того или иного проекта ГЧП. Такие полномочия, как

правило, остаются в рамках министерства финансов или другого аналогичного органа исполнительной власти. Тем не менее, рекомендации центров в подавляющем большинстве случаев совпадают с окончательным решением министерства, принимающего решение.

2. Все центры ГЧП в том или ином виде занимаются бизнес планированием.

3. Оказывают помощь инициаторам проектов в подборе финансовых, технических и других консультантов.

4. Участвуют в процессе государственных закупок, в том числе запрашивают предложения на заключение контрактов, делают анализ поступивших предложений, оказывают помощь органам исполнительной власти в заключении контракта.

Общим для всех стран (кроме США) является то, что на законодательном уровне утверждены и действуют нормативно-правовые документы, устанавливающие общие правила реализации ГЧП.

Таким образом, несмотря на различия в уровнях участия практически все центры частично вовлечены в процесс государственных закупок. Уровень вовлечения обычно колеблется от проекта к проекту. Например, РУК разрабатывал типовые документы для государственных закупок и контрактов, которые позволяли подготовить большинство проектов ГЧП без вмешательства государственных организаций. Тем не менее, Partnerships UK также помогает государственным структурам в случае необходимости.

Государственно-частное партнерство заняло свое важное место для финансирования общественной инфраструктуры в Европе. С недавнего времени модель ГЧП отошла от своего традиционного транспортного сектора, и распространилась на общественные здания (школы, больницы, тюрьмы) а также и на окружающую природу (переработка воды и отходов). Также среди разных стран опыт осуществления ГЧП проектов стал более диверсифицирован.

Для проведения экономического анализа применения опыта ГЧП в странах ЕС, необходимо еще раз установить точные рамки относительно того, что принимать за ГЧП практику. В конечном итоге, количество проектов реализованных в той или иной форме государственно-частного партнерства, может очень сильно варьироваться, если принимать во внимание только концессионные соглашения, или же все виды и формы аутсорсинга и совместных предприятий между общественным и частным секторами.

Поэтому воспользуемся теми элементами, которые Европейская Комиссия обозначила как основные при определении ГЧП (Commission of the European Communities, 2004):

- Относительно долгая длительность отношений, включающая кооперацию между общественным партнером и частным партнером, в различных аспектах планируемого проекта;
- Метод финансирования проекта, в частности, со стороны частного сектора, иногда с помощью сложных договоренностей между различными участниками;
- Важная роль экономического оператора, который участвует на различных этапах проекта (проектирование, завершение, реализация, финансирование);
- Распределение рисков между государственным партнером и частным партнером, которому передаются риски, как правило, понесенные в государственном секторе.

Поэтому далее, под формой ГЧП, будет учитываться проект на основании договора в долгосрочной перспективе, с разделением рисков между государственным и частным лицам на основе проектного соглашения или концессионного договора. Он также должен включать в себя связь проектирования, строительства, эксплуатации и / или обслуживания активов, вместе с основным компонентом частного финансирования. Выплаты производятся в течение срока действия договора ГЧП в государственном секторе для частного партнера и связаны с уровнем и качеством услуг, фактически доставленных. Это определение не включает, например,

инвестиций, сделанных регулируемые коммунальными услугами, проекты рефинансирования, приватизации, связанных с продажей активов или аутсорсинг услуг. Тем не менее, проекты со сборами с пользователей, скрытая плата, плата за доступность или смешанными схемами оплаты, все включены, как представляющие различные формы передачи риска.

В первую очередь в таблице 1.2 (Nemoz, 2010) показана эволюция ГЧП в ЕС в течение 20 лет. В целом, более 1300 ГЧП контрактов были подписаны в ЕС с 1990 по 2009, представляющие стоимость капитала более 250 млрд. евро. Это включает в себя около 369 новых проектов общей стоимостью почти 70 млрд. евро, достигнувших финансового закрытия с начала 2007 года. Как количество, так и стоимость проектов ГЧП в ЕС увеличивалась к середине десятилетия, потом попала в застой, а затем начала снижаться.

**Таблица 1.2** Эволюция ГЧП в ЕС

Year	Number of projects	Value of projects (in € millions)
1990	2	1386.6
1991	1	73.0
1992	3	610.0
1993	1	454.0
1994	3	1148.4
1995	12	3264.9
1996	26	8488.2
1997	33	5278.0
1998	66	19972.4
1999	77	9602.6
2000	97	15018.5
2001	79	13315.3
2002	82	17436.2
2003	90	17357.1
2004	125	16879.9
2005	130	26794.3
2006	144	27129.2
2007	136	29597.9
2008	115	24198.0
2009	118	15740.4
<b>Total</b>	<b>1340</b>	<b>253744.9</b>

Оценивая важность ГЧП в странах ЕС, Таблица 1.3 (Nemoz, 2010) показывает долю каждой страны в количестве и стоимости

проектов завершенных или получивших финансирование в ЕС в течение 1990–2009 гг. Для сравнения предоставлены также данные исследования Blanc-Brude проведенные в 2007 году.

**Таблица 1.3** Доля проектов ГЧП по странам

	% of No. of projects		% of value of projects	
	2009 update	Blanc-Brude et al. (2007)	2009 update	Blanc-Brude et al. (2007)
AT	0.2	0.2	0.5	0.6
BE	0.9	0.7	1.3	1.1
BG	0.1		0.1	
CY	0.2	0.3	0.3	0.4
CZ	0.2	0.2	0.3	0.4
DE	4.9	2.4	4.1	2.9
DK	0.1	0.0	0.0	0.0
EL	1.0	0.6	5.5	3.9
ES	10.1	8.6	11.4	12.8
FI	0.1	0.2	0.2	0.2
FR	5.4	2.8	5.3	3.9
HU	0.7	0.8	2.3	2.7
IE	1.3	0.7	1.6	0.7
IT	2.4	2.1	3.3	3.7
LV	0.1	0.1	0.0	0.0
MA	0.0	0.1	0.0	0.1
NL	1.2	1.0	1.8	1.7
PL	0.4	0.4	1.7	0.9
PT	3.1	2.3	7.0	5.8
RO	0.1	0.3	0.0	0.1
SE	0.1	0.1	0.2	0.2
SK	0.1	0.1	0.5	0.0
SI	0.1	0.1	0.0	0.0
UK	67.1	76.2	52.5	57.7
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

В промежутке 1990–2009 гг., доля Великобритании насчитывает около двух третей всех европейских проектов ГЧП. С 10% от общего числа проектов, Испания остается вторым крупнейшим рынком ГЧП; она немного увеличила значение в последние годы. Франция, Германия, Италия, и Португалия все представляют 2–5% от общего числа проектов, соответственно. На Великобританию, Португалию, Францию, Германию, Испанию и Италию вместе приходится около 92% всех европейских ГЧП по количеству. В целом, это говорит о том, что рынок ГЧП в Европе продолжает медленно диверсифицироваться по разным странам.

Распределение по стоимости проектов в течение последних 20 лет дает аналогичную картину. ГЧП в Великобритании



насчитывает 53% от общей стоимости европейской ГЧП. Доля рынка ГЧП в Испании по стоимости даже больше, чем по количеству проектов. Португалия является третьим по величине рынком по стоимости – и стала более значительным в последние годы.

Подводя итог, стоит отметить, что форм ГЧП существует довольно большое множество, начиная от любых льгот частному сектору от государственного, в широком смысле, заканчивая типовыми концессионными соглашениями BOT, BOOT, BTO, BOO, BOMT, DBOOT и DBFO, в узком смысле ГЧП. Эти соглашения являются основными в мировой практике.

Также после проделанного исторического обзора развития ГЧП в ведущих мировых державах, можно сделать вывод, что становлению закономерной и успешной практики ведения ГЧП проектов в действие, способствовали как минимум 2 фактора:

1. Законодательное закрепление принципов ГЧП на федеральном уровне, с упрощением всех процедур и типовыми соглашениями;
2. Создание центров развития ГЧП и делегирования им многих функций государства при работе с ГЧП проектами.

Эти меры положительно повлияли на привлечение частного сектора к партнерству с государством в больших и капиталоемких проектах. В первую очередь стоит выделить три основных сектора, где доля участия ГЧП значительно превышает остальные – транспортная инфраструктура, образование и здравоохранение.

В то же время, стоит отметить, что создание центров развития ГЧП в свою очередь заметно стимулировало рост количества и стоимости ГЧП проектов. В период с 1990 по 2009 год было подписано более 1300 ГЧП контрактов в ЕС, со стоимостью капитала более 250 млрд. евро, включая около 350 новых проектов общей стоимостью почти 70 млрд. евро, достигнувших финансового закрытия с начала 2007 года.

С 2006 года, рынок ГЧП в Европе продолжает диверсифицировать как по странам, так и по секторам.

Великобритания остается крупнейшим рынком ГЧП в Европе, хотя ее доля в общем объеме европейских ГЧП продолжает сокращаться. В то же время, ГЧП проекты стали более важными в других странах Европы. До сих пор ГЧП в Великобритании продолжает диверсифицировать в другие сектора, здравоохранения и образования набирает силу. За пределами Великобритании, подобные тенденции можно наблюдать, хотя транспорт остается доминирующим сектором.

Во время финансового кризиса, рынок ГЧП в Европе сократился в большинстве стран и секторов. Была тенденция к более мелким проектам, общая стоимость ГЧП сократилось больше, чем число сделок. Стоимость сделок ГЧП в ЕС составил 15,8 млрд. евро в 2009 году; снижение почти на 50% по сравнению с 2007 годом. Тем не менее, в настоящее время проекты, связанные с ГЧП приобретают все большую популярность у инвесторов.

#### **БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:**

1. Казначейство Великобритании. (2012). Официальный сайт Казначейства Великобритании. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.hm-treasury.gov.uk>
2. **Мерзлов И.Ю.** Международный опыт развития государственно-частного партнерства в экономически развитых странах: институциональный аспект // Вестник Пермского университета. Серия: Экономика. – 2012. – № 3(14). – С. 75-81
3. **Sanghi S.A.** (2007). Designing and using public-private partnership units in infrastructure.
4. Commission of the European Communities. (2004). “Green Paper on Public Private Partnerships and Community Law on Public Contracts and Concessions”.
5. **Cuttaree V.** (December 2007 r.). International experience in establishing and operating PPP units. p. 29.
6. **Nemoz A.K.** (2010). Public-private partnerships in Europe – before and during the recent financial crisis.
7. Partnership UK. (2012). Официальный сайт Центра развития ГЧП Великобритании (PUK). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.partnershipsuk.org.uk>.

## **РЫНОК ТЕХНОЛОГИЙ В ФИНЛЯНДИИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

В современных экономических условиях большое значение имеет расширение научно-технического и технологического обмена. В центре внимания становятся новые технологии, которые определяют развитие экономики. Под технологией можно рассматривать как международную торговлю, с ее специфическим товаром (торговля патентами, лицензиями, "ноу-хау") и международное передвижение производства, необходимое для производства другого товара. Технологию можно рассматривать как человеческий ресурс, который используется для создания товаров. Обобщив все выше сказанное можно как определить международный технологический обмен, международное перемещение научно-технических достижений на коммерческой или безвозмездной основе.

В Финляндии, по данным европейской статистики, финансирование НИОКР находится на уровне 4% ВВП, подавляющая роль приходится на крупнейшие компании – свыше 70% [1. С. 51]. Для сравнения, соответствующий показатель в США 2,7%, в Японии – 3,3%, в Израиле (лидер по данному показателю) 4,4% ВВП [2. С. 207]. Таким образом, Финляндия занимает второе место в мире. Согласно рейтингу глобальной конкурентоспособности, Финляндия занимает 3 место, уступая только Швейцарии и Сингапуру [3. С. 14].

Следует отметить, что расходы на финансирование НИОКР, не могут быть показателями сами по себе. Необходимо обратить внимание на ряд факторов, относящихся к различным сферам функционирования институтов страны. Финляндия достигает высокого уровня конкурентно способности за счет наиболее высокого в мире показателя "прозрачности" и эффективности общественных

институтов, низкого уровня коррупции, сбалансированности бюджета, эффективности антимонопольной политики, роли высших учебных заведений и их сотрудничество с промышленностью в области НИОКР. Особо следует отметить подготовку кадров, Финляндия занимает второе место в мире в области здравоохранения и начального образования, в системе высшего образования первое [4]. Высокий уровень системы образования обеспечивает высоко квалифицированную рабочую силу и достаточную численность ученых и инженеров для поддержания инновационного потенциала страны. По этому показателю Финляндия занимает третье место в мире [1. С. 51].

В основе успешного развития Финляндии лежит высокий статус инновационной политики. При этом особое внимание уделяется организации структуры государственного управления этой политики. Страна располагает всесторонне разработанной инновационной стратегией, основные направления которой были закреплены еще в 90-е годы XX века [5. С. 59]. Главным направлением стратегии стала капитальная реструктуризация и модернизация экономики страны, с отходом от превалирующей роли экспорта ресурсов.

В начале 90-х годов XX века в Финляндии под руководством Национального совета по науке и технологиям развернулась дискуссия о национальной инновационной системе, в которой приняли участие различные министерства и социальные партнеры. Открытость обсуждения позволила избежать зависимости инновационной политики от отдельных ведомств в рамках правительства [6. С. 6].

Результатом этой работы стал радикальный пересмотр приоритетов экономической политики. Новая стратегия была ориентирована на развитие НИОКР в области высоких технологий, прежде всего информационных, и выхода финской продукции на новые рынки, преимущественно на Западе. В основу инновационной политики Финляндии легли следующие принципы:

Во-первых, повышение роли науки и высоких технологий, что способствовало углублению экономической и научно-образовательной интеграции со странами Европейского Союза.

Во-вторых, инновации внедрялись при условии эффективного взаимодействия науки, производства и государственного управления. Государство определяет решающую роль в создании условий для развития научного потенциала страны, в финансировании расширения инновационной инфраструктуры, содействии эффективному сотрудничеству науки и производства, достижении общественного консенсуса относительно научно-технического пути развития страны.

В-третьих, политика государства в сфере производства должна быть ориентирована на определенные выше цели и предусматривать поддержку производства, реализацию идеи кластеров, а также эффективное сочетание промышленной политики с поддержкой науки и технологий [6. S. 60].

Проводимая политика сделала Финляндию первой страной, принявшей концепцию национальной инновационной системы в качестве основного элемента государственной стратегии в сфере науки и технологии. В свою очередь это привело к увеличению предприятий, в основе деятельности которых лежали инновации и современные ноу-хау, возросла государственная поддержка исследовательских организаций.

Результатом начального этапа реализации новой стратегии стало создание кластеров высокотехнологических компаний, включая компанию Nokia. Отличительной чертой этого процесса стали инновационные управленческие решения, целевые инвестиции, установление новых приоритетов в сфере образования и подготовки кадров, а также крупные инвестиции в ее модернизацию. Важным фактором успеха стали значительные государственные расходы на НИОКР, при этом урезая остальные статьи расходы бюджета и делая важный акцент на коммерциализацию их результатов [7].

В 2008 году правительством страны была обнародована Инновационная стратегия. Ее цель – руководство инновационной политикой в различных секторах экономики и продвижение не только высокотехнологичных секторов, но и инновационных решений и дополнений в самой экономике и обществе, ориентированных на ускорение кооперации между регионами и национальным правительством [8. С. 111]. Особенностью документа является активизация частного сектора в сфере инвестиций на исследования и разработки. Согласно проекту стратегии к 2020 году, доля государства должна быть сокращена до 35%.

Из широкого спектра современных финских инновационных технологий определяющих развитие страны. Мы рассмотрим в данной статье экологические и информационные технологии, которые по нашему мнению являются приоритетными в современных условиях.

Проблеме сохранения окружающей среды в Финляндии традиционно уделяется большое внимание. Это направление считается одним из самых приоритетных в финской политике. В последние годы правительство страны проводит целенаправленную политику, направленную на увеличение использования возобновляемых источников энергии (ВИЭ). При Министерстве торговли и промышленности была создана рабочая группа по ревизии программы развития ВИЭ и подготовке практических мер по ее реализации.

Главной задачей правительственного плана – снижение энергозатрат, уровня потребления энергии и увеличение роли возобновляемой энергетики. К 2020 году Финляндия намерена довести использование энергии на основе возобновляемых источников до 38%, в настоящее время их доля 28% [9]. Среди областей, считающихся наиболее перспективными – биоэнергетика, ветроэнергетика и солнечная энергия.

Программа увеличения использования возобновляемых источников энергии предполагает значительные вложения в сферу

ветроэнергетики, планируется построить около 700 новых ветроустановок. На разработку этих установок и проведение экологических мероприятий в стране ежегодно тратится 100 млн. евро. В стране предусмотрены особые налоговые режимы для пользователей ветроэнергоустановок, планируется ввести новые тарифы, размер которых будет определяться объемами использования энергии, вырабатываемой на основе биотоплива и ветроэлектростанций [9].

В марте 2011 года вступил в силу закон, по которому государство в течение 12 лет обязуется выплачивать владельцам ветряных электростанций разницу между рыночной стоимостью электроэнергии и фактической стоимостью энергии ветра. Цель программы – увеличение общего объема производства энергии ветра к 2020 году до 2500 МВт., что будет составлять 6% от общего производства электроэнергии в стране. Специалисты технологической промышленности подсчитали, что глобальный рост ветроэнергетики в финском экспорте возрастет на треть, по сравнению с нынешними показателями, и составит около 3 млрд. евро к 2020 году, хотя доля мирового рынка останется на уровне 3% [10].

Финская промышленность является мировым лидером по изысканию способов использования возобновляемой биомассы для производства энергии. В лесной промышленности используется в большом количестве побочные продукты деревообработки для комбинированной выработки тепла и электроэнергии. При обработке древесины образуются черный щелок, кора и другие отходы, которые становятся заметными источниками энергии для финской промышленности. Древесные отходы покрывают до 25% потребности промышленности в энергоносителях [11]. В качестве примера разработок в области биоэнергетики можно привести разработанный в университете прикладных наук Savonia портативный биогазовый реактор [12].

Использование солнечной энергии получило в Финляндии большое распространение. Широта, на которой расположена территория страны, получает сравнительно много солнца. Темная зима компенсируется солнечным летом, наиболее благоприятный период – с февраля по ноябрь. Кроме того, низкие температуры повышают эффективность солнечных батарей.

Финляндия располагает знаниями как в области самого процесса аккумуляции солнечной энергии, так и в обслуживании специализированного оборудования, используемого для этих целей. Компания "Savo-Solar" получила международную премию "Intersolar Award" за инновации в солнечной энергетике. За разработку технологии обеспечивающей прямую передачу тепла с приемных пластин к жидкости и гарантирующих отличную сверхмощную теплопередачу [13].

Самая крупная в Финляндии солнечная электростанция мощностью 220 квт будет построена на территории Лаппеенрантского технологического университета, где уже есть ветряная электростанция мощностью 20 киловатт, интеллектуальные электрические сети и электрические транспортные средства. Общая площадь солнечных панелей составит около 1500 квадратных метров. После запуска солнечная электростанция будет не только производить электроэнергию, но и использоваться как научно-исследовательская и учебная лаборатория, где будут исследоваться подключения к сети функциональность солнечных батарей [14].

Финляндия первая в мире разработала роботизированную систему утилизации отходов, работающую на солнечных батареях. В системе предусмотрено максимальное использование искусственного интеллекта для сортировки мусора. Система включает ленточный конвейер, сенсоры для распознавания предметов и сырья и 3D лазерный сканер. Эта технология считается одной из лучших в мире [15].

Пример перспективной инновации в сфере экологии является технология очистки воды компанией Kemira. Это крупнейший



производитель коагулянтов, под действием которых происходит скопление вредных веществ, в дальнейшем выпадающих в осадок. Таким образом, можно очищать питьевую и сточную воду [16. С. 113]. В большинстве государств Балтийского региона сегодня комбинированный метод химико-биологической очистки сточных вод, является самым надежным способом.

Информационные и коммуникационные технологии в Финляндии являются одними из наиболее динамично развивающихся секторов экономики. Совершенствование информационных технологий позволяет стране повышать конкурентноспособность национальных компаний на мировом рынке. По данным исследования проведенного специалистами Всемирного экономического форума (ВЭФ), Финляндия обладает лучшими в мире ресурсами и возможностями для применения информационных технологий [17]. В проведенном исследовании страны сравнивались по наличию у них ресурсов и готовности воспользоваться возможностями, предоставленными информационными технологиями. Из отчета следует, что дигитализация и использование информационных технологий оказывает крайне положительное влияние на экономический рост и трудовой потенциал. Согласно отчету, органы государственной власти, поддерживая и стимулируя дигитализацию, играют важную роль в развитии ИКТ-сетей (информационно-коммуникационные технологии). В отчете Финляндия названа "центром цифровых инноваций" [17].

В качестве примера государственной поддержки дигитализации можно привести внедрение широкополосного Интернета, разработанную Министерством транспорта и связи Финляндии. Основными задачами являются: увеличение скорости передачи информации широкополосных подключений до 100 Мбит/сек., развитие беспроводных сетей высокоскоростного доступа к сети Интернет на базе мобильной связи четвертого поколения, а также расширение спектра предоставляемых услуг. Отмечается также рост

количества подключений к сети через телевизионные кабельные каналы. Все это привело Финляндию на первое место в Европе по переходу с аналогового телевидения на цифровое вещание [18. С. 114].

Стоимость оказания телекоммуникационных услуг и услуг связи в Финляндии является одной из самых низких среди развитых стран. Это обеспечивается за счет создания условий свободной конкуренции среди распространителей связи и постоянного контроля за соблюдением установленных норм и ограничений со стороны государственного агентства Финляндии по коммуникациям "FICORA".

Телекоммуникационные услуги на рынке Финляндии оказывают более 150 фирм, в сфере предоставления услуг мобильной связи в стране действует более 60 операторов. Компания "ТелиаСонера" является крупнейшим поставщиком ИКТ в Европе. Деятельность компании сконцентрирована в области предоставления услуг по передаче данных по магистральным каналам связи, услуг мобильной и фиксированной связи. Компания является одним из основных акционеров российского ОАО "МегаФон", прямо и опосредованно контролирует 43,8% акций российского оператора сотовой связи. Совокупная абонентская база "ТелиаСонера" превышает 135 млн. человек [19].

В последние несколько лет в Финляндии отмечается стремительный рост технопарковых структур, четыре из которых были отнесены еще в 2006 году к числу мировых технологических центров. В стране было создано 22 технологических парка, с ежегодным оборотом около 100 млн. евро., 20 технопарков специализируются на разработках в области информационных и телекоммуникационных технологий [20. С. 10]. Согласно докладу Конференции ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД) Финляндия является мировым лидером по занятости населения в деятельности, имеющей отношение к ИКТ. Каждый десятый работающий в этой стране, за исключением людей занятых в сельском хозяйстве, вовлечен в работу в этой сфере [21].

Флагманом высоко технологичного кластера Финляндии долгое время была и остается компания Nokia. Многие годы компания была самым дорогим предприятием в стране и обеспечивала не только львиную долю экспорта и ВВП Финляндии, но и щедрое инвестирование в инновационное развитие, став центром высоко технологичного кластера сотен предприятий. С 1998 по 2007 годы компания обеспечивала четверть всего прироста ВВП Финляндии. На разработку и развитие новых технологий компания тратила 30% от всего объема соответствующих инвестиций в стране. За указанный промежуток времени Nokia обеспечила 20% финского экспорта, отдав в бюджет страны 23% от всех собранных в Финляндии корпоративных налогов [22].

В последние годы положение компании пошатнулось: она продолжает терять рынок и терпит убытки. Эксперты сомневаются, сможет ли Nokia отыграть потерянные позиции и снова стать лидером рынка. Однако пока руководство компании сохраняет оптимизм и анонсирует новые продукты в попытке получить обратно утерянную часть рынка.

Развитие экономики, новых технологий является в современной Финляндии гарантом ее безопасности и благополучия [23].

В заключение стоит отметить, что для дальнейшего роста экономики Финляндии необходим широкий выход на новые рынки. Растущий российский рынок как нельзя лучше подходит для этой цели, поэтому успешное сотрудничество между нашими странами приобретает для Финляндии большое значение.

### **БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:**

- 1. Пчелинцев В.С.** Региональные инновационные системы: Опыт Финляндии // Мировая экономика и международные отношения. – 2012. – № 7. – С. 51–63.
- 2. Рысина А.Б., Абрамов С.А.** Международное разделение труда в высокотехнологичном секторе экономики // Молодой ученый. – 2012. – № 5. – С. 207–210.
- 3. The Global Competitiveness Report 2012–2013 // World Economic Forum**

4. BBC. В рейтинге лучших систем образования Россия – последняя. [Электронный ресурс] URL: [http://www.bbc.co.uk/russian/society/2012/11/121127\\_best\\_education\\_rating\\_person.html](http://www.bbc.co.uk/russian/society/2012/11/121127_best_education_rating_person.html).
5. **Гаврилова Н.М.** Опыт инновационного развития Финляндии и Израиля // Мировая экономика и международные отношения. –2012. –№ 8. –С. 59-67.
6. **Lundvall B.-A.** A note on characteristics of and recent trends in national policy strategies of Denmark, Finland and Sweden. [Электронный ресурс] URL: [http://www2.business.aau.dk/digitalAssets/52/52578\\_17.pdf](http://www2.business.aau.dk/digitalAssets/52/52578_17.pdf).
7. **Knapp J.** Crisis-Exit: "Finnish Paradigm" Appeals To Slovenia. [Электронный ресурс] URL: <http://www.europeaninstitute.org/Special-G-20-Issue-on-Financial-Reform/crisis-exit-finnish-paradigm-appeals-to-slovenia.html>.
8. **Ганжела В.Э.** Влияние новых технологий на формирование стратегии развития в эпоху глобализации: опыт Финляндии // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. –2009. – № 3. – С. 110-112.
9. Финляндия приняла новый план развития энергетики [Электронный ресурс] URL: <http://aenergy.ru/1862>.
10. Инновационные технологии в арктической ветроэнергетике в Финляндии набирают темпы роста [Электронный ресурс] URL: [http://professional.ru/Soobschestva/alternativnaya\\_energetikavetryaki\\_solnechnye\\_2193/innovacionnye\\_tehnologii\\_v\\_arkticheskoy\\_32038260#topic](http://professional.ru/Soobschestva/alternativnaya_energetikavetryaki_solnechnye_2193/innovacionnye_tehnologii_v_arkticheskoy_32038260#topic).
11. Энергетика Финляндии [Электронный ресурс] URL: [http://www.infofin.ru/p\\_45.php](http://www.infofin.ru/p_45.php).
12. Biogas Research in Savonia UAS // Savonia АМК.
13. "Savo-Solar" получила международную премию за инновации в солнечной энергетике [Электронный ресурс] URL: <http://www.goodnewsfinland.ru/arhiv/novosti/db21b8f4/>.
14. Технологический Университет Лаппеенранты строит самую большую солнечную электростанцию в Финляндии [Электронный ресурс] URL: <http://www.frametech.ru/?page=news&id=26>.
15. Финская система утилизации отходов на солнечных батареях [Электронный ресурс] URL: [http://eco2eco.ru/news/2012/07/12/news\\_163.html](http://eco2eco.ru/news/2012/07/12/news_163.html).
16. **Новиков С.** Зеленый экспорт // Эксперт. –2011. – № 42. – С.110-113.
17. Финляндия – мировой лидер в области информационных технологий [Электронный ресурс] URL: <http://www.goodnewsfinland.ru/arhiv/novosti/f54c6396>

- 18. Шлямин В.А.** Финляндия торговый партнер России // Информационно-аналитический справочник. СПб., 2010. – 170 с.
- 19. Радченко А.** Инновационная система Финляндии // Научная жизнь. 2011. № 1. [Электронный ресурс] URL: [http://meres.ru/old/index.php?option=com\\_content&task=view&id=182.html](http://meres.ru/old/index.php?option=com_content&task=view&id=182.html)
- 20. Савинов Ю.А., Абрамова А.В.** Влияние информационных технологий на конкурентоспособность стран в мировой экономике // Вопросы статистики. – 2006. – № 5. – С. 8-13.
- 21. Финляндия лидирует по занятости населения в ИКТ** [Электронный ресурс] URL: <http://www.un.org/russian/news/story.asp?newsID=16991#.UZCUxKJAlyw>
- 22. Компании, опасные для экономики родной страны** [Электронный ресурс] URL: <http://kapital.kz/ratings/231/kompanii-opasnye-dlya-ekonomiki-rodnoj-strany.html>
- 23. Погодин С.Н.** Международная деятельность Финляндии в сфере безопасности // Международные отношения и диалог культур. – № 1 (2012). – С. 8-26.

**РАЗДЕЛ II.**  
**РЕГИОНАЛЬНАЯ И ОТРАСЛЕВАЯ ЭКОНОМИКА**

**УДК 330.322.16**

**И. А. Бабкин, Н. И. Бабкина**

**ЭТАПЫ И ПОКАЗАТЕЛИ ДЛЯ ОЦЕНКИ ИННОВАЦИОННОГО  
ПОТЕНЦИАЛА ПРОМЫШЛЕННОГО КЛАСТЕРА**

В современном мире инновации приобретают все большее значение для повышения конкурентоспособности и устойчивого роста национальных экономик. По определению Лундвала и Нельсона – «инновации представляют собой комплексный процесс, объединяющий различных участников, таких, как фирмы, производители новых знаний, технологические центры, аналитические центры, которые соединены множеством взаимосвязей, создающими таким образом инновационную систему» [1]. В целом ряде исследований было показано, что инновационная система и экономика знаний, основанная на сочетании свободного обмена фундаментальной научной информацией и комплексным патентованием всех сторон бизнеса, является основой формирования кластеров и позиционирования регионов в глобальной конкуренции. В странах ОЭСР кластеры уже становятся движущими силами создания национальной инновационной системы. Кластеры можно считать инновационными системами, но меньшего масштаба, чем НИС.

Однако, как показывает практика, управление инновационными процессами на национальном уровне малоэффективно, поскольку национальные границы в инновационных процессах стираются в результате разрыва цепочки создания добавленной стоимости транснациональными корпорациями, которые размещаются там, где находят локальные преимущества. Таким образом, регион становится естественной экономической областью в условиях глобализации.

Инновационное развитие региона определяется инновационным потенциалом и состоянием процесса передачи знаний в производство.

Для организации процесса создания знаний и механизма их передачи необходимо создание структуры, обеспечивающей взаимосвязь науки, образования и производства в виде промышленного кластера. Промышленный кластер создается на основе уже имеющихся и действующих предприятий и организаций через реорганизацию и новое структурирование.

Под промышленным кластером будем понимать группу территориально локализованных предприятий, научно-производственных и финансовых компаний, связанных между собой по технологической цепочке или ориентированных на общий рынок ресурсов или потребителей (сетевая взаимосвязь), имеющих сетевую форму управления, конкурентоспособных на определенном уровне и способных генерировать инновационную составляющую как основу их конкурентоспособности на рынках.

Кластеры выступают в качестве средства повышения конкурентоспособности экономики региона, перехода к производственным процессам с большей добавленной стоимостью, способствуют установлению конструктивных взаимоотношений между предприятиями, исследовательскими, образовательными, финансовыми учреждениями и органами власти.

В современной экономике кластеры становятся одной из наиболее эффективных форм интеграции финансового и интеллектуального капитала, обеспечивающей необходимые конкурентные преимущества. Несмотря на последовательные и убедительные призывы руководства страны к переходу на инновационный курс развития, Россия продолжает далеко отставать от развитых стран. Современные тенденции развития инновационной деятельности в России далеко не в полной мере отвечают ожиданиям, связанным с формированием экономики инновационного типа, обеспечением динамичного устойчивого роста, повышением конкурентоспособности продукции и качества жизни населения.

К сожалению, в России институциональная среда до сих пор создает больше препятствий, чем стимулов к развитию экономики по инновационному пути. Причины такого положения дел подробно проанализированы в работе С. Валентей.

Стало очевидно, что решение проблемы перехода экономики в инновационную, возможно только путем кардинальной модернизации техники и технологий, кадровой, управляющей и инфраструктурной базы.

Детальный анализ факторов конкурентоспособности проведен в работе профессора Гарвардской школы бизнеса Майкла Портера "Конкурентные преимущества наций", вышедшей впервые в 1990 году. Именно под влиянием теории М. Портера во многих странах при совершенствовании структуры экономики стал использоваться кластерный метод производственной организации.

Наглядным доказательством роста научного интереса к кластерной концепции служит рост количества публикаций, посвященных данной проблематике [2–7].

Соответствующая литература, которая привела к нашему текущему пониманию кластеров, датируется к 19-ому столетию. Фундаментальные вклады были сделаны на основе экономической географии, экономики, менеджменте и управленческой литературе. В международном мире преобладает разнообразие в восприятии кластеров, не существует однородного и универсального определения.

Феномен кластера, как объекта экономической агломерации взаимосвязанных предприятий на некоторой территории, известен со времен ремесленного производства. Тем не менее, многие исследователи [Bathelt, 1998; Ketels, 2003; Krugman, 1991; Scott & Storper, 1992; Audretsch, 1998] считают, что именно А. Маршалл в своей работе «Принципы экономической теории» [A. Marshall, 1890] первым эмпирически доказал, что производительность фирм и результаты их деятельности напрямую зависят от их размещения и географической близости экономических агентов. Важным в



экономике локализации А. Маршалла является то, что все формы и виды коммерческой деятельности принадлежат к одному сектору промышленности и близость фирм увеличивает инновационные возможности всех индустрий данной местности.

Основоположником современной кластерной концепции принято считать американского экономиста, профессора Гарвардской бизнес школы Майкла Портера, который в своих работах об индустриальных кластерах (*The Competitive Advantage of Nations*, 1990) и, затем, о региональных кластерах (*On Competition*, 1998), подробно описывает тесные взаимосвязи между кластерным партнерством и конкурентоспособностью фирм и отраслей промышленности. Портер определяет кластер как «сконцентрированные по географическому признаку группы взаимосвязанных компаний, специализированных поставщиков, поставщиков услуг, фирм в соответствующих отраслях, а также связанных с их деятельностью организаций (например, университетов, агентств по стандартизации, торговых объединений) в определенных областях, конкурирующих, но вместе с тем и ведущих совместную работу».

Подводя итог краткому анализу литературы, можно отметить, что на сегодняшний день существуют значительные пробелы в применении кластерной концепции, как на теоретическом, так и методическом уровне. Нечеткость в определении и сложности с выявлением границ кластеров в пространстве следует признать главным недостатком используемого термина «кластер». Это привело к тому, что существует много различных толкований термина «кластер» и за кластер принимается или кластером называется то, что на самом деле кластером не является [см. Clara, 2000; *Regional clusters...*, 2002; Martin, Sunley, 2003].

При всем многообразии подходов к определению понятия «кластер» основными, неотъемлемыми элементами кластера являются географическое соседство, межфирменная сеть и межорганизационная, или институциональная, сеть; собранные

вместе, эти показатели отличают кластер от любого другого социально-экономического явления.

Несмотря на значительное число кластерных исследований, категория промышленного кластера до сих пор продолжает оставаться дискуссионной.

Неоднородность подходов к определению кластеров задает и множественность способов идентификации кластеров, включающих как количественные, так и качественные методы.

Каждому подходу присущи как сильные, так и слабые стороны. Существует общее мнение, что для распознавания кластеров, необходимо соединить качественный и количественный анализ.

Оценка эффективности функционирования кластера может быть произведена: с позиции входящего в него отдельного (в том числе малого) предприятия, с позиции эффективности функционирования кластера в целом, с позиции влияния деятельности кластера на развитие территории.

В целом оценку кластеров можно разбить на три этапа. Методы оценки кластера:

*I этап.* Идентификация кластера. Методы:

1. SWOT-анализ региона. 2. Коэффициенты локализации и другие коэффициенты. 3. Производственные межотраслевые балансы / Инновационные межотраслевые балансы. 4. Теория графов/сетевой анализ. 5. Методология конкурентных преимуществ М. Портера.

*II этап.* Оценка деятельности кластера. Методы:

1. Экономико-математическое моделирование. Регрессионные модели (Зависимая переменная – количество патентов, объем расходов в НИОКР, объем инновационной продукции). 2. Интегральные индексы на основе системы индикаторов. 3. Карта мотивации участников кластера. 4. Метод оценки эффективности кластерных взаимодействий. 5. Оценка синергетического эффекта. 6. Оценка структурных воздействий кластера на экономику региона.

*III этап.* Разработка механизмов повышения эффективности функционирования кластера. Стратегия развития кластера:

1. Оценка конкурентного преимущества.
2. Портфельный анализ инвестиционных проектов.
3. Разработка программы развития.

Для оценки уровня инновационного потенциала кластера можно использовать следующую последовательность:

1. Выбор частных показателей.
2. Выбор показателей для обобщенной оценки уровня инновационного потенциала.
3. Оценка обобщенных показателей уровня инновационного потенциала.
4. Оценка интегрального показателя инновационного потенциала.

Можно выделить подходы к оценке инновационного потенциала. В последнее время это понятие находит все большее распространение, появляются самостоятельные исследования, посвященные анализу различных подходов к изучению этого понятия. Можно выделить несколько наиболее распространенных из них.

Ни один из подходов не является четкой, законченной, законодательно закрепленной базой для оценки инновационного потенциала.

Анализ существующих подходов к проблеме оценки инновационного потенциала позволяет сделать вывод о многогранности рассматриваемой характеристики и необходимости моделирования ее интегрального, охватывающего все стороны проблемы и, одновременно, доступного для понимания и исследования, показателя. Иными словами, требуется такой подход к оценке инновационного потенциала, который бы, с одной стороны, отражал разные аспекты инновационного потенциала, но, с другой стороны, не был информационно перегруженным и включал в себя только то, что действительно имеет стратегическое значение.

Рассмотренные подходы к оценке инновационного потенциала не обособлены друг от друга, находятся в неразрывной взаимосвязи и дополняют друг друга при определенных условиях.

Методика оценки инновационного потенциала включает следующие аспекты.

1. Разбиение инновационного потенциала на составляющие.
2. Введение гибкой системы показателей оценки инновационного

потенциала.

3. Использование единой нормировки параметров.

4. Введение понятий динамической функций инновационного потенциала.

5. Определение показателей инновационного потенциала по каждой из составляющих. При этом следует по возможности использовать количественные оценки. По каждой из составляющих инновационного потенциала можно вычислить функцию  $\Psi_i$ , определяющую ее инновационный потенциал:

$$Q_i = \sum_{j=1}^m s_j n_{ij}; \sum_{j=1}^m s_j = 1,$$

где  $n_{ij}$  –  $j$ -й показатель  $i$ -й составляющей инновационного потенциала (в зависимости от модели вычисляется по формулам 2–4);  $s_j$  – весовой коэффициент –  $j$ -го показателя;  $m$  – число показателей в составе данного раздела инновационного потенциала. Весовые коэффициенты показателей определяются экспертно по каждой из составляющих инновационного потенциала.

6. Вычисление инновационного потенциал как суммы инновационных потенциалов всех его составляющих:

$$Q = \sum_{i=1}^M r_i Q_i; \sum_{i=1}^M r_i = 1,$$

где  $r_i$  – весовой коэффициент –  $i$ -й составляющей инновационного потенциала, определяемые экспертно,  $M$  – число составляющих инновационного потенциала.

Небольшой размер выборки, наряду с широким рядом исследуемых переменных, потребовал предварительной редукции факторов, в связи с чем была осуществлена следующая последовательность статистических приемов анализа данных:

- факторный анализ, для выбора наиболее информативных переменных;

- корреляционный анализ, в целях определения факторных переменных, непосредственно связанных с результирующими показателями, и исключения факторных признаков, тесно связанных между собой (выявление мультиколлинеарных переменных);

- формирование множества независимых факторов для построения регрессионных уравнений путем использования результатов корреляционного и факторного анализов;

- построение уравнений регрессии, как для обобщенного пространства факторов, так и для их внутреннего и внешнего подмножеств.

Таким образом, можно выделить и рекомендовать следующие совокупности показателей (табл. 1).

Таблица 1. Классификация показателей

Группа показателей	Показатели
<b>Кадровый потенциал</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Среднесписочная численность работающих, чел.;</li> <li>• Коэффициент миграционного прироста (на 10000 человек)</li> <li>• Доля квалифицированных кадров Зкв в общей численности занятых Зк               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Доля работающих, занятых в осуществлении инновационной деятельности,</li> <li>• Доля работающих, занятых в проведении НИОКР, %</li> <li>• Доля работающих, имеющих ученую степень, %</li> </ul> </li> </ul>
<b>Научный потенциал</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Доля образованного населения в регионе</li> <li>• Количество вузов на 10000 населения</li> <li>• Количество НИИ на 1000 исследователей, занятых исследованиями и разработками               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Число организаций, ведущих исследования и разработки в общем количестве предприятий региона</li> <li>• Доля выданных патентов в поступивших патентных заявках</li> </ul> </li> </ul>
<b>Производственно-технологический потенциал</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Продукция, производимой в рамках кластера и идущая на экспорт в стоимостном или натуральном выражении по каждому отдельному виду товаров и услуг;               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Производство отдельных видов продукции (товаров, услуг) в стоимостном (без учета НДС и акцизов) или натуральном выражении;</li> <li>• Производство отдельных видов продукции (товаров, услуг) в процентах от общего объема</li> <li>• Трудоемкость произведенной предприятием продукции;</li> <li>• Природно-ресурсный потенциал (объем разведанных извлекаемых природных ресурсов в текущих ценах);</li> <li>• Производительность персонала, занятого исследованиями и разработками</li> <li>• Использование ИКТ промышленными предприятиями</li> </ul> </li> </ul>
<b>Финансово-экономический потенциал</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Удельный вес затрат на технологические инновации в затратах предприятий</li> <li>• Среднегодовая стоимость основных производственных фондов, руб.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Оборотные средства, руб.;</li> <li>• Нематериальные активы (без интеллектуальных инвестиций), руб.;</li> <li>• Интеллектуальные инвестиции (вложения в подготовку кадров, «ноу-хау», НИОКР) и инновационный фонд (финансирование новейших научно-технических разработок и рискованных проектов), руб.;</li> <li>• Финансовые инвестиции, руб.</li> <li>• Балансовая прибыль (прирост, убыток), руб.;</li> <li>• Выручка от реализации продукции, руб.;</li> <li>• Рентабельность, %;</li> </ul>
<b>Организационно-управленческий потенциал</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Темп прироста новых предприятий</li> <li>• Прирост малых и средних предприятий</li> <li>• Количество бизнес-инкубаторов на 1000 малых предприятий</li> <li>• Количество технопарков на 1000 малых предприятий</li> <li>• Сотрудничество в разработке технологических инноваций промышленных предприятий</li> </ul>

В заключение хотелось бы отметить, что категория промышленного кластера до сих пор продолжает оставаться дискуссионной. Несмотря на значительное число отечественных исследований, не сформирована научно обоснованная модель развития и управления кластером с позиции повышения конкурентоспособности экономических систем мезоуровня, не определены механизмы оценки кластерных структур. Рассмотренные этапы и показатели позволят произвести адекватную оценку инновационного потенциала кластера.

*Статья подготовлена при поддержке Российского гуманитарного  
научного фонда (проект № 13-32-01026).*

### **БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:**

- 1. Lundvall B.** National Systems of Innovation: Towards a Theory of Innovation and Interactive Learning. London, 1992; Nelson R. National Systems of Innovation: A Comparative Analysis. Oxford, 1993.
- 2. Bergman E.M., Charles D.** Innovative Clusters: Drivers of National Innovation Systems / Organization for Economic Cooperation and Development, 2001, Paris.;
- 3. Baptista R.** Do Innovations Diffuse Faster within Geographical Clusters? International Journal of Industrial Organization, 18, 2000.;
- 4. Murad S., Hrekh T., Pesotsky K.** MOC Team Project Report: The Moscow Transportation Cluster. - Harvard Business School: Boston, 2006.

5. **Войнаренко М.П.** Кластерные технологии в системе развития предпринимательства, интеграции и привлечения инвестиций. – М.: Дельта, 2003.;
6. **Воронов. А.** Кластеры – новая форма самоорганизации промышленности в условиях конкуренции // Маркетинг. – 2002. – №5 (66);
7. **Ларина Н. И., Макаев А.И.** Кластеризация как путь повышения международной конкурентоспособности страны и регионов // ЭКО. –2006. – №10. – С 1-27.
8. **Артерчук В.Д., Гузньева М.Ю.** Управление инновационным потенциалом предприятия // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. –2012. –№ 46(10). – С. 45.
9. **Бабкин А.В., Мошков А.А., Новиков А.О.** Анализ методов и моделей оценки инновационного потенциала промышленного кластера // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. – 2012. – №4 (151) – С 84-90.
10. **Бабкин А.В., Ноговицына О.С.** Научно-методологические аспекты оценки эффективности инновационной инфраструктуры промышленного комплекса региона / Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. – 2012. –№ 1(139). – С. 56-61.
11. **Бабкин А.В., Хватова Т.Ю.** Модель национальной инновационной системы на основе экономики знаний // Экономика и управление. –2010. – № 12 (62). – С. 170-176.
12. **Бодрунова А.Д.** Innovative potential as a factor in the implementation of innovative business strategy // Экономическое возрождение России. –2010. –№ 4(26). – С. 98-102.
13. **Васильев Ю.С., Диденко Н.И.** Инновации и глобальная экономика // Геополитика и безопасность. –2011. – № 1(13). –С. 65-73.
14. **Волкова Г.Л.** Подход к управлению инновационным потенциалом промышленного предприятия // Экономика и современный менеджмент: теория и практика. – 2013. –№ 28. – С. 83-87.

- 15. Высочин А.Л.** Инновационный потенциал российской промышленности и проблема его оценки // Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов. –2011. –№ 6. – С. 67а-69.
- 16. Глухова Л.В., Глухова А.А.** Управление формированием и развитием инновационного потенциала предприятий в условиях кризиса // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. –2009. –№ 17. –С. 107-112.
- 17. Егоров Н.Е., Ковров Г.С., Павлова С.Н., Бабкин А.В.** Комплексный подход к управлению инновационной деятельностью предприятия // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. –2010. – № 3(99). – С. 126-132.
- 18. Заглумина Н.А.** Управление инновационными процессами на предприятии на основе оценки совокупного инновационного потенциала // Инновации. – 2010. –№ 2. – С. 109-113.
- 19. Коршунова Е.Д., Ильичева Е.С.** Управление инновационным потенциалом промышленного предприятия: концептуальные основы, этапы управления, метод оценки // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2012. –№ 81. –С. 852-861.
- 20. Курочкина А.А., Островская Е.Н.** Сущность и особенности формирования вертикально интегрированных объединений в российской экономике // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. – 2012. – № 6(161). –С. 94-99.
- 21. Кушбокова Р.Х., Шамурзаев З.С., Мисаков В.С.** Некоторые подходы к управлению инновационным потенциалом промышленного предприятия // Terra Economicus. –2009. –Т. 7. № 4-3. –С. 123-125.
- 22. Кычкин Д.Е., Паутова А.В., Золотарев В.И.** Управление инновационным развитием кадрового потенциала организации // Транспортное дело России. –2011. –№ 8. –С. 56-58.
- 23. Тхань Л.В., Дикая З.А.** Анализ и оценка состояния инновационного потенциала промышленных предприятий // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. – 2008. –№6(68). – С. 226-230.



- 24. Михаленко Д.Г., Афоничкина Е.А.** Формирование вектора развития интегрированной экономической системы // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. –2012. –№. 5(156). –С. 78-84.
- 25. Новиков А.О., Бабкин А.В.** Анализ подходов и методов оценки инновационного потенциала предприятия // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. –2009. –Т. 2-2. № 75. –С 193-204.
- 26. Овчаренко Н.А.** Методологические подходы к созданию и развитию конкурентной среды в промышленности России // Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов. –2011. –№ 4. –С. 20-26.
- 27. Попов А.И., Плотников В.А.** Инновационно-креативный потенциал — основа наукоемкой экономики // Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов. –2011. – № 4. – С. 134-136.
- 28. Пшеничников В.В., Бабкин А.В., Бичева Е.Е.** О причинах мирового финансового кризиса и его последствиях для российской экономики // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. –2009. – № 4 (81). – С. 9-17.
- 29. Цацулин А.Н., Бабкин А.В.** Экономический анализ комплексной инновационной активности: сущность и подходы // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. –2012. –№ 4 (151). – С. 132-144.

## **ОБОБЩЕННАЯ МОДЕЛЬ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА**

Государственно-частное партнерство (ГЧП) – один из эффективных механизмов инвестирования в современной экономике. Масштабы его применения позволили сформировать совокупность типовых моделей организационно-экономической реализации. [1]. Особенности практики нормативно-правового регулирования ГЧП в России, сочетающей в себе начала централизации и децентрализации, разграничения полномочий и организацию взаимодействия всех уровней публичного управления, включая уровень субъектов федерации, ранее описаны К.В. Хлебниковым. [2]. В данной статье на основе сравнения с частной моделью представлена обобщенная модель ГЧП.

### **Частная модель**

Взаимодействие государства и бизнеса – это взаимодействие крупного экономически сильного партнера (государства) и партнера, существенно меньшего по финансовым возможностям, но более оперативного в действиях (бизнеса). Партнеры соединяют свои усилия и ресурсы с целью решения конкретной экономической (социальной, экологической) задачи.

Для государства вкладываемые ресурсы не являются существенной долей ВВП и экономически мало значимы в общем объеме государственных возможностей. Проблема состоит в широком и избыточном круге задач государства, что ведет к постоянному дефициту государственных ресурсов.

Для частного партнера взаимодействие с государством в рамках конкретного партнерства может иметь существенные последствия. Для малого и среднего бизнеса часто объединение ресурсов с государственными требует практически всех имеющихся ресурсов

предприятия. Для крупного бизнеса такое партнерство связано со значимым перераспределением имеющихся ресурсов бизнеса.

В общем виде постановка задачи связана с определением:

$x$  – вклад государства;

$y$  – вклад бизнеса.

Сумма вкладываемых ресурсов образует требуемую сумму, которая частично зависит от  $y$ :

$$x + y = Z(x).$$

Чем больше средств вкладывает государство, тем меньше потребуются кредитного ресурса и тем меньше проценты на привлекаемые кредиты. Гарантии государства способствуют, как правило, привлечению более «дешевых» финансовых ресурсов. Участие государства также способствует уменьшению сроков реализации, особенно предварительной стадии.

На стадии реализации проекта участие государства может способствовать ускоренному росту окупаемости за счет привлечения заказчиков.

Получаемый «явный» выигрыш  $D$  делится между участниками:

$$D_1 = D x / (x + y), \quad D_2 = D y / (x + y).$$

«Неявный» выигрыш каждый из участников оценивает самостоятельно и получают, соответственно:

$$\Delta D_1 \text{ и } \Delta D_2.$$

Доходность партнерства в результате оказывается равной:

$$D x / (x + y) + \Delta D_1 \text{ и } D y / (x + y) + \Delta D_2,$$

и, следовательно, удельная доходность затрат каждого из партнеров составит:

$$\text{для государства} \quad V_1 = D / (x + y) + \Delta D_1 / x,$$

$$\text{для бизнес-партнера} \quad V_2 = D / (x + y) + \Delta D_2 / y.$$

Стремясь к максимизации своего результата, каждый из участников частно-государственного партнерства стремится, соответственно, к максимуму:

$$\max V_1 \text{ и } \max V_2.$$

Возникает классическая игровая ситуация, для которой следует определить  $x$  и  $y$ .

Сложность решения задачи связана со следующими обстоятельствами:

«неявные» доходы партнеров не известны в полной степени другому участнику;

затраты участников имеют вероятностный характер;

доходы (явные и неявные) имеют значительную вероятностную составляющую;

затраты и доходы являются динамическими потоками;

«неявный» доход бизнес-партнера зависит от степени участия государства.

В общем виде задача оказывается вероятностной с большим числом влияющих детерминированных ( $k, r, h$ ) и вероятностных ( $\mu, \rho, \omega$ ) факторов:

$$D(t, k, \mu) x(t, k, r, h) / (x(t, k, r, h) + y(t, x, k, r, h)) + \Delta D_1(t, r, \rho) \text{ и} \\ D(t, k, \mu) y(t, x, k, r, h) / (x(t, k, r, h) + y(t, x, k, r, h)) + \Delta D_2(t, x, h, \omega) .$$

При реализации проекта взаимодействуют государственная власть, как представитель общественных целей и интересов, и бизнес. Если на проект требуется  $Z$  ресурсов, то они складываются из  $x$ , предоставляемых государством, и  $y$ , предоставляемых бизнесом. Размер государственных инвестиций может быть от 0 до  $X$ :

$$0 \leq x \leq Z .$$

Участие государства может быть прямым, когда  $x$  более нуля, и косвенным, когда изменяются условия функционирования бизнеса и у него появляются дополнительные ресурсы (снижаются его расходы). Например, предоставляются льготы по основной деятельности с условием, что получаемые ресурсы вкладываются в согласуемый проект.

Частный капитал, принимая участие в государственно-частном партнерстве, получает результат проекта при меньшем объеме собственных инвестиций.

Общее время реализации проекта  $T$  зависит от размера вкладываемых средств. Чем больше привлекается первоначальных инвестиций, тем меньше будет их общий объем и тем меньше срок от начала проекта до появления результата (прибыли), т. е. величины  $T$  и  $Z$  являются функциями переменной  $x$ :

$$T(x), Z(x).$$

### Общая модель

В общем виде постановка задачи связана с определением:

$x$  – вклад государства;  $f_j(g_{kj})$  – признак выбираемого  $j$ -го мероприятия (равно 0 или 1) и совокупности значений параметров  $j$ -го мероприятия;  $g_{kj}$  – значение  $k$ -го признака  $j$ -го мероприятия;  $y_s$  – вклад  $s$ -го участника со стороны бизнеса.

Сумма вкладываемых ресурсов образует требуемую сумму, которая частично зависит от  $y$ :

$$x + \sum_s y_s = Z(x).$$

Получаемый «явный» выигрыш  $D$  делится между участниками:

$$D_1 = D(f_j(g_{kj}), y_s, x) x / (x + \sum_s y_s), \quad D_{2s} = D(f_j(g_{kj}), y_s, x) y_s / (x + \sum_s y_s).$$

«Неявный» выигрыш каждый из участников оценивает самостоятельно и получают, соответственно:

$$\Delta D_1(f_j(g_{kj}), y, x) \text{ и } \Delta D_{2s}(f_j(g_{kj}), y, x).$$

Доходность партнерства в результате оказывается, соответственно, равной:

$$D(f_j(g_{kj}), y_s, x) x / (x + \sum_s y_s) + \Delta D_1(f_j(g_{kj}), y, x) \text{ и } \\ D(f_j(g_{kj}), y, x) y / (x + \sum_s y_s) + \Delta D_{2s}(f_j(g_{kj}), y, x),$$

и, следовательно, удельная доходность затрат каждого из партнеров составит:

для государства

$$V_1 = D(f_j(g_{kj}), y_s, x) / (x + \sum_s y_s) + \Delta D_1(f_j(g_{kj}), y_s, x) / x,$$

для бизнес-партнера

$$V_{2s} = D(f_j(g_{kj}), y_s, x) / (x + \sum_s y_s) + \Delta D_{2s}(f_j(g_{kj}), y_s, x) / y_s.$$

Стремясь к максимизации своего результата, каждый из участников частно-государственного партнерства стремится, соответственно, к максимуму:

$$\max V_1 (y_s, x, f_j (g_{kj})) \text{ и } \max V_{2s} (y_s, x, f_j (g_{kj})).$$

В результате решения задачи выбирается:

$f_j$  – набор мероприятий, характеризующих взаимодействие государства и бизнеса ( $j = 1, 2, 3 \dots$ );  $g_{kj}$  – совокупность параметров выбранных мероприятий ( $j = 1, 2, 3, \dots$ ;  $k = 1, 2, 3, \dots$ );  $y_s$  – предпочтительный финансовый вклад каждого из участников со стороны бизнеса;  $x$  – предпочтительный финансовый вклад государства.

### **Синергетический эффект**

Партнерство государства и бизнеса отличается неравенством возможностей партнеров. Для бизнеса партнер государство в лице его структур разного уровня. С целью расширения привлекаемых ресурсов бизнес участник может организовать несколько соглашений о партнерстве разного уровня, дополняющих друг друга. Для государства взаимоотношение с бизнесом имеет – это сочетание разных проектов. Они могут дополнять возможности друг друга, а могут и вступить в противоречие. Задача государственной структуры – организовать системы партнерства, обеспечивая синергетическую составляющую и избегая противоречий. Например, одна из ошибок региональной власти состоит в стремлении максимального привлечения частного инвестиционного капитала в развитие экономики, без достаточного внимания развитию инфраструктуры. В результате растущий бизнес попадает в ситуацию дефицита энергообеспечения, транспортных связей, трудовых ресурсов.

В общем виде постановка задачи связана с определением:

$x_i$  - вклад государства в  $i$ -й проект ;

$X$  – общий ресурс государства;

$y$  - вклад бизнеса.

Сумма вкладываемых ресурсов образует требуемую сумму, которая частично зависит от  $y$ :

$$x_i + y = Z(x_i), \\ \sum_i x_i = X$$

Получаемый «явный» выигрыш  $D$  делится между участниками:

$$D_{1i} = D x_i / (x_i + y), \quad D_2 = D y / (x_i + y).$$

«Неявный» выигрыш каждый из участников оценивает самостоятельно и получают, соответственно:

$$\Delta D_{1i} \text{ и } \Delta D_2.$$

Доходность партнерства в результате оказывается равной:

$$D x_i / (x_i + y) + \Delta D_{1i} \text{ и } D y / (x_i + y) + \Delta D_2,$$

Общая доходность государства  $\sum_i (D x_i / (x_i + y) + \Delta D_{1i}) + S$ , где  $S$  – синергетический эффект совокупности проектов (положительный или отрицательный).

И, следовательно, удельная доходность затрат каждого из партнеров составит:

$$\text{для государства } V_1 = (\sum_i (D x_i / (x_i + y) + \Delta D_{1i}) + S) / X,$$

$$\text{для бизнес-партнера } V_{2i} = D / (x_i + y) + \Delta D_2 / y.$$

Стремясь к максимизации своего результата, каждый из участников частно-государственного партнерства стремится, соответственно, к максимуму:

$$\max V_1 \text{ и } \max V_{2i}.$$

### **Оценка со стороны предпринимателя**

Параметры проекта:

время исполнения –  $T$ ;

затраты на исполнение –  $C$ ;

годовые доходы –  $R$ .

Если предположить, что предприниматель, заинтересованный в исполнении проекта, его реализует самостоятельно, то соответствующие параметры окажутся  $T$  и  $C$ . Чем больше срок реализации проекта, тем больше потребуются затраты на его исполнение и тем дальше отстоит период времени появления доходов.

Появление государства как партнера ведет к уменьшению времени и затрат. Реальные параметры оказываются:

$$t = T - \Delta T,$$

$$c = C - \Delta C.$$

Снижение затрат связано не только с сокращением времени. Государство может взять часть расходов на бюджет, его участие позволит привлечь кредиты с меньшей процентной ставкой и т. п.

Параметры  $\Delta T$  и  $\Delta C$  изменяются в зависимости от масштабов участия государства. Чем больше масштаб его участия, тем меньше сроки и затраты на реализацию проекта. Однако, одновременно уменьшаются размеры годового дохода при реализации проекта, приходящиеся на предпринимателя:

$$r = R - \Delta R .$$

В отличие от владения объектом, предприниматель получает часть годового дохода или годовой доход на ограниченный интервал времени. Принимая решение об участии в проекте с государством, предприниматель взвешивает собственные расходы и доходы в рамках конкретного проекта ГЧП. Фактически это классическое сопоставление финансовых потоков.

Однако специфика партнерства с государством со стороны предпринимателя состоит в том, что государство – это крайне выгодный партнер. Участие в партнерстве с государством повышает престиж предпринимателя, развивает его бизнес, служит гарантией появления проектов в будущем. Это позволяет предпринимателю соглашаться на минимальный процент прибыли в рамках проекта партнерства с государством, предполагая появление доходов в будущих периодах.

### **Оценка со стороны государства**

Поведение государства в рамках партнерства с бизнесом частично повторяет позицию предпринимателя. Государство могло бы взяться за реализацию проекта самостоятельно, опираясь на



бюджетные источники финансирования. В этом случае параметры проекта были бы

время исполнения –  $T$ ;

затраты на исполнение –  $C$ ;

годовые доходы –  $R$ ;

прирост налоговых поступлений в бюджеты различных уровней –  $N$ .

Привлечение предпринимателя в качестве партнера позволяет уменьшить государственные расходы и время на реализацию проекта. Размер их сокращения пропорционален масштабу инвестиций со стороны предпринимателя – партнера.

Однако для государства, имеющего дефицит бюджетных средств, необходимо учитывать, что отвлечение бюджетных ресурсов в проект партнерства государства и бизнеса сопровождается сокращением других социальных проектов. Бюджетные средства не только связываются на некоторое время в проекте ГЧП, но и одновременно сопровождаются упущенными социальными доходами в прочих направлениях:

$$c = C + \alpha C,$$

где  $\alpha$  – удельные потери из-за отвлечения средств из социальной сферы.

Привлекая предпринимателя в партнерство, государство понимает дополнительную выгоду от социального использования сэкономленных бюджетных средств. Если общий размер инвестиций составляет  $A$ , а часть вкладываемых государственных средств  $C$ , то дополнительная выгода от использования сэкономленных ресурсов составит

$$(A - C) \alpha .$$

Государственно-частное партнерство становится одним из эффективных инструментов развития бизнеса во всех развитых странах. Оно позволяет в полной мере увязать интересы общества и конкретного предпринимателя, объединить государственные и

коммерческие ресурсы. Его высокая значимость и масштабность требуют детального предварительного анализа, что должно базироваться на конкретных математических моделях.

#### **БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:**

- 1. Глухов В.В., Сафонов М.М.** Типовые модели государственно-частного партнерства // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского политехнического университета. Экономические науки. – 2010. – № 6(112). – С. 170-174
- 2. Хлебников К.В.** Особенности государственно-частного партнерства на уровне субъектов федерации// Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского политехнического университета. Экономические науки. – 2012. – № 1(139) – С. 18-22
- 3. Глухов В.В., Сафонов М.М.** Партнерство государства и бизнеса. СПб., изд-во СПбГПУ. – 2012.
- 4. Варнавский В.Г.** Партнерство государства и частного сектора: формы, проекты, риски. – М.: Наука, 2005.
- 5. Клейнер Г.Б.** Государство, общество, бизнес: взаимодействие в целях модернизации. Сб. Россия в глобализирующемся мире. Под ред. Львова Д.С., Клейнера Г.Б. – М.: Наука, 2007.

## **ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ РЕГИОНА: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ И МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**

Сложившаяся к началу XXI века социально-экономическая ситуация в России способствовала стремлению регионов активизировать усилия по выработке самостоятельной хозяйственной политики, направленной на расширение возможностей привлечения инвестиционных средств в регион, обретение устойчивости и развитие входящих в регион территорий. Каждый из субъектов Федерации, располагая определенными нормативно-правовыми и организационными ресурсами, должен разрабатывать комплексные стратегии различных уровней, служащих способом определения приоритетных направлений в развитии региона.

В современной литературе рассматривают регион как многофункциональную и многоаспектную систему. Наибольшее распространение получили четыре парадигмы региона: регион-квазигосударство, регион-квазикорпорация, регион-рынок (рыночный ареал), регион-социум [7]. Если в трудах основоположников региональной экономики регион выступает как сосредоточение природных ресурсов и населения, производства и потребления товаров, сферы обслуживания, то в современных исследованиях регион – субъект экономических отношений, носитель особых экономических интересов. Сторонники системного подхода рассматривают регион как объект стратегического управления, представляющий собой совокупность шести взаимосвязанных макроподсистем [8].

1. региональное хозяйство, включающее инфраструктуру, обеспечивающую жизнедеятельность региона;
2. производственная сфера, в которую входят все отрасли материального производства, производящие валовой продукт;

3. агропромышленный комплекс, включающий сельское и лесное хозяйство, территорию и природные ресурсы как источник богатства;

4. социальная сфера, в состав которой входят все отрасли воспроизводства и духовного развития населения региона;

5. финансово-экономическая сфера, обеспечивающая макроэкономические пропорции, финансовые связи отраслей региона в виде его бюджета;

6. сфера государственных органов, включающая совокупность федеральных, региональных и муниципальных органов власти и контроля в регионе.

Отметим, что социальная сфера при таком подходе выступает как равнозначная подсистема, обуславливающая развитие региона и, соответственно, определяющая выбор стратегии развития.

Приоритетные направления развития региона определяются спецификой его социально-экономического пространства. Одновременно, регион является структурным элементом в системе национальной экономики, что так же необходимо учитывать при формировании стратегии регионального развития. Регионы России сильно дифференцированы по множеству параметров: природно-климатических, социально-демографических, макроэкономических. Такая дифференциация предопределяет необходимость разработки стратегий развития, исходя из имеющихся в каждом регионе конкурентных преимуществ, отражающих специфику регионального потенциала.

Вопрос методологии создания плана стратегического развития региональной системы, на сегодняшний день, раскрыт не полностью. Следует отметить, например, работы [2], [6].

Процесс разработки долгосрочной стратегии развития региона должен строиться на основе выявления факторов конкурентоспособности региона, исходя из типологии региона, мировых и национальных тенденций экономического развития, а также включать этап выбора предпочтительных стратегических альтернатив с применением обоснованных критериев оценки. Учитывая все вышеизложенное, были разработаны основные этапы

## формирования стратегии развития региона (рис 1.)



Рис. 1. Основные этапы формирования стратегии развития регионов

Значительная дифференциация региональных условий хозяйствования – весьма важное обстоятельство для России, объясняющая невозможность существования унифицированной стратегии экономического развития. Выбор конкретной стратегии экономического развития должен обуславливаться типами регионов, обладающих различными конкурентными преимуществами, а отсюда существенно отличающимися целями и стратегиями развития, разными типами экономической политики (формами и методами формирования и реализации).

В качестве наиболее значимых факторов, с точки зрения возможностей развития экономики регионов, можно выделить:

- сложившуюся производственную (секторально-отраслевую) специализацию региона (при наличии таковой), наличие уникальных конкурентоспособных отраслей (производств);
- емкость и доступность рынков сбыта, в том числе: внутри регионального рынка, национального рынка, экспортных рынков;
- доступность и цена ресурсов в регионе;
- технологический уровень, состояние и возраст имеющихся на предприятиях региона производственных мощностей;
- инвестиционный, инновационный, интеллектуальный и трудовой потенциалы региона;
- уровень развития рыночной инфраструктуры в регионе;
- эффективность инновационной инфраструктуры региона;
- уровень развития социальной сферы региона, в том числе интенсивность социальной активности корпораций, имеющих интересы на территории региона.

Каждый регион располагает специфическим сочетанием различных факторов (табл. 1), мониторинг и диагностика которых позволят сформировать представления о возможностях и направлениях стратегического развития региона [3].

Приведенная классификация региональных экономических факторов позволяет рассматривать экономику региона как сложную

взаимосвязанную управляемую систему. При проведении оценки влияния предложенных факторов на стратегическое развитие региона следует провести факторный анализ, который, выделит наиболее значимые факторы, и тем самым позволит сократить число факторов. Необходимо отметить значимость такого фактора, как развитие инновационной инфраструктуры промышленного комплекса региона [1]. Также, важнейшим фактором, который необходимо учитывать при разработке стратегии экономического развития региона, по нашему мнению, является социальная активность компаний, реализующих свои интересы на территории региона.

Таблица 1.

### Классификация факторов стратегического развития региона

<b>ВНУТРЕННИЕ ФАКТОРЫ</b>	
Экономические	Научный потенциал (Научные, консалтинговые и проектные учреждения);
	Агломерационный эффект;
	Теневая экономика;
	Профессиональная структура трудовых ресурсов;
	Занятость; доходы населения (платежеспособный спрос);
	Специализация хозяйства и его структура;
	Уровень комплексности хозяйства;
	Инфраструктурный потенциал (инфраструктура рыночная, производственная);
	Экономико-географическое положение;
	Финансово-инвестиционный потенциал (инвестиционные ресурсы);
	Бюджетный потенциал;
Изношенность основных фондов;	
Социально-демографические	Демографический потенциал:
	Рождаемость, смертность населения;
	Заболеваемость;
	Миграция;
	Социально-культурный потенциал:
	Социальная гармония социума;
	Социальное партнерство;
	Образовательный уровень населения;
Роль гражданского общества;	

	Этнические и религиозные особенности;
	Образ и качество жизни;
	Криминогенность, коррупционность;
	Наличие в соседних регионах очагов конфликтов на национальной и социальной почве;
	Открытость доминирующей культуры внешним влияниям;
	Потенциал социальной инфраструктуры;
	Социальная активность компаний/ уровень социальных инвестиций компаний
	Условия для внедрения социальных и культурных инноваций.
Природные	Наличие участков для промышленно-гражданского строительства;
	Природно-ресурсный потенциал:
	Минерально-сырьевые ресурсы;
	Топливо-энергетические ресурсы;
	Земельные ресурсы;
	Водные ресурсы;
	Лесные ресурсы;
	Рекреационные ресурсы;
	Качество окружающей среды.
Природные условия: климат, рельеф, геология.	
<b>ВНЕШНИЕ ФАКТОРЫ</b>	
Институциональные	Качество институтов, регулирующих взаимоотношения с Федерацией и с органами местного самоуправления;
	Состояние регионального, национального, мирового рынков;
	Уровень приватизации государственной собственности;
	Формы собственности хозяйствующих субъектов;
	Монополизация производства и обеспечение его конкурентоспособности;
	Состояние судебной-правовой системы и арбитражных судов;
	Качество регионального и местного самоуправления;
	Уровень развития организационной структуры регионального и местного самоуправления;
	Качество институтов, регулирующих взаимоотношения с крупными компаниями, имеющими интересы на территории региона
Политические	Геополитика;
	Региональная политика;
	Муниципальная политика;



	Партийное строительство;
	Влияние крупного бизнеса на политическую ситуацию в регионе;
	Состояние взаимоотношений региона с муниципалитетами.
	Состояние федеративных отношений;
Финансовые	Уровень налогообложения;
	Кредитно-инвестиционная система;
	Бюджетная система;
	Финансовые льготы и санкции;
Социокультурные	Наличие в соседних регионах очагов конфликтов на национальной и социальной почве
	Неблагоприятная геополитическая ситуация
	Сложившийся имидж региона
	Открытость доминирующей культуры внешним влияниям
Технологические	Уровень развития информационно-коммуникационных технологий (ИКТ);
	Законодательство по технологиям, доступ к технологиям, защита интеллектуальной собственности.
Экономические	Макроэкономическая ситуация;
	Инфляция и валютная политика;
	Инвестиционный климат;
	Прозрачность и предсказуемость межбюджетных отношений (прежде всего, с федеральным бюджетом);
	Предсказуемость изменения условий для ведения бизнеса: налоговая нагрузка, трудовое законодательство, экологические ограничения, транспортная доступность
	Предсказуемость изменения тарифов;
	Предсказуемость изменения условий внешнеэкономической деятельности.

Рост социальной активности компаний является объективным процессом, происходящим в России при доминирующих позициях государства в условиях слабого развития институтов гражданского общества и низкой социальной активности населения. Рост социальной активности компаний отражается, в том числе в реализации компаниями политики корпоративной социальной ответственности, а так же осознания компаниями необходимости социального инвестирования как дополнительного источника собственного развития. Правила взаимодействия, формы и способы

участия компаний в социальном инвестировании в настоящее время еще находятся на стадии формирования. Тем не менее, отметим тенденцию перехода компаний от благотворительности к реализации эффективных программ социального инвестирования, направленных на социально-экономическое развитие местных сообществ, поддержание инициатив, формирующих благоприятную социальную среду и обеспечивающих баланс интересов населения территорий присутствия компаний.

Например, комплексная программа социальных инвестиций «Газпром нефти» ставит целью «повышение качества жизни в городах присутствия компании, расширение доступа их жителей к качественной городской среде, образованию и культуре. Компания исходит из принципа, что люди, живущие в небольших городах, имеют право на такое же качество социальной среды, что и жители мегаполисов» [9].

Активизация процесса социальной активности компаний крайне важна для экономики страны, с учетом не только значительного различия в уровне экономического развития регионов, но и в уровне развития социальной сферы. В этих условиях для региональных властей актуальной становится задача определения стратегии управления ресурсами социальной сферы с учетом специфики конкретного региона, активное взаимодействие с корпоративным сектором.

Проблема активизации социального инвестирования является особенно актуальной для регионов со значительным количеством моногородов и монопоселений, представляющих собой сложную структуру, в которой город и предприятие неразрывно связаны. Такие предприятия, как правило, имеют на балансе объекты социально-коммунальной сферы и инженерной инфраструктуры, следовательно, вынуждены нести дополнительную социальную нагрузку, обеспечивая условия жизнедеятельности монопоселения.

Компании, имеющие предприятия, являющиеся градообразующими, вынуждены в большей степени ориентироваться

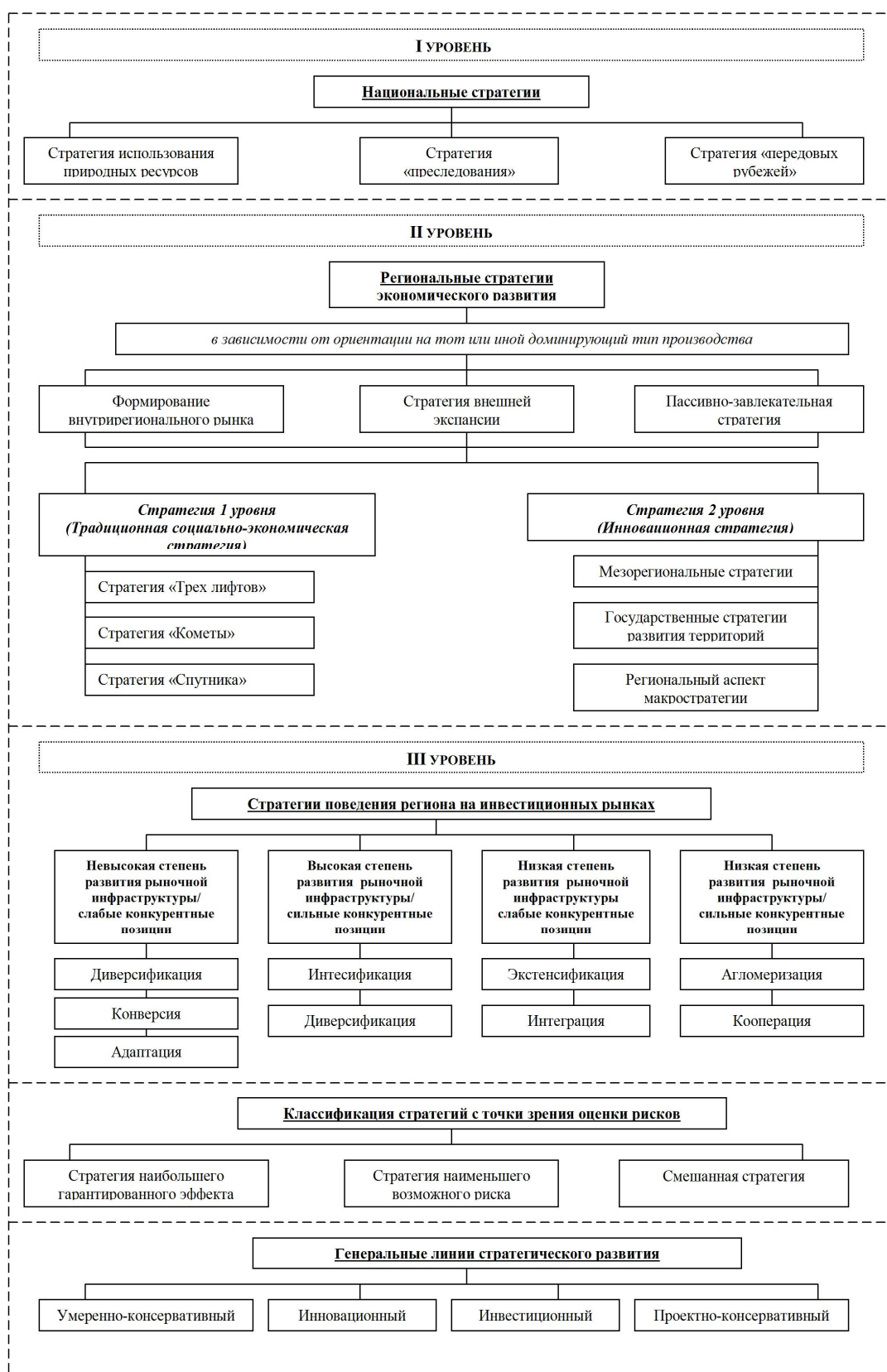
на взаимодействие с местными сообществами, региональными властями. Стратегии социального инвестирования и развития крупных компаний, а также стратегии развития регионов во многом становятся взаимосвязанными (взаимозависимыми).

Таким образом, для региональных властей возникает необходимость оценки эффективности деятельности (социального эффекта) корпоративных социальных инвестиций крупных компаний, действующих в регионе, и учета их влияния на социально-экономическое развитие экономики региона.

Показателями социального эффекта, достигаемого в результате социального инвестирования компаний являются: повышение уровня занятости населения в трудоспособном возрасте; повышение уровня обеспеченности населения жильем; улучшение состояния окружающей среды региона; повышение доступности и качества услуг населению в сфере здравоохранения, транспорта, образования, физической культуры и спорта; снижение социальной напряженности в регионе и т. д. Таким образом, социальные инвестиции компаний, оказывая значительное влияние на рост уровня и качества жизни населения, развитие человеческого потенциала региона, обуславливают формирование обратной связи, выражающееся в росте экономики региона.

Подводя итоги, отметим, что разработанные региональные комплексные стратегии, должны отражать приоритетные направления в развитии региона на основе его места в системе общественного разделения труда, особенностей геополитического положения, объемов производственной и ресурсной базы, развития социальной сферы.

Несмотря на множество как теоретических, так и сугубо практических, классификаций стратегий в целом, вопрос типологии стратегии регионального развития проработан не столь подробно. Рассмотрев имеющиеся в литературе варианты региональных стратегий [4, 5], предлагаем использовать следующую классификацию, при разработке и выборе региональной стратегии развития.



**Рис 2.** Варианты региональных стратегий развития региона

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. **Бабкин А.В., Ноговицына О.С.** Научно-методологические аспекты оценки эффективности инновационной инфраструктуры промышленного комплекса региона // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского политехнического университета. Экономические науки. – 2012. – № 1(139). – С. 56-61
2. **Байков Е.А.** Применение инструментов государственно-частного партнерства в стратегических инвестиционных проектах развития региональной экономики // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского политехнического университета. Экономические науки. – 2012. – № 3(149). – С. 38-41
3. **Гутман С.С., Машина Е.А.** Теоретические основы формирования стратегии развития региона. // Тематический сб. науч. трудов СПбГПУ «Экономические реформы в России», СПб. – 2007. –С. 53-62.
4. **Кустов Д.А.** Разрабатываем региональную инвестиционную стратегию. Методологические аспекты формирования и реализации региональной инвестиционной стратегии. // Российское предпринимательство. – 2009. – № 12-1. – С. 168-172.
5. **Машегов П.Н., Соболева Т.С.** Позиционирование регионов России на основе многомерной классификации и типовые региональные инновационно-инвестиционные стратегии. // Региональная экономика: теория и практика. – 2011. – № 19. – С. 2-10.
6. **Николаев М.А., Махотаева М.Ю.** Методические аспекты межрегионального взаимодействия субъектов Российской Федерации // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского политехнического университета. Экономические науки. – 2012. – № 2-2(144). – С. 53-60.
7. **Сапунов А.В.** Стратегическое управление экономикой региона: механизмы и технологии (На материалах Республики Адыгея): Дис. канд. экон. наук: 08.00.05 Майкоп, 2006. – 155 с.
8. **Фирфарова Н.В.** Повышение эффективности использования экономического потенциала региона: автореферат дис. на соиск. учен. степ. к.э.н.: спец-ть 08.00.05 [Волго-Вятская акад. гос. службы]. – Нижний Новгород: 2006. – 21 с.
9. <http://www.gazprom-neft.aero/social/regions/>. «Родные города», программа социальных инвестиций «Газпром нефти» Дата обращения 17.05.2014.

**ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО  
ПРЕДПРИЯТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА  
В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ:  
ОПРЕДЕЛЕНИЕ И УПРАВЛЕНИЕ**

Современные предприятия постоянно сталкиваются с изменчивостью внешней среды. Благодаря влиянию внешней среды предприятия находятся в непрерывном поиске новых возможностей укрепления и усиления своей конкурентоспособности, а также новых инструментов управления изменениями.

Развитие предприятия – необходимое условие повышения результативности и эффективности его работы в условиях глобальной окружающей среды. Среди факторов динамичного роста экономики любой страны ключевое место занимает малый и средний бизнес (МСБ). Без развития малых и средних предприятий невозможно успешное функционирование крупного бизнеса в стране: малые и средние предприятия оперативно реагируют на изменения внешней среды и зачастую становятся источниками инноваций, которые в дальнейшем может широкомасштабно применять крупный бизнес, обладая большим количеством ресурсных возможностей [1]. Категория малые и средние предприятия в России объединена в одну группу, в связи с чем для них строится единая система механизмов поддержки и стимулирования их развития, а также оценки их производственно-хозяйственной деятельности. При этом следует отметить, что в основном поддержка на законодательном уровне предусмотрена и детально проработана для начинающих предпринимателей и малых предприятий, причем без учета отраслевой специфики и инновационной направленности – отсутствует законодательно зафиксированное понятие инновационного

предприятия. При этом в отдельных отраслях, особенно в промышленной, именно малый и средний бизнес является источником инноваций, а также является базовой точкой роста для развития крупного промышленного бизнеса. Таким образом, в России существует потребность дальнейшей доработки, а также поиска новых способов поддержки и стимулирования развития малых и средних промышленных предприятий, в основе которых заложены не только процессы реновации производственных активов, но и развитие наукоемких технологий, систем управления, развитие инновационного процесса во всех функциональных областях деятельности предприятия. Все вышеперечисленное обуславливает потребность применения концепции управления развитием предприятия к субъектам МСБ, выявление их специфики при работе как на отечественном, так и зарубежных рынках. Управление развитием МСБ должно осуществляться на базе мониторинга потенциала развития каждого отдельно взятого малого и среднего предприятия.

Результативность и эффективность отдельного предприятия в конечном итоге, проявляется в двух факторах: имеющемся потенциале и способностью управлять им, иными словами, это умение и навыки сотрудников предприятия таким образом организовать процесс производственно-хозяйственной деятельности и управлять им, чтобы в максимально и наиболее эффективно задействовать возможности накопленного потенциала, учитывая изменчивость окружающей глобальной среды. В связи с этим актуальной является задача выявления факторов влияния как в положительную, так и отрицательную сторону на величину совокупного потенциала предприятия и на эффективность его использования. В проведенном при поддержке Совета по грантам Президента РФ исследовании, посвященном анализу процесса формирования и использования потенциала малого и среднего предприятия, автор отмечал, что для этого необходимо провести диагностику состояния совокупного потенциала предприятия и

определить эффективность использования каждого из элементов, распределив на соответствующие уровни [2].

Высокая степень значимости управления потенциалом предприятий была осознана в развитых странах мира относительно недавно, лишь в рамках пятого технологического уклада согласно классификации, разработанной С. Ю. Глазьевым [3] – научно-технической революции с 1970-х годов. Разработкой отдельных аспектов проблемы эффективного использования экономических ресурсов занимались и занимаются большое число как отечественных, так и зарубежных ученых. Однако в российской науке отсутствует в настоящий момент системная методологическая основа анализа процесса формирования и использования потенциала предприятий применительно к сектору малого и среднего бизнеса. Требуется уточнение теоретико-методологического аппарата в данной области, а также анализ специфики промышленной отрасли в связи с усилением глобальных тенденций развития в экономике: усилением глобализации, интеграции субъектов МСБ в систему международных экономических отношений, ростом числа субъектов международной деятельности, присутствующих на территории России.

В научной среде нет единого подхода к определению структуры потенциала предприятия, однако, ученые сходятся во мнении, что в целом потенциал – это имеющийся в наличии источник, способный осуществить какое-то действие или который может быть использован для достижения определенных целей [4]. По критерию объекта исследования потенциал подразделяют на страновой, региональный и на уровне предприятия. По видам ресурсов потенциал бывает производственный, финансовый, организационный, интеллектуальный, кадровый, технологический и др. [4]. Автор, рассматривая ранее существующие определения потенциала на уровне предприятия, и в результате анализа их недостатков (табл. 1) пришел к выводу, что в представленных определениях рассмотрены только экономические эффекты деятельности предприятия, но не изучена взаимосвязь экономической составляющей с социальной, при этом



акцент сделан на внутренние ресурсы без учета влияния внешней среды, что является особенно важным в современных условиях меняющейся глобальной среды. Необходим сбалансированный подход, основанный на изучении как внешней среды, так и внутренних характеристик потенциала.

Таблица 1.

**Определение видов потенциала предприятия по данным отечественной литературы и их недостатки [1].**

Авторы	Вид потенциала	Определение	Недостатки
Самоукин А.И.	Экономический	Возможности предприятия во взаимосвязи со свойственной каждой общественно-экономической формацией производственными отношениями, возникающими между отдельными работниками, трудовыми коллективами, а также управленческим аппаратом предприятия, организации, отраслей народного хозяйства в целом по поводу полного использования их способностей по созданию материальных благ и услуг.	Выпадает ресурсная составляющая: финансовые, технологические, материальные ресурсы, обеспечивающие эффективную деятельность работников, создающих материальные услуги и блага.
Беляев С.Г., Роговой А.И., Усанов Г.И., Уткин Э.А. [5]	Рыночный	Возможности, имеющиеся в распоряжении субъекта экономики. При их классификации чаще	Отсутствует система взаимосвязи с внешними условиями, рассматривается

		<p>всего говорят о трудовых, информационных, финансовых и материальных ресурсах и делают акцент на высокой значимости составляющей трудовых ресурсов. Подчеркивается необходимость учета потенциала требований рынка</p>	<p>больше внутренняя среда.</p>
<p>Авдеенко В.Н., Котлов В.А., Окорокова Л.Г. [6]</p>	<p>Ресурсный</p>	<p>Совокупность всех ресурсов предприятия, обеспечивающих возможность получения максимального экономического эффекта в заданный момент времени.</p>	<p>Рассматривается только внутренняя среда, отражение только экономического эффекта.</p>
<p>Градов А.П. [7]</p>	<p>Стратегический</p>	<p>Система умений (способностей) выявлять и принимать управленческие решения по выбору стратегических целей, создавать средства достижения таких целей, обеспечивать своевременность, требуемый уровень качества и эффективность использования этих средств.</p>	<p>Ориентация на целеполагание без комплексной оценки социальных последствий как внутри, так и вне предприятия</p>

В связи с этим автор предлагает ввести понятие потенциала развития предприятия, под которым предлагается понимать

внутренние возможности предприятия для осуществления эффективной деятельности, на которые оказывает влияние внешняя среда. В процессе использования совокупный потенциал можно условно разделить на три составляющие – производственную, в состав которой входят фондовые, технологические, инновационные, трудовые, нематериальные и финансовые ресурсы – факторы производства; сбытовую, определяющую потенциал рынка и возможности реализации продукции; инвестиционную, дающую представление о возможностях инвестирования для предприятия [8].

Таким образом, получаем, что возможности предприятия характеризуются состоянием, уровнем эффективности использования имеющихся в распоряжении предприятия внутренних ресурсов, определяемых производственной составляющей, а внешняя среда учитывается при этом опосредованно через сбытовой и инвестиционный потенциал. Ограничением повышения экономической эффективности использования совокупного потенциала предприятия является его социальная эффективность. Таким образом, предложенное автором понятие совокупного потенциала отличается от существующих понятий одновременным учетом внутренних и внешних факторов влияния на деятельность предприятия, и контролем за балансом развития на основе не только экономической, но и социальной результативности деятельности предприятия.

Простое копирование и использование зарубежных методов и моделей оценки и управления потенциалом развития в современных российских условиях не только не приемлемо, но и невозможно из-за специфики отечественного рынка, особенностей бухгалтерского учета, отчетности, налогообложения и т.п. [9]. В условиях развития международных экономических отношений актуальным является выделение наиболее значимых элементов потенциала малого и среднего предприятия при выходе на международные рынки [10]. Автором были проведены опросы на базе сети российских торгово-промышленных палат среди руководителей промышленных

предприятий МСБ в рамках Северо-западного региона. Результат опросов показал, что наиболее значимыми среди элементов потенциала развития руководители отечественных промышленных предприятий видят нематериальные активы, технологический, инновационный и сбытовой потенциал.

С учетом необходимости использования сбалансированного комбинированного метода оценки потенциала промышленного предприятия малого и среднего бизнеса автор предлагает методику мониторинга состояния совокупного потенциала промышленного предприятия МСБ, которая состоит из двух этапов.

На первом этапе проводится диагностика каждой из его составляющих: производственного, сбытового и инвестиционного потенциала. Оценка производственного потенциала подробно рассмотрена автором в рамках ранее проведенного диссертационного исследования на тему «Оценка производственного потенциала и стратегия активизации его использования» [11] Остановимся на краткой характеристике двух других составляющих. Определение уровня сбытового потенциала можно осуществить по формуле:

$$Y_{сбТ} = Q_{фТ} / Cб_{Т} ,$$

где:  $Y_{сбТ}$  – уровень использования сбытового потенциала за период  $T$ , измеряемый в долях единиц;

$Q_{фТ}$  – показатель фактического результата – выручки за расчетный период  $T$ ;

$Cб_{Т}$  – показатель максимальной величины сбытового потенциала за расчетный период  $T$  – показатель максимальной выручки предприятия в отрасли, откорректированный с учетом относительной производственной мощности.

В отношении инвестиционного потенциала автор использует следующую формулу:

$$Y_{инТ} = I_{фТ} / L_{Т} ,$$

где:  $Y_{инТ}$  – уровень использования инвестиционного потенциала за период  $T$ , измеряемый в долях единиц;

$I_{фТ}$  – показатель фактического результата – рентабельности вложений за расчетный период  $T$ ;

$I_{т.}$  – показатель потенциальной величины – доходности инвестиций при вложении в банковские продукты на период  $T$  с приемлемыми для компании условиями. Условия определяются исходя из сравнительного анализа рисков по реализуемой деятельности и рисков вложения в банковские продукты.

После диагностики определяется интегральный уровень эффективности использования потенциала развития предприятия малого и среднего бизнеса. Все конечные показатели уровня использования элементов потенциала показывают величину отклонения фактического использования от максимального. Таким образом, максимальное значение по каждому из 3 не может превышать 1, а минимальное 0. Распределение по эффективности использования проводится на 3 уровня – высокий, средний и низкий.

На втором этапе проводится поиск и фиксация на основе параметров диагностики элементов потенциала точек роста и проблемных зон для дальнейшего развития малого и среднего предприятия промышленной отрасли.

В процессе мониторинга определяются уровни использования элементов совокупного потенциала. Их оценка производится экспертным путем. Новизна предлагаемой методики состоит в интегральном подходе к оценке как внешних, так и внутренних ресурсов потенциала развития предприятия. Необходимость интегрального учета диктуется рыночными условиями хозяйствования предприятий и высокой степенью изменчивости внешней среды.

С целью формирования и применения определенных механизмов активизации развития предприятия малого и среднего бизнеса промышленной отрасли далее на основе мониторинга каждого из его элементов выявляются сильные и слабые стороны организации.

Диагностируя свои возможности, предприятие выявляет дальнейшие точки роста. При этом, анализируя свое состояние, предприятие находит и слабые звенья, на которые стоит обратить внимание с целью совершенствования своей деятельности и формирует таким образом базу для своего дальнейшего успешного развития.

Подводя итоги, оценка исходного состояния предприятия и его возможностей является предпосылкой для формирования эффективной конкурентной стратегии. Определение имеющегося потенциала, разработка и применение новых стратегий повышения эффективности его использования, в конечном счете, приводят к лидирующему положению на рынке в условиях конкуренции и повышению эффективности производственно-хозяйственной деятельности предприятия

*Материалы подготовлены и публикуются при поддержке Совета по грантам  
Президента Российской Федерации. Грант МК-4968.2013.6.*

### **БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:**

- 1. Евсева О.А.** Методика мониторинга совокупного потенциала промышленного предприятия среднего бизнеса и оценки эффективности его использования // Вопросы экономики и права. –2011. –№ 37 – С. 72-75.
- 2. Евсева О.А.** Стимулирование развития малого или среднего предприятия промышленной отрасли на основе диагностики его совокупного потенциала // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. – Экономика – 2011. – № 1. Т.6. – С.68-76.
- 3.** Нанотехнологии как ключевой фактор нового технологического уклада в экономике / Под ред. С.Ю. Глазьева и В.В. Харитонов. – М.: Тривант, 2009. – 304 с.
- 4. Бабкин А.В.** Методы оценки экономического потенциала промышленного предприятия // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. – 2013. – № 2(163). –С. 138-148.
- 5. Усанов Г.И.** Рыночный потенциал предприятия: диагностика состояния, стратегия адаптации и развития. // моногр.– Владивосток: Изд-во Дальневост. ун-та, 2002. – 250с.

- 6. Огорокова Л.Г.** Ресурсный потенциал предприятий. // СПб.: Изд-во СПбГТУ, 2001. – 294 с.
- 7. Градов А.П.** Экономика предприятия. Стратегический потенциал предприятия: //уч. пос.– СПб.: Изд-во СПбГТУ, 2001. – 85с.
- 8. Евсева О.А., Евсева С.А.** Принципы и методы оценки совокупного потенциала промышленного предприятия малого и среднего бизнеса // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса – 2011. – №2 (15) – С. 72-76.
- 9. Огороков В.Р., Тимофеева А.А., Клементьев Г.А.** Управление организацией в меняющейся среде. // моногр. под ред. В. Р. Огороков и Ю.А. Соколова. – Санкт-Петербург, 2012 – 115 с.
- 10. Евсева О.А., Огороков В.Р., Тулугурова Е.В.** Международный менеджмент //уч. пос.– Псков: Изд-во ППИ, 2009. – 89с.
- 11. Евсева О.А.** Оценка производственного потенциала и стратегия активизации его использования. // Диссертация на соиск. уч. ст. канд. экон. наук – Санкт-Петербург, 2006. – 168 с.

## ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПОСТРОЕНИЯ СИСТЕМЫ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ

В XXI веке все более актуальными становятся проблемы построения системы корпоративного управления. Это, в первую очередь, объясняется процессами глобализации экономических систем.

Вопросам корпоративного управления посвящается все большее количество работ. В то же время институциональные проблемы, с которыми сталкиваются практически все крупные компании, работающие на отечественном рынке, остаются открытыми. До недавних пор в России недооценивалось понимание значения институтов, что повлекло за собой спад в развитии экономической системы в 90-е гг. XX века. Проблема неэффективности государственного управления, недостаточного развития конкуренции – все это последствия и проявления, слабо развитых институтов в России. Одной из областей отечественной экономики, которая требует повышения качества формирования и функционирования институтов, является система корпоративное управление вообще, и сфера корпоративных отношений в частности.

Необходимо отметить, что становление корпоративного управления в нашей стране началось тогда, когда произошло четкое отделение собственности от управления, а это тоже институциональный аспект.

Ряд исследований по корпоративному управлению [1;2;3], отражает эволюцию крупных организационных структур. Отечественные исследователи [4;5] обращают внимание на то, что отделение собственности от управления привело к появлению нового социального слоя профессиональных менеджеров и развитию фондового рынка. Также они пришли к выводу, что обособление



управления от собственности приводит к отделению контроля от собственности. А значит, необходимо сформировать новую систему взаимоотношений институтов в рамках модели корпоративного управления.

В практике корпоративного управления сложилось несколько моделей, а именно англо-американская, японская и германская [6;7;8]. Большинство исследователей [9;10] считают, российская модель, которая находится еще в стадии формирования, по своим характеристикам ближе всего к германской, так как характеризуется высоким уровнем централизации собственности и механизмов корпоративного контроля, где подавляющая часть акционерных компаний принадлежит одному собственнику, либо группе консолидированных собственников.

В связи с этим к наиболее характерным угрозам корпоративного управления в нашей стране можно отнести следующие [11]:

- менеджмент компании не поддается контролю со стороны акционеров;
- совет директоров не является полностью автономным подразделением, зависим от решений собственника (собственников) и, как следствие, работает недостаточно эффективно;
- системы внутреннего контроля существуют лишь номинально;
- управление риском на предприятии отсутствует или не развито;
- менеджеры получают завышенную заработную плату за свою работу;
- менеджеры скрывают или искажают через призму собственных интересов, подлежащую обязательному раскрытию информацию от акционеров, общества и государства.

Однако несоблюдение стандартов корпоративного управления становится одним из основных факторов, препятствующих эффективному развитию российской экономики, пришли к заключению авторы пятого «Национального доклада по корпоративному управлению» [12]. Главный вывод – качество

корпоративного управления в России по-прежнему низкое. Основными проблемами, по мнению экспертов, являются проблемы институционального характера.

Традиционно в системе корпоративного управления задействованы следующие институты, которые, по сути, и являются главными субъектами системы корпоративного управления [13]:

**1. Компания.** Корпоративное управление определяет систему отношения и способствует поиску баланса интересов внутри предприятия, то есть между менеджментом, Советом директоров, общим собранием акционеров, а также другими аффилированными лицами.

**2. Акционеры.** Корпоративное управление регулирует отношения внутри этой группы и устанавливает баланс интересов различных групп акционеров – собственников контрольного пакета акций (мажоритариев) и миноритарных (мелких) акционеров, стратегических и портфельных инвесторов и т. д.

**3. Прочие аффилированные лица.** Заинтересованные лица или соучастники бизнеса – это частные лица или организации, которые оказывают влияние на деятельность компании или зависят от нее. К заинтересованным лицам бизнеса традиционно относят: сотрудников предприятия, кредиторов, клиентов (потребителей), поставщиков, общественные организации, государственные органы и органы местного самоуправления. Взаимоотношения компании с заинтересованными лицами имеют большое значение для определения уровня корпоративного управления в компании. В мировой практике существуют определенные стандарты поведения компании в отношении аффилированных лиц.

Реализация механизмов корпоративного управления призвана обеспечить ответственность соответственно Совета директоров перед акционерами, менеджмента – перед Советом директоров, мажоритарных акционеров – перед миноритарными, корпорации в целом – перед сотрудниками, потребителями и обществом в целом.

Корпоративное управление направлено на то, чтобы все эти институты выполняли свои функции наилучшим образом при сохранении баланса интересов между каждым из них.

В то же время, компании, соблюдающие декларируемые стандарты корпоративного управления, имеют несомненное преимущество при привлечении инвестиций. Инвесторам импонирует грамотная система корпоративного управления, и как следствие, «прозрачность» бизнеса, что обеспечивает честность менеджмента, а потому риск недополучения или потери средств существенно снижается.

Согласно традиционной концепции с повышением благосостояния общества повышается и благосостояние его членов. Однако этот принцип почти никогда не работает в системе корпоративного управления, так как благосостояние акционеров отличается от благосостояния компании. Это, в первую очередь, объясняется не согласованностью интересов акционеров. Цель эффективного корпоративного управления – это обеспечение баланса интересов лиц, которые составляют систему корпоративного управления.

Нормы корпоративного управления в России в большей степени являются нормами прямого воздействия, оставляя при этом недостаточно возможностей для обеспечения гибкости принятия решений согласно уставу общества. Попытка напрямую в законе «Об акционерных обществах» [14] обеспечить вариативность норм путем ранжирования обществ в зависимости от числа акционеров можно считать формальной. Данный закон оставляет достаточно широкое поле для проявления оппортунизма различными лицами. Отечественные правовые институты корпоративного управления в большей степени ориентированы на защиту интересов миноритарных акционеров, но при этом не содержат достаточно эффективных инструментов предотвращения злоупотреблений этими же правовыми нормами. Целью же государственной политики, является создание

институтов и механизмов, которые бы стимулировали правильную мотивацию собственников и менеджеров, содержали бы нормы правовой защиты всех, а не только мелких акционеров, не оставляли бы лазеек для лоббирования собственных интересов и тем самым исключали бы проявление оппортунизма.

Необходимость корпоративного управления обусловлена и тем, что бизнес как собственность принадлежит принципалам (собственникам, инвесторам), а права управления этим имуществом делегированы агентам – Совету директоров и менеджменту, что порождает асимметрию информации и связанные с ней агентские издержки, выражающиеся в оппортунизме менеджмента, связанного с неудовлетворением интересов собственников.

Менеджмент обладает преимуществами в информированности о существующих возможностях использования ресурсов компании, которые могут быть использованы для принятия решений относительно способов и направлений использования этих ресурсов в собственных интересах и в ущерб интересам акционеров. Именно с этим обстоятельством связаны такие проблемные сферы корпоративного управления, как раскрытие информации, конфликт интересов (сделки с заинтересованностью), обеспечение ответственности менеджеров за принимаемые решения и т. д. [12].

В самом общем виде институциональные проблемы корпоративного управления сводятся к созданию механизмов, которые обеспечили бы соблюдение интересов акционеров в условиях, когда актуальная для принятия решений (как тактических, так и стратегических) информация распределена асимметрично в пользу преследующих собственные интересы менеджеров при условии сохранения возможностей принятия ими решений о распоряжении активами бизнеса. В то время как менеджеры обладают относительными преимуществами в принятии профессиональных решений.

Если акционеры заинтересованы в максимизации стоимости бизнеса в целом, и принадлежащих им долей в частности, то менеджеры, помимо декларируемого увеличения стоимости компаний, заинтересованы в первую очередь, максимизации собственной полезности, в том числе и не материальной. Данные личные выгоды негативно связаны с величиной стоимости бизнеса. Корректно их было бы назвать частными выигрышами, оценка которых может быть выражена в денежном эквиваленте. Их формы разнообразны, начиная от использования офисов в собственных целях, найма на работу родственников и друзей, распоряжения средствами компании в интересах аффилированных лиц и структур, а заканчивая такими формами оппортунизма, как вывод активов за пределы компании, заключение контрактов с поставщиками или потребителями, выгодных только менеджеру в ущерб подконтрольному ему бизнесу.

В связи с обозначенной выше проблемой важно отметить, что права собственности и права управления (контроля) могут быть обособлены в различной степени, что предполагает и различные информационные требования к организации деятельности того или иного бизнеса. Необходима соответствующая корректировка совокупности существующих организационно-правовых форм, более четкого определения статуса публичности компании, механизмов изменения этого статуса, а также определение специфики и зоны ответственности директоров и менеджеров, возникающих при реализации крупных сделок.

Асимметричность информации влечет за собой одну из центральных проблем любой современной корпорации – агентскую проблему. Владелец (владельцы) бизнеса нанимает менеджеров для достижения определенных целей. Они понимают, что менеджеры в подавляющем большинстве имеют (или могут иметь) другие цели. Поэтому для собственников важно понимать, насколько поставленная перед менеджерами цель достигнута. Однако прибыль зависит не

только от усилий менеджеров, но и от внешних факторов. Собственник не может определить, в какой степени высокая (низкая) прибыль получена благодаря высоким (низким) усилиям менеджеров, а в какой – благодаря действию внешних факторов. Эта типичная проблема принципала – агента. Обычно агентская проблема ассоциируется с тем, что исполнительный менеджмент стремится получить выигрыш за счет акционеров. Однако агентская проблема воздействует не только на распределение выигрышей между участниками корпоративного управления, но и на стоимость компании в целом.

Как указывается в некоторых источниках, посвященных институциональным проблемам для сопоставления действий менеджеров и собственников механизмы корпоративного управления можно разделить на внешние и внутренние.

К внешним механизмам относятся:

- рынок ценных бумаг;
- рынок корпоративного контроля;
- рынок труда менеджеров;
- институт несостоятельности (банкротства);
- ответственность исполнительного менеджмента перед акционерами.

К числу внутренних механизмов корпоративного управления принадлежат:

- деятельность собрания акционеров и принимаемые им решения;
- деятельность Совета директоров;
- стимулирующие контракты менеджеров.

Из всех перечисленных механизмов основным, с точки зрения преодоления оппортунизма, является механизм стимулирующих контрактов.

Однако существуют и определенные трудности реализации данного механизма. Стимулирующие контракты часто

несправедливы. Результат бизнеса зависит не только от усилий, прилагаемых менеджерами, но и от внешних факторов ведения бизнеса, а на них менеджмент не может оказывать никакого влияния. Вторая трудность заключается в том, что практически любой критерий экономического положения компании не оптимален, поэтому менеджеры могут преломлять его определение и значение через призму собственных интересов. И наконец, последнее, стимулирующие контракты эффективны тогда, когда они действительно способны предоставить менеджерам большие выгоды по сравнению с их альтернативными действиями. Необходимо учитывать, что если в существующей институциональной среде оппортунизм менеджера будет иметь для него наименьшую альтернативную стоимость, то стимулирующие контракты оказываются не эффективными.

В тоже время одним из путей решения агентской проблемы является эффективное функционирование рынка корпоративного контроля, правильная организация и мотивация труда менеджеров. Проблема принципала – агента может решаться сосредоточением собственности и рычагов управления и контроля в одних руках. Агентская проблема неизбежно снижает доходы сторонних собственников и стоимость бизнеса. Во-первых, прибыль компании снижается в результате оппортунизма менеджмента. Во-вторых, собственники несут дополнительные расходы на преодоление этого оппортунизма.

В начале XXI века в России сформировалась модель корпоративного управления, в которой в той или иной форме доминирует собственник-инсайдер на коротком интервале принятия решений, что создает существенные ограничения для инновационного развития.

Если внешние формы контроля действий исполнителя (менеджера) – прежде всего фондовый рынок и недружественные поглощения – работают не достаточно эффективно, а также

существует проблема коллективных действий обособленных акционеров, то прямой контроль через концентрацию блокирующего (или значительного) пакета акций создает условия для решения проблемы управления поведением исполнителя, нивелирования контрактных рисков.

Таким образом, проведенный анализ показал, что эффективность корпоративного управления в рамках отдельных компаний не может быть определена вне зависимости от институциональной среды. Поэтому отклонения в формирующейся отечественной модели корпоративного управления от принятых в зарубежной практике, нельзя считать признаком ее неэффективности. Однако, с точки зрения создания условий устойчивого развития институциональной среды, соответствующих им свойств институциональных соглашений, составляющих основу отношений корпоративного управления, могут быть определены направления повышения эффективности корпоративного управления в России.

Во-первых, необходимо повышение качества институциональной среды вообще и государственного управления в частности. Это означает обеспечение надежной спецификации и защищенности прав собственности, в том числе элементов «пучка» прав собственности посредством повышения качества нормативно-правовых актов в процессуальной, гражданской и административно-судебной практике, включая обеспечение доступности, независимости, беспристрастности и квалифицированности судебных механизмов разрешения споров, устранения (хотя бы частичного) проблемы асимметричного распределения информации между участниками спора и судами посредством более четкого определения материально-правовых и процессуальных аспектов, затрудняющих манипулирование нормативно-правовыми актами.

Во-вторых, требуется еще в большей степени на государственном уровне создавать условия для развития



конкурентной среды, определяющей соответствующие стимулы и механизмы информирования принципалов о действиях агентов. Развитие конкуренции касается как товарных рынков, так и рынков услуг, в том числе финансовых. С этой точки зрения развитие финансового рынка и конкуренции на нем – это одно из ключевых условий повышения эффективности корпоративного управления в целом. Именно финансовый рынок, а точнее, его фондовый сегмент представляет собой ту сферу осуществления трансакций, посредством использования которой может быть произведен цивилизованный переход прав собственности к более эффективному собственнику.

В-третьих, существует возможность использования внезаконодательных управленческих инициатив, обеспечивающих решение проблем корпоративного управления с учетом отраслевой специфики. Поскольку не все существенные для обеспечения эффективности корпоративного управления проблемы поддаются решению в рамках системы государственного регулирования. Поэтому в числе ключевых направлений развития корпоративного управления можно выделить расширение возможностей самостоятельного урегулирования вопросов корпоративного управления участниками отношений, в том числе правильно трактуя и закрепляя элементы «пучка» права собственности за отдельными лицами, либо страхования ответственности.

В-четвертых, сложившаяся модель корпоративного управления предполагает, что различные как внутренние, так и внешние факторы не воздействуют обособленно, а в значительной степени сопряжены друг с другом. Изменения направлений воздействия параметров внутренней и внешней среды компании происходят в большинстве случаев в результате целенаправленных действий, ориентированных на создание новых нормативно-правовых норм и совершенствование существующего механизма осуществления судебной практики. С этой точки зрения трансформация модели требует дополнительных элементов, обеспечивающих достижение компромисса между общей

системностью изменений (со значительной суммой первоначальных инвестиций), а также ее последовательностью и темпами частичных изменений (со значительными последующими издержками, обусловленными первоначальным снижением эффективности корпоративного управления ввиду несбалансированности интересов субъектов системы).

В-пятых, создание действенной системы стимулирования и контроля за менеджментом со стороны акционеров и собственников является важным условием стимулирования менеджмента компании, но в тоже время оно сопряжено с издержками, которые должны быть распределены между всеми акционерами. В случае сильного распыления прав собственности, которое предполагается в соответствии с одним из подходов к праву собственности, у каждого из акционеров возникает стремление извлечь собственные выгоды от проведения эффективного контроля за менеджментом без участия в издержках обеспечения данного контроля, то есть, используя эффект «безбилетника».

В-шестых, один из вариантов решения проблемы коллективного действия – это концентрация прав собственности, точнее, появление мажоритарных акционеров, которые, с одной стороны, несут основное бремя издержек по контролю за менеджментом, а с другой стороны, аккумулируют основную часть выгод, возникающих в результате такого контроля. Однако само по себе наличие мажоритарного акционера может оказаться недостаточным для решения проблемы коллективного действия, создавая при этом дополнительные трудности. Поэтому необходимо своевременное и грамотное применение внутренних и внешних механизмов, перечисленных выше.

Таким образом, от качества институтов как формальных, так и неформальных зависит не только экономическое и финансовое благополучие конкретной компании и как следствие, рост стоимости

данного бизнеса в долгосрочной перспективе, но и экономический рост в России.

### **БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:**

- 1. Пшеничников В.В., Сотникова Л.Н.** Инновационная деятельность промышленных предприятий России: проблемы и перспективы развития // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского политехнического университета. Экономические науки. – 2012. – № 6(161). – С.11-15
- 2. Радионова Ю.В.** Современные организационные формы, методы и механизмы реализации корпоративной стратегии инновационного развития // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского политехнического университета. Экономические науки. – 2012. – № 6(161). – С.131-136
- 3. Пенс И.Ш., Фурс С.А.** Корпоративное управление в современной промышленности России: состояния и факторы совершенствования. М., 2008. – 422 с.
- 4. Курочкина А.А., Островская Е.Н.** Сущность и особенности формирования вертикально интегрированных объединений в российской экономике // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского политехнического университета. Экономические науки. – 2012. – № 6 (161). – С. 94-99
- 5. Вертакова Ю.В., Ватутина О.О.** Алгоритм управления эффективностью инновационно-ориентированных интегрированных структур // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского политехнического университета. Экономические науки. – 2012. – № 2-2 (144). – С. 97-100
- 6. Дементьева А.Г.** Модели корпоративного управления: опыт зарубежных стран и России// Право и управление. XXI век. – 2008. – №8.
- 7. Ключков В.Н.** Германская модель корпоративного управления: генезис, особенности и традиции // Менеджмент в России и за рубежом. – 2006. – № 6.
- 8. Кочетков Г.Б., Супян В.Б.** Корпорация: американская модель. – СПб.: Питер, 2005.
- 9. Дробышевская Л.Н., Саломатина Е.В.** Модели корпоративного управления: мировой опыт и российская практика // Теория и практика общественного развития. – 2011. – №5. – С. 267-272
- 10. Пустыльник П.Н.** Организационный аспект управления крупным промышленным предприятием // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского политехнического университета. Экономические науки. – 2012. – № 1(139). – С.115-119.

- 11. Завьялова Е.** Корпоративное управление на российском материале // Международные процессы. – 2012. –Том 10. – № 1(28). –С.117-122.
- 12.** Официальный сайт Национального совета по корпоративному управлению, статья «Проблемы корпоративного управления и пути их решения в корпоративном законодательстве». Условие доступа – <http://www.nccg.ru>.
- 13.** Онлайн ресурс «Элитарный клуб корпоративного управления». Условие доступа – <http://elitclub.ru/mpku/view/39>.
- 14.** Федеральный закон от 26.12.1995 N 208-ФЗ (ред. от 28.12.2013) «Об акционерных обществах».
- 15. Шаститко А., Радченко Т.** Механизмы корпоративного управления: место акционерных соглашений // Вопросы экономики. – 2008. – №10. – С. 49-61.

## **ПРОБЛЕМЫ КЛАСТЕРНОГО ПОДХОДА В РЕГИОНАЛЬНОЙ ИННОВАЦИОННОЙ ПОЛИТИКЕ СЕВЕРО-ЗАПАДНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА**

Развитие региональных экономических систем с использованием кластерного подхода в настоящее время является общепризнанным методом активизации инновационной и промышленной деятельности. Однако опыт их функционирования в мировой и отечественной практике обнаруживает ряд проблем, требующих всестороннего изучения.

Прежде всего, возникает проблема определения кластеров как объекта инновационной политики. На уровне федеральных законов, в частности в Гражданском, Налоговом и Бюджетном Кодексах, Федеральном Законе №127-ФЗ от 23 августа 1996 г. «О науке и государственной научно-технической политике» определение кластера отсутствует. «Методические рекомендации по реализации кластерной политики в северных субъектах Российской Федерации» содержат определение кластера как группы однородных взаимосвязанных экономических объектов (корпораций, отраслей или предприятий) и регионального кластера как сетевой структуры, включающей представителей власти, бизнес-сообщества, организации гражданского общества в регионе, сплоченных вокруг ядра конкурентоспособной экономической деятельности. Определения отдельных видов кластеров, например, инновационных территориальных, инновационных высокотехнологичных, профильных инновационных, научно-производственных, содержатся во множестве отраслевых подзаконных актов при фактическом отсутствии общего определения кластера.

Подобное разнообразие формулировок затрудняет понимание

того, какие кластеры должны являться объектом государственной инновационной политики: собственно инновационные, инновационные и инновационно-промышленные, либо все кластеры постольку, поскольку в каждой отрасли необходимы и осуществляются инновации. Отсутствие единого подхода к определению и классификации кластеров на уровне федерального законодательства препятствует разработке и принятию мер по государственному регулированию их создания и развития.

Анализ сложившихся научных трактовок показывает несомненный приоритет А. Маршалла, исследовавшего концентрацию предприятий одной отрасли в определенных географических границах [1, с. 195], и Портера, давшего классическое определение кластера [2, с. 256], на базе которых сформировались три основных подхода к определению кластера, соответствующих трем основным характерным признакам кластера:

- кластер прежде всего как географическая агломерация [3, р. 228; 4];
- кластер как группа предприятий одной или близких отраслей [5, 6];
- кластер как институциональная инфраструктура [7].

Представляется необходимым вернуться к комплексному определению кластера, данного М. Портером, поскольку в противном случае искажается сама суть введенной им экономической категории.

В современных условиях активизации инновационной деятельности особое внимание обоснованно уделяется инновационным кластерам. Их трактовки также весьма разнообразны: от понимания под инновационным кластером совокупности предприятий и организаций, осуществляющих научно-исследовательскую и опытно-конструкторскую деятельность, расположенных на одной географической территории, взаимодействующих для достижения общей цели, характеризующейся определенной устойчивостью [8] до определения в качестве инновационного кластера группы географически соседствующих взаимосвязанных компаний и связанных с ними

организаций, действующих в сфере инноваций, безотносительно технологической специализации, взаимодополняющих друг друга и способствующих развитию как каждого элемента кластера, так и инновационного потенциала региона в целом [9]. В первом случае неясно, достигается ли усиление конкурентных преимуществ участников кластера, во втором – насколько не принципиальна технологическая специализация при формировании такой группы.

Придерживаясь трактовки кластера, данного М. Портером, согласимся с принятым в российском законодательстве определением инновационного территориального кластера как совокупности размещенных на ограниченной территории предприятий и организаций – участников кластера, характеризующейся наличием: объединяющей участников кластера научно-производственной цепочки в одной или нескольких отраслях (ключевых видах экономической деятельности); механизма координации деятельности и кооперации участников кластера; синергетического эффекта, выраженного в повышении экономической эффективности и результативности деятельности каждого предприятия или организации за счет высокой степени их концентрации и кооперации [10].

Данное определение является достаточно широким, чтобы объединить кластеры различного уровня наукоемкости, и охватить не только высокотехнологичные кластеры, но и инновационно-активные кластеры в традиционных отраслях промышленности. Под инновационно-активным кластером в данном случае мы понимаем кластер, характеризующийся более высоким, по сравнению со среднеотраслевым уровнем, темпом трансфера инноваций.

Развитие кластеров в настоящее время является одним из приоритетных направлений государственной политики, однако обнаруживает ряд проблем.

В настоящее время в СЗФО функционируют следующие кластеры (таблица 1).

**Таблица 1**

**Кластеры, функционирующие в СЗФО в 2013-2014 г.**

Субъект РФ	Число кластеров	Перечень кластеров
Архангельская область (включая Ненецкий АО)	3	Инновационный судостроительный
		Лесопромышленный
		Туристский
Вологодская область	3	Информационных технологий
		Деревообработки и деревянного домостроения
		Туристский
Калининградская область	4	Информационных технологий
		Янтарно-ювелирный
		Туристский
		Биотехнологий
Республика Карелия	1	Туристский
Республика Коми	2	Инновационный территориальный нефтегазовый
		Лесной образовательный
Мурманская область	0	–
Новгородская область	0	–
Псковская область	1	Туристский
Санкт-Петербург и Ленинградская область	4	инновационный территориальный кластер радиоэлектроники, приборостроения, средств связи и инфотелекоммуникаций
		Медицинской и фармацевтической промышленности и радиационных технологий
		Судостроительный
		Автомобильный
Всего	17	

Источник: составлено автором

Отметим, что этот перечень весьма динамичен – существующие кластеры объединяются, объявляется начало функционирования и



развития новых кластеров. В связи с этим основным источником послужили информационные порталы Правительств данных регионов, и в таблицу не включены кластеры, только планирующиеся к созданию. В частности, в Мурманской области объявлено о создании и развитии пяти кластеров: рыбохозяйственного, горно-химического и металлургического, технологического кластера обеспечения шельфовой добычи, производственного и транспортно-логистического, туристско-рекреационного [11]. Рыбопромышленный кластер фактически возрождает традиционную отрасль в регионе на новой организационной и технологической основе, разработка Штокмановского месторождения обуславливает потребность в формировании кластера шельфовой добычи и транспортно-логистического кластера, в то время как туристский кластер формируется практически с нуля. Таким образом, в четырех из пяти указанных кластеров (за исключением туристского) ожидаемы высокие темпы трансфера технологий.

Три кластера, действующих в СЗФО – судостроительный инновационный кластер Архангельской области; кластер развития информационных технологий, радиоэлектроники, приборостроения, средств связи и инфотелекоммуникаций Санкт-Петербурга и кластер медицинской, фармацевтической промышленности, радиационных технологий Санкт-Петербурга и Ленинградской области – включены в перечень двадцати пяти инновационно-территориальных кластеров, на развитие которых регионами получены субсидии из федерального бюджета [12].

В связи с этим возникает вопрос, насколько эффективно активное формирование инновационных технологических кластеров. Очевидно, что одним из основных показателей, характеризующих эффективность функционирования инновационного кластера, является доля инновационных товаров, работ и услуг в общем объеме отгруженной продукции. Однако в настоящее время использовать этот показатель не представляется корректным, поскольку большая часть кластеров находится на начальном этапе развития и

экономический эффект от их господдержки будет получен со значительным временным лагом.

Среди регионов, в которых предприятия активнее всего осуществляли технологические инновации, – Санкт-Петербург, Вологодская и Псковская область (таблица 2). При этом в Псковской области кластерная политика практически не осуществляется. Аналогичная ситуация в Ненецком автономном округе, где только дискутируется создание кластера (рыбоводческого), а доля предприятий, осуществляющих инновации, весьма высока – 10,5% предприятий осуществляли инновации, 8,1% – технологические. Причина тому видится в большой значимости для Ненецкого АО нефтегазодобычи, осуществляемой дочерними предприятиями ОАО «НК «Роснефть». Эти предприятия зарегистрированы и фактически действуют в Ненецком АО, однако в своей инновационной деятельности связаны более с ОАО «НК «Роснефть», нежели с региональной инновационной политикой.

Таблица 2

**Удельный вес организаций, осуществлявших инновации**

Субъект РФ	Удельный вес в общем числе организаций, %							
	все виды инновации (технологические, организационные, маркетинговые)				технологические инновации			
	2009	2010	2011	2012	2009	2010	2011	2012
Северо-Западный федеральный округ, в т.ч.	9,5	9,4	11,2	11,0	8,2	7,6	9,5	9,5
Республика Карелия	5,3	6,6	9,2	10,9	7,7	7,9	8,9	9,1
Республика Коми	6,3	7,5	6,1	7,6	7,4	7,3	8,8	9,7
Архангельская область	8,8	9,0	9,3	8,2	8,5	8,7	9,9	7,6
в том числе Ненецкий автономный округ	13,5	5,3	11,4	10,5	5,5	6,9	8,2	8,1
Вологодская область	7,6	7,4	9,3	7,3	8,9	8,2	9,3	11,8
Калининградская область	5,5	3,2	3,3	5,1	7,5	8,0	8,6	8,2
Ленинградская область	8,6	9,4	9,1	10,1	5,1	5,5	4,5	7,1
Мурманская область	7,6	9,7	8,5	9,0	7,1	7,2	6,9	8,5
Новгородская область	9,7	8,7	7,5	7,5	8,0	6,0	8,0	5,1
Псковская область	8,7	9,6	10,0	8,1	7,0	4,8	11,1	10,2
г. Санкт-Петербург	14,0	13,0	18,9	18,8	7,8	8,2	8,8	12,9

Источник: Федеральная служба государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 20.05.14).

Пример Ненецкого автономного округа обнаруживает существенную проблему стимулирования создания кластеров, в том числе инновационных: формирование региональных инновационных кластеров вступает в противоречие с функционированием крупных предприятий, прежде всего, в добывающих отраслях, а также в отраслях со сложными технологическими цепочками.

Технологические цепочки, связывающие между собой предприятия разных регионов, также не учитываются. Фактически происходит обособление предприятий и организаций данного региона, что уменьшает возможности позитивной синергии развития инновационной деятельности.

Еще один проблемный аспект – среди указанных в табл. 1 кластеров три называются инновационными технологическими постольку, поскольку включены в Перечень Правительства РФ, а степень инновационности остальных весьма различна. Можно согласиться с тем, что автомобильный кластер Санкт-Петербурга, представленный преимущественно сборочными предприятиями, и большая часть туристских кластеров, не являются инновационными и инновационно-активными. Однако судостроительный кластер Санкт-Петербурга видится не менее ориентированным на инновации, чем судостроительный кластер в Архангельской области.

Поскольку одна из серьезнейших проблем российской экономики – наличие отраслей и предприятий с реликтовыми технологическими укладами, представляется обоснованным использование сформулированного выше термина «инновационно-активный кластер», что позволит включить в орбиту инновационной политики не только высокотехнологичные отрасли.

Проведенный анализ региональной политики в отношении формирования и развития кластеров обнаруживает экстенсивный подход к их организации – стремление к образованию максимально возможного числа кластеров без учета эффектов их взаимодействия между собой и с внешней средой. Этот же вывод можно сделать и в

отношении самих кластеров – так, инновационный территориальный кластер радиоэлектроники, приборостроения, средств связи и инфотелекоммуникаций Санкт-Петербурга объединил в себе три ранее созданных инновационных кластера. Попытка создать в регионе множество инновационных кластеров приводит к распылению ресурсов, множественности частных целей отдельных кластеров и их участников при отсутствии единой цели развития региональной инновационной системы. Кроме того, такая политика приводит к созданию кластеров, предпосылки для функционирования которых исторически в регионе отсутствуют, что, разумеется, резко снижает эффективность таких попыток, а впоследствии приводит к ликвидации так и не сформированного кластера.

При использовании кластерного подхода в региональной инновационной политике, следует, прежде всего, помнить о его недостатках:

- игнорирование или противоречие с развитием крупных предприятий федерального уровня;
- игнорирование отраслевых взаимосвязей предприятий на уровне национальной экономики;
- затруднение межотраслевой передачи инноваций вне сложившихся научно-производственных цепочек;
- сложность расстановки приоритетов в развитии высокотехнологичных инновационных, иных инновационно-активных и неинновационных кластеров.

Модель кубического пространства инноваций в экономике региона, предложенная Н.Е. Егоровым и А.В. Бабкиным [13], на наш взгляд, наилучшим образом позволяет использовать кластерный подход в управлении национальной и региональными инновационными системами, обеспечивая развитие на основе модели тройной спирали [14], поскольку при этом балансируются интересы бизнеса, науки и общества (через государство) и могут быть минимизированы негативные экстерналии. Однако использование

этого подхода на уровне отдельного региона не решит всех проблем развития инновационной системы страны, поэтому его целесообразно системно и комплексно осуществлять во все национальной инновационной системе.

Кластерный подход в инновационной политике следует использовать наряду с другими формами активизации инновационной деятельности.

Прежде всего, цели развития региональной инновационной системы должны быть увязаны с целями развития национальной инновационной системы. В настоящее время фактически нет взаимодействия между программами развития национальной и региональных инновационных систем, а функционирование НИС зачастую происходит независимо от существующих программ и стратегических разработок.

Так же на уровне национальной экономики следует определить цели и методы стимулирования развития кластеров различного уровня инновационной активности, и определить меры, сдерживающие негативные последствия кластеризации экономики. Прежде, чем будет создан кластер (точнее, простимулировано объединение предприятий в кластер), следует задать границы его развития, чтобы избежать разрыва межрегиональных связей.

Управление региональной инновационной системой рекомендуется осуществлять на основе стратегического подхода: вначале на основе детального анализа определить, какую стратегию развития – концентрированного роста, интегрированного роста, диверсификации или сокращения – следует использовать, а затем подчинить ей систему приоритетов в формировании и развитии кластеров, чтобы избежать распыления ресурсов и возникновения отрицательной синергии вследствие разнонаправленной деятельности кластеров в одном регионе.

Анализ деятельности инновационных систем СЗФО и действующих в них кластеров показал слабость интеграционных

процессов на региональном уровне. Так, Санкт-Петербург, аккумулируя в себе около 80% инновационного потенциала СЗФО, недостаточно активно использует производственный потенциал других регионов округа. Поэтому от узкорегиональных кластеров целесообразно переходить к формированию кластеров, в большей степени объединяющих предприятия и организации сопредельных регионов. Отметим, что в данном случае принцип территориальной близости участников кластера не нарушается.

Однако для повышения эффективности функционирования национальной инновационной системы следует, наряду с кластерным подходом, использовать другие формы отраслевой и территориально-отраслевой организации экономики.

Итак, первый уровень – целеполагание на уровне национальной инновационной системы. На втором уровне региональные инновационные системы определяют цели своего развития, в то время как на федеральном уровне, среди прочих мероприятий, формулируются цели и методы стимулирования кластеров, меры, сдерживающие негативные последствия деятельности кластеров, а также выбор и поддержка иных форм территориально-отраслевой организации экономики. На третьем уровне непосредственно осуществляются мероприятия по развитию региональной инновационной системы.

Разработка национальной и региональной инновационной политики с учетом выявленных проблем и негативных эффектов кластерного подхода обеспечит долговременную устойчивость развития региона и национальной экономики в целом.

#### **БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:**

- 1. Маршалл А.** Принципы экономической науки. М., Прогресс, 1993. 594 с.
- 2. Портер М.** Конкуренция: пер. с англ. М.: Вильямс, 2005. 608 с.
- 3. Adrian T.H. Kuah.** Cluster Theory and Practice: Advantages for the Small Business Locating in a Vibrant Cluster // Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship. – 2002. – Vol. 4, Issue 3. – P. 206-228.

4. **Романова О.А., Лаврикова Ю.Г.** Кластерное развитие экономики региона: теоретические возможности и практический опыт // Экономика региона. – 2007. – №4. – С. 40-52.
5. **Swann G.M.P., Preverser M. and Stout D., eds.** The Dynamics of Industrial Clustering: International Comparisons in Computing and Biotechnology. Oxford: Oxford University Press, 1996.
6. **Марченко Е.В.** Формирование и развитие продуктопроизводящих кластеров в региональной экономической системе // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского политехнического университета. Экономические науки. – 2011. – № 6(137). – С. 59-62.
7. **Steiner M., Hartmann C.** Organizational learning in clusters: A case study on material and immaterial dimensions of cooperation // Regional Studies. – 2006. – Vol. 40, issue 5. – P. 493-506.
8. **Щепакин М.Б., Томилко Ю.В.** Классификация и формы организации отраслевых инновационных кластеров // Новые технологии. – 2012. – №3. – С. 226-230.
9. **Фияксель Э.А., Назаров М.Г.** Роль инновационного кластера в формировании РИС. // Инновации. – 2009. – №6. – С. 86-88.
10. Методические материалы по разработке и реализации программы развития инновационного территориального кластера // Министерство экономического развития. URL: <http://www.economy.gov.ru/wps/wcm/connect/onomylib4/er/bout/structure/depino/201405216>
11. Постановление Правительства Мурманской области от 16 марта 2012 года № 80-ПП/4 «О формировании и развитии отраслевых и территориальных кластеров в Мурманской области» (с изменениями на 28.06.2012). Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».
12. Перечень инновационных территориальных кластеров, утвержденный Председателем Правительства РФ 28.08.12 // Министерство экономического развития. URL: [http://www.economy.gov.ru/wps/wcm/connect/8b69c0004ca1ebe80f1ab12ac4184fa/perechen\\_innovacionnih\\_klastero.pdf?MOD=AJPERES&CASHEID=8b69c0004ca1ebe280f1ab12ac4184fa](http://www.economy.gov.ru/wps/wcm/connect/8b69c0004ca1ebe80f1ab12ac4184fa/perechen_innovacionnih_klastero.pdf?MOD=AJPERES&CASHEID=8b69c0004ca1ebe280f1ab12ac4184fa)
13. **Егоров Н.Е., Бабкин А.В.** Модель кубического пространства инноваций в экономике региона // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского политехнического университета. Экономические науки. – 2011. – № 5(132). С. 237-240.
14. **Ицковиц Г.** Модель тройной спирали // Инновации. – 2011. – №4. – С. 5-10.

## **ПРОБЛЕМЫ ИДЕНТИФИКАЦИИ ПРОМЫШЛЕННЫХ КЛАСТЕРОВ (НА ПРИМЕРЕ КЛАСТЕРА ПРИБОРОСТРОЕНИЯ)**

Актуальность. В современных условиях усиления глобальной конкуренции, которая охватывает не только традиционные рынки товаров, капиталов, технологий и рабочей силы, но и системы национального управления, поддержки инноваций, развития человеческого потенциала, особенно актуальным становится вопрос о формировании новой системы государственного управления, предусматривающей создание новых принципов и механизмов региональных политик, ориентированных на идентификацию и развитие конкурентных преимуществ региона с целью усиления его инвестиционной привлекательности, развития инновационного потенциала, создания новых рабочих мест, увеличения выпуска продукции с одновременным улучшением ее качественных характеристик, что, в конечном итоге, будет способствовать повышению национальной конкурентоспособности, росту национального благосостояния. В этой связи особенное внимание уделяется кластерному подходу, как новому способу видения национальной экономики [4, 7, 8].

Так, Концепцией долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации до 2020 года, предусматривается создание сети территориально-производственных кластеров, реализующих конкурентный потенциал территорий, формирование ряда инновационных высокотехнологичных кластеров в европейской и азиатской части России [3].

В экономическую теорию понятие кластера был введено американским экономистом Майклом Портером [6]. Портер



определяет кластер как группу географически соседствующих взаимосвязанных компаний и связанных с ними организаций, действующих в определенной сфере и характеризующихся общностью деятельности и взаимодополняющих друг друга. Кроме того, Портер считает, что географические масштабы кластера могут варьироваться от одного города или штата до страны или даже ряда соседствующих стран.

Постановка проблемы. Основной методологической проблемой при реализации кластерной политики становится идентификация кластеров [9]. Обобщая работы российских и зарубежных исследователей, посвященных кластерному анализу, можно выделить 2 основных подхода идентификации кластеров [11]: так называемый подход «снизу», в рамках которого кластеры выявляются на конкретной территории, исходя из присутствия известных фирм и отраслей-лидеров; подход «сверху», который предполагает поиск пространственной локализации производств, ориентированных на специфические виды экономической деятельности. Для осуществления первоначального анализа в рамках второго подхода определяются виды экономической деятельности, обладающие эффектом комплементарности, так называемые «эталонные» кластеры.

В результате многочисленных исследований М. Портеру в полной мере удалось определить структуру «эталонных» кластеров, основываясь на разнообразии видов деятельности, представленных в американском классификаторе SIC (Standard Industrial Classification). Однако следует отметить, что понятие «эталонного» кластера даже в рамках национальной экономики служит лишь вероятностным показателем экономических агломераций связанных видов деятельности. В то же время, при смене объекта исследования, состав и структура «эталонных» кластеров может меняться, отражая исторически сложившиеся экономические взаимосвязи, свойственные только данной экономике. Так, в проекте Европейской кластерной

обсерватории по выявлению и картографированию хозяйственных агломераций в масштабах Европейского союза [13] структура «эталонных» кластеров была адаптирована для Европейского союза с учетом применения европейского классификатора NACE (Nomenclature Statistique des activités économiques dans la Communauté européenne).

Адаптация зарубежных классификаторов видов экономической деятельности российскому аналогу – ОКВЭД (общий классификатор видов экономической деятельности) до настоящего времени не проводилась. Таким образом, в существующих условиях единственно объективным методом дальнейшего кластерного анализа в рамках Российской Федерации будет являться объединение двух известных подходов «снизу» и «сверху» для определения структуры «эталонного» кластера и последующего кластерного анализа.

Так, подход «снизу» будет использоваться для идентификации кластерных групп на определенной территории (федеральный округ, субъект Федерации), экономико-историческое развитие которой, а также наличие экономического и инновационного потенциала выявило определенные конкурентные отрасли-лидеры. В свою очередь, идентификация кластерных групп предполагает выявление конкретных предприятий отраслей-лидеров, специализирующихся на профильных видах деятельности (так называемое «ядро» кластерной группы), а также изучение кооперационных связей между предприятиями «ядра» кластерной группы и другими предприятиями, в число которых в рамках кластера могут включаться [1]: предприятия, поставляющие продукцию или оказывающие услуги для специализированных предприятий; предприятия (организации), обслуживающие отрасли общего пользования; организации рыночной инфраструктуры; научно-исследовательские и образовательные организации; некоммерческие и общественные организации, объединения предпринимателей, торгово-промышленные палаты; организации инновационной инфраструктуры и др. Определение

предприятий, составляющих кластерную группу, позволит получить совокупность видов деятельности по кодам ОКВЭД, которые, в свою очередь, образуют кластерный «эталон». При этом в качестве основных методов, используемых на данном этапе исследования, можно обозначить: экспертные оценки, интервьюирование, инструментарий теории сетей и графов, SWOT и PEST-анализ [10, 14, 15]. Немаловажным будет изучение основных направлений государственной инвестиционной политики, основных федеральных целевых программ и отраслевых стратегий.

В рамках подхода «сверху» предполагается применение созданного «эталона» для проведения кластерного анализа. При этом кластерный анализ планируется проводить в соответствии с методологией, предложенной Европейской кластерной обсерваторией [13]: так, по статистике занятости кластерная группа анализируется по показателям «Коэффициент локализации» (1), «Размер» (2), «Фокус» (3).

$$LQ = \frac{E_{mpig}}{E_{mpg}} / \frac{E_{mpi}}{E_{mp}} \quad (1)$$

где LQ – «Коэффициент локализации»;  $E_{mpig}$  – количество занятых в кластерной группе  $i$  в регионе  $g$ ;  $E_{mpg}$  – общее количество занятых в регионе  $g$ ;  $E_{mpi}$  – количество занятых в кластерной группе  $i$ ;  $E_{mp}$  – общее количество занятых.

$$Size = \frac{E_{mpig}}{E_{mpi}} \quad (2)$$

где Size – «Размер» кластерной группы  $i$ ;  $E_{mpig}$  – количество занятых в кластерной группе  $i$  в регионе  $g$ ;  $E_{mpi}$  – количество занятых в кластерной группе  $i$ .

$$Focus = \frac{E_{mpig}}{E_{mpg}} \quad (3)$$

где Focus – «Фокус» кластерной группы  $i$ ;  $E_{mpig}$  – количество занятых в кластерной группе  $i$  в регионе  $g$ ;  $E_{mpg}$  – количество занятых в регионе  $g$ .

Одним из исследователей Европейской кластерной обсерватории – шведским экономистом Г. Линдквистом – установлены критерии оценки данных показателей [5]: по показателю «Коэффициент локализации»  $\geq 2$ ; по показателям «Размер» и «Фокус» регион должен входить в число 10% регионов, лидирующих по данным показателям.

Выполнение условия ограничения по каждому показателю означает присвоение кластерной группе 1 «звезды». Таким образом, максимально та или иная кластерная может получить 3 «звезды».

При этом следует отметить, что ограничение по показателю «Коэффициент локализации» было применено в рамках при исследовании европейской территории, в то время, американскими исследователями из Гарвардской школы бизнеса [12] ограничение по тому же показателю было установлено иначе:  $\geq 1,3$ . По своей природе показатель локализации характеризует неравномерность распределения численности на определённой территории. Становится очевидным, что различия в определении границ показателя связаны, прежде всего, с различными географическими характеристиками Европы и Америки: так, средняя плотность населения в Европе равна 72 чел/км<sup>2</sup>, в то время как в Америке – 32 чел/км<sup>2</sup>. В силу обширной территории и относительно неплотной её заселённости экономическая география России (где плотность населения – 8,2 чел/км<sup>2</sup>) больше соответствует Америке, чем Европе, поэтому с учётом данного обстоятельства более объективно применять ограничение по показателю локализации  $\geq 1,3$ .

Таким образом, в процессе проведения кластерного анализа подход «снизу» позволяет выявить кластерные «эталоны», характерные для изучаемой территории, что избавляет от необходимости применять в процессе исследования допущение о

схожести российской и американской экономик, так называемая «зеркальная» адаптация SIC и ОКВЭД. В свою очередь, применяя подход «сверху» становится возможным, во-первых, проверить по статистике численности выдвинутую гипотезу о силе данной кластерной группы в том или ином регионе по количеству присвоенных «звезд», а во-вторых, идентифицировать регионы, в которых исследуемый кластер является значимым. Наличие общих границ этих регионов с изучаемым позволяет говорить о существовании межтерриториальных кластеров, учет которых позволяет проводить более эффективную региональную политику.

В качестве иллюстрации предложенной комплексной методики кластерного анализа приведем ключевые выдержки из результатов исследования кластера приборостроения Санкт-Петербурга.

Под приборостроением в рамках данного исследования понимается отрасль науки и техники, разрабатывающая и производящая средства измерения, обработки и представления информации, автоматические и автоматизированные системы управления. Неотъемлемой частью приборостроения является радиоэлектроника, поскольку радиоэлектронная продукция определяет интеллектуальные возможности всей конечной продукции приборостроения, позволяет расширить функциональные возможности и среду обитания человека на земле и в космическом пространстве.

Было сделано предположение о наличии кластерной группы, ядром которой являются предприятия радиоэлектронной промышленности, на территории Санкт-Петербурга, поскольку: (1) Концепцией долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года специализацией северо-западного региона определяется развитие традиционных индустриальных отраслей, в том числе приборостроения; (2) Государственной программой «Развитие электронной и радиоэлектронной промышленности на 2013–2025 годы» определено создание и развитие организаций и проектов, отвечающих ключевым

факторам успеха в приоритетных направлениях, путем проведения эффективной кластерной стратегии отрасли, в том числе, в Санкт-Петербурге; (3) Комитетом по промышленной политике и инновациям Санкт-Петербурга одним из 8 приоритетных кластеров выделен кластер радиоэлектроники; (4) В Санкт-Петербурге в 2008 году на базе предприятий радиоэлектронного комплекса организована Санкт-Петербургская Ассоциация предприятий радиоэлектроники, приборостроения, средств связи и инфотелекоммуникаций; (5) в Санкт-Петербурге ежегодно проходит международная промышленная выставка «Радиоэлектроника. Приборостроение. Автоматизация». Все это позволяет говорить о наличии экономического и инновационного потенциала Санкт-Петербургской городской агломерации в области приборостроения и радиоэлектроники в частности.

Кроме того, немаловажным является тот факт, что радиоэлектронная промышленность вносит весомый вклад в решение задачи удвоения ВВП за десятилетний период, так как продукция отрасли дает значительный мультипликативный эффект в смежных областях [2]. В свою очередь, данное обстоятельство говорит о том, что выделение радиоэлектронного кластера и проведение в отношении его государственной инвестиционной политики может оказывать синергетический эффект на другие отрасли.

Применяя подход «снизу» на основе изучения приоритетов промышленной политики федерального и регионального уровня, рассмотрения ключевых отраслевых целевых программ (в том числе, ФЦП «Развитие электронной компонентной базы и радиоэлектроники» на 2008–2015 годы; ФЦП «Развитие телерадиовещания в Российской Федерации на 2009-2015 годы»), предприятий-участниц Ассоциации радиоэлектроники, а также их кооперационных связей, было выделено 83 предприятия, составляющих не только ядро кластерной группы, но и формирующих производственную инфраструктуру кластера в целом. Изучение кодов ОКВЭД как по основной, так и по дополнительным видам деятельности выделенных предприятий, позволило сформировать структуру кластера.

Сравнение выявленной структуры с кластером «Аналитические инструменты», сформированного М. Портером на основе исследований американской экономики [6], представлено в табл.1.

Таблица 1

**Сравнительный анализ кластера «Аналитические инструменты»  
и кластера приборостроения Санкт-Петербурга**

<i>Аналитические инструменты (США)</i>	<i>Приборостроение (Россия)</i>	
	<i>Коды ОКВЭД</i>	<i>Виды деятельности</i>
Laboratory instruments (лабораторные инструменты)	32	Производство аппаратуры для радио, телевидения, связи
Optical instruments (оптическое оборудование)	33.2	Производство контрольно-измерительных приборов
Process equipment (технологическое оборудование)	51.65	Оптовая торговля прочими машинами и оборудованием
Search and navigation equipment (поисковое и навигационное оборудование)	72	Деятельность, связанная с использованием вычислительной техники и информационных технологий
Electronic components (электронные компоненты)	73.1	Научные исследования и разработки в области естественных и технических наук
Distribution and wholesaling (сбыт и оптовая торговля)	80.30	Высшее профессиональное образование
Electronic parts (электронная компонентная база)	32	Производство аппаратуры для радио, телевидения, связи
Other parts (запасные части)	33.2	Производство контрольно-измерительных приборов
Medical equipment (медицинское оборудование)	51.65	Оптовая торговля прочими машинами и оборудованием
Related process equipment (сопутствующее технологическое оборудование)	72	Деятельность, связанная с использованием вычислительной техники и информационных технологий
Related equipment (сопутствующее оборудование)		
Computer and software services (компьютеры и программное обеспечение)		
Research organizations (научно-исследовательские организации)		

Так, в целом, структура российского и американского кластеров схожа. Основное отличие выявленного кластера приборостроения от американского аналога – наличие в структуре кластера организаций, осуществляющих подготовку и переподготовку специалистов (вид деятельности «Высшее профессиональное образование»). В американском исследовании данный вид деятельности выделяется в самостоятельный кластер. Кроме того, американский кластер имеет более детализированную структуру по видам деятельности. Это связано, в первую очередь, с отсутствием в России конкурентных организаций, производящих электронные компоненты, технологическое оборудование, что указывает на высокую импортозависимость исследуемого кластера и является основной его проблемой.

Выявленная структура кластера при дальнейшем кластерном анализе была принята в качестве «эталонной». Далее были собраны данные по статистике занятости отобранных видов деятельности по всем субъектам Российской Федерации за 2008–2012 годы. Субъекты, в которых исследуемый кластер приборостроения получил более 2-х «звезд» представлены в табл.3.

Таблица 3

### Результаты анализа кластера приборостроения по субъектам РФ

	Санкт-Петербург	Московская обл.	Москва	Нижегородская обл.	Калужская обл.	Рязанская обл.	Пензенская обл.	Томская обл.
2008								
LQ	2,21	1,34	2,15	1,33	1,63	1,31	1,34	1,50
Size	0,0916	0,0616	0,2346	0,0374	0,0115	0,0101	0,0112	0,0108
Focus	0,1141	0,0692	0,1113	0,0690	0,0841	0,0676	0,0693	0,0775
«Звёзды»	3	3	3	3	2	2	2	2
2009								
LQ	2,22	1,37	2,17	1,31	1,60	1,30	1,34	1,48
Size	0,0945	0,0624	0,2336	0,0343	0,0114	0,0098	0,0114	0,0108
Focus	0,1174	0,0724	0,1144	0,0690	0,0842	0,0687	0,0706	0,0780
«Звёзды»	3	3	3	3	2	2	2	
2010								
LQ	2,14	1,38	2,20	1,31	1,60	1,31	1,31	1,50



Size	0,0919	0,0643	0,2373	0,0343	0,0114	0,0101	0,0113	0,0109
Focus	0,1132	0,0733	0,1168	0,0693	0,0845	0,0696	0,0694	0,0794
«Звёзды»	3	3	3	3	2	2	2	2
2011								
LQ	2,20	1,46	2,22	1,33	1,55	1,33	1,29	1,54
Size	0,0971	0,0657	0,2162	0,0354	0,0113	0,0104	0,0113	0,0112
Focus	0,1172	0,0777	0,1184	0,0711	0,0827	0,0709	0,0688	0,0820
«Звёзды»	3	3	3	3	2	2	1	2
2012								
LQ	2,28	1,50	2,19	1,35	1,55	1,41	1,31	1,55
Size	0,1011	0,0657	0,2160	0,0355	0,0116	0,0108	0,0114	0,0110
Focus	0,1224	0,0802	0,1174	0,0725	0,0833	0,0754	0,0700	0,0829
«Звёзды»	3	3	3	2	2	2	2	2

В результате анализа были сделаны следующие выводы: (1) исследуемая кластерная группа по статистике занятости имеет силу в Северо-Западном, Центральном и Сибирском федеральных округах; следует отметить, что если Северо-Западный и Центральный федеральные округа имеют смежные географические границы, то Сибирский федеральный округ достаточно удален; таким образом, следует развивать транспортные связи между территориями для развития межкластерных связей, а следовательно, и получения большего синергетического эффекта; (2) в Петербурге кластер приборостроения имеет наибольшие показатели по локализации и фокусу, по которым наблюдается положительная динамика на протяжении рассматриваемых 5 лет, что означает: в Петербурге значительная часть занятых (более 10%) работает в сферах деятельности, относящихся к кластеру приборостроения; кроме того, наблюдается положительная динамика по показателям локализации, размера и фокуса, что говорит о том, что на протяжении исследуемых 5 лет сила кластера приборостроения в Санкт-Петербурге возрастает.

Таким образом, по результатам кластерного анализа по статистике занятости была подтверждена исходная предпосылка о наличии в Санкт-Петербурге кластера приборостроения, более того, в

процессе работы, было установлено, что именно в Санкт-Петербурге данный кластер обладает наибольшей силой. Данный вывод позволяет получить обоснование для дальнейшего более подробного исследования кластера приборостроения: определения его внутренней структуры и основных участников.

**Выводы.** Для осуществления эффективной промышленной политики в условиях усиления глобальной конкуренции необходимо руководствоваться принципами кластерного подхода как новому видению национальной экономики. Основной методологической проблемой при осуществлении кластерной политики становится идентификация кластерных групп. Обобщая известные подходы, предлагающие свой инструментарий для решения проблемы идентификации, можно выделить так называемые подходы «снизу» и «сверху». В статье дано обоснование применения инструментария обоих подходов на примере выявления кластера приборостроения. Так, применение подхода «снизу» позволяет сформировать кластерные «эталоны», учитывающие особенности российского экономического развития, а подход «сверху» – получить статистические подтверждения выявленной модели кластерной группы для осуществления дальнейшего анализа выявленного кластера.

#### **БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:**

1. «Методические рекомендации по реализации кластерной политики в субъектах Российской Федерации» (утв. Минэкономразвития РФ 26.12.2008 N 20615-ак/д19)
2. Распоряжение Правительства РФ от 15.12.2012 N 2396-р «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие электронной и радиоэлектронной промышленности на 2013 - 2025 годы»
3. Распоряжение Правительства РФ от 17.11.2008 N 1662-р «Об утверждении Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года»
4. **Babkin A.V., Kudryavtseva T.J. and Utkina S.A.** Identification and Analysis of Industrial Cluster Structure, World Applied Sciences Journal 28 (10) 2013: 1408-1413

5. **Lindqvist G.** «Disentangling Clusters. Agglomeration and Proximity Effects», 2009.
6. **Porter M.E.** The Economic Performance of Regions // Regional Studies. Carfax Publishing, 2003. Vol. 37, № 6/7. P. 549–578.
7. **Андреев В.Н., Наумова Е.Н.** Подходы к оценке эффективности функционирования региональных кластеров // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского политехнического университета. Экономические науки. – 2012. – № 4(151). – С. 34-41
8. **Бабкин А.В., Кудрявцева Т.Ю., Бахмутская А.В.** Проблемы и направления формирования промышленной политики региона (на примере Санкт-Петербурга) // Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов. – 2011. – № 4 (70). – С. 27–33..
9. **Воробьев В.П., Липатников В.С.** Организационные принципы формирования инновационно-отраслевых кластеров // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского политехнического университета. Экономические науки. – 2012. – № 6(161). – С. 63-71
10. **Ковалева Т.Ю.** Алгоритм идентификации и оценки кластеров в экономике региона // Вестник Пермского университета. Серия: Экономика. – 2011. – № 4 (11). — С. 30-39.
11. **Куценко Е.С.** Кластеры в экономике. Практика выявления // Научно-аналитический журнал Обозреватель – Observer. 2009. – Т. 237. – № 10. – С. 109-126.
12. <http://www.clustermapping.us/> – официальный сайт интерактивного кластерного проекта Гарвардской школы бизнеса
13. <http://www.clusterobservatory.eu> – сайт Европейской кластерной обсерватории.
14. **Цацулин А.Н., Бабкин А.В.** Экономический анализ комплексной инновационной активности: сущность и подходы. // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. – 2012. – № 4 (151). – С.132-144
15. **Бабкин А.В., Уткина С.А.** Формирование инновационно-промышленного кластера на основе виртуального предприятия // Экономика и управление. – 2012. – № 10 (84) – С.58-61.

## **МЕГАПОЛИС КАК ОБЪЕКТ УПРАВЛЕНИЯ: СПИРАЛЬ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ**

Начало изучения феномена городов и их роли в жизни общества относится еще к временам древнегреческих и древнеарабских философов – Платона, Аристотеля, Аль-Фараби. Первые классические работы, посвященные проблемам жизни крупных городов, появились на рубеже XIX–XX вв. и в них была начато обсуждение сущности и особенностей феномена скоплений населения в плотных поселениях. Причем, в основном использовался функциональный подход к понятию города с целью выявления неких отличительных признаков, а не базовой сущности.

Из анализа обширных исследований, посвященных проблемам урбанистики, можно выделить пять основных функциональных определений города: политико-административное, территориально-демографическое, социально-экономическое, социоструктурное и социокультурное формирование.

Определение города как политико-административного образования позволяет разграничить регион, город и сельское поселение. В этом случае сложно характеризовать город как явление, поскольку территориальная общности статуса города опирается на такие признаки как численность и характер деятельности населения, а придание статуса города.

Город как территориально-демографическое образование характеризуется организацией территории размещения и численностью жителей.

Пространственный аспект определяют как основной социологи чикагской школы – Р. Парк, Э. Берджесс, Л. Вирт и др.

Длительное время основное внимание исследователей было направлено на изучение проблем урбанизации с позиции их

социально-экономического развития. Здесь также можно отметить работы таких авторов как Э.В. Сайко, А.А. Нецадин, Н.И. Горин, Д.Н. Замятин, О.В. Коломейцева, И.И. Митин, М.В. Пучков, Т.И. Алексеева, где реализуется междисциплинарный подход и город рассматривается как сложный социокультурный организм, постоянно развивающийся и интегрирующий системы отношений представляемого им общества.

Вне зависимости от подходов к выбору критериев крупного города и особенностей его формирования и функционирования, основными источниками изменений и основой для развития, очевидно, становятся интеллектуальный потенциал, условия жизни населения и экономический сектор. Эти три составляющих функционируют во взаимосвязи и взаимозависимости, более того, они выстраиваются в *«спираль стратегического планирования»*. Повышение условий качества жизни способствует повышению интеллектуального потенциала населения, что в свою очередь будет способствовать повышению эффективности решений во всех секторах экономики города. Последнее обеспечит прирост экономического (материального, финансового, продуктового) ресурса города, что приведет к улучшению условий жизни населения и активизации инновационных процессов, далее – к переходу на следующий виток спирали стратегического развития.

В центре спирали находится система управления, которая поддерживает движение по спирали, переход от одного объекта (узла) к другому, способствует более эффективному и оперативному позитивному движению. Разработка механизма управления состоит в детализации состава объектов спирали и их взаимосвязи, уточнении показателей, характеризующих объекты, и выработке принципов управления и алгоритмов использования ресурсов города.

Введение в рассмотрение *спирали стратегического планирования и приоритета интеллектуального потенциала* составляет методологическую базу стратегического управления мегаполисом, позволяет объединить в единую систему все ранее

предлагаемые элементы, подходы и разработки стратегического управления экономикой мегаполиса. Все они становятся частью *спирали стратегического развития*.

В основании спирали находится система управления, опирающаяся на организационные, экономические и мотивационные механизмы, использующая инновации и инвестиции как основные инструменты воздействия на субъекты экономической деятельности. Выделяются три приоритета в управленческой деятельности (три «И»): институциональные методы управления, приоритетное содействие инвестициям, первоочередное привлечение инноваций.

Выделение мегаполиса как объекта теории и практики управления связано с его особенностями функционирования и специфической значимостью для экономики государства в целом. Фактически мегаполис – это «точка высоких концентраций», что влечет интенсивность и напряженность управления.

Подобная модель *спирали стратегического развития* может применяться к процессу управления любым городом, и вместе с тем, применительно к мегаполису, приоритетным объектом все-таки является интеллектуальный потенциал населения. Главная особенность мегаполиса именно высокая степень *концентрации интеллектуального потенциала*. Эта принципиальная особенность предопределяет цели и состав задач на всех этапах управления мегаполисом.

Объединение значительного числа людей влечет большее число людей с повышенным интеллектуальным уровнем. Среди способов решения научных и технических имеется эффективный способ – объединение специалистов и локализация их усилий на поставленной проблеме. Мегаполис, объединяя людей, обеспечивает рост общего уровня развития. Фактически мегаполис не только синергически усиливает интеллект внутри города, но и притягивает активных и инициативных людей из других регионов. Появляется возможность ускоренного развития не только собственной экономики мегаполиса, но и экономики государства в целом.

В исследовании компании Price water house Coopers прямо указывается на ключевую роль крупнейших городов мира в концентрации интеллектуальных и производственных ресурсов планеты, определяющих дальнейшее развитие человечества (выделяется сто мегаполисов) [1].

Некоторые из таких агломераций (Лондон, Нью-Йорк, Токио или Париж и др.), уже сегодня характеризуются экономическим потенциалом, сравнимым или превосходящим некоторые весьма эффективные государства, например Швецию или Швейцарию. Некоторые мегаполисы в развивающихся странах составляют более 80% экономики страны в целом. Для руководства мегаполиса ставится исключительно ответственная задача по управлению сложной развивающейся системой самого крупного города, зачастую выполняя функции гораздо шире его границ. Так, Лондон – признанный финансовый центр Европы, Брюссель – политический центр Европейского союза.

Важно выделить, что высокий интеллектуальный потенциал характерен для всех сторон жизни мегаполиса: образование, наука, производство, культура, финансовые решения, управление.

Если проанализировать принципиальные изобретения, научные открытия, управленческие новации последних лет, то окажется, что практически все их авторы или авторские коллективы живут в крупных городах и подавляющая часть в мегаполисах.

Можно считать, что мегаполис – это источник новаций, интеллектуальный фундамент государства. Это его национальное предназначение и это предопределяет цели системы управления мегаполисом.

Если в начале XX века только 16 городов в мире имели численность населения свыше 1 млн. человек, то сейчас их более 400, причем три четверти из них находятся в отсталых или развивающихся странах. Опыт развитых мегаполисов требует осмысливания и распространения. Столицы многих развивающихся государств объединяют более половины своих граждан, достигают 7–10 миллионов

проживающих, испытывают огромные трудности в выработке управленческих стратегий.

Усиливается тенденция роста урбанизации: если в середине XX века сельское население в два раза превышало численность жителей городов, в 2010 г. практически сравнялось; к 2030 г. по оценкам ООН в городах будет проживать около 5 млрд. чел., против 3 млрд. чел. – в сельской местности.

В 2008 г. впервые в истории свыше половины мирового населения проживало в городах, а в 2050 г. эта цифра может возрасти до 70 %.

Планирующие органы и городское руководство вынуждены все больше иметь дело с новыми формами и методами освоения территории. В больших городах социальные и территориальные изменения развиваются преимущественно в направлении дробления, выделения и специализации функций и методов использования территории.

В бедных городах пространственные формы освоения территории вызваны главным образом тем, что малоимущее население пытается добиться права собственности на землю, расположенную в доступных местах и зачастую в районах, непосредственно примыкающих к городу. Данный метод занимает ведущее место в реализации новых форм городского строительства по мере урбанизации сельской местности. Фактически, быстрый рост городов происходит главным образом в районах на городской окраине.

Суммарная численность населения 30-ти крупнейших городов мира возрастет с 308 млн. в 2007 г. до 391 млн. чел. – в 2025 г. Однако, если численность – это базовый параметр, относящий территорию к категории мегаполиса, то место в мировой политике и экономике определяется состоянием и динамикой экономических показателей.

Как указывала Э.С. Набиуллина [2] со ссылкой на исследование консалтингового агентства McKinsey, в настоящее время 600 крупнейших городов мира создают более половины мирового ВВП, а в 2025 г. их доля в экономике планеты приблизится к 60 %.



Достаточно привести некоторые данные, характеризующие роль и тенденции в некоторых наиболее значимых городских конгломерациях. Один только Токио обеспечивает около 2 % общемирового ВВП, ВВП Нью-Йорка сопоставим с ВВП Испании и Канады, ВВП Лондона выше ВВП Швеции или Швейцарии, Будапешт обеспечивает более половины ВВП всей Венгрии. В районе Гонконг-Шаньчжэнь-Гуанчжоу проживает около 120 млн. чел., в «городской пояс», протянувшийся на 1500 км от Пекина до Токио через Пхеньян и Сеул, входят 77 городов с населением более 97 млн. чел., население «мегарегиона» Сан-Паулу – Рио-де-Жанейро достигает 43 млн. чел.

Такие индикаторы как «здравоохранение, безопасность и защищенность», «демография и приспособленность для жизни» и «устойчивое развитие» являются реальным показателем качества жизни, что весьма привлекательно для проживания. Поэтому стоит ожидать, что к 2025 г. выгодные позиции будут у Лондона, Сиднея, Сингапура, Парижа и Берлина – с точки зрения количества новых рабочих мест, а Стокгольм – с точки зрения прироста величины ВВП.

Таблица

**Рейтинг крупнейших городов мира по исследованию  
«Города возможностей – 2012»**

Город	Место (сумма рейтинго в по всем показателям)	Место по категориям									
		Интеллектуальный капитал и инновации	Уровень технологической готовности	Транспорт и инфраструктура	Здравоохранение, безопасность и защищенность	Устойчивое развитие и окружающая среда	Экономическое влияние	Легкость ведения бизнеса	Загадки	Демография и приспособленность для жизни	Город как мировой центр притяжения
Нью-Йорк	1 (1142)	5	3	7	8	9	3	3	18	11	6
Лондон	2 (1111)	6	8	8	9	14	4	4	17	7	1
Торонто	3 (1096)	2	11	2	2	2	8	5	11	6	19
Париж	4 (1073)	3	12	9	14	6	2	8	14	1	2
Стокгольм	5 (1062)	1	4	5	1	5	17	6	12	5	11

Сан-Франциско	6 (1061)	4	2	14	5	3	15	7	13	3	12
Сингапур	7 (1045)	15	7	1	6	15	6	1	18	4	7
Гонконг	8 (1015)	11	10	6	16	16	7	2	16	2	9
Чикаго	9 (997)	9	5	13	4	11	24	9	15	19	10
Токио	10 (974)	10	6	4	12	17	10	11	24	20	8
Сидней	11 (964)	7	13	25	3	1	11	14	25	8	20
Берлин	12 (955)	12	16	12	7	4	18	15	1	9	13
Лос-Анжелес	13 (954)	8	9	23	13	10	16	10	7	10	15
Сеул	14 (915)	13	1	3	17	18	14	12	2	21	14
Мадрид	15 (903)	16	18	10	15	7	19	16	8	12	7
Милан	16 (8270)	14	20	16	10	12	12	19	21	13	4
Пекин	17 (769)	21	15	24	23	19	1	21	20	14	3
Куала-Лумпур	18 (761)	23	19	18	18	21	20	13	3	16	16
Шанхай	19 (729)	18	17	19	21	22	5	20	22	15	5
Москва	20 (712)	17	14	20	25	8	9	24	23	18	18
Мехико	21 (673)	20	25	15	22	25	23	17	4	17	24
Абу-Даби	22 (650)	19	23	17	11	27	22	23	9	24	27
Буэнос-Айрес	23 (597)	22	22	11	20	13	25	25	26	25	23
Стамбул	24 (578)	27	21	22	24	24	26	26	5	26	21
Йоханнесбург	25 (534)	25	26	27	19	2	27	18	6	23	25
Сан-Паулу	26 (527)	24	27	26	27	20	21	22	27	22	22
Бомбей	27 (515)	26	24	21	26	23	13	27	10	27	26

В 2012 г. на долю этих 27 городов приходилось 8 % общего объема мирового богатства при 2,5 % населения. Рынок труда этих городов в основном формируется в трех секторах: предпринимательство и финансовые услуги, оптовая и розничная торговля, промышленное производство. Нью-Йорк занимает первое место в мире по занятости в сфере здравоохранения (16 %), треть трудоспособного населения Шанхая работает в сфере промышленного производства.

В качестве лидеров по экономическому влиянию отмечены традиционные Париж, Лондон и Нью-Йорк, которые по рейтингу расположены между Пекином и Шанхаем. В то же время, до 2025 г. предполагается увеличение численности проживающего в 27 включенных в рейтинг городов на 19 млн. чел., а числа работающих – на 13,7 млн. чел., увеличение вклада в мировой ВВП на 3,3 трлн. долл. При этом рост численности населения и уровня занятости, в первую очередь, ожидается в Пекине, Шанхае, Бомбее, Стамбуле и Сан-Паулу.

В России 20 крупнейших городов формируют 50 % национального внутреннего валового продукта, в дальнейшем тенденция к росту их удельного веса сохранится.

Осенью 2009 г. в Милане впервые была проведена встреча руководителей ведущих мировых мегаполисов, по аналогии с саммитами руководителей государств-мировых лидеров, и Санкт-Петербург был включен в число городов-участников встречи. Это продемонстрировало отношение в мире к Санкт-Петербургу и его потенциалу, но, вместе с тем, и подчеркнуло ответственность власти и общества города за рациональное и поступательное развитие.

Принципиальное отличие мегаполиса как объекта внимания – это высокая концентрация людей, высокая интенсивность транспортных потоков. На относительно небольшой территории концентрация жизнедеятельности высокой плотности населения ведет к более высоким показателям функционирования территории по следующим показателям:

- выработка электрической энергии;
- внешний приток электрической энергии;
- выработка тепловой энергии;
- водопотребление;
- сброс отработанной воды;
- поступление продуктовых ресурсов для материального производства;

- ежедневное поступление продуктов обеспечения жизнедеятельности;
- потребление социальных услуг (медицина, культура, образование).

Следствием этих показателей оказывается:

- ухудшение экологической ситуации (сброс неочищенной воды, тепловое воздействие, выбросы продуктов сгорания и выбросы двигателей внутреннего сгорания, загрязнение воздушной атмосферы пылью и газами, загрязнение почвы);
- интенсивность финансовых потоков на территории и при межрегиональном обмене;
- концентрация трубопроводов и электросетей;
- повышенная доля территории, занятая дорогами и транспортной инфраструктурой;
- повышенные непроизводственные расходы.

При управлении мегаполисом возникает множество конфликтных интересов:

- коммерческие и общественные цели;
- текущие и перспективные потребности;
- условия жизни и темпы развития;
- экология и жизнедеятельность;
- среднее и старшее поколения;
- социальная и производственная сферы;
- транспортная и производственная сферы деятельности;
- «спальные» районы и производственные зоны и другие.

Мегаполис функционирует в условиях дефицита ресурсов на поддержание функционирования. Наиболее адекватной идеологией для управления мегаполисом оказывается идеология «устойчивого развития». Применительно к мегаполису это означает:

- стабилизация воздействия на окружающую среду;

- постоянное обновление материальной базы (недопущение прироста ее возраста эксплуатации);
- стабилизация среднего возраста населения;
- повышение технического уровня применяемых на предприятиях и в организациях технологий;
- рост на предприятиях и в организациях производительности труда;
- повышение вовлечения населения во внерабочую сферы (спорт, культура, отдых);
- поддержание структуры секторов экономики (образование, наука, медицина, производство (по отраслям), инфраструктура (по секторам)).

*Устойчивое развитие* означает поддержание выделенных показателей, *инновационное развитие*, ориентированное на предпочтительное изменение значений выделенных показателей.

Инновационный подход предполагает интенсивность воздействия на экономику с целью более высоких темпов изменения показателей в желаемом направлении:

- уменьшение давления на окружающую среду;
- снижение среднего возраста применяемых технологий и оборудования;
- снижение среднего возраста населения;
- значимое повышение технического уровня применяемых на предприятиях и в организациях технологий;
- значимое повышение на предприятиях и в организациях производительности труда;
- значимое повышение вовлечения населения во внерабочую сферы (спорт, культура, отдых);
- изменение структуры секторов экономики (образование, наука, медицина, производство (по отраслям), инфраструктура (по секторам)) при повышении доли обеспечивающих секторов;

- перераспределение секторов экономики по территориям мегаполиса (локализация).

Применительно к отдельному среднему жителю мегаполиса можно использовать следующие показатели:

- оплата труда;
- социальное обеспечение;
- площадь жилья;
- доля непроизводительного времени в свободном времени (транспортные потери, время ожидания и т.п.).

Формализуя подход к управлению мегаполисом, выделим:

- показатели экономики города (а);
- показатели жизнедеятельности граждан (в);
- управленческие меры (и).

Задача управления состоит в выработке «и» с целью изменения «а», обеспечивающего улучшение «в»:

$$и \rightarrow а \rightarrow в.$$

Предложенная модель в виде спирали стратегического планирования позволяет увязать в единой системе задачи управления инновациями в различных секторах экономики мегаполиса. Она обеспечивает согласованность целей принятия решений и более широкий охват последствий стратегических решений.

### **БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:**

1. Price water house Coopers. UK, Economic, Outlook, November. 2009, p. 20 - 34.
2. **Набиуллина Э.С.** Выступление на пленарном заседании Московского Урбанистического форума «Глобальные решения для российских городов», Москва, 08.12.2011.

## **ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ФОРМИРОВАНИЯ И ПРИМЕНЕНИЯ ПРОГРАММ РЕЛОКАЦИИ В ПРАКТИКЕ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ**

Рынок труда современной России характеризуется двумя противоречивыми тенденциями: высоким уровнем безработицы и кадровым голодом. В существующих условиях повышается практический и теоретический интерес к процессам управления трудовой мобильностью персонала, как одному из элементов перераспределения человеческих ресурсов и решения проблем нехватки квалифицированных кадров в ряде регионов страны на предприятиях. Термин «релокация» для России сравнительно новый. Релокация в самом общем виде представляет собой смену места жительства в связи получением выгодного предложения о работе. В теории и практике западных стран под релокацией, в первую очередь, рассматривают мобильность именно высококвалифицированных специалистов, поэтому обычно релокация носит точечный характер. В практике российских компаний существует своя специфика разработки и применения процессов релокации персонала.

Применение и развитие программ релокации характерно для российских компаний, осуществляющих свою деятельность на международном рынке. В большинстве случаев формирование таких программ связано с процессами интернационализации человеческих ресурсов компании и направлено на формирование мультикультурного персонала. Эта тенденция наиболее наглядно прослеживается в изменении доли иностранных сотрудников в общей численности персонала международных компаний [6, 10].

Что касается российских компаний, доля иностранных работников в их штате на много ниже их мировых конкурентов.

В таблице 1 представлены данные о доле иностранных работников и индексе транснационализации российских ТНК, 2010–2011г.г.

Как видно из данных таблицы доля иностранных работников в российских ТНК не превышает 22 % (Evraz Group SA), минимальной долей обладает Русал, у которого она составляла в 2011 году 9,8%.

Таблица 1

**Доля иностранных работников и индекс транснационализации российских ТНК, 2010–2011гг.**

№ п/п	Компания	Доля иностранных работников, %		Индекс транснационализации	
		2010	2011	2010	2011
1.	Лукойл	15,1	-	42,0	-
2.	Evraz Group SA	22	22	46,7	43,4
3.	Северсталь	16,6	16,6	38,6	23,2
4.	Вымпелком Ltd	23,7	-	27,4	-
5.	Sistema JSFC	13,8	13,6	12,8	11,1
6.	Mechel ОАО	10,4	12,4	32,5	33,2
7.	Русал	12,3	9,8	36,1	35,7

Рассчитано на основе UNCTAD: Web table 29. The top 100 non-financial TNCs from developing and transition economies, ranked by foreign assets, 2011 a; Web table 29. The top 100 non-financial TNCs from developing and transition economies, ranked by foreign assets, 2010 a.

При этом и индекс транснационализации российских ТНК невысок. Он не превышает 43%.

Стоит отметить, что на современном этапе практически все российские ТНК, как и большинство отечественных компаний, направленных на развитие, осуществляют совершенствование системы управления человеческими ресурсами. Основной вопрос заключается в том, насколько в данном процессе учитывают тенденции интернационализации человеческих ресурсов. На сегодняшний момент именно формирование и реализация программ релокации персонала является реакцией компаний на данную тенденцию.



Примечательно, что до недавнего времени формирование программ релокации было направлено только на привлечение иностранных специалистов.

Специалисты в области управления человеческими ресурсами выделяют ряд преимуществ, которые получает компания при формировании мультикультурного персонала и привлечении иностранных специалистов.

Обосновывая формирование мультикультурного персонала, специалисты выделяют следующие основные преимущества:

1. Увеличение способности отвечать культурным предпочтениям местных рынков.
2. Возможность нанимать работников из различных национальных основ и господствующих элит страны.
3. Сокращение издержек за счет приносимой прибыли вовлеченными менеджерами из других стран.
4. Улучшение принятия решений за счет более широких перспектив и критического анализа.
5. Увеличение творческого потенциала через различие перспектив и меньшее сосредоточение на подчинении.
6. Увеличение организационной гибкости и ответственность за преумножение спроса и изменение окружающей среды.
7. Увеличение источников информации и возможностей к ее восприятию, обработке и на этой основе оптимизация принятия решений.
8. Возможность нанимать более дешевую рабочую силу [6].

К отрицательным аспектам привлечения иностранных специалистов относят:

1. Затраты. Привлечение сотрудника-экспата требует высоких затрат:
  - для привлечения специалиста необходимо предложить более высокую оплату труда, чем на старом месте;
  - затраты на оплату жилья, корпоративный автомобиль, транспортные расходы на переезд, оплату устройства членов семьи и т.п.;

- оплата и затраты времени на регистрацию экспата, получения всех необходимых документов.

2. Менталитет. Большинство иностранных топ-менеджеров не знают русский язык и не знакомы хорошо с русской культурой. Возможно возникновение трудностей в применении бизнес-моделей и коммуникаций на работе [1].

Как видно из вышеперечисленных положительных аспектов привлечения экспатов больше чем отрицательных, что, конечно же, не отменяет сложностей их привлечения. При этом, по мнению специалистов, в компаниях, которые привлекают западных специалистов ежегодный прирост оборота составляет от 30–45%. [1,6].

Одним из примеров привлечения иностранных специалистов является компания ОАО «Северсталь» – транснациональная компания, которая активно развивает операции в новых регионах. В этой связи актуальны такие задачи, как повышение мобильности персонала, его эффективная адаптация к работе в различных условиях, а также интеграция персонала новых активов. В 2011 году сформирован список вакансий для новых проектов. На основе анализа лучших практик российских и международных компаний разработан перечень мероприятий по развитию, мобильности и адаптации команд для работы на новых проектах.

В 2009 году ОАО «Северсталь» прекратило приём на работу мигрантов из СНГ. Это было связано с акциями протеста профсоюзов в Костомукше и прокурорской проверкой. Иностранные работники, составлявшие менее 1% общей численности работников «Карельского окатыша» (29 человек), завершили выполнение подрядных работ в июле 2010 года. Процедуры по сокращению численности штатов ОАО «Карельский окатыш», проведённые с начала 2009 года в рамках антикризисной программы с соблюдением всех норм трудового законодательства и законодательства о занятости населения, затронули 1,5% работников предприятия (44 человека) [5].

При этом компания не отказалась от привлечения высококвалифицированных иностранных специалистов. В 2010 г. численность иностранных работников ОАО «Северсталь» составляла 14100 чел., при общей численности работников 84891чел. В 2011 г. численность иностранных работников составляла 11557 чел., при общей численности персонала 69583 чел. [8, 9]. Как видно произошло сокращение численности иностранных работников на 2543 чел., при сокращении общей численности работников предприятия на 15308 чел.

В рамках развития своей зарубежной деятельности, расширения иностранных активов и формирования эффективной кадровой политики ОАО «Северсталь» не прекращает привлечение иностранных квалифицированных специалистов.

Одним из основных органов управления предприятия является совет директоров. Совет директоров ОАО «Северсталь» отвечает за общее руководство деятельностью компании, а также обеспечивает эффективный контроль за финансовой и хозяйственной деятельностью. Главной целью совета является внедрение такой системы управления, которая обеспечила бы повышение рыночной стоимости акций компании в средне- и долгосрочной перспективе.

При этом в состав совета директоров ОАО «Северсталь» входят 5 иностранцев, при общей численности совета директоров 10 чел., т. е. иностранные представители составляют 50% совета директоров. Стоит отметить, что в составе комитета по кадрам и вознаграждениям предприятия двое из трех входящих в него – иностранцы и именно иностранец является председателем данного совета. В комитет по охране здоровья, безопасности труда и охране окружающей среды входят два иностранца, из пяти участников совета, опять же под председательством иностранца. В комитете по аудиту предприятия состоят только иностранцы.

Что касается руководства ОАО «Северсталь», то в его составе только три иностранных руководителя: Агнес Риттер – директор по производству и технологии ОАО «Северсталь»; Сайкат Дэй –

генеральный директор «Северсталь Северная Америка»; Линн Шэнкс – генеральный директор и Президент PBS Coals. В общей численности руководителей предприятия иностранные работники составляют 16,7%, что, на наш взгляд, достаточно большая доля для российских компаний. Стоит отметить, что в сентябре 2013 году Сайкат К. Дей сменил на посту генерального директора «Северсталь Северная Америка» Сергея Кузнецова [2].

В 2013 г. ЗАО Эр Ликид Северсталь, совместное предприятие Air Liquide и ведущей российской металлургической компании ОАО «Северсталь», созданное в 2005 году, подало 2 заявки на рабочие места, на которые предполагается привлечение иностранных работников:

- менеджер;
- директор технический.

Размер оплаты труда технического директора составлял 80000 руб., требованиями к кандидату являлись высшее профессиональное образование, опыт работы более 5 лет.

Размер оплаты труда менеджера – 50000 руб. Требованиями к кандидату являлись среднее образование, опыт работы более 5 лет. Предоставлялась оплата аренды квартиры и обязательное медицинское страхование, добровольное медицинское страхование [7].

Как видно из вышеизложенного ОАО «Северсталь» и его дочерние предприятия осуществляют привлечение иностранных специалистов. Рассмотрим причины и основные проблемы, связанные с привлечением иностранных специалистов на предприятия.

Обеспечение бизнеса высококвалифицированным персоналом, разделяющим ценности компании, – один из ключевых факторов успешного достижения целей ОАО «Северсталь». В 2011 году в Компании реализован ряд мероприятий, нацеленных на повышение эффективности и оперативности привлечения новых сотрудников, в том числе внедрены электронные инструменты поиска кандидатов, разработан проект «Наша команда», направленный на создание

системы подбора новых специалистов по рекомендации собственных сотрудников. Развивалась программа укрепления репутации компании как работодателя. Среди приоритетов этой программы – повышение привлекательности компании для экспертов в основных предметных областях, молодых специалистов, специалистов по внедрению информационных технологий [2].

В ОАО «Северсталь» сформирована и развивается программа адаптации новых сотрудников, направленная на закрепление в коллективе, достижения высокого уровня эффективности в короткие сроки.

На сегодняшний день тенденции в формировании и развитии процессов релокации российских компаний меняются. В современных условиях компании реализуют программы релокации отечественных специалистов в другие города, регионы и страны.

Известным примером служит перемещение офиса компании «Газпром нефть» из Москвы в Санкт-Петербург. Релокация осуществлялась на территории России, но в силу определенных проблем (по статистическим данным) более половины сотрудников предпочли уйти из компании, отказавшись от переезда [10].

Другим примером, является перевод офиса «ЛУКОЙЛ Оверсиз» в Дубай. Решение о переводе офиса было принято в конце 2012 года. Основной целью перевода офиса являлось приближения центра управления к стратегическим активам в Ираке и Узбекистане.

При реализации данного проекта релокации количество сотрудников, не пожелавших переезжать, составило менее 10%, а с учетом того факта, что не имеющие возможности переезда были трудоустроены в компаниях Группы «ЛУКОЙЛ», потери составили не более 6% [4].

В своем интервью начальник управления по работе с персоналом и организационному развитию, И. Губарева, заявила: «Положительная реакция сотрудников на предложение компании переехать явилась результатом сформированной на протяжении

последних 12 лет корпоративной культуры, в основе которой лежит концепция высокой мобильности персонала. Уже при трудоустройстве в Корпоративный сервисный центр «ЛУКОЙЛ Оверсиз» все сотрудники понимали, что московский офис не будет их постоянным местом работы. Мобильность, одна из реалий любой глобальной международной компании, стала нормой и для нас и изменила нашу ментальность, сделала людей более гибкими и адаптивными к изменениям. В момент, когда компания объявила о необходимости переезда, большинство сотрудников без колебаний приняли решение ехать. Успешное осуществление переезда подтверждает, что успех зависит от умения работать в команде и нести совместную ответственность за достижение результата» [4].

Еще одной тенденцией в формировании программ релокации является ее применение к внутриотраслевой ротации персонала.

В основу программы релокации персонала ОАО «ТВЭЛ», входящей в состав Госкорпорации «Росатом», заложена программа внутриотраслевой ротации персонала. Основная цель программы состоит в сохранении кадрового потенциала предприятия и обеспечении социальной стабильности в регионах присутствия предприятия. Это достаточно актуально в связи с тем, что кадровая политика предприятия направлена на оптимизацию численности персонала предприятий входящих в состав ОАО «ТВЭЛ».

В отношении формирования системы релокации квалифицированных работников и специалистов необходимо отметить ряд аспектов. В соответствии с основными целями кадровой политики предприятия, как сохранения кадрового потенциала, так и обеспечении социальной стабильности в регионах присутствия предприятия, ОАО «ТВЭЛ» может формировать кадровый резерв для релокации из числа работников намеченных к сокращению и уже сокращенных.

В Свердловской области на предприятиях ТК «ТВЭЛ» ротировано и прошли релокацию 2 человека, что составляет 12% местного населения руководящего состава [3].

В Московской области, Владимирской области, Новосибирской области и Красноярском крае ротировано из других регионов и прошли релокация по одному руководителю, что составляет от 5% до 9% местного населения в составе руководства.

В первую очередь программа релокации персонала ОАО «ТВЭЛ» направлена на максимально эффективное использование профессиональных компетенций высококвалифицированных работников. Данный аспект учитывает работников, которые высвобождаются в процессе реализации организационно-технических мероприятий, которые направлены на снижение трудовых затрат. Кроме того в данном аспекте учитываются и работники, которые находятся в кадровом резерве предприятия. Релокация данной группы работников, повысит эффективность управления кадровым потенциалом предприятия, но при этом, стоит отметить, что она будет более затратной.

Реализация первой задачи, автоматически подразумевает постановку такой задачи, как обеспечение устойчивого уровня социальной защищенности работников, которые находятся под риском увольнения. Данный аспект отражает определенную степень социальной ответственности ОАО «ТВЭЛ».

Основным аспектом обеспечения устойчивого уровня социальной защиты работников выражается в оказании помощи в трудоустройстве работников в структурных подразделениях общества, а также оказании содействия в трудоустройстве работников в других обществах, входящих в контур управления топливной компании, отрасли, региона [3].

К конкретным задачам формирования и развития программы релокации предприятия можно отнести проведение необходимого для

участия в программе релокации объема мероприятий по переобучению и переподготовке работников.

Обобщая все вышеизложенное можно определить три основные тенденции формирования и развития процессов релокации в практике управления человеческими ресурсами российских компаний.

В первую очередь формирование и развитие процессов релокации на отечественных предприятиях реализуется в рамках формирования мультикультурного персонала, что соответствует общемировым тенденциям. Данная практика позволяет компаниям получать дополнительные преимущества при использовании квалифицированных человеческих ресурсов и способствует вовлеченности в международный бизнес.

Второй тенденцией является перемещение отечественных специалистов в другие страны и регионы. Формирование и реализация программ релокации, в соответствии с данной тенденцией, достаточно сложный и новый для российских компаний процесс. На ряду с проблемами затрат на релокацию персонала, компании сталкиваются с проблемами низкой трудовой мобильностью персонала. Эффективность данных программ, на наш взгляд, может являться одним из показателей эффективности системы управления человеческими ресурсами компании.

Третьей тенденцией процессов релокации является реализация программ релокации персонала на основе внутриотраслевой ротации персонала. Данные программы направлены на сохранение кадрового потенциала предприятия и обеспечение социальной стабильности в различных регионах страны. Реализация данных программ является актуальной в условиях, когда кадровая политика компании направлена на оптимизацию численности персонала.

В современных условиях релокация является одним из наиболее эффективных решений проблемы нехватки квалифицированных кадров, которая характерна для России, особенно для определенных регионов. Релокация специалистов позволяет решить многие



проблемы найма и кадрового дефицита, но при этом является достаточно сложным и затратным процессом для предприятия.

### **БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:**

- 1. Денисов А., Деч Д.** Приключения иностранцев в России, или Берем на работу экспата / Всё для кадровика, 2011– <http://hr-portal.ru/>
- 2.** Официальный сайт ОАО Северсталь – <http://www.severstal.ru/>
- 3.** Официальный сайт ОАО «ТВЭЛ» – <http://tvel2012.ru/>
- 4.** «Пример для учебников по бизнесу». Нефтяные ведомости. Корпоративное издание «ЛУКОЙЛ ОВЕРСИЗ». 27/12/2013 № 25 (273). 27/12/2013. [www.lukoil-overseas.ru](http://www.lukoil-overseas.ru)
- 5.** "Северсталь" отказалась от мигрантов. <http://newsland.com/>
- 6. Счисляева Е.Р., Арфае А.В., Гарбузюк И.В.** Управление человеческими ресурсами предприятия в условиях интернационализации (интернационализация человеческих ресурсов) (монография). – СПб: Изд-во Политех. ун-та, 2010 – 185 с.
- 7.** Уточненные сведения о рабочих местах, на которые предполагается привлечение иностранных работников в 2013 году в Вологодской области. [www.rostrud.ru](http://www.rostrud.ru)
- 8.** World Investment Report 2013: Annex Tables UNCTAD: Web table 28. The world's top 100 non-financial TNCs, ranked by foreign assets, 2012 a; Web table 28. The world's top 100 non-financial TNCs, ranked by foreign assets, 2011 a. – [unctad.org](http://unctad.org)
- 9.** World Investment Report 2012: Annex Tables 2012 UNCTAD: Web table 29. The top 100 non-financial TNCs from developing and transition economies, ranked by foreign assets, 2011 a; Web table 29. The top 100 non-financial TNCs from developing and transition economies, ranked by foreign assets, 2010 a.- [unctad.org](http://unctad.org)
- 10.** <http://hrpuls.ru/> Релокация в рамках компании. Пульс кадровой индустрии.

## АНАЛИЗ ИНСТРУМЕНТОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИИ

Опубликованы результаты Национального рейтинга инвестиционного климата субъектов РФ, предложенного Президентом и разработанного совместно с такими деловыми объединениями, как РСПП, ТПП, «Опора России», «Деловая Россия». Участниками опроса стали более 10 тыс. человек из 21 региона страны. В состав ключевых направлений рейтинга вошли: доступность необходимых трудовых ресурсов, регуляторная среда, эффективность институтов, доступность ресурсов и качество инфраструктуры для бизнеса, а также поддержка малого предпринимательства. Оказалось, что такие острые проблемы, как плохие дороги и нехватка квалифицированных кадров меркнут перед ситуацией с малым бизнесом в России. Малый бизнес по степени негативных оценок перекрыл даже дороги [1].

Несмотря на постоянные заявления властей различных уровней о поддержке малого предпринимательства, за последние 20 лет ситуация с малым бизнесом в России меняется незначительно. Основные показатели деятельности малых предприятий, такие как: численность малых предприятий, их оборот, вклад в ВВП и занятость, постоянно отстает от планируемых властями темпов. По данным Росстата, в среднем, ежегодно в России количество фирм малого бизнеса увеличивается на 9%, а закрывается из уже работающих – 7% [2]. Многочисленные исследования посвящены тому, что делается для малого бизнеса, и что еще можно сделать, чтобы его положение изменилось в лучшую сторону. Регулярно принимаются федеральные программы, включающие все новые инструменты и механизмы поддержки. Анализ данных инструментов и механизмов отчасти

позволяет ответить на вопрос, почему поддержка малому бизнесу есть, а ощутимого эффекта от нее нет.

Минэкономразвития объявил основные направления поддержки малого и среднего предпринимательства на 2014 год. Традиционно именно эти рекомендации ложатся в основу региональных целевых программ поддержки малого бизнеса, поскольку именно по этим направлениям региональные бюджеты могут получить федеральные субсидии. В этом году условия софинансирования изменились, были внесены соответствующие изменения в Постановление Правительства РФ от 27 февраля 2009 г. № 178 «О распределении и предоставлении субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на государственную поддержку малого и среднего предпринимательства, включая крестьянские (фермерские) хозяйства». Согласно изменениям, регионы должны разработать государственные программы (подпрограммы), включающие приоритетные направления поддержки, разработанные на федеральном уровне и целевые показатели на среднесрочную перспективу [3].

Все инструменты поддержки малого бизнеса можно условно разделить на две большие группы: финансовые и институциональные. Финансовые инструменты представляют собой различные субсидии, которые позволяют снизить затраты малых предприятий на важные с точки зрения государства направления их деятельности, а также гранты для начинающих предпринимателей. Институциональные инструменты – создание различных структур, призванных помогать малым предприятиям различных отраслей решать важные для них проблемы.

Можно также выделить шесть приоритетных направлений поддержки: малого бизнеса государством: доступ к финансовым ресурсам, модернизация производства, инновационная деятельность, экспортная активность малых предприятий, социальные проекты малого бизнеса, специальные зоны роста малого бизнеса. По каждому из направлений используется ряд инструментов, представленных в таблице 1.

Таблица 1.

**Основные механизмы поддержки малого предпринимательства,  
закрепленные на федеральном уровне на 2014 г.**

Доступ к финансовым ресурсам	<ul style="list-style-type: none"> <li>• гранты начинающим (приоритет - безработные, уволенные, в запасе)</li> <li>• субсидии государственным микрофинансовым организациям и гарантийным фондам</li> </ul>
Модернизация производства	<ul style="list-style-type: none"> <li>• субсидирование % ставок по кредитам</li> <li>• субсидирование покупки нового оборудования</li> <li>• лизинг оборудования</li> <li>• субсидии на проекты повышения энергоэффективности</li> </ul>
Инновационная деятельность	<ul style="list-style-type: none"> <li>• центры кластерного развития</li> <li>• региональные центры инжиниринга</li> <li>• центры прототипирования</li> </ul>
Экспортная активность	<ul style="list-style-type: none"> <li>• региональные центры поддержки экспорта</li> <li>• Евро Инфо Консультационные (Корреспондентские) Центры</li> </ul>
Социальные проекты	<ul style="list-style-type: none"> <li>• субсидии социально-ориентированным субъектам МСП</li> <li>• субсидии Центрам дневного времяпрепровождения детей, Дошкольным образовательным центрам</li> <li>• молодежное предпринимательство, в т.ч. центры молодежного инновационного творчества</li> <li>• народные художественные промыслы</li> </ul>
Специальные зоны роста	<ul style="list-style-type: none"> <li>• бизнес-инкубаторы, промышленные парки (в том числе частные) и технопарки</li> </ul>

Таблица наглядно демонстрирует преобладание финансовых инструментов, а именно бюджетных субсидий, в мероприятиях по поддержке малого предпринимательства.

Возникает вопрос: эффективно ли государство поддерживает малый бизнес, в том числе распределяет средства бюджета?

Поскольку реализация мер государственной поддержки возложена на региональный уровень власти, то для ответа на это вопрос рассмотрим в качестве примера ситуацию в Ленинградской области. Традиционно Ленинградская область была одним из пионеров внедрения различных мер государственной поддержки малого бизнеса. Многие инициативы властей Ленинградской области в дальнейшем закреплялись на федеральном уровне и копировались в других

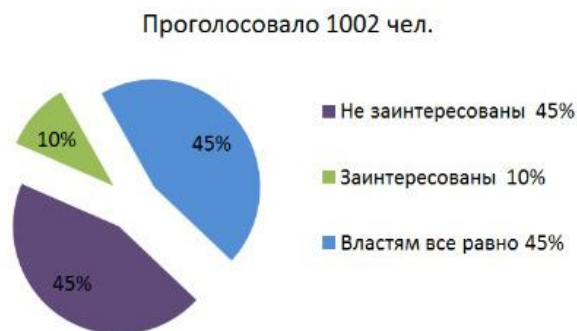
регионах. Это обеспечивало в течение ряда лет устойчивый рост числа малых предприятий. По данным Петростата на 2013 г. в малом бизнесе занято более 30% жителей области. Почти 25% в обороте всех областных организаций принадлежит малым предприятиям [4]. Показатели региона значительно выше, чем в среднем по России; по Северо-Западному федеральному округу Ленинградская область уступает в развитии малого предпринимательства только Санкт-Петербургу. В области регулярно принимаются и реализуются программы поддержки субъектов малого предпринимательства.

В середине августа 2013 г. Ленинградская Торгово-Промышленная Палата (ЛТПП) обратилась к предпринимателям с вопросом. «Как себя чувствует малый и средний бизнес в Ленинградской области?» Из 1358 участников опроса почти тысяча (973 или 72%) назвали это самочувствие плохим (см. рис.1).



**Рис. 1.** Оценка самочувствия малого бизнеса в Ленинградской области [5].

Результаты нового опроса, проведенного ЛТПП, оказались удручающими (см. рис. 2). На вопрос «Заинтересованы ли власти в поддержке малого и среднего бизнеса?» только 101 человек ответил, что власти хотят поддержать малый и средней бизнес. 446 человек считают, что власти совершенно не заинтересованы в том, чтобы как-то содействовать предпринимателям. Однако настораживает и другое. Почти половина предпринимателей, а это 453 опрошенных, уверены, что, по сути, правительству вообще все равно, что происходит с малым и средним бизнесом.



**Рис. 2.** Оценка действий власти по поддержке малого бизнеса в Ленинградской области [6].

Таким образом, несмотря на непрекращающуюся активность властей в этом направлении очевидно, что эффективность этой работы минимальна. И при анализе по отдельным факторам, а также при международных сопоставлениях картина получается далеко не безоблачная. Существующая возможность получения государственной поддержки в виде субсидий, на практике также демонстрирует ряд существенных проблем:

1. получение субсидий требует сбора и предоставления довольно объемного пакета документов, которые отличаются зачастую сложностью структуры и содержания. Это приводит к тому, что предприниматели рассчитывают на государственную поддержку, но из-за неправильного заполнения документов и сложности бюрократических процедур, получают отказ.
2. объем бюджетного финансирования ограничен в рамках одного финансового года, поэтому возможно, что к моменту подачи необходимых документов, выделенные по данной статье средства могут быть полностью израсходованы и это также является основанием для отказа в господдержке.
3. в случае нарушения условий предоставления, полученную субсидию придется вернуть.
4. как правило, субсидии выделяются уже по факту осуществления того или иного мероприятия (выставки, лизинговой сделки): то есть предприниматель выделяет собственные средства, осуществляет мероприятия и уже затем пытается получить компенсацию в рамках

программы поддержки. Если же у предприятия нет на данный момент средств, например, на участие в выставке, то заранее помощь получить нельзя, поскольку по правилам требуется документальное подтверждение реально понесенных расходов. Исключение составляют только гранты на создание нового бизнеса.

5. каждый год вносятся правки в постановления об исполнении программы поддержки, которые формально должны позволить более эффективно расходовать бюджетные средства. Но каждый раз всё сводится к изменению форм и несущественных правил предоставления субсидий. В результате, малые предприятия собирают документы, а потом в ноябре выясняется, что какая-то форма заполнена неверно. Спешка и распределение средств в конце года порождает негативные тенденции, в том числе коррупцию.

6. постоянные изменения процедур получения государственной поддержки фактически означают, что изменяются приоритеты, подходы и направления поддержки малого бизнеса. Изменяются документы, процедуры, сроки рассмотрения, объемы выделяемых ресурсов и прочие важные для малых предприятий характеристики государственной помощи. Это не способствует созданию прозрачных и стабильных отношений между бизнесом и властью.

Таким образом, очевидно, что подход, используемый на современном этапе для поддержки малого предпринимательства не работает. Представляется, что для того чтобы легче было открывать и развивать бизнес, в регионе важно повышать качество бизнес-климата в целом. Под бизнес-климатом понимается совокупность условий, влияющих на возникновение и рост бизнеса, то есть своего рода среда, в которой рождается и растет компания.

В рейтинге препятствий для развития малого и среднего бизнеса первые места традиционно занимают такие проблемы как: высокий уровень налогов; низкая доступность финансирования; вопросы приобретения или аренды земельных участков и производственных помещений; энергетическая и транспортная инфраструктура;

административные барьеры и коррупция; низкая доступность персонала; проблемы со сбытом [7]. Улучшение ситуации по данным направлениям возможно только при помощи государства, но не предполагает непосредственного финансирования малых предприятий из бюджета.

Финансовые ресурсы не вполне доступны малым и средним компаниям. И если краткосрочное финансирование найти все же возможно, то найти без особых проблем дополнительное финансирование на период более трех лет крайне сложно. Углубленный анализ темы финансирования компаний позволяет сделать ряд выводов и ответить на вопрос о том, что же ограничивает его доступность. Малый бизнес является бизнесом с высокими рисками, поэтому ключевым препятствием для получения заемного финансирования являются высокие ставки по кредиту, а также проблема залога. Наиболее распространенные в Евросоюзе формы заемного финансирования, такие как овердрафт и кредитная линия, покупка в рассрочку (лизинг), а также коммерческое кредитование, используются российскими малыми предприятиями редко. Слабым также является развитие рынка венчурных инвестиций. Лишь одна форма решения финансовых проблем малых предприятий – заимствования у друзей и родственников и у других компаний (кроме поставщиков) – пользуется в России очень высокой популярностью. Такая ситуация свидетельствует о необходимости государственного вмешательства. Мировая практика свидетельствует, что для решения подобных проблем достаточно эффективным инструментом являются государственные гарантии по кредитам малого бизнеса. Такая мера в программах поддержки предусмотрена, однако получение государственной гарантии пока сопровождается достаточно сложной и длительной бюрократической процедурой и большим объемом документации, необходимой для рассмотрения заявки. Кроме того, механизм предоставления гарантии включает этап оценки заявки



специальной региональной комиссией, что создает условия для субъективизма и коррупции при принятии решения.

Значительные препятствия для развития малого и среднего бизнеса в промышленности есть в сфере энергетической инфраструктуры. Для большинства компаний новые подключения к энергосети недоступны, и в абсолютном большинстве случаев тарифы на электроэнергию для них слишком высоки. Наиболее сложным и требующим больше всего времени этапом в процессе технологического присоединения является согласование проекта внешнего электроснабжения во всех заинтересованных ведомствах, включая распределительную компанию, департамент по архитектуре и градостроительству, энергетический надзор, иногда – энергосбытовую компанию, и во многих случаях – прочие организации, такие как службы водо- и газоснабжения, а также телефонную компанию. Таким образом, количество ведомств, которые вынуждены посещать заказчики для прохождения этого этапа, может достигать до 10. Существуют значительные возможности для оптимизации этого процесса [8].

Стоимость присоединения должна быть прозрачной, чтобы потребители понимали, за что они платят. Несмотря на сложность установления справедливой цены для потребителей при индивидуальном расчете тарифов, в некоторых странах смогли найти новаторские и приемлемые методы тарификации. Например, в Великобритании, где стоимость присоединения рассчитывается на индивидуальной основе, сетевые компании публикуют буклеты с наиболее распространенными схемами присоединения и соответствующей стоимостью работ и материалов. Этот подход позволяет заказчикам определить диапазон цен для своих случаев присоединения, а также позволяет избежать произвола в установлении цены на подключение.

Многие предприниматели также отмечают низкое качество транспортно-логистической и коммуникационной инфраструктуры в

большинстве российских регионов. Развитие этих видов инфраструктуры вообще полностью является обязанностью региональных властей.

Каждая четвертая компания среди производственных компаний малого бизнеса использует устаревшее оборудование [9]. Причины у этого могут быть разные, но если потребуется обновить оборудование, то основной проблемой является недостаток средств. Представляется, что существенные налоговые льготы для компаний, осуществляющих модернизацию основных фондов, были бы более эффективны, чем предоставление субсидий на повышение энергоэффективности производства. При этом современное оборудование, как правило, обладает более высокими показателями энергоэффективности.

Доступность производственного персонала для малого и среднего бизнеса крайне низкая. Проблемы существуют с поиском квалифицированных инженеров и технических специалистов, а также квалифицированных рабочих. В рамках региональных программ развития рынка труда региональные власти могут осуществлять подготовку и переподготовку кадров для малого и среднего бизнеса.

Проблемы со сбытом у малых предприятий встречаются во всем мире и инструменты, позволяющие решить эти проблемы, также известны: это стимулирование крупных компаний к сотрудничеству с малым бизнесом (в том числе в рамках кластеров), а также госзаказ. Ситуация с долей малого бизнеса в государственных закупках и закупках государственных компаний на сегодняшний день очень тяжелая. Несмотря на то, что с 1 января 2014 года квота для малого бизнеса в участии в госзаказе увеличилась с 10 до 15%, данные показали, что реальная доля участия малого бизнеса в госзаказе не превысила показателей в 4–4,5% [1].

Очень распространенным и обременительным для развития малого бизнеса явлением в России является коррупция. Многие предприниматели в неформальной обстановке признают, что их компании практикуют неформальные выплаты чиновникам.

Основные направления коррупции очевидны: доступ к госзаказу, прохождение проверок, получение земли, подключение к инфраструктуре, получение господдержки. Кроме коррупции предприниматели отмечают наличие административных барьеров. С такими барьерами предприниматели сталкиваются чаще всего при прохождении лицензирования, таможенных процедур. При этом опросы предпринимателе показали, что проверяющие инстанции, и правоохранительные органы создают проблемы для малого бизнеса чаще, чем криминал. Если с административными барьерами можно бороться, совершенствуя законодательство, то, как бороться с коррупцией в России пока непонятно.

Также серьезной проблемой является то, что у чиновников существует своя отчетность, которую они стремятся улучшить. Как правило, целевые ориентиры выражены только в количественных показателях. Вследствие этого на конкурсах по получению денег для госслужащих важен не сам проект, а количество субсидий, которые они считают по итогам года: таким образом, деньги «размываются», а действительно сильные проекты могут не получить господдержки. Возвращаясь к примеру Ленинградской области, в 2014 году государственная поддержка малого и среднего предпринимательства предусмотрена в Государственной программе «Стимулирование экономической активности Ленинградской области». Целью программы вновь является создание условий для устойчивого функционирования и развития малого и среднего предпринимательства, увеличения его вклада в решение задач социально-экономического развития Ленинградской области. В качестве целевых ориентиров выбраны увеличение оборота продукции, производимой малыми предприятиями, до 445 млрд. рублей к 2020 г.; прирост количества субъектов малого и среднего предпринимательства – 24,3% к 2020 г. относительно 2013 года (более 78 тысяч СМиСП) [10]. Однако положительной тенденцией можно считать включение в программу нового качественного целевого показателя: повышения оценки предпринимательским сообществом

эффективности реализации программ поддержки малого и среднего предпринимательства.

В последнее время все государственные программы поддержки малого бизнеса предполагают реализацию точечных мер и достижение количественных целевых показателей, связанных с числом и оборотом малых предприятий. Преимущественно используется прямое финансирование по ряду направлений в виде субсидий. В случае если предприятие преодолевает многочисленные бюрократические процедуры и барьеры, оно может, получить выгоду в краткосрочном периоде от использования государственных программ поддержки. Однако долгосрочного эффекта предлагаемые на сегодняшний день мероприятия по поддержке малого предпринимательства не имеют. Очевидно, что основополагающим принципом в развитии малого предпринимательства должна быть конкуренция, а не прямая финансовая помощь со стороны государства. Например, сокращение административных барьеров, снижение налогов, упрощение отчетных процедур способны значительно улучшить бизнес-климат и снизить коррупционную составляющую. В случае с кредитами и субсидированием от государства может случиться так, что на рынке останется предприниматель, который менее эффективен, но смог получить различными способами государственные деньги. Тогда как намного продуктивнее было бы вносить инфраструктурные изменения. Такие инфраструктурные изменения, безусловно, сложнее осуществлять. Но сегодня в России получается перекрестное субсидирование: государство, изымая финансы из налогов, перераспределяет их по своему усмотрению.

### **БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:**

- 1. Егорова А.** Положение малого бизнеса оценили на тройку с минусом. [Электронный ресурс] Информационно-аналитическое издание ПРОВЭД. Режим доступа: <http://провэд.рф/economics/business/13711-polozhenie-malogo-biznesa-otsenili-na-tpoyku-s-minusom.html>
- 2.** Малое и среднее предпринимательство в России. [Электронный ресурс] Федеральная служба государственной статистики Официальный сайт Режим

доступа:

[http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc\\_1246601078438](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1246601078438)

**3.** Направления поддержки малого и среднего предпринимательства на 2014 г. [Электронный ресурс] Мин. экон. развития РФ Офиц. сайт Режим доступа: <http://www.economy.gov.ru/wps/wcm/connect/economylib4/mer/activity/sections/smallBusiness/support/>

**4.** Официальная статистика. Малое и среднее предпринимательство. [Электронный ресурс] Территориальный орган федеральной службы гос. статистики по СПб и Ленинградской обл. – Петростат. Офиц. сайт. Режим доступа:

[http://petrostat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_ts/petrostat/ru/statistics/Leningradskaaya\\_area/enterprises/](http://petrostat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/petrostat/ru/statistics/Leningradskaaya_area/enterprises/)

**5.** Как чувствует себя малый и средний бизнес в Ленинградской области? [Электронный ресурс] Портал Ленинградской ТПП. Режим доступа: [http://www.baltp.ru/a/2013/08/26/Kak\\_chuvstvuet\\_sebja\\_malij](http://www.baltp.ru/a/2013/08/26/Kak_chuvstvuet_sebja_malij)

**6.** Заинтересованы ли власти в поддержке малого и среднего бизнеса? [Электронный ресурс] Портал Ленинградской ТПП. Режим доступа: [http://www.baltp.ru/a/2013/10/10/Zainteresovani\\_li\\_vlasti/](http://www.baltp.ru/a/2013/10/10/Zainteresovani_li_vlasti/)

**7. Аганбегян А.Г.** О стратегии социально-экономического развития России (субъективные заметки) // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского политехнического университета. Экономические науки. – 2012. – № 3(149). – С. 9–16

**8. Вертешев А.С.** Энергетический потенциал региона и условия его эффективного использования // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского политехнического университета. Экономические науки. – 2012. – № 1(139). – С. 62–67

**9.** Индекс «Опоры России». [Электронный ресурс] Общероссийская общественная организация малого и среднего предпринимательства «Опора России» Режим доступа: <http://new.opora.ru/projects/index>

**10.** Подпрограмма 5. "Развитие малого, среднего предпринимательства и потребительского рынка Ленинградской области" Государственной программы Ленинградской обл. «Стимулирование экономической активности Ленинградской области» (Выписка). Комитет по развитию малого и среднего бизнеса и потребительского рынка Ленинградской обл. [Электронный ресурс] Официальный сайт Правительства Ленинградской области. Режим доступа: <http://small.lenobl.ru/programm/help/2014>

## НЕОБХОДИМОСТЬ КЛАСТЕРНОГО ПОДХОДА МЕЖОТРАСЛЕВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

В современных экономических условиях наблюдается тенденция усиления взаимосвязи и взаимозависимости между отдельными структурными элементами экономикохозяйственного комплекса, влияние которой приводит к необходимости формирования и реализации перспективных управляющих воздействий, обеспечивающих системное решение существующих проблем национальной экономики на основе роста эффективности функционирования механизма межотраслевого взаимодействия. Актуальность данной проблемы возрастает в условиях повышения доли ее структурных составляющих в валовом внутреннем продукте страны, что требует адекватной реакции системы управления на изменения во внешней среде, обеспечивающей рациональное использование материальных, трудовых, финансовых, информационных ресурсов национальной экономики в процессе решения стратегических задач комплексного развития отраслей, предоставляющих услуги различного характера.

Значимость стратегии межотраслевого взаимодействия обусловлена также потребностью формирования условий сбалансированного роста, в которых осуществляется системное решение экономических и социальных проблем бизнес хозяйства с учетом всего комплекса факторов, оказывающих разнонаправленное воздействие на результаты предпринимательской деятельности, необходимости устранения существующих отраслевых диспропорций, отрицательно влияющих на темпы экономического развития отдельных административно-территориальных образований, Российской Федерации в целом. [1]

Актуальность решения проблем формирования рациональной стратегии межотраслевого взаимодействия субъектов хозяйствования, обеспечивающей благоприятные предпосылки роста конкурентоспособности организационно-правовых структур, возрастает в современных условиях функционирования региональных и народнохозяйственных комплексов, характеризующихся увеличением скорости изменений во внешней среде, усилением взаимозависимости между отдельными структурными составляющими национальной экономики, что требует выработки на федеральном уровне управления перспективно ориентированных экономико-организационных, финансовых, нормативно-правовых и иных воздействий. Рост сложности внешней среды приводит к необходимости формирования эффективных управленческих решений, адекватных существующим условиям развития экономикохозяйственных комплексов и позволяющих обеспечить рационализацию функционирования хозяйствующих субъектов при решении текущих и перспективных проблем социально-экономического развития отраслевых составляющих сферы услуг.

В связи с этим все более актуальными становятся методологические и методические решения по формированию рациональной стратегии межотраслевого взаимодействия субъектов хозяйствования сферы услуг на основе комплекса целенаправленных воздействий и мер различной направленности, рационализации содержания отдельных элементов процесса стратегического управления. Высокая скорость реагирования субъекта управления на изменения во внешней среде, адаптивность механизма стратегического управления межотраслевым взаимодействием организаций сферы услуг, рациональное потребление материальных, трудовых, финансовых, информационных ресурсов экономикохозяйственного комплекса в процессе решения как экономических, так и социальных задач могут быть обеспечены при соблюдении объективно действующих экономических законов,

анализе и выборе наиболее эффективных вариантов реализации на федеральном уровне власти перспективных управленческих решений, рационализации финансово-кредитных, нормативно-правовых, планово-расчетных обоснований.

Актуальность данных изысканий обусловлена необходимостью решения таких важных экономикохозяйственных задач, как научное обоснование и повышение эффективности функционирования механизма формирования стратегии межотраслевого взаимодействия хозяйствующих субъектов сферы услуг, установление направлений оптимального взаимодействия предприятий и учреждений различных структурных составляющих, предоставляющих гражданам и организациям услуги различного характера, разработка методических рекомендаций по рационализации стратегических управляющих воздействий в процессе перспективного развития сферы услуг.

Практическая потребность народного хозяйства Российской Федерации в исследованиях по созданию и рациональному применению стратегии межотраслевого взаимодействия хозяйствующих субъектов сферы услуг в период незавершенной трансформации условий взаимодействия организационно-правовых структур, продолжающегося экономического кризиса.

При рассмотрении межотраслевого взаимодействия в сфере услуг, а также самих хозяйствующих субъектов, структурных составляющих сферы услуг на основе системного, сравнительного и социально-экономического анализа, рационализации процесса формирования стратегии межотраслевого взаимодействия в сфере услуг на федеральном, региональном и муниципальном уровнях власти, научного обоснования повышения на этой основе темпов экономического социального развития бизнес хозяйства Российской Федерации, применения в процессе стратегического управления межотраслевым взаимодействием методов, способов и процедур социальной, экономической, нормативно-правовой, структурно-организационной направленности можно сделать следующие выводы:



1. Для увеличения конкурентоспособности национальной экономики необходимо обеспечить снижение транзакционных издержек на основе повышения качества межотраслевых взаимодействий различных подсистем народного хозяйства посредством целенаправленного формирования и поддержки межотраслевых образований, характеризующихся способностью взаимного усиления конкурентных преимуществ. Межотраслевое взаимодействие целесообразно рассматривать как неразрывную взаимосвязь межотраслевого обмена и межотраслевой конкуренции, что создает основу для определения рациональной стратегии межотраслевого взаимодействия, учитывающей необходимость роста конкурентоспособности отечественных товаров и услуг, рационализации существующей структуры экономики с учетом направленности на повышение производительности, инновационности и прибыльности находящихся в определенном регионе субъектов хозяйствования. [2]

2. В процессе формирования стратегии межотраслевого взаимодействия в сфере услуг целесообразно в качестве объекта рассматривать межотраслевые образования, а в качестве инструмента использовать межотраслевой подход, поскольку традиционный отраслевой подход имеет ряд ограничений, не позволяющих учитывать комплексные факторы, влияющие на конкурентоспособность национальной экономики в целом. При этом выделение отраслей по определенным признакам (производимому продукту) накладывает ограничения на специализацию деятельности организаций, что препятствует выработке рациональных долгосрочных управляющих воздействий. [3] Межотраслевой подход (анализ в рамках межотраслевых образований) позволяет учитывать динамическую сущность конкуренции в современной инновационной экономике, в которой знания являются ключевым фактором получения конкурентных преимуществ, дает возможность объективировать роль государства в стимулировании

конкурентоспособности отечественных предприятий, оптимизировать формы взаимодействия государственного и частного секторов народного хозяйства.

3. Рационализация условий перспективного развития народного хозяйства на основе формирования межотраслевых образований позволяет эффективно повышать национальную конкурентоспособность за счет: роста целевой направленности хозяйственных связей между организационно-правовыми структурами; эффекта охвата; эффекта масштаба производства, основой которого является наличие ядра инновационного кластера в виде одного из хозяйствующих субъектов; эффекта синергии, возникающего на основе всеобщей стандартизации продукции; инновационной структуры межотраслевых образований, способствующей снижению совокупных затрат на исследование и разработку новшеств, что позволяет их участникам стабильно осуществлять инновационную деятельность в течение неопределенного периода времени. [4]

4. В последние годы наблюдалась положительная динамика развития хозяйствующих субъектов сферы услуг, повышение эффективности их межотраслевого взаимодействия, рост производства и валовой добавленной стоимости предприятий и учреждений, предоставляющих услуги различного характера. При этом наиболее быстрыми темпами развивались организационно-правовые структуры тех видов экономической деятельности в сфере услуг, которые в складывающихся условиях внешней среды имеют возможность привлекать значительные финансовые ресурсы из внебюджетных источников: финансовая деятельность; строительство; гостиницы и рестораны; оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования, тогда как для отраслей, предоставляющих услуги социального характера (образование, здравоохранение, предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных

услуг), были характерны значительно более низкие темпы роста валовой добавленной стоимости и валового объема производства. [5]

5. В 2012 году наибольшие темпы роста объемов реализации крупнейших хозяйствующих субъектов были характерны для отраслей сферы услуг, как розничная торговля, оптовая торговля, финансовые услуги, что во многом обусловлено высокими ценами на товары российского экспорта в первой половине года, увеличением денежных доходов граждан, изменением стереотипов потребления, которое приводит к росту спроса на новые услуги. [6] В то же время важнейшей задачей государства в современных экономических условиях развития сферы услуг является повышение эффективности функционирования государственных и рыночных институтов, их адаптация к изменениям во внешней среде, что позволит с максимальной результативностью использовать все виды ресурсов национальной экономики в процессе оптимизации межотраслевого взаимодействия организационно-правовых структур, предоставляющих услуги различного характера. [7]

6. Формирование рациональной стратегии межотраслевого взаимодействия субъектов хозяйствования сферы услуг должно осуществляться с учетом приоритетов социально-экономического развития народнохозяйственного комплекса Российской Федерации, воздействия социально-культурных, научно-технических, политических, международных, экономических факторов внешней среды в неопределенном периоде времени и включать такие этапы, как: определение целей и задач межотраслевого взаимодействия хозяйствующих субъектов сферы услуг, анализ ресурсного потенциала рассматриваемой подсистемы национальной экономики, разработка принципов межотраслевого взаимодействия, формирование методов повышения эффективности межотраслевого взаимодействия, определение приоритетных хозяйственных связей отраслей сферы услуг, разработка мер по повышению эффективности

межотраслевого взаимодействия, реализация управляющих воздействий, мониторинг полученных результатов.

7. Целью реализации перспективной стратегии межотраслевого взаимодействия предприятий сферы услуг является повышение эффективности использования ограниченных материальных, трудовых, финансовых ресурсов народнохозяйственного комплекса на основе их рационального перераспределения между отраслями, предоставляющими услуги различного характера. [8] Для достижения указанной цели необходимо решить следующие основные задачи:

- сформировать отраслевые приоритеты развития сферы услуг в современных условиях хозяйствования с учетом разнонаправленного воздействия факторов внешней среды;
- определить порядок взаимодействия приоритетных отраслей с другими структурными составляющими сферы услуг в процессе их комплексного социально-экономического развития;
- провести анализ имеющего потенциала сферы услуг для обеспечения его рационального использования в складывающихся хозяйственных условиях;
- сформировать механизм перераспределения бюджетных и внебюджетных средств между отраслями сферы услуг для предотвращения возникновения отраслевых диспропорций на основе реализации мер налогового, экономического, финансового характера.

8. В стратегическом периоде времени рационализация межотраслевого взаимодействия хозяйствующих субъектов должна осуществляться на основе создания отраслевых холдинговых структур, включающих предприятия отдельных подсистем сферы услуг должна осуществляться на основе создания отраслевых холдинговых структур, включающих предприятия отдельных подсистем сферы услуг и осуществляющих рациональное взаимодействие с хозяйствующими субъектами других структурных составляющих народного хозяйства; приватизации имущественных

комплексов, оказавшихся в период экономического кризиса под контролем хозяйствующих субъектов сферы услуг, акции которых находятся в собственности государства; реализации комплекса мер налогового, финансового, административного, экономического характера, адекватных складывающимся условиям воздействия факторов внешней среды в долгосрочной перспективе; создания муниципальных центров развития малого предпринимательства, территориально объединяющих организации различных отраслей и способствующих формированию между ними устойчивых хозяйственных связей. [9]

Повышение эффективности текущей деятельности и перспективного развития субъектов хозяйствования различных отраслей должно осуществляться на основе решения проблем рационализации их межотраслевого взаимодействия, что позволит в полной мере использовать материальные, трудовые, финансовые, информационные ресурсы национальной экономики, адекватно реагируя на разнонаправленные изменения совокупности факторов внешней среды в неопределенном периоде времени. [10]

В процессе экономического развития на определенных территориях обеспечивается эффективное межотраслевое взаимодействие хозяйствующих субъектов, дополняющих друг друга при производстве продукции и оказании услуг, что следует рассматривать как межотраслевой кластер. При этом понятия территориально-производственного комплекса, межотраслевого комплекса и кластера основывается на едином сущностном подходе к анализу межотраслевого взаимодействия, который предусматривает учет положительных синергетических эффектов территориальной агломерации, близости потребителя и производителя, сетевых эффектов и диффузии знаний и умений за счет миграции персонала. [11] Межотраслевые комплексные образования, к которым целесообразно относить территориально-производственные, межотраслевые комплексы и кластеры являются формальными и

неформальными объединениями отраслевых и смежных организаций, способных к взаимному усилению конкурентных преимуществ независимо от их местонахождения.

Основными аспектами взаимодействия в рамках межотраслевых образований являются: географический, подразумевающий географический, подразумевающий географическую концентрацию участников межотраслевого образования; сетевой, поскольку наличествуют как явные (партнерские отношения), так и неявные (межличностные контакты сотрудников, доступ к общей ресурсной базе) взаимосвязи между предприятиями, входящими в межотраслевое образование; системный, поскольку рассмотрение межотраслевых образований включает анализ не только производителей ключевых товаров и услуг, но и всех компаний и организаций, тем или иным способом участвующих в создании данного продукта или услуги; инновационный, который требует включения в рассмотрение всех участников инновационного процесса, связанного с определенным продуктом; синергетический, поскольку конкурентоспособность межотраслевого образования определяется, в том числе, и синергетическим эффектом, возникающим в его рамках. При этом отдельное межотраслевое образование можно рассматривать как систему, состоящую из совокупности взаимосвязанных и взаимообусловленных элементов. Рассматривая особенности традиционного отраслевого и межотраслевого подходов, можно отметить их структурные различия, поскольку межотраслевой подход ориентирован на системное решение существующих экономикохозяйственных задач.

В сфере услуг можно выделить два кластера. Отрасли первого кластера (оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования; гостиницы и рестораны; транспорт и связь; финансовая деятельность; операции с недвижимым имуществом, аренда), которые можно характеризовать как коммерчески ориентированные, смогли

интегрироваться в рыночную экономику, эффективно использовать накопленный ранее потенциал при решении текущих и перспективных задач социально-экономического развития. Другие отрасли сферы услуг (в частности, государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное обеспечение; образование; здравоохранение; предоставление социальных услуг; жилищно-коммунальное хозяйство; культура и кинематография; физическая культура и спорт) составляют социально ориентированный кластер, предприятия которого не смогли в полной мере адаптироваться к условиям рыночной экономики, что не позволяет эффективно использовать их потенциал при решении текущих и перспективных проблем экономического и социального развития. [12] В современных экономических условиях результаты хозяйственной деятельности предприятий и учреждений сферы услуг во многом определяются теми управленческими решениями, которые были осуществлены в ретроспективе, в период активных рыночных реформ, направленных на изменение условий функционирования народного хозяйства в целом, его отдельных отраслевых подсистем. В этой связи анализ ретроспективных условий функционирования и осуществления межотраслевого взаимодействия является необходимым для достижения высоких социально-экономических результатов субъектами хозяйствования отдельных отраслевых составляющих сферы услуг в неопределенном периоде времени.

#### **БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:**

- 1. Петров П.И.** Стратегия межотраслевого взаимодействия хозяйствующих субъектов сферы услуг. – моногр. / под редакцией д.э.н., проф. А.Д. Невменова. – СПб. : Издательство Санкт-Петербургской академии управления и экономики, 2010. – 136 с.
- 2. Минэкономразвития России ИННОВАЦИОННАЯ РОССИЯ – 2020** (Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года). – М., 2010

- 3. Леонтьев В.В.** Общеэкономические проблемы межотраслевого анализа. Серия экономическая теория. М., 2008.
- 4. Петров П.И.** Методические положения разработки стратегии межотраслевого взаимодействия в сфере услуг // Вестник Российской академии естественных наук. –2009. – №13(6).
- 5. Рахаева В.Т., Смирнов А.С.** Правовое регулирование инвестиционной деятельности в социально-культурной сфере. // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. –2009. –№3(79). – С. 228–231
- 6.** Российский статистический ежегодник: Стат.сб. Росстат ; Под общ. ред. А.Е. Суринова. – Вер. Р76. – М., 2012. – 786 с.
- 7. Гельвановский М.И., Рожков К.Л., Скрыбина Н.И.** Конкурентоспособность национальной экономики. Проблемы статистического сопровождения. Поиск методологической адекватности. — М.: Статистика России, 2009.
- 8. Гришин А. А.** Развитие механизмов межотраслевого взаимодействия предприятий на базе современных интеграционных структур. дисс. кан. экон. наук: 08.00.05; / Гришин Андрей Анатольевич. – Воронеж, 2014. – 388 с. – Библиогр.: с. 356–375 – РГБ ОД, 71 09-8/83.
- 9. Рудская И.А.** Региональные инновационные системы: условия формирования и критерии эффективности // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского политехнического университета. Экономические науки. – 2012. – № 4(151). – С. 57-62.
- 10. Смирнов А.С.** Необходимость правового просвещения и социального патроната в России. // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Гуманитарные и общественные науки. –2012. – № 4(160) – С. 46-52.
- 11. Смирнова О.А., Счисляева Е.Р., Арфае А.В.** Экономические аспекты охраны труда в строительстве. // // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского политехнического университета. Экономические науки – 2012. – №6(161) – С.239-245.
- 12. Цыванюк П.В., Бабкин А.В.** Особенности конкурсного размещения заказа на создание научно-технической продукции промышленного кластера // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского политехнического университета. Экономические науки. – 2012. –№ 3(149). –С. 53-60.



## **РАЗДЕЛ III.**

### **МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ**

**УДК 338.242.2**

**А. А. Мошков**

#### **ИНСТРУМЕНТЫ МАРКЕТИНГА ИННОВАЦИЙ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ**

Маркетинговую активность можно рассматривать как инструмент повышения конкурентоспособности наряду с инновационным потенциалом предприятия. Маркетинг инноваций призван создавать новые рынки и новые потребности у покупателей.

Поскольку между началом разработок инновационной продукции и её окончательным выводом на рынок существует большой временной лаг, целесообразно заранее прогнозировать степень востребованности потребителями тех или иных разработок [1]. Также можно начать готовить потребителей заранее к планируемым результатам научных разработок. Наиболее активное информирование потребителей о выходе новой или улучшенной продукции рекомендуется проводить за месяц до начала продаж.

С точки зрения маркетингового подхода управление инновационными проектами подразумевает реализацию следующих этапов:

1. Разработка стратегии нового продукта.
2. Формирование цели.
3. Оценка альтернатив.
4. Финансовый анализ.
5. Разработка и производство опытного образца.
6. Маркетинговое тестирование.

7. Коммерциализация.

8. Контроль результатов и внесение изменений в продукт при необходимости.

Использование маркетинга инноваций в стратегической деятельности предприятия позволяет сократить риски вывода нового продукта на рынок, что делает развитие компании наиболее безопасным в плане финансовых рисков [2]. Риски связаны с возможной невостребованностью инновационной продукции на рынке, с неготовностью покупателей к восприятию и покупке такой продукции. А поскольку, как правило, выпуск инновационной продукции требует определённых финансовых вложений, предприятию нужно как можно быстрее наладить стабильные продажи новой продукции.

В разрезе стратегического маркетинга инноваций рассматривается разработка стратегии проникновения инновационной продукции на рынок: проводится анализ конкурентов и рынка в целом, моделирование предпочтений покупателя, разработка действий по формированию спроса. Поскольку речь идёт об инновационной продукции, то такая стратегическая оценка может быть осложнена ввиду отсутствия схожих предложений на рынке [3]. Вследствие этого оценка может производиться исходя из анализа схожей продукции.

К задачам оперативного маркетинга относятся вопросы реализации выбранной инновационной стратегии.

В случае успешного применения инновационного маркетинга, предприятие может рассчитывать на ряд преимуществ по отношению к конкурентам, рост прибыли и захват новых сегментов рынка, что способствует окупаемости вложенных в инновационное развитие средств [4]. Главной идеей маркетинга инноваций является то, что новый товар должен превосходить ожидания потребителей. При этом продукт должен предлагаться по привлекательной цене. Основным посылом к выпуску качественно новой продукции служат технические и технологические инновации на производстве.

Маркетинг инноваций также применяется к техническим и технологическим инновациям на производстве, которые сокращают расходы на производство [5]. При уменьшении цены продукции важно, чтобы потребитель знал, что при этом не пострадало качество. В качестве примера инновационного маркетинга в данном случае может стать доведение до потребителей образцов новой продукции для подтверждения качества и анализ отзывов целевой аудитории.

Специфика инновационных продуктов заключается в их уникальности, сложности их восприятия потребителями, необходимости выстраивания новых взаимоотношений с рынком, собственно сам рынок получается абсолютно новым и неизученный [6]. Часто инновационные продукты затрагивают сразу несколько смежных рынков и сегментов рынков.

Инновационный продукт призван изменить ожидания потребителя, однако до покупателей необходимо чётко донести особенности и преимущества проведённых инноваций, чтобы они были востребованы рынком.

При переносе маркетинговых методик и инструментов в сферу инноваций необходимо учитывать специфику рынка инновационных продуктов [7]. Нужно уделить особое внимание процессам поиска и обработки идей, управления инновационными проектами, создания стратегии вывода инновационных продуктов на рынок и последующего оперативного контроля и корректировки планов. Следует особенно выделить важность времени в маркетинге инноваций.

Существует несколько основных инструментов маркетинга инноваций:

1. Система тестирования новинок.
2. Вовлечение потребителей в создание и апробацию новых продуктов (краудсорсинг, сотворчество).
3. Игрофикация.
4. Мультиатрибутивная модель продукта (концепция целостного продукта) с дальнейшим развитием с помощью концепции ценности, которую предоставляет новый товар покупателю.

5. Методы поиска возможных сфер использования инноваций (а значит и потенциала для развития технологий и самого продукта).
6. Дорожные (стратегические) карты.
7. Изучение диффузии инноваций среди потребителей.
8. Модель жизненного цикла принятия технологий.
9. Бенчмаркинг (метод аналогов).
10. Отраслевой анализ.
11. Карты рынка.

Также применяются следующие инструменты: система DART, латеральный маркетинг, метод Кано, модель freemium, концепция «бережливого стартапа», сторителлинг, схема Абея, тестимониалс, определение маркетинговых рамок целостного продукта, эмпатическое моделирование.

Несмотря на всю важность тестирования инновационной продукции потребителями есть одна важная проблема – желание покупателя получить уже опробованный кем-то другим товар, чтобы минимизировать свои риски неудовлетворённости [8]. Маркетинг инноваций должен помочь разрушить социальные и культурные барьеры на пути инновационного продукта к потребителю, если такие барьеры существуют. Суть решения проблемы кроется в общении с целевой аудиторией, что подразумевает не просто информирование об инновационном продукте, но и его тестирование, чтобы потребители могли почувствовать все плюсы нового товара. Т. е. необходимо решить проблему демонстрации плюсов инновационного товара до его приобретения.

В маркетинге инноваций могут быть полезными консультации психологов, которые помогут разрушить в сознании потребителей барьер «отторжения всего нового» [9]. В большинстве случаев этот процесс требует продолжительное время.

Также важно донести до потребителей все функции и особенности инновационного продукта, чтобы покупатель мог всесторонне использовать предлагаемую инновацию.

Для лучшего стимулирования сбыта и формирования спроса маркетингу инноваций необходимо понимать, в чём заключается инновация продукта: это принципиально новый товар или услуга, модернизация существующих вариантов, улучшение технических, дизайнерских или социально-культурных свойств продукта.

Маркетинг инноваций должен распространяться не только на потребителей, но и на сотрудников предприятия [10, 11]. Каждый сотрудник (инженер, технолог, рабочий и т. д.) должен знать, что хочет видеть потребитель.

Маркетинг инноваций тесно связан с понятием инновационный потенциал, т.к. предприятие должно иметь некий потенциал для инновационного развития в соответствии со стратегической и оперативной маркетинговой стратегией [12, 13]. Инновационный потенциал предприятия можно оценивать как с помощью интегрального показателя, так и выделяя в инновационном потенциале маркетинговую составляющую. Выделение маркетинговой составляющей позволяет осуществлять более точное управление маркетинговыми процессами на предприятии в разрезе инновационной стратегии.

*Статья подготовлена при поддержке  
Российского гуманитарного научного фонда (проект № 12-32-01017).*

### **БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:**

- 1. Топсахалова Ф.М.Г., Ниров М.Ч., Айбазова Ф.М.** Проблемы инновационного развития экономики России // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского политехнического университета. Экономические науки. –2012. – № 1(139). –С. 11-14.
- 2. Макурина Ю.А.** Методы управления инновационным маркетингом производственного предприятия // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского политехнического университета. Экономические науки. – 2012. – № 1(139). – С. 251-256.
- 3. Керимова Л.А.** Маркетинг инноваций как инструмент повышения конкурентоспособности малых предприятий // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. – 2013. – №6 –С. 57-65.

4. **Путилина В.В., Кривовяз Н.В.** Роль маркетинга инноваций в развитии компании // Труды IX междунар. науч.-практ. конф. ИМПУЛЬС-2012. Томск. 2012. – С. 312-314.
5. **Маркова В.Д.** Концепции и инструменты маркетинга инноваций // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: Социально-экономические науки. – 2013. –Т. 13. №3. –С. 95-101.
6. **Маркова В.Д.** Маркетинг в сфере инноваций: классификация задач и инструментов // Вопросы современной экономики. –2013. –№4 (4). –С. 25-37.
7. **Курчиева Г.И.** Комплексная оценка потенциала маркетинга инноваций // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: Социально-экономические науки. –2013. –Т. 13. №1. –С. 85-94.
8. **Короткова Т.Л.** Специфика рынка и маркетинга инноваций // Современные технологии управления. –2012. –№23 (23). – С. 7-10.
9. **Мошкова М.А.** К вопросу формирования алгоритма оценивания взаимосвязи пространственных и маркетинговых показателей // Коммерция и маркетинг в инновационном развитии России. Науч. сессия професс.- преподават. состава, науч. сотр. и аспирантов по итогам НИР. Изд-во СПбГУЭФ. –2012.
10. **Божко Л.Л.** Формирование и развитие индустриально-инновационной инфраструктуры приграничного сотрудничества // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского политехнического университета. Экономические науки. –2011. –№ 1(114). –С. 43-46.
11. **Шамина Л.К.** Система показателей оценки инновационного потенциала предприятия // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского политехнического университета. Экономические науки. –2011. –№ 1(114). – С. 128-132.
12. **Бабкин А.В., Мошков А.А., Новиков А.О.** Анализ методов и моделей оценки инновационного потенциала промышленного кластера // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского политехнического университета. Экономические науки. – 2012. – № 4 (151). – С. 84-90.
13. **Цацулин А.Н., Бабкин А.В.** Экономический анализ комплексной инновационной активности: сущность и подходы // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. – 2012. –№ 4 (151).– С. 132-144.

## МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ РЫНКА БИОЛОГИЧЕСКИ АКТИВНЫХ ДОБАВОК В РОССИИ

В современных условиях повышение качества жизни населения является основой для успешного экономического и социального развития страны. Качество жизни как система включает здоровье, образование, культуру, систему обитания, социально-экономическую обстановку. В свою очередь способствовать улучшению качества жизни населения могут социально значимые товары, примером которых являются медицинские услуги, лекарственные средства, биологически активные добавки (БАД), услуги в рамках спортивно-оздоровительных мероприятий и другие [17].

Сегодня в развитых странах возрастание потребности в долгой, качественной и здоровой жизни подтверждает высокий спрос на спортивно-оздоровительные услуги, услуги анти-эйджинга, медицинскую профилактику старения и т. п. Растет и доля россиян, открыто выражающих потребность в продлении жизни. Согласно опросу общественного мнения, проведенному в 2008 г., 78% россиян не желают стареть никогда [10]. Исследование аналитического центра Юрия Левады показало, что 22% россиян хотели бы жить как можно дольше. Еще 34% респондентов ответили, что готовы жить до тех пор, пока будут сохранять силы и ясность ума, а 43% – «сколько Бог даст» [6].

Согласно исследованию, проведенному Федеральной службой государственной статистики при участии Минздрава России, для подавляющего большинства населения в возрасте старше 15 лет хорошее здоровье является одной из наиболее актуальных базовых ценностей. На предложение определить по пятибалльной шкале ценность здоровья в ряду других жизненных ценностей 85,0%

опрошенных дали ответы, в которых выражено максимальное ранговое значение ценности крепкого здоровья. В сознании подавляющего большинства людей всех возрастных групп здоровье как ценность вместе с ценностью семьи занимает 1–2 место среди других важнейших социальных ценностей – материального благополучия, работы, образования [5].

Экономическая польза от сохранения здоровья и продления жизни заключается для потребителей в увеличении человеческого капитала, что сказывается на доходах и, соответственно, покупательской способности. Влияние человеческого капитала на заработки индивида были отражены еще в 1975 г. в работе Беккера Г. [1]. Экономическую отдачу от здоровья исследовали и российские авторы. Так, взаимосвязь уровня здоровья и благосостояния человека подтверждает исследование, проведенное Бухарбаевой Л.Я., Каримовой Л.А., Франц М.В. [2].

Старение человека – это системный процесс возрастного уменьшения жизнеспособности организма, затрагивающий все его структурные уровни и начинающийся на молекулярно-клеточном уровне с последующим переходом на более высокий, в частности морфо-физиологический, уровень организации организма [8]. Старение человека зависит от ряда факторов. Согласно данным академика РАМН Лисицына Ю., социальные факторы, например образ жизни, рациональное питание и др., вносят определяющий вклад (55–60%) в продолжительность жизни человека. Генетические факторы дают значительно меньше – 15–20%, примерно столько же – состояние окружающей среды, а на здравоохранение приходится оставшиеся 10–15%. Подобной точки зрения придерживается Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ), согласно мнению которой на старение человека влияют 4 причины [18]:

1. Образ жизни (стрессоустойчивость, питание, физическая активность, уход за собой) – 50%;
2. Окружающая среда, экология – 20%;



3. Генетика – 20; %

4. Уровень медицинского обслуживания – 10 %.

Считается, что при физиологическом старении организма его хронологический и биологический возрасты должны совпадать. Можно предположить, что в случае отставания биологического от хронологического возраста длительность предстоящей жизни человека увеличивается, в противоположной ситуации наблюдается преждевременное старение. То есть речь идет о физиологической или преждевременной (и патологической) старости [14]. Условия жизни современного общества, заболевания, ускоряющие дегенеративные процессы, приводят к преждевременному старению и смерти до достижения видового биологического предела жизни.

Для решения проблемы сохранения здоровья и увеличения продолжительности жизни многие специалисты в области медицины и биологии предлагают потреблять геронтопротекторы – вещества неспецифического общерегулирующего действия, предназначенные для увеличения продолжительности жизни и относящиеся к пищевым биологически активным добавкам (БАД). В настоящее время данное мнение все больше находит поддержку среди населения России, что отражается в тенденции увеличения потребления БАД с целью поддержания и улучшения здоровья.

По мнению специалистов здравоохранения, существует непосредственная связь между употреблением БАД и продолжительностью жизни человека в различных странах. Так, в промышленно развитых странах, таких как Япония и Америка, уровень потребления БАД населением достигает 90%, а продолжительность жизни составляет более 80 лет [15].

Кроме того, особую полезность БАД приобретает для потребителей, обладающих вредными привычками, негативно сказывающимися на здоровье, такими как курение, потребление алкоголя и т.д. Согласно исследованиям, основное количество респондентов на практике относится к собственному здоровью

достаточно небрежно. Многие люди не принимают меры, предупреждающие заболевания. Вдобавок они подвержены влиянию отрицательных социальных действий. Как свидетельствуют результаты исследования положительных и отрицательных поведенческих факторов, влияющих на здоровье, доля тех, кто в повседневной жизни действительно бережет свое здоровье, не превышает 25% респондентов [3].

Пищевые биологически активные добавки, в том числе геронтопротекторы, можно отнести к категории социально значимых товаров, которые оказывают существенное влияние на качество жизни потребителей. Вместе с тем, под социально значимыми товарами понимаются оказывающие существенное влияние на качество жизни населения товары, которые можно отнести к категории «*Essential*» по «VEN» – классификации товаров (*Vital-Essential-Non-essential*) [19].

Согласно Приказу Минздрава РФ № 117 от 15.04.97 «О порядке экспертизы и гигиенической сертификации биологически активных добавок к пище», БАД выделены из лекарственных средств в отдельную группу, представляют собой «концентраты биологически активных веществ, предназначенных для непосредственного приема или введения в состав пищевых продуктов с целью обогащения рациона питания человека отдельными биологически активными веществами или их комплексами» [13].

На отечественном фармакологическом рынке наблюдается тенденция увеличения емкости сегмента пищевых биологически активных добавок. Согласно отраслевым исследованиям ежегодно в России регистрируются от 2,5 до 4 тыс. БАД. По аналитическим данным журнала «Рынок БАД», объем рынка БАД в России составил в 2011 году около 334 млн. упаковок в натуральном выражении и 963 млн. USD (28,29 млрд. руб.; в пересчете по среднему номинальному курсу USD в рублях в 2011-м равному 29,375) в стоимостном выражении [11].

По результатам проведенного DSM Group исследования «Фармакологический рынок России 2011» через аптеки в 2011 году было реализовано около 300 млн. упаковок БАД на общую сумму около 18,7 млрд. руб. в оптовых ценах и 26 млрд. руб. в розничных ценах. Прирост в стоимостном выражении составил 13% в сравнении с 2010 г., в упаковках прирост – незначительный (+1%). Вместе с тем, несмотря на высокий рост в рублях, показатель в натуральном выражении не превысил объемы кризисного 2009 г., что может объясняться ростом цен [16]. В результате анализа динамики объема продаж БАД в России выявляется тенденция сокращения потребления в натуральном выражении в современный период.

Учитывая социальную значимость таких товаров, как БАД, по своему назначению способствующих сохранению и улучшению здоровья, становится крайне важным выявить причины снижения их потребления, а также изучить мотивы покупки, с целью более эффективного маркетингового воздействия.

Изучая проблемную специфику рынка пищевых биологически активных добавок, следует обратить внимание на аутентичность восприятия БАД потребителями в разрезе их социально-демографического профиля.

Исследования российского рынка показывают, что основной группой покупателей БАД, направленных на сохранение и улучшение здоровья, являются потребители старше 55 лет. Вместе с тем, наблюдается тенденция увеличения числа потребителей в возрастной группе от 35 до 44 лет.

Факторный анализ мотивов потребления БАД показал, что наиболее значимым мотивом является недомогание – 38%, далее следуют общее укрепление организма (24%), профилактика заболеваний (19%), достижение омолаживающего эффекта (9%), сбалансированность диеты (6%), улучшение внешности (4%) [9].

Следует отметить, что для профилактики заболеваний БАД потребляют в 2 раза меньшее количество граждан, чем для

избавления от недомогания. Другими словами, потребители еще не видят четкого различия между биологически активной добавкой к пище и лекарственным средством. Можно предположить, что у российских потребителей возникает неправильное восприятие БАД как продукта, предназначенного для лечения заболеваний, средства избавления от недомогания или даже «панацеи». Подтверждением этому могут являться результаты исследований, согласно которым, 62,7% респондентов, испытывающих недомогание, предпочитают лечиться самостоятельно, применяя лекарства и «народные» средства, а в числе людей, занимающихся самолечением, только 37,3% в случае заболеваний прибегают к врачебной помощи [3].

Сегодня частым явлением становится негативная или настороженная оценка российскими потребителями как конкретных видов БАД, так и данной товарной группы в целом, несмотря на признание ее, безусловно, полезной в большинстве развитых стран, например в США, Японии, Франции, Германии и других.

Эксперты полагают, что основным фактором, обуславливающим настороженную реакцию потребителей на БАД, является не сомнение в их безопасности, а неоправдавшиеся надежды на эффективность и, следовательно, качество в широком понимании данного термина [7]. В таком случае вместо ожидаемого выраженного терапевтического эффекта потребитель может получить обострение заболевания или переход его в хроническую форму.

Следует отметить, что на рынке до недавнего времени оставалась распространенной ситуация, когда большое количество социально безответственных компаний при продвижении своей продукции пытались ввести в заблуждение конечного потребителя путем распространения неэффективных или низкоэффективных БАД, а также предоставлять аннотацию непроверенных или несуществующих свойств.

По данным Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека (Роспотребнадзор РФ),

наблюдалась тенденция увеличения поступающих от граждан жалоб, связанных с реализацией биологически активных добавок к пище, в том числе с реализацией через систему сетевого маркетинга, когда БАД реализуются по телефонным заявкам с доставкой на дом курьером. В подобных ситуациях распространители БАД, как правило, рекомендуют их в качестве лекарственных средств, не указывая противопоказания, присутствующие в регистрационных удостоверениях.

Среди других причин негативного отношения общества к БАД эксперты выделяют отсутствие строгой законодательной базы, регламентирующей, в том числе вопросы применения исходного сырья, транспортировки и хранения готовой продукции. В дополнение к вышеизложенному, еще в 2010 г. отмечалось отсутствие должного уровня контроля качества БАД многими производителями, которые выпускают свою продукцию в условиях, не удовлетворяющих гигиеническим требованиям.

Так, в Постановлении Главного государственного санитарного врача Российской Федерации от 20 мая 2009 г. № 36 «О надзоре за биологически активными добавками к пище (БАД)» сообщается, что среди обследованных 87 производителей БАД нарушения санитарно-эпидемиологических требований были выявлены у 39 организаций, что составило 44,7%. Роспотребнадзор РФ подтверждает, что при производстве и обороте БАД чаще всего выявляются следующие нарушения: неудовлетворительное санитарно-техническое состояние производственных помещений; отсутствие документов, подтверждающих безопасность поступающего сырья; отсутствие производственного контроля за выпускаемой продукцией; розничная торговля БАД путем дистанционной продажи; несоблюдение условий хранения препаратов; отсутствия на этикетке ингредиентного состава БАД, сведений о биологически активных веществах, источником которых является БАД к пище, противопоказаний к применению БАД, информации о том, что БАД не является лекарственным средством и др. [12].

Таким образом, систематизация и анализ отраслевых публикаций позволяют утверждать, что настороженная реакция к БАД и снижение доверия потребителей были вызваны недобросовестной бизнес-практикой производителей БАД в предшествующие годы.

Кроме того, негативному отношению потребителей к БАД способствует проблема регулирования ценообразования. По мере продвижения к конечному потребителю цена БАД может увеличиваться многократно, снижая ценовую доступность данного социально значимого товара.

Негативное отношение значительной доли российского населения подтверждает исследование маркетингового агентства ProfiOnlineResearch. Согласно результатам опроса, только 40% женщин уверены в пользе БАД [4]. Вместе с тем 46% мужчин склонны считать БАД обманом потребителей, солидарны с ними молодые люди и представители старшего поколения.

Рассматривая проблемную специфику рынка БАД, следует обратить внимание на сложившуюся в России культуру потребления данного продукта.

Согласно исследованиям, до 70% российских потребителей предпочитают самостоятельный выбор БАД, а не по назначению врача. Вместе с тем, часто складывается ситуация, когда потребитель совершает покупку, не имея четкого представления, какие основные вещества и компоненты необходимы ему для профилактики заболеваний, так как не может самостоятельно определить уровень объективно-необходимой востребованности своего организма в БАД. Кроме того, многие потребители, длительно принимающие те или иные лекарства, начинают дополнять их БАД. При этом не учитывается взаимодействие между БАД и лекарственными препаратами. Например, БАД, содержащие экстракты травы зверобоя, могут изменять лекарственный эффект антидепрессантов, антибиотиков, стероидных гормонов и др.

Можно предположить, что сложившаяся ситуация на рынке БАД может являться следствием еще слабо развитой культуры потребления данного вида продукции. В связи с тем, что БАД является социально значимым товаром, социально ответственное поведение компаний, производящих и реализующих БАД, становится залогом здоровья и благополучия потребителей.

В качестве выводов исследования проблемной специфики российского рынка БАД к пище можно сделать следующее заключение.

Во-первых, в современном российском обществе наблюдается ряд серьезных проблем демографического характера, связанных с сокращением численности трудоспособного населения, прежде всего, в результате низкой продолжительности жизни. В связи с этим актуален вопрос сохранения и улучшения здоровья в результате потребления таких социально значимых товаров, как БАД.

Во-вторых, ценность БАД к пище для потребителя заключается в его способности удовлетворять одну из базовых потребностей человека – сохранять и улучшать здоровье, способствовать предотвращению преждевременного старения. На основе изучения портрета потребителей БАД выявляется проблема максимизации получаемого полезного эффекта в результате применения данного вида продукции. Так, основной целевой группой потребителей для производителей БАД являются пожилые люди в возрасте от 55 лет, в то время как, согласно мнению ученых в области медицины, для максимального эффекта сохранения здоровья и замедления старения начинать принимать БАД следует в возрасте 25 лет. Данное расхождение между целевыми аудиториями (текущей и той, которая способна получать максимальный эффект) снижает потребительскую ценность продукта, уменьшает положительный эффект сохранения и улучшения здоровья для потребителей.

В-третьих, в настоящее время в России сохраняется слабо развитая культура потребления БАД, что выражается, во-первых, в

негативном отношении значительной доли населения к БАД, во-вторых, в неправильном восприятии потребителями как функционального назначения БАД, так и ценности данного продукта. В-третьих, можно выделить, низкую осведомленность потребителей о грамотном потреблении БАД, обеспечивающем максимально положительный эффект от применения продукта и снижающем вероятность негативных последствий для здоровья.

В-четвертых, в результате обобщения результатов отраслевых маркетинговых исследований, выявляется существенная причина негативного отношения российского населения к БАД, которая заключается в неоправдавшихся надеждах потребителей на эффективность продукта. В свою очередь, неполучение ожидаемого эффекта может быть связано с ошибочным восприятием потребителями БАД как лекарственного средства, способного лечить болезни, а не являться средством профилактики. Кроме того, неправильному потребительскому восприятию БАД способствует социально безответственная маркетинговая политика значительного количества производителей БАД. Так, многие производители при продвижении своей продукции рекомендуют применять БАД для избавления от заболеваний, не указывают состав препаратов, реализуют продукцию дистанционно, без предварительной консультации лечащего врача и др. Среди прочих причин, способствующих снижению доверия населения к БАД, необходимо выделить недобросовестное бизнес-поведение производителей БАД в предшествующие годы.

Таким образом, можно предположить, что положительное влияние на выход из сложившейся сложной ситуации в России может оказать повышение спроса на такие социально значимые товары как БАД, способствующие сохранению и улучшению здоровья, увеличению продолжительности жизни. Исходя из результатов анализа проблемной специфики рынка БАД, можно говорить о высокой степени актуальности вопроса формирования адекватного



восприятия населением БАД. По мнению автора, в связи с негативным отношением значительной доли российского населения к БАД, основное внимание следует уделить вопросу повышения доверия потребителей к продукту и компаниям-производителям, рассматриваемому в рамках маркетинга и социальной ответственности бизнеса.

#### **БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:**

- 1. Беккер Г.** Человеческий капитал (главы из книги) / Г. Беккер // США: экономика, политика, идеология. – 1993. – № 11–12.
- 2. Бухарбаева Л. Я., Каримова Л. А., Франц М. В.** Эконометрическое обоснование концепции здоровья как детерминанты экономического благосостояния // Вестник Уфимского государственного авиационного технического университета. – 2010. – №1 – С.178-182.
- 3.** Влияние поведенческих факторов на состояние здоровья населения: итоги выборочного обследования [Электронный ресурс] / Федеральная служба государственной статистики (Росстат), 2008. – режим доступа: [http://www.gks.ru/free\\_doc/2008/demo/zdr08.htm](http://www.gks.ru/free_doc/2008/demo/zdr08.htm)
- 4. Вознюк К.** Лекарство от всего, дорого [Электронный ресурс] / К. Вознюк // Информационная база аналитических статей «SOSTAV.RU». – Режим доступа: <http://www.sostav.ru/news/2012/11/08/bady/>
- 5.** Законодательное обеспечение реализации Концепции демографической политики Российской Федерации на период до 2025 года (первые итоги и перспективы) [Электронный ресурс] / Под общ. ред. О.Г. Борзовой, Н.Ф. Герасименко, А.Н. Белоусова // Аналитический вестник. – М. – 2010. – режим доступа: <http://pda.iam.duma.gov.ru/node/2/4506>
- 6.** Исследование Левада–Центра: как долго хотят жить россияне. [Электронный ресурс] // Центр гуманитарных технологий. – 2012. – режим доступа <http://gtmarket.ru/news/2012/02/09/4014>
- 7. Карагодин В. П., Черткоева З. А.** Возможность использования биотестирования для предварительной оценки эффективности БАД // Рынок БАД. – 2006. – N 5.
- 8. Кауров Б. А.** Молекулярно-клеточные постулаты для теории старения человека. // Геронтология и гериатрия, Альманах – М., 2008/2009, – С. 174–185.

- 9. Крылов А., Череватая Е.** Анализ рынка и потребительской структуры БАД // Фармацевтические ведомости. –2006. – N 2.
- 10.** Наука против старения. Программа фонда «Наука за продление жизни» [Электронный ресурс] / Под науч.ред. В.Анисимова, – 2009. – режим доступа: <http://www.scienceagainstaging.com/>
- 11.** Обзор российского рынка нелекарственного ассортимента, 2011 г. [Электронный ресурс] // Рынок БАД, 2012, – №2. Режим доступа [http://www.farosplus.ru/index.htm?/bad/bad\\_69/bad\\_69.htm](http://www.farosplus.ru/index.htm?/bad/bad_69/bad_69.htm)
- 12.** Постановление Главного государственного санитарного врача Российской Федерации от 20 мая 2009 г. N 36 "О надзоре за биологически активными добавками к пище (БАД)"// Российская газета. – 2009. – №4967.
- 13.** Приказ Минздрава Российской Федерации от 15 апреля 1997 года N 117 «О порядке экспертизы и гигиенической сертификации биологически активных добавок к пище» [Электронный ресурс]. Дата обновления: 01.01.2011. Доступ из системы ГАРАНТ // ГАРАНТ ЭКСПЕРТ: ГАРАНТ–Максимум. Вся Россия / НПП "ГАРАНТ–СЕРВИС–УНИВЕРСИТЕТ". Версия от 28.07.2011.
- 14. Пустозеров В. Г.** Профилактики преждевременного старения и возрастной патологии // Практическая гериатрия: материалы III конференции, – Иркутск, 2012. – 100 с.
- 15. Тарусин Д. П.** Комплексное репозиционирование товаров на рынке биологически активных пищевых добавок: автореф. дис. ...канд.экон.наук: 08.00.05 / Тарусин Дмитрий Павлович. – СПб., 2010. – 18 с.
- 16.** Фармакологический рынок России 2011г [Электронный ресурс] / DSM Group, 2012. – режим доступа: [http://www.dsm.ru/content/file/dsm\\_11.pdf](http://www.dsm.ru/content/file/dsm_11.pdf)
- 17. Фирсанова О.В., Потёпкин М.С.** Взаимосвязь воспринимаемой социальной ответственности компании и потребительской лояльности / Проблемы современной экономики – 2013. – №1 (45). – С. 106-108.
- 18. Халявкин А.В.** Средовая модификация генетического потенциала долголетия / А.В. Халявкин, А.И. Yashin // Генетика продолжительности жизни и старения: мат-лы докл. междунар. конф. – Сыктывкар, 2010. – 132 с.
- 19. Kmiec M.** Vital but Non–Essential Nutrients? [Электронный ресурс] / Dr. Michelle Kmiec // Online Holistic Health, – режим доступа: <http://www.onlineholistichealth.com/vital-but-non-essential-nutrients/>

## **АНАЛИЗ МЕТОДИК ИССЛЕДОВАНИЯ КОГНИТИВНЫХ СТРУКТУР ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ В СОВРЕМЕННОМ МАРКЕТИНГЕ**

Современный рынок с точки зрения удовлетворения потребностей становится все более универсальным как в части выпуска товара, так и с точки зрения технологий их потребления. «Избалованный» стимулирующими мероприятиями компаний потребитель, если, конечно, он не относится к категории лояльных, быстро теряет интерес к товару и даже к его производителю. Поэтому в стремлении достичь конкурентных преимуществ, стабильности в рыночной позиции компании – рыночные игроки вынуждены обращаться ко все более глубинным процессам выбора.

Другими словами, в современной высококонкурентной экономической среде для выживания и роста компаниям требуется знать не только особенности модели поведения потребителя, но и механизмы управления им. Возникает необходимость поиска маркетинговых инструментов, способных дать информацию о когнитивных особенностях систем знаний субъектов рынка, т. е. процессах восприятия, мышления, познания, объяснения и понимания. В таких инструментах акцентируется внимание на «знаниях», вернее, на процессах их представления, хранения, обработки, интерпретации и производстве новых знаний.

Современный маркетинг из традиционной технологии продвижения превращается в технологию формирования потребительского сознания, внедряя в него стандарты потребления [10]. Компания, имеющая целью усилить и стабилизировать свое положение на рынке, вынуждена активно формировать образ себя и своего товара в потребительском сознании, определенную систему знаний и предпочтений потребителя, создавать и развивать новые

потребности и технологии потребления, определяющие его стиль жизни [8]. Поэтому целью применения инструментов маркетинга с управленческих позиций является определение наиболее значимых характеристик целевых сегментов потребителей, выделенных по признаку схожей познавательной системы<sup>1</sup>, для управления поведением.

Принципы применения таких инструментов маркетинга [9, 10]:

1. Принцип связности – образование точек «пересечения» коммуникативных связей в сегментах потребителей. Чем больше их, тем устойчивей когнитивная система потребителя, тем сложнее внести в нее изменения, тем затратнее будет процесс управления потребительским поведением для компании<sup>2</sup>.

2. Принцип неразрывности мысли и действия – формирование управленческого воздействия компании, направленный на потребительское поведение, есть процесс познания.

3. Принцип асимметрии информации – управленческое воздействие компании должно разрабатываться и реализовываться с учетом фреймов, когнитивных карт, паттернов или схем мышления потребителя, содержащих традиционные для него способы получения информации из среды.

4. Принцип индивидуальных различий – информация проходит сквозь систему знаний потребителя, т.е. некую систему когнитивных структур, где «расшифровывается» и интерпретируется в соответствии с приоритетными ценностями, стилем, образом жизни.

Реализация когнитивного маркетинга в рыночной практике предполагает «подстраивание» компании под уже существующие потребности, стандарты и технологии потребления, уже существующий стиль потребления и образ жизни потребителей [9]. Это не значит, что компании не участвуют в формировании стандартов потребления. Их

---

<sup>1</sup> Под «схожей познавательной системой» подразумеваются схожие ценности, стили жизни, предпочтения, интересы и т.д.

<sup>2</sup> Именно поэтому актуально для рыночных игроков осваивать молодежные рынки, где когнитивные структуры потребителей «подвижны».

участие выражается не в агрессивном навязывании рынку своих целей и средств их достижения, а в постепенном плавном «вхождении» в существующие сложившиеся структуры потребления. Для этих компаний необходимым условием эффективных действий является первоначальное тщательное изучение особенностей сознания, когнитивных процессов индивидов, восприятия потребителей, привычек, сложившихся условий жизни, особенностей потребления и т. п., то есть когнитивных карт и стиля потребления.

С другой стороны, в последнее время в экономических публикациях прослеживается мысль о «второй когнитивной революции», необходимость которой вызвана недостаточным уровнем исследования влияния ценностей как факторов на связь «мышление–действие». Существовавшие до этого периода теории искусственного интеллекта и кибернетические теории преследовали цель изучения реакций на воздействие среды и носили более технический характер. Сегодня же необходим анализ «... активных индивидов или групп, которые с помощью материальных или символических средств решают все виды задач в соответствии с локальными стандартами корректности» [6, с. 4].

Основоположник когнитивной школы (80-е годы 20 века) в экономической науке Г. Саймон пропагандировал идею о величии и сложности мира, в сравнении с которым человеческий мозг и его способности обработки информации представляются ничтожно малыми.

В прикладных экономических науках имеются прецеденты применения этого подхода при оценке финансово-хозяйственного положения предприятия, в стратегическом менеджменте при разработке управленческих решений и выработке стратегий. Когнитивный маркетинг также является «порождением» активно развиваемого в последние десятилетия когнитивного подхода в общественных науках, имеющего десятки ракурсов. «Когнитивный подход может рассматриваться как трамплин, позволяющий преодолеть невидимые барьеры, которые нередко возникают между

людьми, говорящими и мыслящими на разных языках» [3, с. 50]. Когнитивный метод анализа используется, например, в политологии, технических науках при обосновании инструментария для внедрения технологий, в социальных науках при исследовании процессов получения, хранения и обработки знаний.

Предметной областью такого современного вида маркетинга как когнитивный маркетинг является система знаний субъекта рынка, более точно, процессы представления, хранения, обработки, интерпретации и производства новых знаний. Эта система является частью восприятия субъекта.

Данный термин не является принципиально новым для экономической науки. Проблема восприятия технологических нововведений акцентируется в работах Д. Сахала: «Технология ... сильно локализована в том смысле, что ее проблемы формулируются в терминах интересов, целей и локальной культуры той организации, которая встретилась с необходимостью эти проблемы решить. Сходные технологические проблемы могут быть поставлены совершенно по-разному различными организациями, работающими над их решением, потому что эти организации нередко преследуют различные цели и исходят из несовпадающих систем ценностей ...» [4, с. 223]. Даже у Ф.У. Тейлора можно найти обоснование важности восприятия при внедрении принципов научного менеджмента. В частности, он указывал, что «... те работники лучше, которые имеют высокий коэффициент восприимчивости...» [5, с. 70], который необходимо учитывать при осуществлении «научного подбора».

Категория восприятия используется и в исследованиях, посвященных решению сугубо маркетинговых проблем, например, при исследовании процессов создания брендов, поведения потребителей и их мотивации, позиционирования, рекламы и разработки рекламных коммуникаций, процесса создания марочного капитала посредством восприятия ценностных ориентаций потребителя.

Важность когнитивных структур и восприятия ролей участников организационного покупательского поведения подчеркивают Ф.

Вебстер и Й. Винд [2]. На необходимость и актуальность изучения «... внутриличностной изменчивости...», основой чего является восприятие, указывает Р. Белк [1]. Предлагаемая М. Холбруком и Э. Хиршман концепция обработки информации содержит в качестве основных элементов, влияющих на поведение при выборе, когнитивные реакции, структуры знаний, убеждения.

Для исследования в когнитивном маркетинге восприятия и присущих ему систем знаний требуются несколько иные, отличные от традиционных методы, учитывающие когнитивные аспекты сознания индивида, в которые включаются процессы восприятия, мышления, познания, объяснения и понимания.

Здесь следует отметить, что для большинства существующих методических подходов в традиционном маркетинге характерен один существенный недостаток. Они основываются на таком анализе составляющих различные сегменты рынков типов людей, который является анализом *ex post facto*. Эти системы опираются на дескриптивные (описательные), а не на казуальные (причинные) факторы.

Существующие на сегодняшний день методы маркетинговых исследований сводятся в основном к опросам или к фокус-группам. При этом в предлагаемых опросниках респондент часто поставлен в ситуацию жесткого выбора из небольшого набора заданных ответов, что значительно снижает качество результатов исследования. Круг задач, решаемых с помощью таких опросников, ограничен, поскольку испытуемые часто отвечают с позиции ролевого поведения в повседневной практике, которую они, возможно, и не будут «отыгрывать», совершая покупку в реальности. В случае фокус-групп результаты исследования часто оказываются малодостоверными или из-за малых размеров этих групп или из-за предвзятости модератора, который, несмотря на стремление к беспристрастности, все же «навязывает» свое представление об обсуждаемой проблеме группе. Фактором, снижающим достоверность результатов фокус-групп, может быть и то, что участники групп часто заранее знают или

угадывают в ходе работы группы задачи исследования и/или фирму-заказчика и начинают «подыгрывать» «хорошей» фирме, которая заплатила им деньги за участие в исследовании и т. п. Кроме того, не секрет, что интерпретация проективных результатов многих фокус-тестов субъективна и часто делается в угоду заказчику.

Поэтому использование данных методик должно совмещаться с ассоциативными методами:

- методы, основанные на особенностях образного мышления личности (тематический апперцепционный тест);

- методы, основанные на особенностях словесных представлений субъекта (ассоциативный эксперимент (метод словесных ассоциаций), метод «незаконченных предложений»).

Метод тематического апперцепционного теста разработал Г. Меррей. По его мнению, респондент, описывая поведение «выдуманного героя», наделяет его своими знаниями, приписывает им свои ощущения, предпочтения. В этих описаниях методы ассоциативного эксперимента и незаконченных предложений также применяются, поэтому их нужно рассмотреть более подробно.

Ассоциативный эксперимент. Он служит для изучения малоосознаваемых причин поведения личности. Слова, образы, знаки и т.п., которыми оперирует субъект, находятся в определенных отношениях друг к другу. Они могут быть связаны между собой, могут, наоборот, быть совершенно независимыми друг от друга. В случае наличия связи не всегда можно найти ей четкое рациональное, логическое или категориальное объяснение. В этом случае говорят, что элементы связаны между собой ассоциативно. Иногда ассоциативную связь можно попытаться объяснить каким-либо гипотетическим сходством или подобием (часто слабо уловимым), в других случаях – какими-то временными совпадениями, иногда эта связь вообще не поддается объяснению. Тем не менее, привлечение в сознание, использование какого-то одного элемента неизбежно влияет на связи, ассоциативно связанные с ним. Это влияние не всегда осознается, но всегда может быть успешно использовано и



используется в рекламных воздействиях.

Ассоциативный тест состоит в том, что испытуемому предлагается выдавать ассоциации на определенный стимул – слово, фразу, цвет, картинку, фотографию, предмет, музыкальный пассаж и т.п. Ассоциации испытуемого могут быть как свободными, так и ограниченными инструкцией (например, названиями известных респонденту фирм или вариантами рекламной продукции и т.п.). Результаты обрабатываются на предмет выявления наиболее часто встречающихся ассоциаций на тот или иной стимул. При этом частота связи стимула и ассоциации и будет собственно результатом тестирования. Значительная часть ассоциаций при свободной инструкции (то есть, когда продуцируемые испытуемым ассоциации не ограничены определенным набором или видом) является уникальной или, иначе говоря, сугубо индивидуальной, другая же часть – ассоциации типичные, – именно они и представляют интерес. Процентное соотношение типичных и сугубо индивидуальных ассоциаций может варьировать в зависимости от вида стимулов.

Очевидно, что стимулы могут быть подобраны так, чтобы нести как положительную, так и отрицательную или нейтральную эмоциональную или смысловую нагрузку, и от этого будет зависеть интерпретация связи ассоциации и стимула. Интерпретации ассоциативных тестов опираются на количественные показатели и поэтому лишены субъективности, присущей результатам фокус-групп.

Другим методологическим приемом исследования ассоциативных связей являются технологии классификаций или группировок. В этих методиках испытуемому предъявляется некоторый набор стимулов (например, исследуемых слов) и предлагается объединить эти слова в группы (классы) (при этом никаких критериев группировки не задается). Интерес для анализа представляют множества связанных (часто выбираемых в одну группу) слов.

В ассоциативном исследовании выявляются связи между словами (или образами, выражениями, знаками, цветами, звуками и т.п.). Поэтому инструкция ассоциативного теста может быть

максимально неопределенной. Возможность неопределенных инструкций позволяет «вырвать» испытуемого из рамок конкретной ситуации или роли, задаваемых обычно опросниками, и, таким образом, дает возможность изучить истинные приоритеты и предпочтения аудитории, исключить влияние артефакта «заданной гипотетической ситуации», который всегда присутствует при проведении исследований методами конкретных опросов (с вопросами типа «Какую марку машины Вы бы предпочли, если бы ...» и т.п.). Результаты ассоциативных исследований характеризуют существующие связи между понятиями, символами, образами и т.д. в целевой группе как психологическую особенность респондентов. Благодаря этому результаты ассоциативных исследований позволяют сделать более глубокие выводы, направить по пути максимальной рекламной эффективности вдохновение художников, режиссеров и композиторов, работающих для рекламы, добраться до самых глубинных зон коллективного бессознательного и, следовательно, разработать такие методы информационного воздействия, против которых трудно будет устоять даже самому «закаленному» потребителю. Проведение ассоциативных исследований может быть полезно практически на любом этапе изучения целевой аудитории.

Методика неоконченных предложений относится к классу проективных процедур и традиционно используется для изучения субъективных переживаний, ожиданий. В основе лежит открытый К. Юнгом феномен возможности при помощи косвенных воздействий вызывать реакции, эксплицирующие неосознаваемые, но значимые для человека области переживаний и поведения. Наиболее существенной чертой является неопределенность стимула, с помощью которого проецируется индивидуальный способ видения реальности. Предполагается, что стимул срабатывает как своего рода экран, на который человек проецирует характерные для него способы мышления, настроения, потребности.

Кронбах Л. и Глезер Г. назвали проективные методики «широкополосными процедурами». Ширина охватываемой области

исследования достигается за счет снижения точности и надежности в отличие от более стандартизированных методик, которые дают высокие показатели надежности, но охватывают узкую полосу информации. При использовании проективных методик и, в частности, методики неоконченных предложений, невозможно полностью стандартизировать процедуру получения и обработки результатов, исключив влияние исследователя. Поскольку вероятно появление практически неограниченного количества вариантов ответов, многие показатели либо очень малы, либо вовсе существуют в единственном числе. Отношения и проценты, посчитанные при столь малых количественных показателях, весьма нестабильны и нерепрезентативны. Понятия обыденного языка чрезвычайно многозначны, и бывает очень трудно эксплицировать подлинный личностный смысл высказывания, чтобы отнести его к той или иной смысловой группе. Из-за того, что обработка чрезвычайно трудоемка, эту методику сложно использовать при массовых опросах.

Внимание исследователей к проективным методам объясняется целым рядом их достоинств. Это простота получения данных, отсутствие влияния предварительных гипотез на результаты, меньшая вероятность фальсификации данных со стороны испытуемого, возможности одновременной дифференциации по разным основаниям и получения информации разной степени обобщения: интегрированных показателей, более дробных классификаций и единичных высказываний, репрезентирующих типичные реакции респондентов.

Еще одним методом, позволяющим составить объективное представление о потребительском поведении с учетом когнитивных аспектов его выбора, и представляющим весомый инструмент когнитивного маркетинга является метод поведенческого кодирования. Он позволяет выделить переменные, описывающие отдельные стадии поведения в процессе принятия решения о покупке. При этом кодируется непосредственно процесс диалога и характер коммуникации между потребителем и производителем, результаты сравниваются с

заданными характеристиками когнитивного поведения (так называемое «пространство признаков») и делается вывод.

Таким образом, проективные методики позволяют достичь основной цели – определить когнитивные компоненты поведения потребителей и использовать эти данные для управления им. Грамотное использование проективных методик в совокупности с классическими методами дает целостную картину поведения потребителей – от лежащих в основе когнитивных особенностей до их проявления в конкретном способе поведения. Выявленные в процессе применения проективных методик когнитивные особенности должны быть использованы для построения когнитивной карты процесса совершения покупки.

Когнитивная карта – это набор значимых факторов, формирующих структуру потребительского поведения. Они используются в целях наглядного представления связей между факторами, обуславливающими поведение потребителей различных типов, и позволяют субъекту управления принять наиболее адекватное ситуации решение. Использование маркетологами когнитивных карт потребительского поведения позволяет им конструировать возможные альтернативы поведения потребителя, повышая, тем самым, вероятность совершения покупки.

### **БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:**

- 1. Белк Р.** Ситуационные переменные и поведение потребителя // Классика маркетинга / Сост. Б.М. Энис, К.Т. Кокс, М.П. Москва. – СПб.: Питер, 2001. – С.213 – 225.
- 2. Вебстер Ф., Винд Й.** Общая модель организационного покупательского поведения // Классика маркетинга / Сост. Б.М. Энис, К.Т. Кокс, М.П. Москва. – СПб.: Питер, 2001. – С. 198 – 212.
- 3. Плотинский Ю.М.** Теоретические и эмпирические модели социальных процессов. – М.: Издательская корпорация «Логос», 1998.
- 4. Сахал Д.** Технический прогресс: концепции модели, оценки: Пер. с англ. – М.: Финансы и статистика, 1985.

5. **Тейлор Ф.У.** Принципы научного менеджмента: Пер. с англ. – М.: «Журнал «Контроллинг»», 1991.
6. **Харре Р.** Вторая когнитивная революция // Психологический журнал. – 1996. – Т. 17. – №2. – С.3.
7. **Федоров Д.** Когнитивная взаимосвязь структурных элементов восприятия потребителя и производителя в маркетинге взаимодействия // Научная сессия профессорско-преподавательского состава, научных сотрудников и аспирантов по итогам НИР 2010 года. Март–апрель 2011 года: Сборник докладов. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2011.
8. **Фирсанова О.В.** Методологические положения экономической теории как фундаментальной основы когнитивного маркетинга. // Управление общественными и экономическими системами [Электронный ресурс]. – 2009. – №2. [режим доступа [http://www.bali.ostu.ru/umc/arhiv/2009/2/firsanova\\_1s.pdf](http://www.bali.ostu.ru/umc/arhiv/2009/2/firsanova_1s.pdf)]
9. **Фирсанова О.В.** Основные принципы и направления развития когнитивного маркетинга Научная сессия профессорско-преподавательского состава, научных сотрудников и аспирантов по итогам НИР 2011 года. Март-апрель 2012 года: Сборник докладов. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2012.
10. **Фирсанова О.В.** Сущность когнитивного подхода в маркетинг-менеджменте // Человек и общество на рубеже тысячелетий: Междунар. сб. науч. трудов. – Вып. 9-10. – Воронеж: Воронежский государственный педагогический университет, 2001. – С. 79-83.

## **ОСОБЕННОСТИ МЕТОДОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА ПРЕДПРИЯТИЯ КАК СУБЪЕКТА КОММУНИКАТИВНОЙ СЕТИ В КОНЦЕПЦИИ МАРКЕТИНГА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ**

Экономическая управленческая наука на протяжении всего периода развития изучала деятельность предприятия как основополагающую базу развития общества. Начиная с 19 века, научный образ организации претерпевал существенные качественные и количественные преобразования, и даже сегодня его нельзя признать устоявшимся.

Философы науки выделяют в развитии науки три основных этапа. Первый получил название классической науки (17–19 вв.). Он был связан со стремлением к объективизации, «отсечением» всего, что имеет отношение к субъекту, средствам, приемам, операциям его деятельности. Такая исследовательская позиция научных деятелей принималась как необходимое условие для познания предмета самого по себе без относительно его окружения. Именно в этот период формируется так называемый объектный стиль мышления. Можно сказать, что объект исследования в этот период ассоциировался с закрытой системой, деятельность же такой системы рассматривалась только с механистической точки зрения.

Второй период называют неклассической наукой (1-я половина 20 в.). В это время происходит отвержение объективизма, осмысление связи между знаниями об объекте и характером средств и операций деятельности субъекта. Экспликация этих связей рассматривается в качестве условия объективно-истинного описания и объяснения мира. Этот период можно назвать переходным в представлениях об объекте исследования. Все более усиливается позиция тех научных деятелей, кто подчеркивал важность и

значимость окружения, среды для деятельности объекта. Постепенно складывается мнение, что объект научного исследования есть открытая система. При этом механистическое воззрение на его деятельность все еще имеет приоритет.

Третий этап – современный, носит название постнеклассической науки (со 2-й половины 20 в. до сегодняшнего дня). С этого момента усиливается субъектность в изучении объекта. Для научных исследований современного периода характерна постоянная включенность субъективной реальности в «тело знания». Все более учитывается соотнесенность характера получаемых знаний об объекте не только с особенностями средств и операций деятельности познающего субъекта – исследователя, но и с его ценностными, целевыми структурами. Складывается окончательное представление об объекте как открытой системе, механистический взгляд на него постепенно сменяется антропометрическим. Научная модель объекта исследования строится все более на методологических представлениях о нем как открытой «живой» системе [7].

Указанные особенности современного постнеклассического этапа развития научной мысли не могли не оказать влияние на представления о предприятии как объекте исследования управленческих наук. В частности, авторитетные авторские коллективы, описывая предприятие как объект исследования, опираются на различные группы критериев, начиная от целевых ориентиров – стратегических либо тактических, рассмотрения управления как функции, процесса, аппарата, и заканчивая междисциплинарными связями менеджмента, маркетинга, других дисциплин. Единым же для всех является приоритет субъектного представления о предприятии. Превалируют мнения о предприятии как открытой «живой» системе, как субъекте, чья деятельность во многом зависит не только от среды, но и от его ценностных установок и целевых приоритетов. Например, Мильнер Б.З., подчеркивая сложность организации как организма отмечает, что в нем «... переплетаются интересы личности и групп, стимулы и

ограничения, жесткая технология и инновации, безусловная дисциплина и творчество, нормативные требования и неформальные инициативы. У организации есть свой облик, культура и репутация» [4].

Маркетинг, будучи управленческой наукой, не является исключением в этом вопросе. Например, Т. Левитт, называя потребителей «последователями бизнеса», пишет: «... Вся корпорация должна рассматриваться в качестве интересного потребителям и удовлетворяющего их нужды организма» [3, с. 30]. Такого же взгляда придерживается и П. Сенге: «Наиболее универсальный вызов, с которым мы сталкиваемся, заключается в переходе во взгляде на организацию как на машину к взгляду на организацию как на воплощение природы» [6, с. 93]. Все указанное может служить объяснением своевременности появления в методологии маркетинга концепции маркетинга взаимодействия [1].

Известно, что любая концепция только тогда имеет право на существование, если существует совокупность раскрывающих ее содержание концептов, и принципов реализации этих концептов при выполнении объяснительной и прогностической функции науки. Основные концепты концепции маркетинга взаимодействия представлены в таблице 1. [7].

Таблица 1.

### Содержание концепции маркетинга взаимодействия

Концепт	Сущность концепт
Основа деятельности	Коммуникативные связи как проявление взаимовыгодного материального и символического обмена
Конкуренция	Играет важную роль, может принимать латентные формы, подразумевает высокую когнитивную активность
Рынок	Совокупность ментальных взаимодействий субъектов – носителей мыслительных процессов, участвующих в создании и потреблении потребительской ценности



Риск	Уменьшается, если сделки являются частью долгосрочных взаимовыгодных связей в пределах жизненного цикла потребителей
Ключевая переменная	Выгодность и продолжительность взаимодействия определяется своевременностью и значимостью информации для системы знаний субъекта, что ведет к сокращению времени совершения обмена

По содержанию основных концептов необходимо сделать некоторые пояснения. В частности, конкуренцию следует понимать не как сопротивление или борьбу. Несомненно, такие характеристики у этой деятельности есть. Более же соответствующим субъектному представлению об объекте исследования – предприятии как взаимодействующем субъекте является мнение Ф.А. Хайека. Конкуренция есть «... процедура для открытия таких фактов, которые без обращения к ней оставались бы никому не известными или, по меньшей мере, не используемыми» [9, с. 6]. В такой трактовке конкуренция предусматривает высокую когнитивную активность взаимодействующих субъектов рынка. Отсюда происходит смена концептуальной идеи. Предприятие – не просто субъект, стремящийся через лучшее удовлетворение потребностей потребителей достичь цели максимизации прибыли. Предприятие – «живой» субъект, участник рыночных взаимодействий – стремится достичь своей цели через построение устойчивых рыночных взаимодействий с другими участниками сети. Таким образом, основная идея концепции маркетинга взаимодействия состоит в создании длительных отношений между рыночными субъектами, в которых возможна параллельная и/или последовательная реализация целей равных по конкурентной силе взаимодействующих сторон. Равенство здесь следует понимать в сравнительной характеристике их рыночных позиций без относительно видов деятельности, их активности, а также как равенство интересов. Этим концепция маркетинга взаимодействия отличается от предшествующих концепций.

С изложенных позиций трактовки термина «конкуренция» построение взаимодействий с потребителем означает не борьбу с ним, а постоянное отслеживание его поведения, поиск «слабых мест» или, по-другому, «точек управляемости», нацеленность на которые в управленческом воздействии позволит в пределах доверительного интервала с достаточной степенью вероятности прогнозировать желаемый результат. Ее необходимо рассматривать как априори присущие его поведению альтернативы. Нужно постоянно иметь в виду в качестве конвенциональной нормы, что потребитель всегда имеет право выбрать другую альтернативу. Задача же сводится к отслеживанию этого момента смены альтернативы и осуществлению в нужном месте в нужное время управленческого воздействия нужного качества.

В этом контексте цель – максимизация возможностей – получает качественно новую интерпретацию. Она предполагает воздействие на эти точки управляемости, которое, скорее всего, потребует применения косвенных методов.

Обмен есть результат процесса коммуникативного взаимодействия рыночных субъектов. «Экономика начинается с обменом, с обменом она и существует. Экономическое по своему существу восходит к обмену, однако не просто к обмену, а к обмену-оценке...» [5, с. 226]. Маркетинг, по сути, представляет собой сложнейший управленческий процесс дискретными обменно-оценочными актами. Именно такое толкование – «обменно-оценочный акт» – обусловлено тем, что сам по себе обмен и его совершение, как функциональная акция, неотделим от оценки.

Обмен фактически не может состояться без оценки. При этом очевидно, что он предшествует оценке. Можно сказать, что оценка рождается в обмене, участвует в обмене, и обуславливает обмен. То есть эти понятия сосуществуют в органичном единстве, в функциональной неразрывности. Указанная функциональная и смысловая неразрывность имеет внешнее и внутреннее проявление.

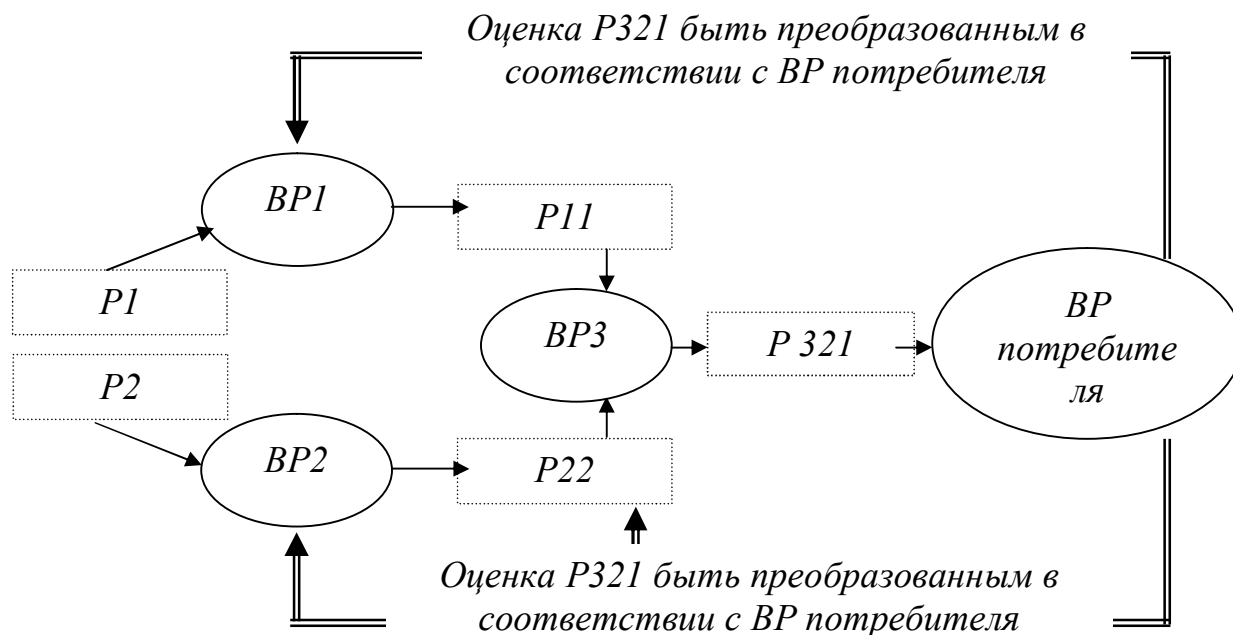
Внешнее проявление представлено именно обменной частью обменно-оценочного акта, внутреннее – оценочной. Стороны, участвующие во внешнем проявлении – обменном акте, внутренне производят оценку, делая первый принципиально возможным.

Поэтому, по принятому определению рынка, взаимодействие субъектов происходит на уровне мыслительных процессов, и рынок есть система «обремененных стоимостью» мыслительных процессов. Как подчеркивается в литературе, реализация на практике концепции маркетинга взаимодействия требует переориентации при определении качественного состава управленческого воздействия от «мышления функциями к мышлению процессами».

Некоторые авторы сравнивают деловые процессы в организации с «двигателями жизни» или «биокорпоративными эквивалентами мышц». Действительно, процессы являются тем инструментом, который призван реализовать идеи в некоторые цепочки конкретных действий, направленных к достижению целей. Процессы «... настолько взаимосвязаны, что изменение одного из них может сказаться на всех остальных... Если рабочие процессы сформированы и согласованы правильно, и если ими соответствующим образом управляет система ценностей и показателей, то они порождают столь плавную симфонию создания ценности, что границы этих процессов фактически исчезают» [2, с. 164].

Опираясь на изложенное, можно утверждать, что предприятие как объект исследования в концепции маркетинга взаимодействия есть не просто некоторая хозяйственная единица, а является равнозначным участником процесса создания потребительской ценности (рисунок 1). Другими словами, получаемый на выходе из него как открытой «живой» системы результат есть ресурс (P11; P21; P321), но качественно преобразованный в ходе реализации внутренних, присущих предприятию процессов. С другой стороны, те внутренние процессы, которые предприятие как открытая «живая» система использует для качественного преобразования входящих ресурсов,

также представляют собой ресурс – внутренний ресурс (BP1; BP2; BP3).



**Рисунок 1.** Модель взаимосвязи участников процесса создания потребительской ценности

И воздействия среды на деятельность всех участников создания потребительской ценности необходимо понимать как ресурсы внешней среды, которые участники в состоянии использовать в качественном преобразовании входящих и внутренних ресурсов. Кроме того, потребитель, для удовлетворения потребностей которого участниками процесса и создается некая потребительская ценность, приобретает не просто товар, а собственно ресурс (BP потребителя), позволяющий ему реализовать свои цели. И от того, как участникам процесса создания потребительской ценности удастся помочь потребителю их достичь, зависит эффективность деятельности всех.

Отсюда для участников процесса создания потребительской ценности можно выделить общую функцию – оценка входящего ресурса и его преобразование согласно внутренним ресурсам. И в этом смысле потребитель не исключение. Он также является непосредственным участником процесса создания потребительской ценности. Его внутренним ресурсом являются знания, которыми

обладает потребитель в отношении использования предлагаемой ему потребительской ценности для достижения целей потребления. В ряде случаев, если такого рода знания отсутствуют, существует возможность дополнения предлагаемого потребителю ресурса, например, путем создания соответствующего информационного сопровождения товара.

Необходимо отметить еще одну особенность предприятия как объекта исследования в концепции маркетинга взаимодействия, вытекающую из таблицы 1 и рисунка 1.

Традиционное представление о предприятии как объекте исследования – открытой «живой» системе – предполагает выбор в качестве единицы анализа индивид – предприятие. При этом исследователи исходят из посылки о нем как единицы поведения. Такой взгляд (монадный) предполагает сведение поиска решений проблем к «внутрииндивидуальным проблемам» [3, с. 243]. Концепция же маркетинга взаимодействия требует применения иного подхода.

Термин «взаимодействие» означает, что не один, а, как минимум, два индивида являются единицей поведения. И даже если их отношения связи, по образному выражению Э. Роджерса «...не способны «говорить»», оно может быть принято в качестве единицы анализа. Сравнение монадного и диадного анализа представлено в таблице 2.

Таблица 2.

### Сравнение монадного и диадного типов научного анализа в маркетинге

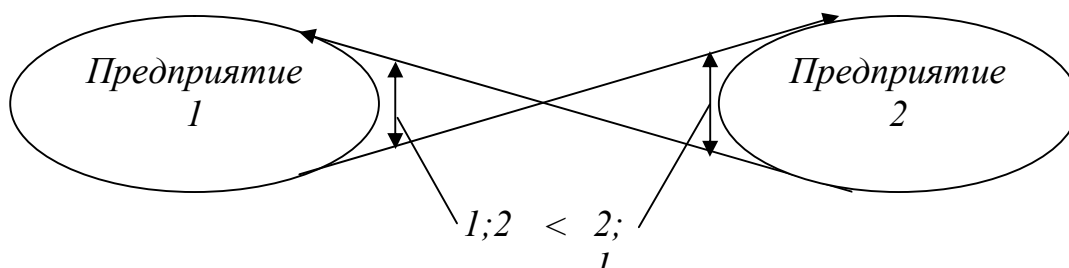
<i>Критерии сравнения</i>	<i>Типы научного анализа проблем</i>	
	<i>Монадный</i>	<i>Диадный</i>
<i>1. Единица анализа</i>	<i>Индивид</i>	<i>Коммуникативные связи между субъектами</i>
<i>2. Используемая схема выборки</i>	<i>Случайная выборка индивидов из более крупной выборки</i>	<i>Обследование всех подходящих респондентов в данной системе или выборка целых систем</i>

<i>3. Тип используемых данных</i>	<i>Личные и социальные характеристики индивидов, их поведения</i>	<i>То, что в монадном, плюс социометрические данные о коммуникативных связях</i>
<i>4. Основной метод анализа данных</i>	<i>Корреляционный анализ данных перекрестных обзоров</i>	<i>Разные типы сетевого анализа данных перекрестных опросов</i>
<i>5. Основные цели исследования</i>	<i>Определение переменных, связанных с деятельностью</i>	<i>Определение влияния социально-культурных переменных на взаимодействия в системе</i>

Нужно заметить, что маркетинг как управленческая наука обязан выработать основу для принятия управленческих решений и соответствующие механизмы, а диадный анализ существенно меняет научное представление как о самом предприятии, так и о среде его деятельности. Рассмотрим это подробнее.

Известно, что на уровне предприятия факторы, как экономического роста, так и развития, напрямую связаны с характером принимаемых менеджментом решений. В то же время, собственно факт принятия решений еще не гарантирует формирование такого рода факторов. Необходимы механизмы, с одной стороны, облегчающие реализацию этих решений, а с другой, снижающие сопротивление им. Рыночная информация имеет специфический, изменчивый и принципиально асимметричный характер. Поэтому механизм должен иметь такие элементы, которые обеспечат «высокую пропускную способность» внутри цепочки участников процесса создания потребительской ценности (рисунок 1). Рассматривая процесс взаимодействия предприятий – субъектов рынка – как диаду (рисунок 2) нужно отметить, что ему присущ некий дуализм. Каждая из сторон выступает в двух ролях одновременно: субъекта и объекта управленческого воздействия. Как субъект она разрабатывает и осуществляет его, как объект – ее поведение подвергается такому воздействию. Взаимодействие возможно только в том случае (учитывая релевантность коммуникативных отношений), если осуществляемые

сторонами управленческие воздействия в той или иной степени достигают своих целей.



**Рисунок 2.** Управленческие воздействия в коммуникативных связях между предприятиями как субъектами рынка в маркетинге

На рисунке 2:  $1;2$  – это расстояние между управленческим воздействием первого предприятия и получаемой им реакцией второго на это воздействие,  $2;1$  – аналогичное расстояние только для второго предприятия. Из их соотношения видно, что первое меньше, чем второе. Но меньше не означает только количественного расхождения. Это качественное расхождение между управленческим воздействием и реакцией на него.

С учетом изложенного, у коммуникативной сети не существует границ. Существует только некое множество участников, постоянно взаимодействующих между собой. При этом коммуникативная сеть все время находится в движении. В ней происходят постоянные изменения, связанные с созданием новых и разрушением старых коммуникативных связей между участниками бизнес-процессов. А это в свою очередь влияет на коммуникативные связи между участниками других бизнес-процессов, так как все бизнес-процессы связаны между собой.

Взаимодействия между участниками бизнес-процесса в коммуникативной сети предполагают осуществление обменно-оценочных актов. Обменно-оценочные акты должны носить непрерывающийся характер. В результате обеспечивается постепенное взаимопроникновение целевых и ценностных установок, развитие

взаимной осведомленности и заинтересованности в контактах. Сама же коммуникативная сеть рассматривается с позиций долгосрочной перспективы взаимодействия и выгод от совместного создания потребительской ценности. В то же время в реальности о равенстве участников сети можно говорить, рассматривая только какую-либо конкретную ситуацию, в абсолюте же равенства не может быть принципиально, так как во взаимодействиях предприятий как открытых «живых» систем кто-то из участников будет играть доминирующую роль. С другой стороны, чем более устойчива коммуникативная сеть, тем более устойчивы коммуникативные связи, разорвать которые со временем становится все сложнее. И последнее. По мере развития, в какой локальной сети процессы все более стандартизируются и унифицируются.

Как подчеркивается в литературе, для большинства существующих методических подходов в маркетинге характерен один существенный недостаток. «... Они основываются на таком анализе составляющих различные сегменты рынков типов людей, который является анализом *ex post facto*. Эти системы опираются на дескриптивные (описательные), а не на казуальные (причинные) факторы. Поэтому они не могут быть использованы для прогнозов поведения потребителей, а именно поведения покупателей в будущем...» [3, с. 283]. Изложенные особенности предприятия как объекта исследования, выделенные согласно предметным границам концепции маркетинга взаимодействия существенно меняют проблемное поле маркетинга за счет актуализации исследований диадного характера.

#### **БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:**

- 1. Багиев Г.Л., Мефферт Х.** Маркетинг взаимодействия. Концепция. Стратегия. Эффективность. – СПб.: СПбГУЭФ. – 2009.
- 2. Гуияр Ф.Ж., Келли Дж.Н.** Преобразование организации: Пер. с англ. – М.: Дело, 2000.
- 3. Классика маркетинга / Сост. Б.М. Энис, К.Т. Кокс, М.П. Моква.** – СПб.: Питер, 2001



4. **Мильнер Б.З.** Теория организации. – М.: ИНФРА–М, 2008.
5. **Осипов Ю.М.** Курс философии хозяйства // Философия хозяйства. Альманах центра общественных наук и экономического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова, – 2001. – №2. – С. 244 – 261.
6. **Сенге П.** Пятая дисциплина. Искусство и практика самообучающейся организации. – Олимп-Бизнес, 2008.
7. **Фирсанова О.В.** Взаимодействия субъектов рынка в теории маркетинг-менеджмента. методологические принципы исследования. – СПб.: СПбГУЭиФ, 2003.
8. **Фирсанова О.В.** К вопросу о философско-методологическом основании теории когнитивного маркетинга // Управление общественными и экономическими системами. – 2007. – №2.
9. **Фирсанова О.В.** Формирование коммуникативной сети субъектов рынка в концепции маркетинга взаимодействия // Маркетинг взаимодействия: Инновационные технологии. Компетентность. Экономическое измерение. Оценка эффективности / под. науч. ред. заслуж. деятеля науки РФ, д-ра экон. наук, проф. Г.Л. Багиева. СПб.: Изд-во СПбГЭУ; Челябинск: Изд. центр ЮУрГУ, 2012. – С. 549-581
10. **Хайек Ф.А.** Конкуренция как процедура открытия // Мировая экономика и международные отношения. – 1989. – № 12. – С. 6 – 14.

## РАЗДЕЛ IV.

### ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ В ОБРАЗОВАНИИ

УДК 331

О. В. Миролюбова, П. С. Счисляев

#### АНАЛИЗ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПЕРСОНАЛА И ФУНДАМЕНТАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ СПБГПУ КАК ВЫСШЕГО УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ ИННОВАЦИОННОГО ТИПА

В контексте научно-практического анализа алгоритма инвестирования фундаментальных исследований и инновационной деятельности Санкт-Петербургского государственного политехнического университета необходимы сравнительная характеристика приоритетных программно-целевых установок и периодизации их воплощения в учебно-научно-производственный процесс, изучение современного состояния сферы инноватики ФГБОУ ВПО «СПбГПУ», как национального исследовательского университета, и критическое переосмысление достигнутых научно-практических, опытно-конструкторских, проектно-изыскательских и учебно-образовательных результатов, а также разработка теоретико-методических средств и расчетно-аналитического инструментария оценки экономической эффективности инновационной деятельности университета, в полной мере адаптированного к рыночно-институциональным реалиям российской действительности, с одной стороны, и принимающего во внимание общественно значимые императивы научно-технического прогресса – с другой.

Санкт-Петербургский государственный политехнический университет представляет собой одно из ведущих высших учебно-

образовательных и научно-исследовательских учреждений Российской Федерации, осуществляющих подготовку научных кадров, проведение фундаментальных и практико-прикладных исследований, выступающих гарантами инновационного развития и конкурентоспособности наукоемкой продукции машиностроительного, топливно-энергетического, оборонно-промышленного и других высокотехнологичных кластеров национальной экономики.

В настоящее время происходит становление политехнического университета нового типа, социально-экономическими ориентирами и приоритетами инновационной деятельности которого является кадровая и технологическая модернизация системообразующих отраслей российского промышленно-индустриального комплекса на основе мультидисциплинарных знаний и надотраслевых технологий мирового уровня, а также повышение конкурентоспособности отечественной экономики, в целом, и продукции её наукоемкого кластера, в частности.

В настоящее время в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Санкт-Петербургский государственный политехнический университет» планомерно реализуется программа развития на 2010–2019 годы, направленная на научно-техническую модернизацию и достижение инновационного тренда, в полной мере адаптированная к требованиям общегосударственной политики формирования российской экономики знаний.

Приоритетные программно-целевые установки в авторской интерпретации представлены в таблице 1.

**Социально-экономическая характеристика, периодизация и сравнительный анализ основных программно-целевых установок инновационного развития Санкт-Петербургского государственного политехнического университета<sup>3</sup>**

Программно-целевой признак	Социально-экономическая характеристика и сравнительный анализ этапов и задач инновационного развития ФГБОУ ВПО «СПбГПУ»
<b><i>Основные этапы инновационного развития политехнического университета</i></b>	
<i>I этап 2010 – 2012 годы</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Научно-техническая модернизация университета; создание Объединенного научно-технологического института, оснащенного инновационным оборудованием и наукоемкими технологиями мирового уровня;</li> <li>2. Формирование и внедрение информационно-аналитической инфраструктуры и системы мониторинга результатов научно-исследовательской деятельности университета;</li> <li>3. Анализ эффективности научно-образовательного процесса, направленного на максимально полное удовлетворение кадровых потребностей предприятий высокотехнологичных отраслей отечественного промышленно-индустриального кластера;</li> <li>4. Разработка новых образовательных программ и развитие системы управления качеством образовательной, научной и инновационной деятельности университета.</li> </ol>
<i>II этап 2013 – 2016 годы</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Формирование эффективной системы интеграции научной, образовательной и инновационной деятельности политехнического университета;</li> <li>2. Подготовка молодых конкурентоспособных выпускников-специалистов, обладающих компетенциями мирового уровня;</li> <li>3. Привлечение ведущих ученых и специалистов для работы в университете;</li> <li>4. Выполнение основного перечня работ, связанных с развитием материально-технической базы и имущественного комплекса университета.</li> </ol>
<i>III этап 2017 – 2019 годы</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Достижение Санкт-Петербургским государственным политехническим университетом лидирующих позиций в российском научно-образовательном пространстве;</li> <li>2. Укрепление позиций университета в мировом научно-образовательном сообществе.</li> </ol>

<sup>3</sup> Составлено по [1, 2, 3].

<b>Основные задачи инновационного развития политехнического университета</b>	
<i>Стратегические задачи 2010-2019 годы</i>	<p><b>1.</b> Формирование инновационного алгоритма интеграции образования, науки и промышленности в современных социально-экономических условиях России, в том числе развитие системы взаимодействия университета с ведущими научными организациями и промышленными предприятиями страны, институтами Российской академии наук и др.;</p> <p><b>2.</b> Совершенствование политехнической модели системы образования, обеспечивающей высокое качество подготовки всесторонне развитых, высококвалифицированных и конкурентоспособных специалистов;</p>
<i>Стратегические задачи 2010-2019 годы</i>	<p><b>3.</b> Подготовка научно-технических кадров, обладающих компетенциями мирового уровня на основе интеграции образовательного процесса с научно-техническими исследованиями и разработками по приоритетным направлениям развития университета в интересах высокотехнологичных наукоемких отраслей национальной экономики;</p> <p><b>4.</b> Распространение мультидисциплинарных политехнических знаний и наукоемких технологий мирового уровня;</p> <p><b>5.</b> Достижение высокого уровня престижа и востребованности российского политехнического образования, концентрация в ФГБОУ ВПО «СПбГПУ» конкурентоспособных научно-педагогических кадров;</p> <p><b>6.</b> Формирование распределенной Форсайт-структуры эффективно взаимодействующих между собой подразделений на основе принципа «проблемно ресурсно-ориентированного виртуального предприятия» – от традиционного образовательного ядра (кафедры и лаборатории классического типа) до распределенной сети инновационно-технологических центров (ресурсных, авторизованных, инжиниринговых, консалтинговых, повышения квалификации и профессиональной переподготовки кадров);</p> <p><b>7.</b> Развитие системы коммерциализации результатов научных исследований и разработок университета; формирование распределенной сети малых инновационных наукоемких предприятий, научно-внедренческих, инжиниринговых, консалтинговых и венчурных фирм с участием университета</p>

<p style="text-align: center;"><i>Тактические задачи 2012 год</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Проведение дальнейших работ по формированию Объединенного научно-технологического института и оснащению его высокотехнологичным оборудованием и наукоемкими технологиями мирового уровня,</li> <li>2. Становление механизма научно-практического взаимодействия университета с ведущими отечественными научными организациями и промышленными предприятиями, институтами Российской академии наук и др.;</li> <li>3. Внедрение информационно-аналитической системы и системы мониторинга результатов деятельности университета;</li> <li>4. Создание высокоэффективной – социально и экономически привлекательной – научно-образовательной среды и распространение мультидисциплинарных политехнических знаний и надотраслевых наукоемких технологий мирового уровня;</li> <li>5. Проведение анализа эффективности научно-образовательной деятельности по удовлетворению кадровых потребностей предприятий высокотехнологичных отраслей;</li> <li>6. Организация Форсайт-структуры взаимодействующих между собой подразделений на основе принципа «проблемно- и ресурсно-ориентированного виртуального предприятия»;</li> <li>7. Формирование сети малых инновационных наукоемких предприятий, научно-внедренческих, инжиниринговых, консалтинговых и венчурных фирм с участием университета;</li> <li>8. Создание социально-экономических основ системы коммерциализации результатов научных исследований и разработок университета; развитие системы управления качеством образовательной, научной и инновационной деятельности университета</li> </ol>
---	---

В процессе практической реализации вышеозначенных программно-целевых установок происходит формирование политехнического университета инновационного типа, интегрирующего мультидисциплинарные исследования и надотраслевые наукоемкие компьютерные технологии; разработку нанотехнологий и инновационных материалов с прогрессивными

техничко-экономическими свойствами; научно-практический анализ и изучение обширного диапазона проблем инновационного развития энергетики, энергосберегающих и эколого-экономических технологий; исследования интеллектуальных систем, информационных и телекоммуникационных технологий.

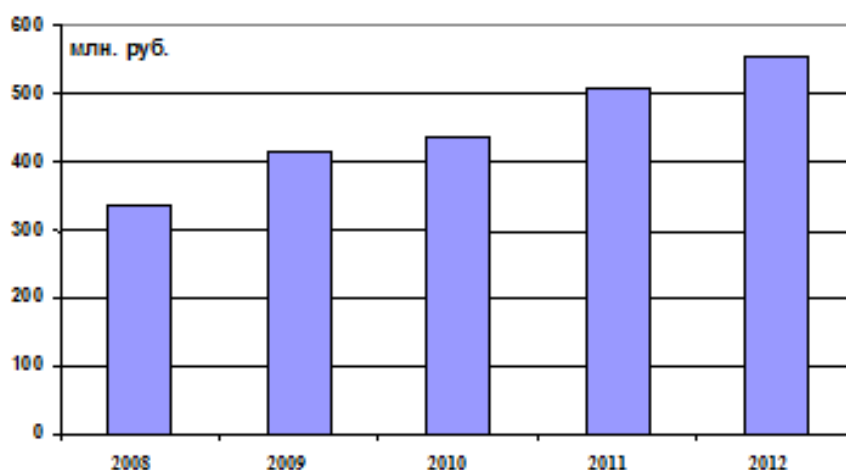
В результате воплощения в научно-практическую деятельность программно-целевых мер по инновационному развитию в политехническом университете созданы или модернизированы следующие основные научные и научно-образовательные структуры: научно-образовательный центр телекоммуникаций, цифровых технологий связи и радиоэлектронной безопасности; учебно-научно-инновационный центр наукоемких компьютерных технологий; программно-аппаратный комплекс для решения задач в сфере энергомашиностроения и судостроения; программно-аппаратный комплекс фундаментальных и прикладных исследований систем технологий виртуального прототипирования; многопроцессорный аппаратно-программный комплекс научно-практических исследований в горноперерабатывающей и фармакологической отраслях промышленности; научно-образовательная лаборатория «Интеллектуальные системы промышленной автоматизации управления»; лаборатория компьютерного моделирования, виртуализации и дистанционных технологий; лаборатория визуализации и компьютерной графики; лаборатория «Исследование и моделирование структуры и свойств металлических материалов»; научно-исследовательская лаборатория гидродинамики и теплообмена; пилотно-демонстрационная зона высокой энергоэкологической эффективности; автоматизированный экспериментальный комплекс для испытаний центробежных насосов; низкотемпературный Центр комплексной диагностики наноструктурированных материалов; межфакультетские лаборатории «Астрофизики объектов с экстремальным энерговыделением», «Молекулярной нейродегенерации» и «Физики улучшенного удержания плазмы токамаков».

В 2011 году сотрудниками университета была выполнена 491 научно-исследовательская работа. Общий объем материально-денежных средств, полученных Политехническим университетом в результате выполнения работ и предоставления услуг в рамках научно-производственной деятельности, превышает 900 млн руб. и по основным социально-экономическим характеристикам может быть дифференцирован следующим образом:

а) выполнение НИР – 446,24 млн руб. (49,6 %);

б) предоставление услуг, связанных с осуществлением научной деятельности – 83,06 млн руб. (9,2 %), научно-производственной деятельности – 7,85 млн руб. (0,9 %), а также услуг по подготовке научно-педагогических кадров на внебюджетной основе – 17,77 млн руб. (2,0 %).

Вариативность денежных поступлений политехнического университета вследствие выполнения научно-исследовательских работ, научно-производственной деятельности и предоставления услуг, связанных с подготовкой научно-педагогических кадров и научной деятельностью, графически интерпретирована на рисунке 1.



**Рис. 1.** Финансово-инвестиционные результаты научно-инновационной деятельности Санкт-Петербургского государственного политехнического университета<sup>4</sup>

Не подлежит сомнению тот факт, что столь масштабные инновационные исследования могут быть в полной мере реализованы

<sup>4</sup> Составлено по [1, 2, 4].



исключительно на прогрессивной научно-технической основе и предполагают значительные капиталовложения в приобретение оборудования и технологий передового мирового уровня.

Достаточно, в связи со сказанным, упомянуть лишь о том, что стоимость учебно-лабораторного и научно-исследовательского оборудования закупленного в 2011 году в целях научно-технологического оснащения Объединенного научно-технологического института ФГБОУ ВПО «СПбГПУ» из средств федерального бюджета составляет 126,7 млн руб., из внебюджетных средств – 202,5 тыс. руб.

В качестве примеров уникального по научно-техническим параметрам оборудования, приобретенного в целях реализации научно-исследовательской деятельности Санкт-Петербургским политехническим университетом, необходимо упомянуть высокотехнологичную установку молекулярно-пучковой эпитаксии; инновационный комплекс вакуумного литья стали и цветных металлов, включая литейную машину для вакуумного литья стали, литейную машину для вакуумного литья цветных металлов, вакуумный смеситель для подготовки и заливки формомассы, прокаточные печи, устройство для размывки опок; систему автоматизированного изготовления оболочковых форм с автоклавом для скоростного вытапливания восковых моделей и прокаточной печью; автоматизированный измерительный комплекс с комплектом датчиков и научно-технических аксессуаров; измерительный комплекс для определения физико-химических характеристик воздуха непромышленных помещений; векторный анализатор цепей «Rohde & Schwartz»; автоматическую зондовую станцию «Cascade RA200»; технологический комплекс лабораторного оборудования для исследования литиево-ионных аккумуляторов, включая трубчатую печь высокого давления; лабораторию экспресс-химанализа на базе оптико-эмиссионного спектрометра; комплект оборудования для модернизации спектрометра «Concept 80 Novocontrol»; мобильную

станцию для измерения профиля скоростей ветрового потока; комплекс измерения параметров окружающей среды, лазерную систему и др.

Приоритетными стратегически значимыми партнерами ФГБОУ ВПО «СПбГПУ», с которыми университет имеет многолетний опыт плодотворного сотрудничества и которые являются потребителями инновационной продукции и наукоемких услуг, являются свыше 250 отечественных промышленных предприятий, научно-исследовательских институтов, конструкторских бюро и научно-инновационных фирм высокотехнологических отраслей российской промышленности, а также более 70 зарубежных промышленных компаний, 220 научных центров и университетов из более чем полусотни экономически развитых государств мирового сообщества.

Заказчиками научных работ выступают ведущие мировые внедренческие и промышленно-индустриальные компании – «Airbus», «Boeing», «General Electric Power Systems», «General Electric Oil and Gas», «General Motors», «Ford Motor Company», «Mercedes Benz», «Hummer», «Ferrari», «Renault», «Caterpillar», «Schlumberger», «Siemens», «Volkswagen», «Japan Industrial Technology Association», «LG Electronics», «China Nuclear Power Corporation».

Общая стоимость оборудования по научно-инновационным подразделениям Объединенного научно-технологического института ФГБОУ ВПО «СПбГПУ» оценивается в 707,2 млн руб.

Стоимость научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, выполненных научно-инновационными подразделениями Объединенного научно-технологического института, в 2011 году возросла по сравнению с предыдущим годом в два раза и составила 141,9 млн руб. (против 72,6 млн руб. в 2010 году).

В процессе научно-производственной деятельности специалисты политехнического университета активно сотрудничают с хозяйствующими субъектами, стратегически значимыми для

инновационного развития региона: Физико-техническим институтом им. Иоффе РАН, Институтом прикладной астрономии РАН, Ленинградской атомной электростанцией, Калининской атомной электростанцией, «Северо-Западной ТЭЦ», ОАО «Спецмаш», ОАО «Металлический завод», ОАО «Атомстройэкспорт», ОАО «Рособоронэкспорт», ОАО «Силовые машины» ОАО «Ленинградский металлический завод» ОАО «Электросила», НПО «ЦКТИ» им. И.И. Ползунова, «Атомэнергопроект», «Нефтехимпроект», «Ижорские заводы», «Кировский завод», «Невский завод», «Пролетарский завод», ЦНИИ «Электроприбор», ЦНИИ им. академика А.Н. Крылова, ЦКБ морской техники «Рубин», РКК «Энергия», ЦКБ машиностроения, КБ специального машиностроения, ЦНИИ «Прометей», ООО «Центр технологии судостроения и судоремонта», ООО «Газпром трансгаз Санкт-Петербург», ЦНИИ судового машиностроения, ЦНИИ робототехники и технической кибернетики, НИИ электрофизической аппаратуры им. Д.В. Ефремова, ОАО «Энергомашкорпорация» и др.

Не подлежит сомнению тот факт, что практическая реализация столь дорогостоящих инновационных проектов возможна лишь на основе перманентных крупномасштабных капиталовложений, актуализирующих проблему аккумуляции материально-денежных ресурсов на научно-производственные цели, с одной стороны, и изыскания полиморфных источников инвестирования наукоемких высокотехнологичных проектов – с другой.

В настоящее время в Санкт-Петербургском государственном политехническом университете созданы и успешно функционируют малые инновационные предприятия, основными сферами научно-производственной деятельности которых являются разработка IT-технологий, медицинское приборостроение; теоретические и практико-прикладные природоохозяйственные исследования; инновационный консалтинг; инжиниринговые услуги на предстартовой и стартовой стадиях развития компаний.

В общей сложности, в 2013 году оказалось выполнено свыше 338 НИОКР, доходность научно-исследовательской, опытно-конструкторской, проектно-изыскательской, производственно-консалтинговой и иных видов инновационной деятельности составила 575,2 млн руб., в четыре раза превысив планируемое значение (137,1 млн руб.) и эмпирически аргументировав высочайшую степень экономической эффективности инноватики, в целом, и малых инновационных хозяйствующих субъектов, в частности.

«Интеллектуальная деятельность малого предпринимательства на территории вуза в максимальной степени соответствует интересам поддержания и развития вуза в целом и отдельных его учебно-научных подразделений, – констатирует в книге «Предпринимательство в вузе» профессор Глухов В.В., – в вузе создаются: научные фирмы по проведению заказных (исследовательских, проектных и технологических) работ для промышленности, городских предприятий, государственных служб; предприятия по выпуску наукоемкой продукции (приборов, деталей, материалов, программ для ПЭВМ и программных управляющих комплексов); лаборатории, где проводятся уникальные испытания; учебные, консультативные и аудиторские фирмы. При проведении этих работ используется интеллектуальный потенциал работников вуза, достижения его научных школ» [3, С.24].

Безусловный теоретико-эмпирический интерес, в контексте сказанного, имеет совместная научно-производственная деятельность политехнического университета и ФГУП ЦНИИ КМ «Прометей», связанная с созданием нового поколения материалов на основе внедрения энерго- и ресурсосберегающих процессов посредством управляемого термопластического воздействия.

В течение семилетнего периода – с 2003 по 2010 годы – в рамках реализации инновационных проектов «Металл» и «Магистраль», имеющих стратегическое федеральное значение, на основе долговременных научно-технических исследований с

использованием компьютерного моделирования влияния режимов выплавки, внепечной обработки, разлива и пластической деформации, были разработаны технологические режимы получения листового проката для труб магистральных трубопроводов, а также для корпусов судов, обеспечивающие высокую чистоту стали по неметаллическим включениям, а также измельчение структуры низколегированной стали вплоть до наномасштабного уровня.

Впервые разработана и внедрена комплексная методика разработки промышленных технологий, позволяющая имитировать процессы формирования структуры под влиянием пластической деформации на всех стадиях термомеханической обработки, а также предложены методы количественной оценки структуры стали в литом и деформированном состоянии с использованием цифровых анализаторов изображения.

Авторские расчетно-аналитические методики оценки микроструктурной неоднородности трубных марок стали позволили впервые установить количественные взаимосвязи между соотношением структурных составляющих, их морфологией и анизотропией на механические свойства.

В процессе совместной научно-практической деятельности ученых политехнического университета и ЦНИИ КМ «Прометей» выполнены исследования степени влияния структурной неоднородности на характеристики работоспособности толстолистового проката из высокопрочных хладостойких сталей, позволяющие разработать технологические процессы, адаптированные к производственным технологиям стратегически значимых металлургических предприятий России: одного из крупнейших в мире сталеплавильных заводов Череповецкого металлургического комбината (дивизион ОАО «Северсталь Российская Сталь») и ОАО «Магнитогорский металлургический комбинат». В результате обеспечено превосходство сталей по всем характеристикам и требованиями международных стандартов для

судостроения и топливно-энергетического комплекса.

Разработанные научными коллективами ФГУП ЦНИИ КМ «Прометей» и ФГБОУ ВПО «СПбГПУ» судостроительные стали продемонстрировали высокую технологичность при сварке и обработке и были успешно внедрены при строительстве морской ледостойкой нефтегазодобывающей платформы «Приразломная», самоподъемной буровой платформы «Арктическая», серии многоцелевых платформ MOSS MARITIME проекта CS550, а также инфраструктуры Варандейского месторождения. Только лишь в процессе строительства стационарных и плавучих буровых платформ было изготовлено и поставлено около 50 тыс. т. хладостойких сталей на сумму более 2 млрд. руб.

Научно-техническая разработка и производство листового проката (штрипса) из высокопрочных сталей для магистральных трубопроводов обеспечило строительство системы магистральных газопроводов «Бованенково-Ухта», импортозамещение высококачественного штрипса на отечественном и высокую конкурентоспособность на международных рынках. Объем продаж продукции, разработанной по инновационным авторским технологиям, превысил 21 млрд руб., а совокупные налоговые отчисления в государственный бюджет составили более 3 млрд руб.

Теоретико-научная разработка и практико-прикладная реализация инновационной технологии производства новых материалов представляет собой экономически эффективный механизм частно-государственного партнерства, весьма показательный, приоритетный и актуальный в процессе научно-технического развития России как современной высокотехнологичной державы.

Совместные научно-технические исследования коллективов ФГУП ЦНИИ КМ «Прометей» и ФГБОУ ВПО «СПбГПУ» являются успешным примером интеграции усилий отечественного предпринимательского корпуса, научного сообщества и

государственных структур и служат основой создания технологических платформ, как стратегически значимого атрибута и безальтернативного условия развития российской инноватики.

«Одной из основных особенностей развития СПбГПУ, – акцентируют внимание А.И. Рудской и А.И. Боровков [5, С. 14], – является создание локальных учебно-научно-инновационных Форсайт-структур и их интегрирование в рамках структуры Университета, которая может стать одним из элементов создаваемой национальной инновационной системы России. Создаваемая в университете иерархически распределенная Форсайт-структура эффективно взаимодействующих между собой подразделений на основе принципа «проблемно- и ресурсно-ориентированного виртуального предприятия» – от образовательного ядра (кафедры и лаборатории классического типа) до распределительной сети Центров (ресурсных, авторизованных, дистрибьюционных, консалтинговых повышения компетенции и профессиональной переподготовки кадров, трансфера, компетенции, превосходства) способна обеспечить генерацию и расширенное воспроизводство знаний, организацию и проведение междисциплинарных исследований фундаментального и прикладного характера по большинству приоритетных направлений и критических технологий, коммерциализацию знаний, умений и навыков, трансфер технологий и результатов из научно-образовательной политехнической среды в различные отрасли отечественной промышленности в рамках «политехнической» системы трансфера».

В этой связи безусловную теоретико-эмпирическую значимость приобретают исследования инновационной инфраструктуры политехнического университета, обеспечивающей вертикальный высокотехнологичный трансфер в реальный сектор экономики, изучение процесса венчурного инвестирования, как стратегически значимого источника капиталовложений в научно-производственный кластер, а также разработка авторского расчетно-аналитического

инструментария оценки экономической эффективности издержек в сфере инноватики, который был бы в полной мере адаптирован к рыночно-институциональным реалиям России и принимал во внимание общественно значимые приоритеты ее инновационного развития.

Обобщая результаты анализа инновационной деятельности и фундаментальных исследований ФГБОУ ВПО «СПбГПУ», как высшего учебного заведения инновационного типа, необходимо отметить следующее:

1. Санкт-Петербургский государственный политехнический университет – одно из ведущих российских высших учебно-образовательных и научно-исследовательских учреждений, осуществляющих подготовку научных кадров, проведение фундаментальных и практико-прикладных исследований, детерминирующих инновационное развитие машиностроительного, топливно-энергетического, оборонно-промышленного и других высокотехнологичных кластеров отечественной экономики;
2. В настоящее время происходит становление политехнического университета инновационного типа, важнейшими ориентирами деятельности которого является кадровая и технологическая модернизация системообразующих отраслей российского промышленно-индустриального комплекса на основе мультидисциплинарных знаний и надотраслевых технологий мирового уровня, а также повышение конкурентоспособности российской экономики;
3. Фундаментальной научно-практической основой реализуемой в Санкт-Петербургском государственном политехническом университете инновационной деятельности являются мультидисциплинарные научные исследования, выполняемые на базе передовых межотраслевых технологий и направленные на решение крупномасштабных научно-технических проблем;
4. Научно-техническим гарантом и безальтернативным экономическим условием поступательного инновационного развития



ФГБОУ ВПО «СПбГПУ» являются малые инновационные предприятия, специализирующиеся на разработке IT-технологий, медицинском приборостроении; теоретических и практико-прикладных природохозяйственных исследованиях; инновационном консалтинге; инжиниринговых услугах на предстартовой и стартовой стадиях развития компаний.

#### **БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:**

1. Санкт-Петербургский государственный политехнический университет: отчет за 2011 год – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2012. – 482 с.
2. Отчет о научной деятельности вуза (организации) Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Санкт-Петербургский государственный политехнический университет» за 2011 год от 09.02.2012 год.
3. **Глухов В.В.** Предпринимательство в вузе. – СПб.: Издательство Политехнического университета, 2010.
4. Санкт-Петербургский государственный политехнический университет // [http: www.spbstu.ru/](http://www.spbstu.ru/)
5. **Рудской А.И., Боровков А.И.** и др. Форсайт-структура. Принципы построения и развития. Опыт реализации // Материалы XI Всероссийской конференции по проблемам науки и высшей школы «Фундаментальные исследования и инновации в технических университетах». 18-19 мая 2007 года. – СПб.: Издательство Политехнического университета, 2007.

## РЫНОК ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ: КОНЦЕПЦИЯ ФЛЕКСИКЬЮРИТИ

Качество человеческого капитала в инновационной экономике приобретает статус стратегического ресурса, определяющего динамизм развития и конкурентоспособность национальной экономики. Одним из институтов формирования человеческого капитала выступает рынок образовательных услуг. Именно поэтому вопросы, как он связан с инновациями, в каком направлении должен развиваться, являются актуальными и требуют серьезного экономического анализа. Поиск ответов на эти вопросы невозможен без понимания того, какие подходы должны быть заложены в основу выбора приоритетных направлений развития.

На наш взгляд, в качестве одного из них можно было бы предложить концепцию флексиkjюрити. Термин «флексиkjюрити» составлен из английских слов *flexibility* (флексибилити) – гибкость и *security* (сикjюрити) – безопасность или гарантия. Первой данную концепцию разработали и апробировали в Дании с целью регулирования трудовых отношений. Наибольшее распространение она получила в странах Европейского сообщества.

В современной литературе нет однозначного общепринятого толкования понятия, обозначенного термином «флексиkjюрити». Обычно его суть экономисты сводят к внедрению новой организации трудовых отношений, которая позволяла бы сочетать повышенную гибкость рынка труда при сохранении основных социальных гарантий [1-4]. В резолюции Европейского Парламента от 29 ноября 2007 г. об общих принципах реализации модели «флексиkjюрити» в качестве основного императива подчеркивается «гибкая организация работы в рамках постоянных трудовых договоров» [5].

До сих пор данная концепция рассматривалась применительно к рынку труда. Однако в национальной экономике рынки труда и образовательных услуг относятся к социально значимым рынкам. Более того, они тесно связаны прямыми и обратными связями. В связи с этим нам представляется возможным применить концепцию флексиkjурити в отношении рынка образовательных услуг.

Целью написания данной статьи является анализ концепции флексиkjурити на рынке образовательных услуг на макроуровне в контексте вызовов и возможностей. В ходе данного исследования были поставлены следующие задачи:

- раскрыть сущность флексиkjурити применительно к рынку образовательных услуг;
- обосновать правомерность использования данного подхода как теоретической основы принятия практических решений;
- обсудить данный подход среди специалистов разных направлений.

Название концепции «флексиkjурити» подразумевает одновременное обеспечение гибкости и социальной защищенности на рынке образовательных услуг в долгосрочном периоде. В рамках данной статьи анализ концепции включает теоретические вопросы, предполагающие обоснование необходимости флексиkjурити на рынке образовательных услуг, получение знания о сущности и форме ее проявления, и методические вопросы, связанные с поиском решений, направленных на реализацию полученных знаний.

Использование концепции флексиkjурити применительно к механизму функционирования рынка образовательных услуг обусловлено целым рядом объективных факторов и процессов, протекающих в современной экономике. Изменения, динамично происходящие в структуре производства, кардинально преобразовывают структуру занятости, общества и диверсифицируют требования к профессионально-квалификационному уровню занятого населения и его мобильности. Сегодня стандартная занятость во многих отраслях активно сосуществует с нестандартными формами занятости.

Возникают новые формы мобильности. Например, одна из них – аутсорсинг, которая предполагает контракцию или работу по заказу.

Профессионализм и мобильность становятся и предпосылкой, и следствием ускорения темпов научно-технического прогресса. Более того, глобализация, стремительно возрастающий поток информации ведут к быстрому моральному устареванию ранее приобретенных знаний и опыта. В таких условиях приобретение высококачественной компетенции должно стать стратегическим ответом на изменения в технологии производства.

В процессе анализа рынка образовательных услуг необходимо исходить из двойственной природы его социально-экономических отношений, которая обусловлена не только участием рынка в кругообороте ВВП, но и принадлежностью к социальной сфере. Успешность профессиональной деятельности тесно связана с социальной мобильностью. Однако социальная мобильность сама по себе инерционна. Это предопределяет трудности для многих людей в поиске своего места на рынке труда и в обществе. Большинство специалистов рассматривает образование не только как важнейший механизм выравнивания изначального социального неравенства молодежи и взрослых, продвижения по социальной лестнице, но и как условие их успешной интеграции в общество и европейское образовательное пространство.

Социальные и экономические процессы тесно переплетаются в современном обществе. Если исходить из того, что запас компетенций будет устаревать тем быстрее, чем активнее начнут прогрессировать инновационные процессы в экономике, то главным вызовом перед системой образования будет его способность привить личности навыки управления собственным обучением, а в дальнейшем управления собственным профессиональным ростом и карьерой.

Таким образом, образование призвано заложить основу для инновационных перемен в обществе и подготовить личность к жизни в быстро меняющемся мире, к решению нарастающих социально-экономических проблем. Но для этого должна измениться и сама

система образования. Существующее традиционно конечное образование не отвечает требованиям времени, так как отличается замкнутостью и не обладает кумулятивным эффектом развития личности. Создание гибкой и динамичной системы образования является сегодня залогом роста человеческого капитала.

Вместе с тем, развитие рынка образовательных услуг сопряжено с большими социальными рисками в силу его объективных свойств. Прежде всего, обращает на себя внимание определение образовательной услуги как доверительного блага, потребление которого связано с эффектом сообучения и значительными затратами измерения его качества. Другой, не менее важной особенностью, выступает однократность транзакции по покупке образовательной услуги и отсутствие опыта потребления услуги у большинства потребителей. Наконец, еще одним фактором является привилегированное положение производителя на рынке как более информированной стороны о качестве своего предложения. Отмеченные выше особенности обуславливают высокую степень информационной асимметрии на рынке образовательных услуг. Высокая степень информационной асимметрии приводит к увеличению транзакционных затрат основных экономических субъектов рынка. Отмеченные особенности рынка образовательных услуг определяют следующие виды социальных рисков:

- потребительские риски выбора образовательной услуги из-за доступности ограниченных альтернатив, которые приводят к снижению эффективности выбора;
- риски обнаружения невысокого качества услуги во время ее оказания или в период последствия, которые уменьшают благосостояние потребителя и затрудняют процесс его вхождения на рынок труда;
- риски оппортунистического рентоориентированного поведения производителей образовательных услуг, которые ограничивают возможности неценовой конкуренции на рынке и стимулируют неблагоприятный отбор на рынке и т.д.

Средством уменьшения степени информационной асимметрии, сокращения транзакционных затрат и соответственно уменьшения рисков может стать флексикурити, в рамках реализации которой возможно снижение неопределенности экономической среды. Таким образом, использование концепции флексикурити диктуется целым рядом объективных как экономических, так и социальных факторов.

В концепции флексикурити рынка образовательных услуг, на наш взгляд, должны присутствовать два больших блока. Первый блок связан с обеспечением гибкости рынка образовательных услуг. Гибкость рынка образовательных услуг означает повышение адаптационных способностей образовательной системы: быстрое приспособление своей структуры к выполнению разнообразных функций в соответствии с изменениями во внешней среде. Под гибкостью также понимается такая организация взаимодействия всех экономических субъектов рынка, которая открывает возможности для приобретения человеком компетенций, совокупности методических и технических инструментов реализации его профессиональной и социальной активности с целью удовлетворения множества образовательных потребностей, возникающих в обществе, регионе, у работодателя и личности [6, с. 273].

Формы проявления гибкости достаточно разнообразны:

вариативность образования, которая подразумевает диверсификацию предоставляемых услуг, приобретение новых видов деятельности, разнообразие уровней и подуровней образования, сроков подготовки и переподготовки;

индивидуализация образования, которая требует адаптации учебных планов, программ и методов обучения к потребностям отдельно взятого человека и предоставляет возможность каждому человеку самому формировать «портфель образовательных заказов», максимально удовлетворяющий его представления о рациональных стратегиях получения знаний и навыков;

мобильность образования, то есть сокращение временного лага между возникновением спроса на специалистов того или иного рода и

периодом, когда этот спрос удовлетворен. Скорость преобразований в экономике и скорость изменений в ситуации на рынке труда требует повышения адаптационных возможностей системы преобразований;

обеспечение тесной взаимосвязи между инновациями в высшем образовании и инновационной экономике, что предполагает развитие новых образовательных стратегий, сочетающих высокое качество образования с экономичностью образовательного процесса. Широкое внедрение новаций в практику обучения делает возможным трансферт новых образовательных технологий и перемещения студента в образовательном пространстве, как по горизонтали, так и по вертикали.

Второй блок концепции флексикурности выполняет социальную функцию. Речь идет о социальной защищенности. Социальная защищенность на рынке образовательных услуг предполагает обеспечение равного доступа всех желающих к получению качественного образования в соответствии с интересами, независимо от дохода, места проживания, открытость и многообразие образовательных учреждений. Однако сегодня социальная защищенность требует расширенной трактовки. На наш взгляд, она предусматривает также

защиту от рисков рынка образовательных услуг;

предложение потребителям приобретение тех компетенций, которые позволят им быстрее адаптироваться к условиям и требованиям национального и мирового рынков труда и тем самым быть конкурентоспособными на рынке труда;

охват образованием людей разного возраста. В отличие от образования детей и молодежи образование взрослых имеет особые требования к организации обучения. Как правило, оно устанавливает жесткие временные рамки, поскольку либо протекает одновременно с трудовой деятельностью, либо отрыв от трудовой деятельности должен быть предельно сжат по срокам. Для максимально эффективного достижения целей дополнительного профессионального образования необходимо деление потребителей его услуг по различным возрастным и профессионально-

квалификационным категориям. Для каждой категории необходимо установить требуемые цели, подходы и методы обучения.

Тем самым социальной защищенности придается и экономическая функция. Таким образом, только в результате взаимодействия гибкости и социальной защищенности на рынке образовательных услуг возможно возникновение синергетического эффекта [2, с. 43]. Синергетический эффект может быть усилен и за счет психологических факторов. Психологический элемент социальной защищенности состоит в формировании правильной мотивации к обучению и труду, системы приоритетов и предпочтений. Иначе говоря, условием занятия определенного места на социальной лестнице должен быть не столько диплом, сколько набор определенных компетенций. Благодаря синергетическому эффекту рынок образовательных услуг способен адекватно и динамично реагировать на любые противоречия, которые возникают в ходе разнообразных внутренних и внешних воздействий;

обеспечивать многомерность движения личности в образовательном пространстве, т.е. открывать возможность временного прекращения и возобновления обучения, изменения его формы, выбора индивидуальной образовательной траектории, повышения квалификации, переподготовки с целью поддержания, как высокого уровня общего образования, так и профессиональной конкурентоспособности, соответствия запросам рынка труда.

Знание концепции флексикьюрити позволяет влиять на траекторию развития рынка образовательных услуг. Механизм регулирования траектории развития должен быть открытым процессом, обусловленным объектом транзакций, субъектами и характером взаимодействия между субъектами рынка образовательных услуг и субъектами рынка труда. При этом он не должен воспроизводить существующие тенденции развития. Напротив, в соответствии с концепцией флексикьюрити траектория развития предполагает те направления, которые способны обеспечить



возникновение и постепенное закрепление инноваций в сфере образования. Выделим некоторые из них, такие как:

создание гибкого механизма социального партнерства, которое предполагает определенную форму отношений, возникающих в процессе деятельности всех заинтересованных в достижении общих целей субъектов [7, 8]. Социальное партнёрство в сфере профессионального образования, обладая мощным интегрирующим потенциалом, может способствовать повышению социального статуса, социальной защищенности выпускников образовательных учреждений, обеспечивая их профессиональное и личностное развитие, удовлетворяя потребности социальных партнеров в компетенциях личности;

переход к новой педагогической парадигме, предполагающей внедрение принципа непрерывности образования и смещение акцента на личностно-ориентированную педагогику. Только в этом случае образование перестает быть в основном внешне организованным процессом и становится в значительной степени личным делом обучающегося. В результате личностно-ориентированная педагогика позволяет, с одной стороны, организовать учебный процесс в соответствии с возрастными особенностями учащихся, с запросами практики и потребностями развития самой личности, с другой стороны, обеспечить соблюдение общих принципов педагогической деятельности. Однако здесь, на наш взгляд, уместно разделить озабоченность тех авторов, которые опасаются, что формальный подход к выбору новых методов обучения способен вытеснить преподавателя за рамки педагогического процесса и сделать педагогический процесс обезличенным. Не стоит забывать, что только диалог между обучающейся личностью и преподавателем способен решить задачи предоставления качественной образовательной услуги [9, с. 8-9];

формирование многоканальности финансирования образовательных программ и расширение прав и ответственности участников образовательного процесса. Финансирование системы

непрерывного образования должно быть комплексным и включать как бюджетные, так и иные источники, в том числе специальные фондов, средства работодателей, личности. Персонифицированное финансирование непрерывного образования возможно в различных формах (финансовые сертификаты, образовательные кредиты и т.д.). Наиболее успешной формой софинансирования образовательной сферы сегодня становится создание эндаумент-фондов – фондов целевого капитала. В их деятельности заложен значительный потенциал привлечения финансовых ресурсов на долгосрочные цели развития образовательного процесса, в первую очередь на развитие интеллектуальных ресурсов образовательного учреждения [10];

институциональные преобразования рынка образовательных услуг с целью минимизации последствий высокой степени информационной асимметрии. Речь идет, в первую очередь, об институтах рыночного саморегулирования (институте репутации производителя, институте корпоративного образования, институте информационного посредничества). Их должны дополнить внешние регуляторы рынка (институт ранжирования и институт аккредитации вузов);

развитие инновационно-технологического потенциала образовательных учреждений, включающее освоение элементов технологического маркетинга, долгосрочное прогнозирование технологий, создание новых подходов к оценке вузов на основе их роли в инновационно-технологическом комплексе страны. В этом направлении у ряда вузов уже накоплен положительный опыт [11];

признание общественностью роли неформального образования в современном мире. Континуум гибкого образования делает неформальное образование равноправным участником процесса обучения. Признание этого вида образования помогло бы полнее отразить индивидуальный учебный опыт личности; повысить мотивацию к непрерывному обучению; разрешить несоответствие между растущим многообразием познавательных-информационных запросов разных групп населения и невозможностью их удовлетворения

в рамках существующих форм традиционного образования. В связи с этим требуется обеспечить высококачественную систему аккредитации неформального образования;

укрепление целостности профессиональной подготовки, т.е. усиление взаимосвязей ее основных элементов. При этом речь должна идти не просто о конгломерате разных видов и форм образовательных учреждений, а именно о единой образовательной системе, в рамках которой их функционирование теснейшим образом взаимообусловлено, и подчинено общим для всей системы целям и задачам: удовлетворению стремления человека к самообразованию и самореализации на протяжении всей его жизни.

Таким образом, траектория развития рынка образовательных услуг представляет собой соединение механизма государственного и общественного регулирования с рыночным механизмом саморегулирования. С помощью такого механизма могут быть решены задачи повышения эластичности предложения образовательных услуг, сокращения доли нефункционального спроса, уменьшения трансакционных затрат и социальных рисков, повышение качества образования, формирование адаптационных моделей поведения экономических субъектов рынка и т.д.

Проведенный анализ позволяет сделать четыре важных вывода.

1. Флексикьюрити как оптимальное взаимодействие гибкости и социальной защищенности на рынке образовательных услуг, имеет целью сбалансировать интересы общества, бизнеса и личности в сфере образования и обеспечить синергию экономического и социального эффекта.

2. Флексикьюрити рынка образовательных услуг неизбежна, поскольку обусловлена новыми вызовами со стороны внешней и внутренней среды. Однако конкретные условия и формы этого процесса могут иметь национальную специфику. В каждой стране эти вопросы должны решаться разными путями. Наиболее перспективным для практической реализации концепции является исследование внутренних источников развития. Если рассматривать

источник внутреннего развития российской системы образования, то, на наш взгляд, таковым является противоречие между системой образования, унаследованной от индустриального периода развития, и объемом задач построения национальной инновационной системы.

3. Проблема формирования концепции флексикурیتی имеет важную научную и практическую значимость. Научное значение в рамках формирования концепции обусловлено тем, что требует объединения усилий представителей многих научных направлений. Практическая ценность состоит в определении основных траекторий развития рынка образовательных услуг.

4. Концепция флексикурیتی находится в русле концепции непрерывного обучения, поскольку ориентирована на подготовку специалистов, способных адаптироваться к новым вызовам внутренней и внешней среды и нести ответственность за собственный профессиональный рост.

#### **БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:**

- 1. Ванкевич Е.В.** Гибкость рынка труда: единство макро- и микроподходов // моногр. – Витебск: УО "ВГТУ", 2014. – 198 с.
- 2. Гришин И.В.** Стимулирование и динамизация занятости: рецепт flexicurity // *Мировая экономика и международные отношения*. – 2012. – № 4. – С. 40–50.
- 3. Мотина Е.** Модель flexicurity: понятие, содержание и пути реализации в трудовом законодательстве // *Юстиция Беларуси*. – 2012. – № 8. – С. 44 – 49.
- 4. Хасселбалк О.** Мировой экономический кризис и Датская система реагирования на социальные потрясения (DANISH FLEXICURITY SYSTEM) // *Международное публичное и частное право*. – 2010. – № 5. – С. 25 – 32.
- 5.** European Parliament resolution of 29 November 2007 on Common Principles of Flexicurity (2007/2209(INI)) // [Electronic resource]. – 2012.? Mode of access: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P6-TA-2007-0574+0+DOC+XML+V0//EN>. – Date of access: 21.06.2012.
- 6. Яровая Н.С.** Образовательные услуги в контексте структурно-функционального анализа // *Вестник Ростовского государственного экономического университета «РИНХ»*. – 2009. – № 27. – С. 270 – 276.

- 7. Ковцев К.В.** Социальное партнерство как фактор развития высшего образования // Российское предпринимательство. – 2012. – № 19. – С. 119- 124.
- 8. Тиховодова А.В.** Социальное партнерство: сущность, функции, особенности развития в России // Известия Российского Государственного Педагогического университета им. А.И. Герцена. – 2008. – №58. –С. 297 -301.
- 9. Нижегородцев Р.М.** Рынок образовательных услуг в сфере высшего образования: институциональные фильтры и ловушки // Известия Уральского государственного экономического университета. – 2013. – № 1(45). – С. 5 – 12.
- 10. Иванова М.А.** Развитие интеллектуальных ресурсов образовательного учреждения в условиях формирования целевых капиталов // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского политехнического университета. Экономические науки. – 2012. –№ 6 (161). – С. 254 – 258.
- 11. Фетисов Ю.В.** Научно-инновационная деятельность национального исследовательского вуза (на примере Санкт-Петербургского политехнического университета) // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского политехнического университета. Экономические науки. – 2012. – № 3 (149). – С. 194 – 200.

## СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ / AUTHORS

**БАБКИН Иван Александрович** – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика и менеджмент в машиностроении» Санкт-Петербургского государственного политехнического университета; 195251, ул. Политехническая, 29, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: babkin-ivan@spbstu.ru

**БАВКИН Ivan A.** – St. Petersburg State Polytechnic University; 195251, Politechnicheskaya Str. 29, St. Petersburg, Russia; e-mail: babkin-ivan@spbstu.ru

**БАБКИНА Нина Ивановна** – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика и менеджмент в машиностроении» Санкт-Петербургского государственного политехнического университета; 195251, ул. Политехническая, 29, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: babkina\_nina@mail.ru

**БАВКИНА Nina I.** – St. Petersburg State Polytechnic University; 195251, Politechnicheskaya Str. 29, St. Petersburg, Russia; e-mail: babkina\_nina@mail.ru

**ГЛУХОВ Владимир Викторович** – доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой «Экономика и менеджмент недвижимости и технологий», проректор Санкт-Петербургского государственного политехнического университета; 195251, ул. Политехническая, д. 29, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: vicerector.me@spbstu.ru

**GLUKHOV Vladimir V.** – St. Petersburg State Polytechnic University; 195251, Politechnicheskaya Str. 29, St. Petersburg, Russia; e-mail: vicerector.me@spbstu.ru.

**ГОРЮНОВ Валерий Павлович** – доктор философских наук, профессор кафедры философии Института гуманитарного образования Санкт-Петербургского государственного политехнического университета; 195251, ул. Политехническая, 29, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: goryunov42@mail.ru.

**GORYUNOV Valery P.** – St. Petersburg State Polytechnic University; 195251, Politechnicheskaya Str. 29, St. Petersburg, Russia; e-mail: goryunov42@mail.ru

**ГУТМАН Светлана Семеновна** – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Мировая и региональная экономика» Инженерно-экономического института Санкт-Петербургского государственного политехнического университета; 195251, ул. Политехническая, 29, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: gsvs@mail.ru

**GUTMAN Svetlana S.** – St. Petersburg State Polytechnic University; 195251, Politechnicheskaya Str. 29, St. Petersburg, Russia; e-mail: gsvs@mail.ru

**ЕВСЕЕВА Светлана Анатольевна** – кандидат экономических наук, ассистент кафедры «Международные экономические отношения» Санкт-Петербургского государственного политехнического университета; 195251, ул. Политехническая, 29, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: yevsvetlana@mail.ru

**EVSEEVA Svetlana A.** – St. Petersburg State Polytechnic University; 195251, Politechnicheskaya Str. 29, St. Petersburg, Russia; e-mail: yevsvetlana@mail.ru

**ЕВСЕЕВА Оксана Анатольевна** – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Международные экономические отношения» Инженерно-экономического института Санкт-Петербургского государственного политехнического университета; 195251, ул. Политехническая, 29, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: yevoksana@inbox.ru;

**EVSEEVA Oksana A.** – St. Petersburg State Polytechnic University; 195251, Politechnicheskaya Str. 29, St. Petersburg, Russia; e-mail: yevoksana@inbox.ru

**ЗАЙЧЕНКО Ирина Михайловна** – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Мировая и региональная экономика» Инженерно-экономического института Санкт-Петербургского государственного политехнического университета; 195251, ул. Политехническая, 29, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: imz.fem.spbpu@mail.ru

**ZAYCHENKO Irina M.** – St. Petersburg State Polytechnic University; 195251, Politechnicheskaya Str. 29, St. Petersburg, Russia; e-mail: imz.fem.spbpu@mail.ru

**ЗВАГЕЛЬСКИЙ Виктор Фридрихович** – соискатель кафедры «Экономика и менеджмент недвижимости и технологий» Санкт-Петербургского государственного политехнического университета; 195251, ул. Политехническая, 29, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: zvagelskiy.ru

**ZVAGELSKIY Viktor F.** – St. Petersburg State Polytechnic University;  
195251, Politechnicheskaya Str. 29, St. Petersburg, Russia; e-mail: zvagelskiy.ru

**ИВАНОВА Нина Станиславовна** – студентка Санкт-Петербургского государственного политехнического университета; 195251, ул. Политехническая, 29, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: nina.stanislavovna@gmail.com

**IVANOVA Nina S.** – St. Petersburg State Polytechnic University; 195251, Politechnicheskaya Str. 29, St. Petersburg, Russia; e-mail: nina.stanislavovna@gmail.com

**КАНЬКОВСКАЯ Алина Рональдовна** – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Мировая и региональная экономика» Инженерно-экономического института Санкт-Петербургского государственного политехнического университета; 195251, ул. Политехническая, 29, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: kankowska\_alina@mail.ru.

**KANKOVSKAYA Alina R.** – St. Petersburg State Polytechnic University; 195251, Politechnicheskaya Str. 29, St. Petersburg, Russia; e-mail: kankowska\_alina@mail.ru.

**КОЗЛОВ Александр Владимирович** – доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой «Мировая и региональная экономика» Инженерно-экономического института Санкт-Петербургского государственного политехнического университета; 195251, ул. Политехническая, 29, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: avk55-spb@yandex.ru

**KOZLOV Aleksander V.** – St. Petersburg State Polytechnic University; 195251, Politechnicheskaya Str. 29, St. Petersburg, Russia; e-mail: avk55-spb@yandex.ru

**КУДРЯВЦЕВА Татьяна Юрьевна** – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Финансы и денежное обращение» Санкт-Петербургского государственного политехнического университета; 195251, ул. Политехническая, 29, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: tankud28@mail.ru

**KUDRYAVTSEVA Tatyana Yu.** – St. Petersburg State Polytechnic University; 195251, Politechnicheskaya Str. 29, St. Petersburg, Russia; e-mail: tankud28@mail.ru



**КУРЗАЕВА Славяна Александровна** – студентка кафедры «Финансы и денежное обращение» Санкт-Петербургского государственного политехнического университета; 195251, ул. Политехническая, 29, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: ssynecdoche@yandex.ru

**KURZAEVA Slavyana A.** – St. Petersburg State Polytechnic University; 195251, Politechnicheskaya Str. 29, St. Petersburg, Russia; e-mail: ssynecdoche@yandex.ru.

**МАРЬИНА Валерия Викторовна** – студентка Санкт-Петербургского государственного политехнического университета; 195251, ул. Политехническая, 29, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: verum.falso@mail.ru

**MARINA Valeriya V.** – St. Petersburg State Polytechnic University; 195251, Politechnicheskaya Str. 29, St. Petersburg, Russia; e-mail: verum.falso@mail.ru

**МОШКОВ Андрей Александрович** – аспирант кафедры «Экономика и менеджмент в машиностроении» Санкт-Петербургского государственного политехнического университета; 195251, ул. Политехническая, 29, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: moshk89@mail.ru;

**MOSHKOV Andrey A.** – St. Petersburg State Polytechnic University; 195251, Politechnicheskaya Str. 29, St. Petersburg, Russia; e-mail: moshk89@mail.ru;

**МИРОЛЮБОВА Ольга Вячеславовна** – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Международный бизнес» Международной высшей школы управления Инженерно-экономического института Санкт-Петербургского государственного политехнического университета; 195251, ул. Политехническая, 29, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: olga.v.mir@gmail.com

**MIROLIUBOVA Olga V.** – St. Petersburg State Polytechnic University; 195251, Politechnicheskaya Str. 29, St. Petersburg, Russia; e-mail: olga.v.mir@gmail.com

**ОСЕЕВСКИЙ Михаил Эдуардович** – заместитель президента – председателя правления ОАО Банк ВТБ; 125040, Россия, г. Москва, ул. Правды, д. 23. e-mail: info@vtbreg.ru

**OSEEVSKIY Mikhail E.** – VTB Bank; 125040, Pravda str. 23. Moscow, Russia. e-mail: info@vtbreg.ru

**ПАНОВА Евгения Александровна** – ассистент кафедры «Международный бизнес» Международной высшей школы управления Инженерно-экономического института Санкт-Петербургского государственного политехнического университета; 195251, ул. Политехническая, 29, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: jenyffer@list.ru

**PANOVA Evgeniia A.** – St. Petersburg State Polytechnic University; 195251, Politechnicheskaya Str. 29, St. Petersburg, Russia; e-mail: jenyffer@list.ru.

**ПОГОДИН Сергей Николаевич** – доктор исторических наук, профессор, заведующий кафедрой международных отношений Института международных образовательных программ Санкт-Петербургского государственного политехнического университета; 195251, ул. Политехническая, 29, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: pogodin56@mail.ru..

**POGODIN Sergey N.** – St. Petersburg State Polytechnic University; 195251, Politechnicheskaya Str. 29, St. Petersburg, Russia; e-mail: pogodin56@mail.ru.

**ПОТЁПКИН Максим Сергеевич** – аспирант кафедры маркетинга Санкт-Петербургского государственного экономического университета (СПбГЭУ); 191023, ул. Садовая, 21, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: max\_pot@mail.ru

**POTYOPKIN Maksim S.** – St. Petersburg State University of Economics (UNECON); 191023, Sadovaya Str., 21, St. Petersburg, Russia; e-mail: max\_pot@mail.ru

**РУСАКОВА Татьяна Борисовна** – кандидат экономических наук, доцент отделения «Международная Высшая школа управления» Инженерно-экономического института Санкт-Петербургского государственного политехнического университета; 195251, ул. Политехническая, 29, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: tatuana0310@rambler.ru

**RUSAKOVA Tatyana B.** – St. Petersburg State Polytechnic University; 195251, Politechnicheskaya Str. 29, St. Petersburg, Russia; e-mail: tatuana0310@rambler.ru.

**РЫТОВА Елена Владимировна** – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Мировая и региональная экономика» Инженерно-экономического института Санкт-Петербургского государственного политехнического университета; 195251, ул. Политехническая, 29, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: lery@list.ru

**RYTOVA Elena V.** – St. Petersburg State Polytechnic University; 195251, Politechnicheskaya Str. 29, St. Petersburg, Russia; e-mail: lery@list.ru.

**САННЕРИС ДЖИАДА** – аспирант кафедры «Мировая и региональная экономика» Инженерно-экономического института Санкт-Петербургского государственного политехнического университета; 195251, ул. Политехническая, 29, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: giada.sanneris@gmail.com

**SANNERIS GIADA** – St. Petersburg State Polytechnic University; 195251, Politechnicheskaya Str. 29, St. Petersburg, Russia; e-mail: giada.sanneris@gmail.com.

**САЙЧЕНКО Ольга Анатольевна** – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Международный бизнес» отделения «Международная Высшая школа управления» Инженерно-экономического института Санкт-Петербургского государственного политехнического университета; 195251, ул. Политехническая, 29, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: olgasaychenko@yandex.ru.

**SAYCHENKO Olga A.** – St. Petersburg State Polytechnic University; 195251, Politechnicheskaya Str. 29, St. Petersburg, Russia; e-mail: olgasaychenko@yandex.ru

**СМИРНОВА Ольга Александровна** – доктор экономических наук, профессор, Санкт-Петербургского государственного политехнического университета; 195251, ул. Политехническая, 29, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: o.saraf@mail.ru

**SMIRNOVA Olga A.** – St. Petersburg State Polytechnic University; 195251, Politechnicheskaya Str. 29, St. Petersburg, Russia; e-mail: o.saraf@mail.ru

**СЧИСЛЯЕВА Елена Ростиславовна** – доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой «Международный бизнес», директор отделения «Международная Высшая школа управления» Инженерно-экономического института Санкт-Петербургского государственного политехнического университета; 195251, ул. Политехническая, 29, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: dean@igms.info.

**SCHISLYAEVA Elena R.** – St. Petersburg State Polytechnic University; 195251, Politechnicheskaya Str. 29, St. Petersburg, Russia; e-mail: dean@igms.info.

**СЧИСЛЯЕВ Петр Сергеевич** – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Международный бизнес» Инженерно-экономического института Санкт-Петербургского государственного политехнического университета; 195251, ул. Политехническая, 29, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: p\_sch@mail.ru

**SCHISLYAEV Petr S.** – St. Petersburg State Polytechnic University; 195251, Politechnicheskaya Str. 29, St. Petersburg, Russia; e-mail: p\_sch@mail.ru

**ТЕСЛЯ Анна Борисовна** – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Мировая и региональная экономика» Инженерно-экономического института Санкт-Петербургского государственного политехнического университета; 195251, ул. Политехническая, 29, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: anntes@list.ru

**TESLYA Anna B.** – St. Petersburg State Polytechnic University; 195251, Politechnicheskaya Str. 29, St. Petersburg, Russia; e-mail: anntes@list.ru.

**ФИРСАНОВА Ольга Владимировна** – доктор экономических наук, профессор, кафедры международных отношений Института международных образовательных программ Санкт-Петербургского государственного политехнического университета; 195251, ул. Политехническая, 29, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: o.firsanova@mail.ru

**FIRSANOVA Olga V.** – St. Petersburg State Polytechnic University; 195251, Politechnicheskaya Str. 29, St. Petersburg, Russia; e-mail: o.firsanova@mail.ru

## АННОТАЦИИ

### Ключевые слова

**Погодин С.Н., Горюнов В.П. ПРЕДИСЛОВИЕ.**

**Глухов В.В., Звагельский В.Ф. ПРИНЦИПЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЭФФЕКТИВНОГО ГОСУДАРСТВА.**

Вводится понятие эффективного государства, его отличительные признаки, механизмы взаимодействия основных действующих лиц экономики при создании и использовании знаний, современных технологий, инновационных продуктов. Формулируется математическая постановка задачи выбора оптимального набора проектов с ориентацией на показатели качества жизни. Приводится систематизированный перечень действий и инструменты стимулирования модернизации эффективного государства.

**ЭФФЕКТИВНОЕ ГОСУДАРСТВО, СТИМУЛИРОВАНИЕ МОДЕРНИЗАЦИИ, ПРИЗНАКИ ЭФФЕКТИВНОГО ГОСУДАРСТВА.**

**Горюнов В.П. РЕЛЯТИВИСТСКАЯ МОДЕЛЬ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА.**

Рассматриваются естественно-природные и социальные основания производственной деятельности людей. Предлагается техносоциальная формула общества как методологическая база построения релятивистской модели экономического роста. В качестве основного экономического отношения рассматривается фундаментальное социальное отношение цели и средства. Делается вывод о невозможности достижения обществом состояния всеобщего выживания.

**ЕСТЕСТВЕННО-ПРИРОДНОЕ РАВНОВЕСИЕ, ПРОИЗВОДСТВЕННО-ПРИРОДНОЕ РАВНОВЕСИЕ, ТЕХНОСОЦИАЛЬНАЯ ФОРМУЛА ОБЩЕСТВА, ОТНОШЕНИЕ “ЦЕЛЬ–СРЕДСТВО”, СОЦИАЛЬНАЯ ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ, РЕЛЯТИВИСТСКАЯ МОДЕЛЬ ОБЩЕСТВА.**

**Евсеева С.А., Иванова Н.С. ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ В МАЛОМ И СРЕДНЕМ БИЗНЕСЕ.**

В статье систематизируются основные тенденции управления человеческими ресурсами в Европе: развитие кадрового потенциала, трансформация HR-

функции и изменение правил HR-игры. Приводится анализ каждой тенденции управления человеческими ресурсами в отдельности. На основе полученных результатов обосновывается необходимость учета глобальных тенденций в деятельности малых и средних предприятий. В исследовании использовались методы анализа и синтеза, а также статистической обработки информации.

**ЧЕЛОВЕЧЕСКИЕ РЕСУРСЫ, МАЛЫЙ И СРЕДНИЙ БИЗНЕС, ТЕНДЕНЦИИ, ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ.**

**Козлов А.В., Саннерис Д. ПОДДЕРЖКА ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ: ИТАЛЬЯНСКИЙ ОПЫТ.**

В статье рассмотрен опыт поддержки внешнеэкономической деятельности малых и средних предприятий, осуществляемой итальянской правительственной организацией «Simest», описана правовая форма и структура собственности организации, приведены основные направления поддержки. По каждому направлению представлено описание условий предоставления услуг организации «Simest» и шагов по получению поддержки. Приведены результаты деятельности организации «Simest» за время ее существования. Сформулированы рекомендации по применению опыта организации «Simest» для поддержки российского малого и среднего бизнеса.

**ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ; МАЛЫЕ И СРЕДНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ; ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА; ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЯ БИЗНЕСА.**

**Марьина В.В., Кудрявцева Т.Ю. КЛАСТЕР КАК ИННОВАЦИОННО ОРИЕНТИРОВАННАЯ ФОРМА ПРОСТРАНСТВЕННОЙ КОНЦЕНТРАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ: ОБОБЩЕНИЕ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА.**

В статье рассмотрены теории агломерационных эффектов А. Маршалла и Дж. Джейкобс. Установлены основные отличия кластера от других форм пространственной концентрации предприятий. Выявлены агломерационные эффекты, связанные с кластерной формой организации региональной экономики. Изложен и апробирован инструментарий оценки факторов географической концентрации, отражающих влияние агломерационных эффектов. Оценена степень концентрации и урбанизации кластерных групп субъектов Российской Федерации.

**КЛАСТЕР, ФОРМЫ ПРОСТРАНСТВЕННОЙ КОНЦЕНТРАЦИИ, АГЛОМЕРАЦИОННЫЕ ЭФФЕКТЫ, КОНЦЕНТРАЦИЯ, УРБАНИЗАЦИЯ.**

**Миролюбова О.В., Сайченко О.А., Счисляева Е.Р.**  
**ЭКОНОМИЧЕСКИЙ И ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ**  
**ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В МЕЖДУНАРОДНОЙ**  
**ПРАКТИКЕ.**

В статье проведен анализ развития государственно-частного партнерства в международной практике. Обобщена и систематизирована практика применения механизмов государственно-частного партнерства.

**ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО, УСТОЙЧИВОЕ**  
**РАЗВИТИЕ, ПЕРСОНАЛ, ПРОЕКТ, МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ.**

**Погодин С.Н.** **РЫНК ТЕХНОЛОГИЙ В ФИНЛЯНДИИ: СОСТОЯНИЕ И**  
**ПЕРСПЕКТИВЫ.**

В статье рассматриваются вопросы рынка современных технологий Финляндии. Успешное развитие страны определяет высокий статус инновационной политики. Особое внимание уделяется организации структуры государственного управления. Исследуются экологические и информационные технологии.

**ФИНЛЯНДИЯ, ТЕХНОЛОГИИ, РЫНОК, ЭКОНОМИКА, ИННОВАЦИИ,**  
**ВЫСОКИЕ ТЕХНОЛОГИИ.**

**Бабкин И.А., Бабкина Н.И.** **ЭТАПЫ И ПОКАЗАТЕЛИ ДЛЯ ОЦЕНКИ**  
**ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРОМЫШЛЕННОГО КЛАСТЕРА.**

В статье рассмотрены этапы и показатели для оценки инновационного потенциала промышленного кластера. Отмечено, что категория промышленного кластера до сих пор продолжает оставаться дискуссионной. Несмотря на значительное число отечественных исследований, не сформирована научно обоснованная модель развития и управления кластером с позиции повышения конкурентоспособности экономических систем мезоуровня, не определены механизмы оценки кластерных структур. Рассмотренные этапы и показатели позволяют.

**ИННОВАЦИИ, ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ, ПРОМЫШЛЕННЫЙ**  
**КЛАСТЕР, МЕТОДЫ, ПОКАЗАТЕЛИ, КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ.**

**Глухов В.В.** **ОБОБЩЕННАЯ МОДЕЛЬ ГОСУДАРСТВЕННО-**  
**ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА.**

Приводится математическая постановка задачи формирования государственно-частного партнерства: частная и общая модели. Выделяется возникающий синергетический эффект, формализация оценки партнерства со стороны предпринимателя и со стороны государства.

**ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО, МАТЕМАТИЧЕСКАЯ ФОРМАЛИЗАЦИЯ, ТИПОВАЯ МАТЕМАТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ, СИНЕРГЕТИКА, ОЦЕНКА ПАРТНЕРСТВА.**

**Гутман С.С., Тесля А.Б. ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ РЕГИОНА: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ И МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ.**

В статье рассмотрены проблемы формирования стратегии развития региона, выделены основные этапы формирования стратегии региона. Систематизированы факторы, определяющие выбор стратегии и позволяющие рассматривать экономику региона как сложную взаимосвязанную управляемую систему. Выявлена роль социальных инвестиций компаний как современного фактора развития региона. Предложена классификация инвестиционных стратегий региона.

**РЕГИОН, СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ РЕГИОНА, ФАКТОРЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА, СОЦИАЛЬНАЯ СФЕРА, СОЦИАЛЬНЫЕ ИНВЕСТИЦИИ.**

**Евсеева О.А. ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ: ОПРЕДЕЛЕНИЕ И УПРАВЛЕНИЕ.**

В статье рассмотрены понятия потенциала развития предприятия, уточнен его состав применительно к субъектам малого и среднего бизнеса. Даны рекомендации по использованию методики мониторинга потенциала развития предприятия применительно к малым и средним промышленным предприятиям в условиях глобальной экономики.

**ПОТЕНЦИАЛ, РАЗВИТИЕ, МАЛЫЙ И СРЕДНИЙ БИЗНЕС, МОНИТОРИНГ.**

**Зайченко И.М. ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПОСТРОЕНИЯ СИСТЕМЫ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ.**

В статье представлен анализ институциональных проблем, которые возникают при построении системы корпоративного управления. Рассмотрены риски и механизмы корпоративного управления. Описаны способы повышения



эффективности корпоративного управления на основе решения проблем институционального характера, основными из которых являются агентская проблема и оппортунизм менеджеров. Предложенные способы направлены на повышение качества институциональной среды, развития конкуренции, использования действенных мотивационных факторов для менеджеров, грамотного управления элементами «пучка» прав собственности.

**КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ. ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ. ОПОРТУНИЗМ МЕНЕДЖЕРОВ. АГЕНТСКАЯ ПРОБЛЕМА. МЕХАНИЗМЫ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ.**

**Каньковская А.Р. ПРОБЛЕМЫ КЛАСТЕРНОГО ПОДХОДА В РЕГИОНАЛЬНОЙ ИННОВАЦИОННОЙ ПОЛИТИКЕ СЕВЕРО-ЗАПАДНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА.**

В статье проведен анализ законодательных и научных трактовок понятия «кластер» и «инновационный кластер», обоснован выбор инновационно-активных кластеров в качестве объекта инновационной политики. На основе анализа кластерных инициатив в регионах Северо-Западного федерального округа выявлены проблемы вертикального внедрения кластеров в региональную экономику и предложены пути развития кластерного подхода в региональной инновационной политике.

**ИННОВАЦИОННЫЙ КЛАСТЕР, ИННОВАЦИОННЫЙ ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ КЛАСТЕР, ИННОВАЦИОННО-АКТИВНЫЙ КЛАСТЕР, КЛАСТЕР, НАЦИОНАЛЬНАЯ ИННОВАЦИОННАЯ СИСТЕМА (НИС), РЕГИОНАЛЬНАЯ ИННОВАЦИОННАЯ СИСТЕМА (РИС).**

**Кудрявцева Т.Ю., Курзаева С.А. ПРОБЛЕМЫ ИДЕНТИФИКАЦИИ ПРОМЫШЛЕННЫХ КЛАСТЕРОВ (НА ПРИМЕРЕ КЛАСТЕРА ПРИБОРОСТРОЕНИЯ).**

Рассмотрены основные подходы к идентификации промышленных кластеров. Дано обоснование применения инструментария подходов как «снизу», так и «сверху», традиционно являющихся взаимоисключающими, на примере выявления кластера приборостроения Санкт-Петербурга. Приведены результаты формирования структуры кластера приборостроения по видам экономической деятельности в соответствии с классификатором, результаты расчета силы кластера по статистике занятости. Сформирована методология выявления «эталонного» кластера, учитывающая особенности развития российской экономики.

КЛАСТЕРНАЯ ПОЛИТИКА, ИДЕНТИФИКАЦИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО КЛАСТЕРА, КОЭФФИЦИЕНТ ЛОКАЛИЗАЦИИ, СТРУКТУРА КЛАСТЕРА, ПРИБОРОСТРОЕНИЕ.

**Осеевский М.Э.** МЕГАПОЛИС КАК ОБЪЕКТ УПРАВЛЕНИЯ: СПИРАЛЬ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ.

Введено понятие – спираль стратегического планирования мегаполиса, дается ее описание. Показана тенденция урбанизации, приводятся количественные показатели крупнейших мегаполисов мира. Выделены основные признаки мегаполиса как объекта управления.

МЕГАПОЛИС, СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ, УРБАНИЗАЦИЯ, СПИРАЛЬ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ.

**Панова Е.А.** ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ФОРМИРОВАНИЯ И ПРИМЕНЕНИЯ ПРОГРАММ РЕЛОКАЦИИ В ПРАКТИКЕ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ.

В статье рассмотрены примеры формирования и применения программ релокации в практике ведущих российских компаний, осуществляющих свою деятельность на международном рынке. На основе статистических данных рассчитаны доли иностранных работников в численности персонал российских транснациональных кампаний, выделены и обоснованы основные тенденции формирования и развития программ релокации предприятий различных отраслей.

ЧЕЛОВЕЧЕСКИЕ РЕСУРСЫ, РЕЛОКАЦИЯ, ЭКСПАТ, КВАЛИФИЦИРОВАННЫЕ СПЕЦИАЛИСТЫ, ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ РЕСУРСОВ, ИНОСТРАННЫЕ СПЕЦИАЛИСТЫ.

**Рытова Е.В.** АНАЛИЗ ИНСТРУМЕНТОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИИ.

Исследуется современное состояние государственной поддержки малого предпринимательства в Российской Федерации. Классифицированы инструменты государственной поддержки. Оценивается эффективность государственного воздействия с точки зрения формирования предпринимательского климата региона. Проанализированы основные проблемы и предложены направления совершенствования государственной поддержки малого бизнеса.

## МАЛЫЙ БИЗНЕС, ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА, ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ КЛИМАТ, РЕГИОНАЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ.

### **Смирнова О.А. НЕОБХОДИМОСТЬ КЛАСТЕРНОГО ПОДХОДА МЕЖОТРАСЛЕВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ.**

Основная задача отечественной экономики является обеспечение её конкурентоспособности. Актуальной проблемой выхода бизнеса на траекторию устойчивого развития является совершенствование способов межфирменного сотрудничества и разработки методов повышения конкурентоспособности выпускаемой продукции и услуг на базе ключевых компетенций. В этом случае интеграционные процессы имеют первостепенное значение. Одним из относительно новых методов формирования динамично развивающихся объединений предприятий являются кластеры. Экономический кластер относится к интеграционной динамической сетевой структуре, занимая промежуточное положение между вертикально ориентированными холдинговыми структурами и совокупностью самостоятельных компаний. Сетевой принцип организации кластера позволяет для каждого конкретного случая выстроить наиболее предпочтительную, оптимальную структуру взаимодействия компаний, которая может сочетать положительные черты других экономических объединений. В настоящее время в мировой экономической практике наблюдается бум образования кластеров. Однако для российской рыночной экономики данная форма организации сотрудничества предприятий является относительно новой, вследствие чего особый научный интерес приобретает необходимость совершенствования методических основ формирования интеграционных структур. Формирование межотраслевого взаимодействия требует нового подхода к формированию структуры кластера, а также определению инструментов повышения эффективности его формирования и функционирования на основе углубления процессов специализации.

ПРОБЛЕМЫ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ, РЕШЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ И СОЦИАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ БИЗНЕСА, СКОРОСТЬ РЕАГИРОВАНИЯ СУБЪЕКТА УПРАВЛЕНИЯ НА ИЗМЕНЕНИЯ ВО ВНЕШНЕЙ СРЕДЕ, СТРАТЕГИЯ МЕЖОТРАСЛЕВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ, ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КРИЗИС; УВЕЛИЧЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ, МЕЖОТРАСЛЕВОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ, ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА, КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ, РАЦИОНАЛЬНАЯ СТРАТЕГИЯ,

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ МЕЖОТРАСЛЕВОГО  
ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ, ПРИВАТИЗАЦИЯ ИМУЩЕСТВЕННЫХ КОМПЛЕКСОВ,  
КЛАСТЕР.

**Мошков А.А.** ИНСТРУМЕНТЫ МАРКЕТИНГА ИННОВАЦИЙ ДЛЯ  
ПОВЫШЕНИЯ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ.

Показана важность маркетинга инноваций для повышения инновационного потенциала предприятия. Проведен анализ инструментов маркетинга инноваций для повышения инновационного потенциала предприятия. На основе проведенного анализа представлены одиннадцать основных инструментов маркетинга инноваций. Сформулированы этапы управления инновационными проектами с точки зрения маркетингового подхода.

ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ, ПРЕДПРИЯТИЕ, МАРКЕТИНГ  
ИННОВАЦИЙ

**Потёпкин М.С., Фирсанова О.В.** МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ  
ОСНОВНЫХ ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ РЫНКА БИОЛОГИЧЕСКИ  
АКТИВНЫХ ДОБАВОК В РОССИИ.

В маркетинговых исследованиях биологически активные добавки (БАД) целесообразно относить к категории социально значимых товаров, оказывающих существенное влияние на качество жизни потребителей, рынок которых сегодня развивается серьезными темпами. В статье представлены результаты маркетингового анализа рынка БАД и выделены основные тенденции развития, в том числе и в отношении поведения потребителей БАД в России.

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ, БИОЛОГИЧЕСКИ АКТИВНЫЕ  
ДОБАВКИ (БАД), РЫНОК БАД, МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ, ТЕНДЕНЦИИ  
РАЗВИТИЯ РЫНКА БАД ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ БАД.

**Фирсанова О.В.** АНАЛИЗ МЕТОДИК ИССЛЕДОВАНИЯ  
КОГНИТИВНЫХ СТРУКТУР ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ В  
СОВРЕМЕННОМ МАРКЕТИНГЕ.

В высококонкурентной среде компаниям требуется знать не только особенности поведения потребителя, но и механизмы управления им. Когнитивный маркетинг является тем современным научным направлением, в предметных границах которого сегодня сформирован соответствующий методический инструментарий для решения указанной проблемы. Статья

посвящена анализу методических приемов, разработанных представителями современной науки, позволяющих моделировать поведение потребителей с учетом когнитивных факторов принятия решений.

**КОГНИТИВНЫЙ МАРКЕТИНГ, ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ, МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ, МОДЕЛИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ.**

**Фирсанова О.В. ОСОБЕННОСТИ МЕТОДОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА ПРЕДПРИЯТИЯ КАК СУБЪЕКТА КОММУНИКАТИВНОЙ СЕТИ В КОНЦЕПЦИИ МАРКЕТИНГА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ.**

В современной концепции маркетинга взаимодействия предприятие рассматривается как субъект управления, участвующий в рыночных процессах. Как объект научного анализа предприятие рассматривается как открытая «живая» система, обладающая определенными ценностными установками и ориентирами. Это объективно требует применения диадного метода научного анализа при рассмотрении проблем управления в предметной области современного маркетинга.

**КОНЦЕПЦИЯ МАРКЕТИНГА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ, МАРКЕТИНГ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ, МЕТОДОЛОГИЯ СОВРЕМЕННОГО МАРКЕТИНГА, СУБЪЕКТ РЫНКА, КОММУНИКАТИВНАЯ СЕТЬ, РЫНОЧНЫЕ СЕТИ, УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ.**

**Миролюбова О.В., Счисляев П.С. АНАЛИЗ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПЕРСОНАЛА И ФУНДАМЕНТАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ СПБГПУ КАК ВЫСШЕГО УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ ИННОВАЦИОННОГО ТИПА.**

В статье оценены результаты научно-технической работы персонала СПбГПУ, выявлены приоритетные направления инновационного развития университета с целью формирования долгосрочного тренда его устойчивого развития.

**ИННОВАЦИОННЫЙ РОСТ, УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ, КЛАСТЕР, ПЕРСОНАЛ, ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ, НАУЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПЕРСОНАЛА, ИННОВАЦИОННЫЙ ЦЕНТР.**

**Русакова Т.Б. РЫНОК ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ: КОНЦЕПЦИЯ ФЛЕКСИКЬЮРИТИ.**

В статье дан анализ теоретико-методологических основ новых подходов к регулированию рынка образовательных услуг. В качестве одного из подходов

предложена модель флексикьюрити, доказавшая свою эффективность в ряде европейских государств на рынке труда. Раскрыты существенные характеристики флексикьюрити. Предложен концептуальный взгляд на два ключевых блока флексикьюрити на рынке образовательных услуг: гибкость и социальную защищенность, доказана необходимость достижения в их взаимодействии синергетического эффекта. С учетом концепции флексикьюрити определены основные направления траектории развития рынка образовательных услуг.

ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА, КАЧЕСТВО ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ, НЕПРЕРЫВНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ, РЫНОК ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ, ФЛЕКСИКЬЮРИТИ, ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ.

## ABSTRACTS

### Keywords

**Pogodin S.N., Goryunov V.P.** PREFACE.

**Glukhov V.V., Zvagelskiy V.F.** PRINCIPLES OF EFFECTIVE STATE FUNCTIONING.

The article presents the notion of an effective state, its distinctive features, mechanisms of interaction between the main actors of the economy in the creation and use of knowledge, advanced technology, innovative products. The article states mathematical formulation of the problem of choosing the optimal set of projects with a focus on life quality. It provides a systematic list of activities and tools to stimulate an effective state modernization.

EFFECTIVE STATE, STIMULATING FOR MODERNIZATION, SIGNS OF EFFECTIVE STATE.

**Goryunov V.P.** RELATIVIST MODEL OF ECONOMIC GROWTH.

Natural and social basis of production activities of people are considered. Technosocial formula is proposed as a methodological framework of the relativist model of economic growth. Fundamental social relation between goal and means is considered as the main economic ratio. It is concluded that society is not able to reach universal survival.

NATURAL BALANCE, PRODUCTION AND NATURAL BALANCE, TECHNOSOCIAL FORMULA OF SOCIETY, THE RATIO "GOAL – MEANS", SOCIAL DIFFERENTIATION, RELATIVIST MODEL OF SOCIETY.

**Evseeva S.A., Ivanova N.S.** THE POSSIBILITY OF USING FOREIGN EXPERIENCE OF HUMAN RESOURCE MANAGEMENT IN SMALL AND MEDIUM BUSINESS.

In the article the main trend in human resource management in Europe are systematized and analyzed: human resource development, the transformation HR-function and HR-changing rules of the game. An analysis of each trend of human resource management in particular are examined. Based on the results the necessity of global trends in the performance of small and medium enterprises are substantiated. In the study methods of analysis and synthesis are used, as well as statistical information processing.

HUMAN RESOURCES, SMALL AND MEDIUM BUSINESS, TRENDS, FOREIGN EXPERIENCE.

**Kozlov A.V., Sanneris G.** SUPPORT OF INTERNATIONAL ACTIVITIES OF SMALL AND MEDIUM SIZED ENTERPRISES: ITALIAN EXPERIENCE.

The article describes experience of Italian governmental organization «Simest» in support of international activities of small and medium sized enterprises. Main directions of support are presented. Terms of support for all directions are reported. Main results for more than 20 years operational activity of «Simest» are described. Recommendations for state support of Russian small and medium sized business are formulated.

INTERNATIONAL ACTIVITIES; SMALL AND MEDIUM SIZED ENTERPRISES; GOVERNMENTAL SUPPORT.

**Marina V.V., Kudryavtseva T.Ju.** CLUSTER AS AN INNOVATION-ORIENTED FORM OF AGGLOMERATION: SYNTHESIS OF FOREIGN EXPERIENCE.

The article discusses the concepts of “Marshallian” and “Jacobian” proximity effects. It establishes the basic differences between clusters and other forms of spatial concentration of businesses. Agglomeration effects associated with cluster form of organization of the regional economy are identified. The tools for assessing the factors of geographic concentration, reflecting the influence of agglomeration effects, are presented and examined. The degree of concentration and urbanization for cluster groups of subjects of the Russian Federation is assessed.

CLUSTER, FORMS OF AGGLOMERATION, AGGLOMERATION EXTERNALITIES, PROXIMITY EFFECTS, CONCENTRATION, URBANISATION.

**Miroliubova O.V., Saychenko O.A., Schislyaeva E.R.** ECONOMIC AND INSTITUTIONAL ANALYSIS OF PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP (PPP) IN INTERNATIONAL PRACTICE.

The article analyzes the development of public-private partnership in the international practice. Practice of PPPs is generalized and systematized.

PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIPS, SUSTAINABLE DEVELOPMENT, PERSONNEL, PROJECT, INTERNATIONAL EXPERIENCE.

**Pogodin S.N.** THE MARKET OF TECHNOLOGIES IN FINLAND: STATE AND PROSPECTS.



The article deals with the market conditions of modern technologies in Finland. Successful development of the country defines the high status of innovative policy. The special attention is paid on the organization of the state government structure. Ecological and informative technologies are investigated.

FINLAND, TECHNOLOGIES, MARKET, ECONOMY, INNOVATION, HIGH TECHNOLOGIES.

**Babkin I.A., Babkina N.I.** STAGES AND INDICATORS FOR EVALUATION OF INNOVATIVE POTENTIAL OF INDUSTRIAL CLUSTER.

The article examines the stages and indicators to assess the innovation potential of industrial cluster. The category of industrial cluster still remains controversial. Despite the considerable number of domestic research, it has not formed a scientific model for development and cluster management in the improvement of the competitiveness of meso-level economic systems. Mechanisms of cluster evaluation are not defined. Considered milestones and indicators will allow going inside these ideas.

INNOVATION, INNOVATIVE CAPACITY, INDUSTRIAL CLUSTER, TECHNIQUES, INDICATORS, COMPETITIVENESS.

**Glukhov V.V.** GENERALIZED MODEL OF PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIPS.

The article considers private and general model of the mathematical formulation of the public-private partnership. Arising synergies, formalization of partnership evaluation are given on the part of an entrepreneur and a state.

PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP, MATHEMATICAL FORMALIZATION, TYPES OF MATHEMATICAL MODELS, SYNERGY, EVALUATION PARTNERSHIP.

**Gutman S.S., Teslya A.B.** REGION DEVELOPMENT STRATEGY FORMATION: THEORETICAL FRAMEWORK AND PROCEDURAL GUIDELINES.

This paper deals with the problems of strategic development of the region, main stages of the region's strategy formation are identified. The factors that determine the choice of strategy and allows to consider the region's economy as a complex interconnected controlled system are classified. The contribution of business social investments is educed as a modern factor in the region's development. The classification of the region's investment strategies is developed.

REGION, THE DEVELOPMENT STRATEGY OF THE REGION, THE FACTORS OF STRATEGIC DEVELOPMENT OF THE REGION, SOCIAL, SOCIAL INVESTMENT.

**Evseeva O.A.** POTENTIAL DEVELOPMENT OF INDUSTRIAL ENTERPRISES OF SMALL AND MEDIUM BUSINESS IN THE GLOBAL CONTEXT: DEFINITION AND MANAGEMENT.

The article describes the concept of the potential development of the company updated its composition with respect to small and medium businesses. Recommendations are given on use of methods of monitoring the development potential to small and medium-sized industrial enterprises in the global economy.

POTENTIAL, DEVELOPMENT, SMALL AND MEDIUM BUSINESS, MONITORING.

**Zaychenko I.M.** THE INSTITUTIONAL PROBLEMS OF BUILDING SYSTEM OF CORPORATIVE MANAGEMENT.

In this article there is an analysis of institutional problem, which appear during the building of the system of corporative management. Risks and mechanism of corporative management were observed. The methods of the increase of effective corporative management were described on the base of solving problems of institutional characteristics, the main of which are agent's problem and manager's opportunism. The specific options were used for increase quality of institutional area, competitiveness development, used effective motivation factors for managers, correct management by elements of property rights.

CORPORATIVE MANAGEMENT. INSTITUTIONAL PROBLEMS. MANAGER'S OPPORTUNIZM. AGENT'S PROBLEM. MECHANISM OF CORPORATIVE MANAGEMENT.

**Kankovskaya A.R.** CLUSTER APPROACH PROBLEMS IN REGIONAL INNOVATION POLICY OF NORTHWEST FEDERAL DISTRICT.

In the article the principles of the functioning of the national innovation system in the economic cycle and priorities of the innovation at various levels of the national economy were formulated. The problem of development of regional innovation systems as open complex systems is stated.

INNOVATIVE CLUSTER. INNOVATIVE TERRITORIAL CLUSTER, INNOVATIVE-DYNAMIC CLUSTER, CLUSTER, NATIONAL INNOVATION SYSTEM (NIS), REGIONAL INNOVATION SYSTEM (RIS).

**Kudryavtseva T.Ju., Kyrzaeva S. A.** THE PROBLEMS OF IDENTIFYING INDUSTRIAL CLUSTERS (BY THE EXAMPLE OF ANALYTICAL INSTRUMENTS CLUSTER).

The basic approaches of identifying industrial clusters are examined. The justification of applying both “from below” and “from above” approaches tools, traditionally being alternative, is made by the example of identifying analytical instruments cluster. The results are given about forming the analytical instruments cluster structure by the types of economic activities according to classification; estimation of cluster potency, calculated according to employment statistics. The method proposed allows to form the “model” cluster that could fully consider the particular features of Russian economic evolution.

THE CLUSTER POLICY, IDENTIFYING OF INDUSTRIAL CLUSTER, LOCALISATION COEFFICIENT, THE CLUSTER STRUCTURE, ANALYTICAL INSTRUMENTS.

**Oseevskiy M.E.** MEGAPOLIS AS AN OBJECT TO CONTROL: SPIRAL OF STRATEGIC PLANNING.

In the article the concept and description of spiral strategic planning metropolis are introduced. The article presents the trend of urbanization and quantitative indicators of the largest cities in the world. The basic features of the metropolis as a control object are explored.

MEGAPOLIS, STRATEGIC PLANNING, URBANIZATION, SPIRAL OF STRATEGIC PLANNING.

**Panova E.A.** THE GENERAL TRENDS OF FORMATION AND ADAPTATION ALLOCATION PROGRAMS IN RUSSIAN COMPANIES.

The article examines examples of formation and adaptation in practice allocation programs leading Russian companies operating on the international market. Based on the statistical data calculated the proportion of foreign workers in headcount Russian TNCs isolated and justified the key trends shaping and development programs, relocation companies in various industries.

HUMAN RESOURCES, ALLOCATION, EXPAT, PROFESSIONALS, THE INTERNATIONALIZATION OF HUMAN RESOURCES, FOREIGN EXPERTS.

**Rytova E.V.** ANALYSIS OF SMALL BUSINESS GOVERNMENT SUPPORT IN RUSSIA.

Actual conditions of small business government support in Russia are investigated. Groups of small business government support instruments are classified. Government

support effectiveness is estimated with a view to region business climate. Main problems of small business government support are analyzed and some improvements are suggested.

SMALL BUSINESS, SMALL BUSINESS GOVERNMENT SUPPORT, BUSINESS CLIMATE. REGIONAL PROGRAMMES.

**Smirnova O.A.** THE NEED FOR INTERSECTORAL ACTION CLUSTER APPROACH.

The main objective of the national economy is to ensure its competitiveness. Urgent problem of withdrawal of business on the path of sustainable development is to improve methods of inter-firm cooperation and the development of methods to improve the competitiveness of products and services based on core competencies. In this case, integration processes are of paramount importance. One relatively new methods of forming dynamic associations of enterprises are clusters. Economic cluster refers to integratsionnoy dynamic network structure, occupying an intermediate position between the vertically oriented holding structures and the set of independent companies. Network organizing principle of the cluster allows for each case to form the most preferred, the optimal structure of cooperation between the companies, which can combine the positive features of other economic associations. Currently, the world economic practice booming cluster formation. However, for the Russian market economy, this form of organization of cooperation between enterprises is relatively new, so that special scientific interest is the need to improve methodological foundations integratsionnyh forming structures. Formation of intersectoral action requires a new approach to the formation of the cluster structure, as well as the definition of tools for increasing the efficiency of its formation and functioning on the basis of deepening specialization processes.

PROBLEMS OF NATIONAL ECONOMY, ADDRESS ECONOMIC AND SOCIAL PROBLEMS OF THE BUSINESS, RESPONSE SPEED CONTROL SUBJECT TO CHANGES IN THE EXTERNAL ENVIRONMENT, INTERSECTORAL ACTION STRATEGY, THE ECONOMIC CRISIS; INCREASE THE COMPETITIVENESS OF THE NATIONAL ECONOMY, INTERSECTORAL COLLABORATION, INNOVATIVE ECONOMY, COMPETITIVENESS OF DOMESTIC ENTERPRISES, RATIONAL STRATEGY, IMPROVING THE EFFICIENCY OF CROSS-SECTORAL COLLABORATION, PRIVATIZATION OF PROPERTY COMPLEXES, CLUSTER.

**Moshkov A.A.** TOOLS OF INNOVATION MARKETING FOR INCREASING INNOVATIVE ENTERPRISE POTENTIAL.

The importance of marketing of innovations for the increase of innovative potential of the enterprise is shown. The analysis of instruments of marketing of innovations for the increase of innovative potential of the enterprise is carried out. On the basis of the carried-out analysis eleven main instruments of marketing of innovations are presented. Stages of the management of innovative projects from the point of view of marketing approach are formulated.

INNOVATIVE POTENTIAL, ENTERPRISE, MARKETING OF INNOVATIONS

**Potyopkin M.S. Firsanova O.V.** MARKETING ANALYSIS OF DEVELOPMENT TRENDS IN BIOLOGICALLY ACTIVE SUPPLEMENTS IN RUSSIA.

In marketing research, biologically active additives (BAA) is advisable to refer to the category of socially important goods that have a significant impact on the quality of consumers lives, whose market is in a serious development nowadays. The article presents the results of market analysis and the basic development trends of biologically active supplement, with regard to the behavior of BAA consumers in Russia.

MARKETING RESEARCH, BIOLOGICALLY ACTIVE ADDITIVES (BAA), BIOLOGICALLY ACTIVE ADDITIVES MARKET, MARKETING ANALYSIS, TRENDS OF BAA DEVELOPMENT, BEHAVIOR OF BAA CONSUMERS.

**Firsanova O.V.** RESEARCH TECHNIQUES ANALYSIS OF CONSUMER BEHAVIOR COGNITIVE STRUCTURES IN MODERN MARKETING.

In the competitive environment, companies need to know not only the behavior of the consumer, but the mechanisms of its management. In contemporary world Cognitive Marketing is the modern scientific direction in which the subject boundaries are formed with methodological tools for problem salvation. This article analyzes the methodological techniques developed by representatives of modern science to simulate the behavior of consumers, taking into account factors of cognitive decision-making.

COGNITIVE MARKETING, CONSUMER BEHAVIOR, RESEARCH TECHNIQUES OF CONSUMER BEHAVIOR, PATTERNS OF CONSUMER BEHAVIOR.

**Firsanova O.V.** FEATURES OF ENTERPRISE METHODOLOGICAL ANALYSIS AS AN ELEMENT OF COMMUNICATION NETWORK IN THE CONCEPT OF INTERACTION MARKETING.

In the modern concept of interaction marketing company is regarded as the subject of management involved in market processes. As an object of scientific analysis, the

company is regarded as an open “living” system, with certain values and orientations. This objective requires the use of dyadic method of scientific analysis in addressing the challenges of management in the modern marketing domain.

MARKETING CONCEPT OF INTERACTION, RELATIONSHIP MARKETING, THE METHODOLOGY OF MODERN MARKETING, MARKET ENTITY, COMMUNICATION NETWORK, MARKET NETWORKS, MARKETING MANAGEMENT.

**Miroliubova O.V., Schislyayev P.S.** ANALYSIS OF STAFF ACTIVITIES IN THE SCIENTIFIC AND TECHNICAL SPHERE AND FUNDAMENTAL RESEARCH SPBSPU AS A HIGHER EDUCATION INSTITUTION OF INNOVATIVE TYPE.

The article helps to evaluate the results of scientific and technical SPbSPU staff work, to identify priority directions of innovative development of the university in order to create long-term trend of its sustainable development.

INNOVATIVE GROWTH, SUSTAINABLE DEVELOPMENT, CLUSTER, STAFF, FUNDAMENTAL RESEARCH, SCIENTIFIC ACTIVITY OF PERSONNEL, INNOVATION CENTER.

**Rusakova T.B.** EDUCATIONAL MARKET: THE CONCEPT OF FLEXICURITY.

The article analyzes theoretical and methodological foundations of new approaches regarding regulation of the educational market. As one of the approaches, proposed the model of flexicurity, proven it effective in a number of European countries on the labour market. Reveals the essential characteristics of flexicurity. Proposed conceptual view on two key blocks on the educational market: flexibility and social protection, proved the need to achieve in their cooperation of synergies effect. Taking into account flexicurity concept, defines the main directions of the trajectory of the educational market.

INNOVATIVE ECONOMY, THE QUALITY OF EDUCATIONAL SERVICES, CONTINUING EDUCATION, EDUCATIONAL MARKET, LABOUR MARKET, FLEXICURITY, HUMAN CAPITAL.

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>Предисловие</b> .....	5
<b>РАЗДЕЛ I. ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ</b> .....	7
<b>Глухов В.В., Звагельский В.Ф.</b> Принципы функционирования эффективного государства .....	7
<b>Горюнов В.П.</b> Релятивистская модель экономического роста .....	16
<b>Евсеева С.А., Иванова Н.С.</b> Возможности использования зарубежного опыта управления человеческими ресурсами в малом и среднем бизнесе .....	34
<b>Козлов А.В., Саннерис Д.</b> Поддержка внешнеэкономической деятельности малых и средних предприятий: итальянский опыт .....	46
<b>Марьина В.В., Кудрявцева Т.Ю.</b> Кластер как инновационно ориентированная форма пространственной концентрации предприятий: обобщение зарубежного опыта .....	55
<b>Миролюбова О.В., Сайченко О.А., Счисляева Е.Р.</b> Экономический и институциональный анализ государственно-частного партнерства в международной практике .....	70
<b>Погодин С.Н.</b> Рынок технологий в Финляндии: состояние и перспективы .....	83
<b>РАЗДЕЛ II. РЕГИОНАЛЬНАЯ И ОТРАСЛЕВАЯ ЭКОНОМИКА</b> ...	94
<b>Бабкин И.А., Бабкина Н.И.</b> Этапы и показатели для оценки инновационного потенциала промышленного кластера .....	94
<b>Глухов В.В.</b> Обобщенная модель государственно-частного партнерства .....	106
<b>Гутман С.С., Тесля А.Б.</b> Формирование стратегии развития региона: теоретические основы и методическое обеспечение .....	115
<b>Евсеева О.А.</b> Потенциал развития промышленного предприятия малого и среднего бизнеса в условиях глобальной экономики: определение и управление .....	126
<b>Зайченко И.М.</b> Институциональные проблемы построения системы корпоративного управления .....	136
<b>Каньковская А.Р.</b> Проблемы кластерного подхода в региональной инновационной политике Северо-Западного Федерального округа .....	149
<b>Кудрявцева Т.Ю., Курзаева С.А.</b> Проблемы идентификации промышленных кластеров (на примере кластера приборостроения) .....	160

<b>Осеевский М.Э.</b> Мегалополис как объект управления: спираль стратегического планирования .....	172
<b>Панова Е.А.</b> Основные тенденции формирования и применения программ релокации в практике российских компаний .....	183
<b>Рытова Е.В.</b> Анализ инструментов государственной поддержки малого бизнеса в России .....	194
<b>Смирнова О.А.</b> Необходимость кластерного подхода межотраслевого взаимодействия .....	206
<b>РАЗДЕЛ III. МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ .....</b>	<b>217</b>
<b>Мошков А.А.</b> Инструменты маркетинга инноваций для повышения инновационного потенциала предприятия .....	217
<b>Потёпкин М.С., Фирсанова О.В.</b> Маркетинговый анализ основных тенденций развития рынка биологически активных добавок в России ...	223
<b>Фирсанова О.В.</b> Анализ методик исследования когнитивных структур поведения потребителя в современном маркетинге .....	235
<b>Фирсанова О.В.</b> Особенности методологического анализа предприятия как субъекта коммуникативной сети в концепции маркетинга взаимодействия .....	246
<b>РАЗДЕЛ IV. ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ В ОБРАЗОВАНИИ ..</b>	<b>258</b>
<b>Миролюбова О.В., Счисляев П.С.</b> Анализ научно-технической деятельности персонала и фундаментальных исследований СПбГПУ как высшего учебного заведения инновационного типа .....	258
<b>Русакова Т.Б.</b> Рынок образовательных услуг: концепция флексикьюрити .....	274
<b>Сведения об авторах .....</b>	<b>286</b>
<b>Аннотации. Ключевые слова .....</b>	<b>293</b>



## CONTENTS

<b>Preface</b> .....	5
<b>SECTION I. FOREIGN TRADE</b> .....	7
<b>Glukhov V.V., Zvagelskiy V.F.</b> Principles of effective state functioning .....	7
<b>Goryunov V.P.</b> Relativist model of economic growth .....	16
<b>Evseeva S.A., Ivanova N.S.</b> The possibility of using foreign experience of human resource management in small and medium business .....	34
<b>Kozlov A.V., Sanneris G.</b> Support of international activities of small and medium sized enterprises: Italian experience .....	46
<b>Marina V.V., Kudryavtseva T.Ju.</b> Cluster as an innovation-oriented form of agglomeration: synthesis of foreign experience .....	55
<b>Miroliubova O.V., Saychenko O.A., Schislyaeva E.R.</b> Economic and institutional analysis of public-private partnership in international practice .....	70
<b>Pogodin S.N.</b> The market of technologies in Finland: state and prospects .....	83
<b>SECTION II. REGIONAL AND SECTORAL ECONOMICS</b> .....	94
<b>Babkin I.A., Babkina N.I.</b> Stages and indicators for evaluation of innovative potential of industrial cluster .....	94
<b>Glukhov V.V.</b> Generalized model of public-private partnerships .....	106
<b>Gutman S.S., Teslya A.B.</b> Region development strategy formation: theoretical framework and procedural guidelines .....	115
<b>Evseeva O.A.</b> Potential development of industrial enterprises of small and medium business in the global context: definition and management .....	126
<b>Zaychenko I.M.</b> The institutional problems of building system of corporative management .....	136
<b>Kankovskaya A.R.</b> Cluster approach problems in regional innovation policy of Northwest Federal District .....	149
<b>Kudryavtseva T.Ju., Kyrzaeva S. A.</b> The problems of indentifying industrial clusters (by the example of analytical instruments cluster) .....	160
<b>Oseevskiy M.E.</b> Megapolis as an object to control: spiral of strategic planning .....	172
<b>Panova E.A.</b> The general trends of formation and adaptation allocation programs in russian companies .....	183
<b>Rytova E.V.</b> Analysis of small business government support in Russia .....	194

<b>Smirnova O.A.</b> The need for intersectoral action cluster approach .....	206
<b>SECTION III. MARKETING RESEARCH</b> .....	217
<b>Moshkov A.A.</b> Tools of innovation marketing for increasing innovative enterprise potential .....	217
<b>Potyopkin M.S. Firsanova O.V.</b> Marketing analysis of development trends in biologically active supplements in Russia .....	223
<b>Firsanova O.V.</b> Research techniques analysis of consumer behavior cognitive structures in modern marketing .....	235
<b>Firsanova O.V.</b> Features of enterprise methodological analysis as an element of communication network in the concept of interaction marketing ..	246
<b>SECTION IV. ECONOMICS AND MANAGEMENT IN EDUCATION</b>	258
<b>Miroliubova O.V., Schislyayev P.S.</b> Analysis of staff activities in the scientific and technical sphere and fundamental research SPbSPU as a higher education institution of innovative type .....	258
<b>Rusakova T.B.</b> Educational market: the concept of flexicurity .....	274
<b>Authors</b> .....	286
<b>Abstracts. Keywords</b> .....	303

Альманах

**«Россия в глобальном мире»  
«Russia in the Global World»**

**№ 3 (26) 2013**

Учредитель – Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования  
«Санкт-Петербургский государственный политехнический университет»

Свидетельство о регистрации ПИ №ФС77-52142 от 11 декабря 2012 г.

**Редакция альманаха:**

Глухов В.В., д-р экон.наук, профессор – научный редактор выпуска

Павлова О.К. – литературный редактор, корректор

Марченко М. – дизайн обложки

Лютинская О.В. – компьютерная верстка

Гришина Н.Ю. – перевод на английский язык

Манцерова И.В. – выпускающий редактор

---

Подписано в печать 30.07.2014

Формат

Усл. печ. л.

Тираж

Заказ

---

Отпечатано с готового оригинал-макета,  
предоставленного редакционной коллегией,  
в типографии издательства Политехнического университета.  
Россия, 195251, Санкт-Петербург, Политехническая ул., 29.

Алманах

**«Россия в глобальном мире»  
«Russia in the Global World»**

**№ 3 (26) 2013**

Founder – Federal State Educational Institution of Higher Education  
“St. Petersburg State Polytechnic University”  
Registration Certificate PI number FS77-52142 oa 11 December 2012

Registration Certificate PI number FS77-52142 oa 11 December 2012

**Editorial Board of Almanac:**

Glukhov Vladimir V. – Dr. Sc. (econ.), proff. – Science Editor

Pavlova O.K. – Literary editor, proofreader

Marchenko M. – cover design

Liutinskaia O.V. – DTP

Grishina Natalia Yu. – the English translation of

Mantcerova Irina V. – Managing Editor

---

Signed for printing 30.07.2014	Format
Conventional Printed Sheet	Circulation Order

---

Printed with the final camera-ready, provided by the editorial board,  
published in the Publishing House of the Polytechnical University.  
29, Polytechnicheskaya, Saint-Petersburg, Russia, 195251.

## **УСЛОВИЯ ОПУБЛИКОВАНИЯ СТАТЕЙ** в альманахе «Россия в глобальном мире» = «Russia in the Global World»

### **ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

Альманах «Россия в глобальном мире» является периодическим печатным научным рецензируемым изданием. Несколько лет социально-теоретический альманах «Россия в глобальном мире» издавался как Приложение к научно-историческому журналу «Клио».

С 2013 г. Альманах выпускается два раза в год как самостоятельное периодическое печатное издание под двойным названием: «**Россия в глобальном мире**» = «**Russia in the Global World**» с правом опубликования статей на русском и английском языках.

Альманах зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций РФ Свидетельство о регистрации ПИ №ФС77-52142 от 11 декабря 2012 г.

В системе "Международной стандартной нумерации сериальных изданий" (International standard serial numbering) ему присвоен номер ISSN 2304-9472.

Информация обо всех публикациях Альманаха отображается в библиографической базе Российский индекс научного цитирования (РИНЦ).

Выпуски Альманаха рассылаются в ведущие библиотеки России, стран ближнего и дальнего зарубежья.

При отборе статей редколлегия руководствуется научно-редакционной политикой издания и соблюдением принципов публикационной этики. Точка зрения редакции может не совпадать с мнением авторов статей.

**При цитировании статей и перепечатке материалов Альманаха ссылка обязательна.**

Альманах освещает проблемы изучения взаимоотношений России с другими странами в контексте процессов глобализации. Публикует научные обзоры, статьи проблемного и научно-практического характера, в которых рассматриваются региональные: экономические, политические, социокультурные и правовые аспекты международных отношений. Издание имеет междисциплинарный характер и адресовано специалистам в области истории, философии, культурологии, социологии и экономики.

### **ПРАВИЛА ДЛЯ АВТОРОВ**

#### **ТРЕБОВАНИЯ К СОДЕРЖАНИЮ**

Статья должна содержать законченный и логически цельный материал, посвященный актуальной научной проблеме, начинаться с формулировки целей и завершаться выводами, рекомендациями по внедрению результатов в практику и оценке перспектив дальнейшего развития проблемы. Название статьи должно быть кратким и отражать основную идею ее содержания. В названии не рекомендуется использовать аббревиатуры и сокращения.

Принимаются оригинальные, ранее не опубликованные статьи, содержащие самостоятельно полученные авторами научные результаты и публикуются в соответствии с тематическими разделами.

#### **ТЕХНИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ**

**1. Объем статей 8-10 страниц формата А-4, с учетом графических вложений. Количество рисунков не должно превышать трех, таблиц – двух; литературных источников – не менее десяти.**

2. Авторы должны придерживаться следующей обобщенной структуры статьи: вводная часть (0,5–1 стр., актуальность, существующие проблемы); основная часть (постановка и описание задачи, изложение и суть основных результатов); заключительная часть (0,5–1 стр., предложения, выводы).

3. Число авторов статьи не должно превышать трех человек.

4. Набор текста осуществляется в редакторе MS Word, формулы – в редакторе MS Equation. Таблицы набираются в том же формате, что и основной текст.

Шрифт – Times New Roman, размер шрифта основного текста – 14, интервал – 1,0; таблицы большого размера могут быть набраны 12 кеглем. Параметры страницы: поля слева – 3 см, сверху, снизу – 2,5 см, справа – 2 см. Текст размещается без переносов. Абзацный отступ – 1,5 см.

### ПОРЯДОК ОФОРМЛЕНИЯ

Статья оформляется в соответствии с приведенной структурой:

— **УДК** в соответствии с классификатором (в заголовке статьи);

— **сведения об авторах блоком /Authors** (на русском/английском языке) на каждого автора заполняется отдельно: фамилия, имя, отчество полностью, место работы, должность, ученое звание, ученая степень, контактные телефоны, e-mail;

— **название статьи** (до 12 слов, включая предлоги) на русском и английском языках;

— **аннотация /Abstract** (на русском/английском языке): не менее 50-55 слов: с указанием новизны исследования и методов, использованных при его проведении; аннотация на русском языке и ключевые слова указываются через пробел ниже названия статьи;

— **ключевые слова/ Keywords** (на русском/английском языке);

— **текст статьи** на русском языке, в соответствии с техническими требованиями;

— **список литературы** на русском языке должен быть оформлен в соответствии с ГОСТ 7.0.5-2008. "Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления". Цитируемая литература приводится общим списком в конце статьи **в порядке упоминания**. Порядковый номер в тексте заключается в квадратные скобки.

Текст статьи должен содержать ссылки **на все источники** из списка литературы. Статьи без пристатейных библиографических списков к рассмотрению не принимаются.

### РАССМОТРЕНИЕ МАТЕРИАЛОВ

Предоставление всех материалов осуществляется через электронный адрес редакции. Все поступившие статьи публикуются по итогам рецензирования, в случае соответствия критериям актуальности, новизны, практической значимости и проблематике разделов Альманаха.

Редакция осуществляет научное и литературное редактирование поступивших материалов, при необходимости корректирует их по согласованию с автором. Присланные материалы и корректуры авторам не возвращаются.

Редакционная коллегия сообщает автору решение об опубликовании статьи.

В случае отказа в публикации статьи редакция направляет автору мотивированный отказ.

Публикация всех научных статей осуществляется бесплатно.

**Адрес редакции:**

**Россия, 195220, Санкт-Петербург, Гражданский пр., д.28;  
тел.: 8(812) 329-47-42; 8(812)606-62-42; e-mail: kmo@imop.spbstu.ru.**