

Корпоративные формирования высшей школы — латеральные кластеры: обоснование создания

Corporate High School Formations — Lateral Clusters: Basis for Establishment

УДК 378



Викуленко Александр Евгеньевич

заведующий кафедрой Санкт-Петербургского государственного технологического института (технического университета), доктор экономических наук, профессор
190013, Санкт-Петербург, Московский пр., д. 26

Aleksandr E. Vikulenko

St. Petersburg State Technological Institute (Technical University)
Moskovskiy Ave 26, St. Petersburg, Russian Federation, 190013



Александров-Соболев-Кабалевский Вадим Игоревич

аспирант Санкт-Петербургского государственного технологического института (технического университета)
190013, Санкт-Петербург, Московский пр., д. 26

Vadim I. Aleksandrov-Sobolev-Kabalevskiy

St. Petersburg State Technological Institute (Technical University)
Moskovskiy Ave 26, St. Petersburg, Russian Federation, 190013

С развитием в России и в мире информационно-коммуникационных технологий общество становится информационным, что предполагает развитие инноваций, повышение эффективности и диверсификации экономики, производительности и конкурентоспособности фирм.

Цель. Обосновать необходимость создания латеральных кластеров как корпоративных формирований высшей школы, объединяющих учебные заведения, предприятия и организации различного профиля, осуществляющих выпуск, с учетом информационно-коммуникационных технологий, высококвалифицированных специалистов, способных обеспечить повышение национальной конкурентоспособности.

Задачи. Проанализировать основные подходы к определению понятия «латеральный кластер»; выделить основные формы взаимодействия объектов данных кластеров в России; исследовать рынок слияний и поглощений, характерных для российской высшей школы.

Результаты. Проведенный авторами анализ стратегий инновационного развития корпоративных формирований высшей школы (латерального кластера) выявил, что важнейшим фактором оптимизации процесса планирования и определения целей является решение, принятое в условиях ограниченности ресурсов корпорации в зависимости от ее размеров. Если целью корпорации является текущая деятельность, ей придется отказаться от стратегической диверсификации, и наоборот. Поэтому основная задача выбора эффективной стратегии инновационного развития корпоративных формирований высшей школы состоит в определении ресурсов, создающих наилучшие возможности для достижения ее целей.

Ключевые слова: информационно-коммуникационные технологии (ИКТ), корпоративные формирования, латеральные кластеры, стратегии инновационного развития

With the advent of information and communication technologies, the World Economic Forum's Networked Readiness Index shows that on a national and global scale, Russia, just like any other economically developed society, has become information-oriented. There is a great demand for the development of innovations, enhanced productivity and competitiveness, and diversification and economic efficiency.

Aim. This study aims to substantiate the need for the establishment of corporate high school (HS) formations — lateral clusters that would unite various educational institutions, companies, and organizations engaged in the training of experts in information and communication technologies — as an efficient tool for enhancing national competitiveness.

Tasks. This study analyzes major approaches to the definition of “lateral clusters,” identifies the main forms of interaction between the objects of such clusters in Russia, and examines the market of mergers and acquisitions typical for HS in Russia.

Results. The analysis of strategies for the innovative development of corporate HS formations (lateral clusters) shows that a decision made in the context of limited resources depending on the size of the corporation is a crucial factor for the optimization of planning and goal setting. If the corporation is focused on the current activity, it will have to renounce strategic diversification and vice versa. Therefore, determining the resources that would provide the best opportunities for the achievement of strategic goals is a crucial challenge in the selection of an efficient strategy for the innovative development of corporate HS formations.

Keywords: information and communication technologies, corporate formations, lateral clusters, innovative development strategies

Современные информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) получили наибольшее развитие в таких странах мира, как Дания, Швеция, США, Сингапур, Швейцария, Финляндия, Исландия, Норвегия, Нидерланды и Канада (первая мировая десятка) [1; 2]. Китай занимает в этом рейтинге 46-е место (за 8 лет он поднялся на 11 позиций) и впервые стал лидером в группе стран БРИКС, Индия — 54-е, Бразилия — 59-е место. Россия находится только на 74-м месте в мире и является явным аутсайдером.

Для общего технологического и экономического развития, а также создания соответствующих информационному обществу корпоративных формирований высшей школы (ВШ), которые мы называем латеральными кластерами, нашей стране необходимо значительно ускорить развитие организации системы образования, что требует:

- осознания необходимости как можно более быстрого перехода к информационному обществу как национальной идеи;
- обновления форм, методов создания, содержания и управления латеральными кластерами, в которых происходит процесс получения глубокого и объемного знания и открывается возможность эффективного его применения.

В настоящее время бурно развиваются не те страны, которые создают знания, а те, кто ими пользует-

ется: Финляндия, Южная Корея, Сингапур и др. [3]. Учитывая это, задача организаций высшей школы (институтов, университетов), на наш взгляд, все более состоит в том, чтобы не только давать студентам новые знания, но и обучать эффективному их применению на практике. Для этого необходимо сращивание учебной, научной и опытно-промышленной деятельности организаций высшей школы с организациями и предприятиями, воспитание молодежи, стимулирование ее интереса к науке и творчеству, развитие ее способностей на основе ИКТ.

Превращение знания в инновацию в информационном обществе не требует многолетних усилий и многочисленных коллективов. Из стен организаций высшей школы должен выходить специалист со знанием своего дела. Пройдя через новые составляющие организации высшей школы (его корпорация — технопарк, кластер), студент выходит теоретически и практически подготовленным к жизни.

В корпорации ВШ или *латеральном кластере*, объединяющем учебные заведения, предприятия и организации различного профиля, или в инновационном территориальном латеральном кластере (ИТЛК) студент учится капитализировать свои знания, продавать их, узнает, как образуются цены, знакомится с механизмами обращения знаний в деньги, электронной коммерцией, получает качественное образование и навыки эффективной трудовой деятельности.

При развитии страны важнейшей национальной целью общества и государства является приведение системы образования в соответствие с современными требованиями [4]. Эту цель и преследовали страны, которые являются сегодня лидерами (и пользователями) мира знаний. Сегодня необходима новая образовательная парадигма модернизации образования на основе современных ИКТ при условии электронного обучения.

Планирование и организация взаимодействия между субъектами предпринимательства, университетами, организациями, предприятиями, объединенными в корпорации ВШ (латеральные кластеры), связано с интеграционным поведением данных субъектов. Эти процессы формируются на основе предпринимательской деятельности в условиях изменения внешней среды.

Планирование и организация взаимодействия между субъектами предпринимательства и корпорациями в целом связаны с интеграционным поведением данных субъектов. Так, исследования проблемы формирования хозяйственных связей в российской экономике проводились С. А. Авдашевой [5]. Функционирующие в новых условиях корпорации ВШ используют вертикальные связи, которые оказывают влияние друг на друга, особенно на рынках продукции высшего образования с высокой концентрацией производства, где конкурентоспособность достигается не только масштабными инвестициями в результате повышения качества самой учебно-научно-технической подготовки высшего образования, но и повышением качества и практических способностей обучаемых специалистов.

Мы полагаем, что при выборе различных форм вертикальной интеграции необходимо учитывать риск хозяйственных отношений, снижающий эффективность интеграции по сравнению с вертикальной интегрированной формой.

Анализ тенденции развития корпораций ВШ России, проведенный Т. Г. Долгопятовой, показывает, что около 70% таких организаций (из числа опрошенных)

тесно взаимодействовали со своими партнерами, а 90% производителей различных видов такой продукции хотели бы войти в отраслевое, наиболее сильное, учебно-научно-производственное объединение ВШ (латеральный кластер) [6].

Предпосылками формирования корпораций ВШ (латеральных кластеров) являются эффективное налаживание кооперативных связей, входящих в корпорации, и проведение единой производственно-технологической, технической и бытовой политики. По нашему мнению, стратегия вложения инновационных средств по всей цепи производства и реализации продукции наиболее эффективно реализуется в рамках корпорации ВШ — холдингового объединения, что позволяет контролировать инвестиционные процессы по всем элементам производственного цикла. Кроме того, корпорация ВШ получает право участвовать в управлении на основе обмена пакетами акций организаций и предприятий, входящих в корпорацию, что ведет к взаимной заинтересованности всех партнеров в успешном сотрудничестве на основе разделения прибыли.

Полагаем целесообразным создание латеральных кластеров-объединений на базе корпораций ВШ (мелких и средних и крупных), которые могут образовать гибкую сеть структур, обеспечивающих достижение разнообразных экономико-хозяйственных целей.

Создание и развитие крупных инновационно-интегрированных структур ВШ в России, основанных на слиянии/поглощении, рассматривалось А. А. Турчаком и Л. С. Барютиным [7]. Такие хозяйственные объединения (корпорации ВШ) полностью интегрируют инновационную деятельность отдельных организаций и предприятий, т. е. превращают их в единый укрупненный субъект хозяйствования.

По мнению многих российских ученых, длительное и эффективное взаимодействие предприятий в виде холдинга позволяет разрабатывать общую оптимальную стратегию, решать инновационные проблемы и снижать управленческие риски. У такой корпорации ВШ появляется возможность привлечения инновационных ресурсов со стороны и снижения общей потребности в инвестициях благодаря углублению кооперации ее участников.

Отрицательной стороной вхождения организаций и предприятий в корпоративное формирование является снижение гибкости. Создание холдинга «сверху» ведет к скупке акций организаций и предприятий и их поглощению. Создание холдинга «снизу» на основе объединения юридически независимых организаций и предприятий комплекса ВШ с учреждением ассоциации подходит для равновесных субъектов, заинтересованных в сохранении определенной самостоятельности и независимости и в то же время желающих установить длительное и эффективное взаимодействие с другими субъектами.

Е. В. Ленский, анализируя межфирменную интеграцию, выделяет ее «жесткие» (трест, концерн) и «мягкие» (ассоциации, консорциумы, стратегические альянсы) формы [8]. Последние позволяют вести совместную хозяйственную деятельность при сохранении юридической и хозяйственной самостоятельности отдельных объектов, входящих в корпорацию.

В рамках корпорации ВШ возникает возможность использования преимущества мощной корпоративной структуры при сохранении инновационной хозяйственной обособленности членов. Считается, что предприятия малого и среднего бизнеса должны развиваться, опираясь на крупные хозяйственные организации.

Виды решений, принимаемых на объектах при включении их в корпорацию ВШ (латерального кластера) на основе ее инновационного развития

Этапы анализа	Стратегические	Текущие	Оперативно-производственные (ОП)
Проблема	Обоснование ресурсов, товаров и рынков продукции	Структуризация ресурсов	Составление графика ОП потребления ресурсов. Руководство и контроль
Суть проблемы	Выбор рыночной ниши	Приобретение и развитие ресурсов	Распределение ресурсов по функциональным областям
Ключевые решения	Обоснование стратегии корпорации ВШ (латерального кластера)	Информация, полномочия и ответственность. Потребление ресурсов: рабочие потоки, распределение оборудования. Приобретение и развитие ресурсов	Оперативные цели и задачи: графики производства, запасы, реализация продукции ВШ (латерального кластера)
Основные характеристики	Решения для достижения цели корпорации ВШ (латерального кластера)	Стратегия и текущие операции. Зависимость экономических и социальных факторов	Риски, неопределенность. Принимаемые решения

Составлено авторами по: [7; 9–10].

Малые и средние организации и предприятия либо стремятся занять свои ниши рынка, невыгодные для внедрения труда крупных корпораций ВШ, либо ими финансируются инновационные разработки, рискованные для корпорации. Так, М. В. Одинцов и Л. В. Ежкин рассматривают вхождение организаций и предприятий в объединения ВШ, как консорциумы без создания юридического лица, когда каждая организация координирует свою деятельность с другими партнерами [2].

Для оценки потенциала корпоративной структуры корпорация ВШ (латеральный кластер) должна придерживаться основных принципов соизмерения — объективности, репрезентативности и динамичности.

Принцип объективности оценки состоит в том, что необходимо отказаться от уже сложившегося окружения и своих успехов и неудач. Оцениваемое конкурентное преимущество имеет сравнительный характер по затратам на обучение студентов (ценам), их ассортименту, качеству и т. д. В качестве чистого конкурентного преимущества корпорации ВШ можно определить либо абсолютное преобладание функциональной или потребительской ценности корпорации над ценностью своих соперников (преимущества специалистов), либо видимость такого абсолютного преобладания (бренд).

Принцип репрезентативности принимает во внимание всю совокупность факторов, влияющих на уровень конкурентного преимущества субъекта бизнеса, таких как деловая деятельность корпорации ВШ и его конкурентов, анализ отрасли и рынков одноименных товаров (выпускников одной специальности), международные отраслевые и межотраслевые сопоставления. Конкурентное преимущество корпорации ВШ (латерального кластера) существует, если ее достижения соответствуют ожиданиям его клиентов и контрагентов.

Принцип динамичности обуславливает рассмотрение конкурентного преимущества субъектов бизнеса в динамике за период, если:

- корпорация ВШ обладает большей ценностью, чем составляющие ее отдельные организации и предприятия;
- пребывание в цепочке ценностей рассматривается как более ценное конкурентное преимущество кор-

порации ВШ, чем ее индивидуальные достижения, что обеспечивает перспективы повышения ее потребительской ценности в будущем;

- корпорации ВШ обладают серьезными инновационными перспективами и успешно осваивают новые рынки и рыночные ниши, новые технологии;
- корпорации ВШ имеют высокий уровень конкурентного потенциала, поэтому их окружение должно быть постоянно готово к наращиванию уже достигнутого ими конкурентного преимущества.

Проведенный нами анализ стратегий инновационного развития корпоративных формирований ВШ (латерального кластера) выявил, что важнейшим фактором оптимизации процесса планирования и определения целей является решение, принятое в условиях ограниченности ресурсов корпорации в зависимости от ее размеров. Если целью корпорации является текущая деятельность, ей придется отказаться от стратегической диверсификации, и наоборот. Поэтому основная задача выбора эффективной стратегии инновационного развития корпоративных формирований ВШ состоит в определении ресурсов, создающих наилучшие возможности для достижения ее целей.

Управленческие решения связаны со структурированием ресурсов корпорации ВШ и направлены на увеличение использования ее потенциала, а также на структурирование самой организации (распределение полномочий и обязанностей персонала, построение производственных и информационных потоков, каналов распределения и продвижения товара, оптимизацию использования ресурсов). В табл. 1 приведены различные виды таких решений.

Корпорации ВШ (латеральные кластеры) относительно медленно реагируют на изменение внешней среды, на необходимость решения стратегических задач. Однако быстрая смена качества подготовки специалистов (их научной подготовки, инновационной технологии, опытного производства), спроса, морального старения производств приводит ко все возрастающей конкуренции. Когда снижение прибыли в результате насыщения рынка указывает на необходимость изменения рыночной позиции, тогда реакцией корпорации ВШ становится сокращение издержек.

Для установления стратегических проблем и обоснования оптимальной стратегии корпорации ВШ (ла-

терального кластера) необходима реализация ряда мер:

- 1) внедрение анализа, позволяющего сформулировать новую стратегию корпорации, т. е. стратегического планирования;
- 2) разработка организационной структуры управления, соответствующей новой стратегии корпорации;
- 3) обеспечение перехода от существующей стратегии и административной структуры к новым видам.

В настоящее время в стране исчерпан потенциал первичного импортозамещения. Доля импорта в обороте продукции корпорации ВШ практически постоянна. Следовательно, стратегия отечественных корпораций ВШ — лидерство по издержкам — практически исчерпала себя, так как она устойчива только при условии роста производительности в 3–5 раз в долгосрочной перспективе. Поэтому целью многих корпораций ВШ (латерального кластера) становится не разработка стратегии завоевания больших долей рынка, а достижение качества продукции (обучения) и ее надежности, создания комфортных внутренних условий.

До настоящего времени корпорации ВШ (латеральные кластеры) в основном решали местные задачи (переоснащения или модернизации производства, повышения качества продукта (обучения) и т. п.) и не рассматривали долгосрочные стратегии. Но в сложившихся в комплексе ВШ страны условиях жесткой конкуренции необходимы разработка долгосрочных стратегий и выбор оптимальных управленческих решений. Все эти факторы должны учитываться в планировании и организации совместной деятельности организаций и предприятий, превращения их в корпорации ВШ при разработке стратегических решений.

Попытки копирования зарубежного опыта никогда не приводили к успеху, так как обычно внедряется то, что требует минимальных усилий и затрат. В результате, внедряя передовые технологии, корпорации ВШ перестают определять новые варианты стратегий. Необходимо отметить, что задача заключается не только в создании эффективной стратегии, но и в ее практическом воплощении. Проведенные авторами в 2012–2015 гг. исследования корпораций ВШ с целью выявления их корпоративных стратегий выявили, что они ставят перед собой довольно расплывчатые цели.

Понятие стратегии представляет собой не долгосрочный план развития корпорации ВШ, а только указания на наиболее важные для стратегических решений направления в долгосрочной перспективе: на каких рынках и в каких регионах корпорация будет работать, по какому пути пойдет (диверсификации или специализации), каковы важнейшие конкурентные преимущества данной корпорации и насколько они устойчивы. В результате у многих корпораций ВШ (латеральных кластеров) возникают проблемы с неосуществлением генеральной стратегии.

Корпорации ВШ (латеральные кластеры) ставят вопрос о повышении капитализации до определенного уровня и достижения определенной доли рынка (50–60%). Однако рынки непрерывно трансформируются, что влечет за собой изменение целей корпораций. Поэтому можно прогнозировать, что это дает корпорации ВШ только в коротком или среднем периодах.

Сегодня в российском бизнесе существуют два подхода к стратегическому развитию корпораций ВШ. Очень многие корпорации выбирают между повышением своей стоимости (или продаж) и действиями, направленными на завоевание лидерства в отрасли. При этом сильной стороной многих корпораций ВШ

являются правильные обоснования или выбор сегментов рынков и их изменения спроса. Расширение бизнеса целесообразно, если оно сопровождается соответствующими положительными изменениями в управлении корпораций ВШ (латеральных кластеров): децентрализацией, переходом от линейной организационной структуры к более прогрессивной и эффективной.

Важнейшим стратегическим вопросом становится определение конкурентных преимуществ корпорации ВШ за счет развития ее организационных способностей — поиска оптимального сочетания внутренних и внешних ресурсов. Все элементы стратегии — и цель, и способы ее реализации — важны и ценны тогда, когда они уникальны и эффективны. Только в этом случае они дадут синергетический эффект создания и развития корпоративных формирований на основе освоения и внедрения инноваций.

Дальнейшее развитие экономики России, ее экономический рост должен быть, в первую очередь, основан на росте производительности труда и капитала корпораций ВШ (латеральных кластеров). А они, в свою очередь, непосредственно связаны с присутствием на глобальных рынках и с капитализацией активов страны. Таким образом, необходимый набор ресурсов должен включать компетентную рабочую силу, производительные инновационные и информационные технологии, правовую, коммуникационную и торговую интеграцию во внешние рынки, контроль рыночных позиций (обладание глобальными брендами) и т. п. Для такого перехода необходимо разрабатывать и принимать новые стратегические решения на основе комплекса инновационно-инвестиционных ресурсов, закладывающих поворот от роста на основе эксплуатации доступных факторов производства к развитию новых форм организации корпоративных формирований ВШ (латеральных кластеров). Данную задачу должны решить системы государственного управления за счет разработки и внедрения проектов и программ, направленных на создание национальной инновационной системы, перестройку системы высшего образования, обеспечение нового типа логистической, информационной (транспортно-коммуникационной) связанности страны, организаций и предприятий, внедрение информационных технологий управления. Это и составляет задачу современной государственной инновационной политики ВШ, ее конкретные пути формирования и реализации.

Проведенный анализ выявил, что, только постоянно обновляя изделия, расширяя товарные линии, корпорация ВШ (латеральный кластер) имеет возможность в течение длительного времени сохранять лидерство на рынке. Однако эффективная деятельность такой корпорации требует соответствующих механизмов в стратегическом управлении развития ее деятельности и ее организационной структуры: «Благоприятные возможности для развития создаются изменениями внешней рыночной среды, появлением новых потребностей или новых способов удовлетворения уже существующего спроса» [6].

В настоящее время изменения внешней среды создают условия для осуществления инноваций в новых условиях обучения, производства, технологии, приводят к появлению нового спроса, инноваций в виде новых организационных и управленческих форм и методов более эффективного решения хозяйственных задач корпорации ВШ. Способность управлять большими объемами информации открывает перед

Классификация форм взаимодействия объектов корпорации ВШ (латерального кластера)

Признак классификации	Формы взаимодействия	Сущность формы взаимодействия объектов корпорации ВШ (латерального кластера)
1. Организационные формы	На совместной собственности на активы	Дочерние и материнские фирмы. Их взаимосвязи характеризуются большой степенью тесноты связи
	На официальных договорных отношениях	Договор о сотрудничестве, на основании которого происходит построение взаимной стратегии
	На неофициальной кооперации	Объекты с одинаковой системой экономических интересов, целей и т. д.
2. Вид интеграции	Вертикальная интеграция	Обмен информацией на уровне совета директоров
	Горизонтальная интеграция	Взаимодействие предприятий в форме передачи решения вопросов головному предприятию
3. Функции корпорации	Производство, управление брендом, финансами и др.	Взаимодействие в функциональных сферах каждого объекта
4. Масштаб объектов	Одинаковый	Взаимодействие объектов одного размера
	Разный	Взаимодействие объектов различных размеров
5. Взаимодействие	Интеграция с предприятиями, организациями	Создание условий взаимодействия в достижении целей корпорации
	Коммуникация с потребителями	Создание общественного мнения с помощью рекламы
	Нахождение совместных решений с вышестоящими организациями	Использование ресурсов объекта для принятия совместных решений в вышестоящих организациях
6. Количество предприятий в корпорации	Связи двух участников	Взаимодействие только двух объектов
	Связи нескольких участников	Создание множества форм связей
7. Устойчивость взаимосвязей	Устойчивая взаимосвязь	Длительные цели
	Неустойчивая связь	Кратковременные цели
8. По сфере деятельности	Внутриотраслевое	Взаимодействие объектов одной отрасли
	Межотраслевое	Взаимодействие объектов различных отраслей

корпорациями ВШ возможность создавать все более эффективные продукты и услуги, снижая их себестоимость и улучшая качество, что способствуют устойчивым позициям на рынке.

Оптимизация стратегий и производственной структуры ради роста прибыли, адаптации корпорации, снижения ее издержек происходит даже в консервативных корпорациях ВШ, которые отказываются от вертикальной интеграции в пользу аутсорсинга, что позволяет глобальным корпорациям высвободить капитал для инноваций, разработки новой продукции, сокращения издержек массового учебного производства (подготовки специалистов) и лучше приспособливаться к изменениям конъюнктуры. При этом корпорации ВШ (латеральные кластеры) могут сосредоточиться на управлении брендом, разработке новейших форм подготовки специалистов с учетом научно-исследовательской деятельности и опытно-конструкторских разработок (НИОКР), технологий, организации производства и его эффективности. Следовательно, существует последовательность действий: одни учебные заведения (субъекты) корпорации ВШ (латерального кластера) под своей маркой нащупывают новые рынки, другие объекты разрабатывают необходимость роста спроса на этих рынках, третьи занимаются научной разработкой увеличения качества обучения, четвертые производят подготовку специалистов с учетом дея-

тельности всех объектов, входящих в корпорацию ВШ (латеральный кластер). В результате под данной маркой на рынок выходит новая продукция (качественно подготовленные специалисты, необходимые на рынках и т. п.). При этом главным является эффективная деятельность по всей цепи, что позволяет оперативно управлять отношениями с клиентами, поставщиками и внутренней эффективностью.

При планировании развития корпорации ВШ (латерального кластера) необходимо выделять главные экономические, социальные и технологические изменения, а также определять их значение (как в положительном, так и в отрицательном плане) для потребителей, конкурентов и самой корпорации. Такие стратегии умело используют быстро развивающиеся страны, прежде всего Китай, Южная Корея, Тайвань, Индия, увеличивая свои доли глобального рынка.

В условиях рынка происходит процесс перехода объектов в корпоративные формирования (корпорации) ВШ на основе сотрудничества — делового партнерства (в виде ассоциации, союза и т. п.), предполагающего совместные исследования, обмен технологиями, использование производственных мощностей, продвижение на рынок продукции друг друга. Такое сотрудничество возникает при объединении предприятий, организаций, объектов высшей школы, чтобы сообща действовать против остальных или против «внутренней

Теснота связи предпринимательских структур корпорации ВШ (латерального кластера)

Уровень	Теснота связи	Направления взаимодействия	Пример взаимодействия
I уровень	Слабая	Заключение договоров о купле-продаже, плановых поставках, обслуживании	Сделки предпринимательских структур (корпораций)
II уровень	Слабая	Обмен ресурсами различных видов для повышения конкурентоспособности	Сделки предпринимательских структур (корпораций)
III уровень	Средняя	Аутсорсинг	Работа ИТ-подразделений корпораций
IV уровень	Тесная	Объединения самостоятельных объектов	Концерны, холдинги, консорциумы, ассоциации
V уровень	Тесная	Сетевое взаимодействие, горизонтальная, вертикальная интеграция	Сетевые структуры, холдинги, ассоциации
VI уровень	Тесная	Слияние, поглощение объектов	Объединение объектов в корпорацию ВШ (латеральный кластер)

конкуренции». В данном случае совместные действия ограничиваются совместным решением задач, которое координируется как бы «за пределами конкуренции» [7]. Однако такая стратегия не обеспечивает лидерство корпорации ВШ, так как она не может полагаться на другую аналогичную компанию в отношении ее конкурентных преимуществ в России [2].

Сотрудничество различных объектов мира, в виде ассоциации ВШ, обеспечивая устойчивость всем ее независимым участникам, является общемировой тенденцией, так как гарантирует конкурентоспособность в условиях глобализации. В России с точки зрения стратегического взаимодействия объектов можно выделить следующие формы взаимодействия объектов корпорации ВШ (табл. 2).

Выбор конкретной формы зависит от возможностей объекта, его целей и задач. При создании инновационных корпораций ВШ (латерального кластера) происходит обязательное их укрупнение. Формируются филиалы, дочерние и зависимые организации, предприятия. При этом необходимость принятия самостоятельных решений усиливает сложность управления такими сложными хозяйственными объектами.

Интегрирующие корпорации ВШ в процессе преобразования вышестоящих органов управления организуются в холдинги, группы компаний, имеющие ряд общих свойств (латеральный кластер). При этом обязательно встает вопрос об эффективности организации управления самостоятельными хозяйственными подразделениями (предприятиями, организациями), что резко усложняет процесс управления таким хозяйственным объектом.

Взаимодействие на договорных условиях организаций, предприятий на основе существующих связей происходит, когда государственная политика направлена на достижение социально-экономического роста учреждения высшего образования. В результате создаются группировки объектов одной отрасли, что увеличивает рост конкурентоспособности всех участников этой группировки (корпорации).

В процессе образования корпорации ВШ (латерального кластера) на основе слияния (поглощения) обеспечиваются конкурентные преимущества по сравнению с обособленными организациями, предприятиями. При этом существует [11]:

1) *вертикальная интеграция*, т. е. совокупность объектов (организаций, предприятий), которые взаимодействуют между собой для производства конечного продукта (услуги) — подготовки высшего образования корпоративными (высшими школами) — как полного технологического цикла. При этом каждый объект является частью совокупности, как единого целого, при осуществлении процесса управления;

2) *горизонтальная интеграция объектов*, находящихся на одинаковых этапах производства, работающих и конкурирующих на одном сегменте рынка, в одной отрасли и специализирующихся на производстве однотипной или сходной продукции (услуг). Горизонтальная интеграция приводит к прогрессивному управленческому и техническому опыту в области эксплуатации фондов, ведет к экономии на масштабах производства. С другой стороны, она может препятствовать в приспособляемости к изменениям внешней среды.

Деятельность корпорации ВШ во многом зависит от координации механизма управления в рамках существующего правового поля. При этом важна теснота связи между предпринимательскими структурами (см. табл. 3).

При организации взаимодействия очень важно учитывать степень планируемого сотрудничества и тесноту связи каждого из вышеуказанных рассмотренных направлений. Государственное высшее учебное учреждение является некоммерческой организацией, и главной его целью является достижение определенного социального эффекта — повышения образовательного уровня населения. Для финансирования деятельности по достижению этой цели организация может реализовывать коммерческие проекты. В современных условиях вузы и организации, ранее опиравшиеся в основном на существующие традиции и государственное финансирование, вынуждены учитывать изменения, происходящие в окружающей среде.

Вузы не только конкурируют друг с другом, стремясь привлечь студентов, но и все больше зависят в финансировании своей деятельности от дифференциации и диверсификации предлагаемых продуктов и услуг [12; 13]. Налицо двойственный характер дея-

Отраслевая сегментация сделок с корпорациями РФ в 2013–2014 гг.

Отраслевые корпорации в РФ	Объем сделок, млн долл. США	Количество сделок	Количество сделок с ВШ
Добыча полезных ископаемых (кроме топливных)	4650,3	21	6
Лесная и целлюлозно-бумажная промышленность	246,5	7	1
Машиностроение	1072,6	22	7
Металлургия	3033,6	25	8
Пищевая промышленность	6783,5	53	6
Производство электрооборудования	381,2	7	2
Связь	12 765,4	39	7
Сельское хозяйство	436,8	18	2
СМИ	735,6	27	3
Спорт	200,0	1	1
Страхование	294,1	4	—
Строительство	3034,4	30	3
Торговля	4225,5	62	4
Транспорт	1830,1	27	2
ТЭК	8555,2	29	5
Услуги	1673,4	49	4
Финансовые институты	2284,3	45	4
Химическая и нефтехимическая промышленность	9809,4	16	3
Электроэнергетика	1889,2	24	2
Прочие производства	118,5	4	—
Информационные технологии	600,5	18	—
ИТОГО	64 620,1	528	68

тельности вузов — социальные цели во все большей степени достигаются за счет коммерческой деятельности. Исходя из этого, экономическую устойчивость вуза должны характеризовать показатели конкурентоспособности, финансовой эффективности и экономического потенциала.

Конкурентоспособность, в зависимости от субъекта, делится на конкурентоспособность вуза, образовательных услуг и выпускников вуза. Конкурентоспособность является обобщающим понятием, означающим соответствие данной услуги требованиям рынка, конкретным запросам потребителей не только по своим качественным, техническим, экономическим, эстетическим характеристикам, но и по коммерческим и иным условиям ее реализации (цена, сроки поставки, каналы сбыта, сервис и реклама).

Учебное заведение работает одновременно на двух рынках. Вуз предоставляет обществу образовательные услуги определенного вида, потребителями которых являются учащиеся и студенты. Одновременно оно представляет результаты своей деятельности на рынке труда предприятиям и организациям различных отраслей экономики. Эта двойственная природа деятельности вуза осложняет определение его продуктов, целевых рынков сбыта и групп потребителей.

Действуя одновременно на двух связанных и взаимозависимых рынках — рынке образовательных продуктов и услуг и рынке труда, — вуз тем не менее

имеет один продукт, с которым он выходит на оба рынка. Имеется в виду образовательная программа по определенному направлению подготовки, включающая содержание, организацию учебного процесса, систему управления и систему его методического, материального и кадрового обеспечения. *Образовательная программа* — это комплекс образовательных услуг, нацеленный на изменение образовательного уровня и профессиональной подготовки потребителя и обеспеченный соответствующими ресурсами образовательной организации. Она и является инновационным продуктом вуза, который может создаваться или трансформироваться в соответствии с требованиями рынка.

Конкурентоспособной считается образовательная программа, у которой совокупный полезный эффект на единицу затрат выше, чем у остальных; при этом величина ее составляющих не является неприемлемой для потребителя. Помимо требований к образовательным программам, выдвигаемым каждым отдельным потребителем, существуют и требования, общие для всех образовательных программ и обязательные к выполнению: нормативные параметры, которые устанавливаются действующими государственными и международными стандартами, представляющими собой требования к образовательным услугам и самим вузам.

- В литературе приводятся различные способы расчета показателя конкурентоспособности развития

высшей школы в РФ — организация учебного процесса (качество образования, компетентность и известность преподавательского состава, степень присваиваемая выпускникам после окончания вуза, уровень платы за обучение, сроки обучения, уровень научно-исследовательского и опытно-производственного потенциала при обучении специалистов);

- применимость знаний (широта и новизна выбора специализаций и их востребованности рынком, технологичность образования, сочетание специальной подготовки с созданием духовных ценностей, степень практической ориентации на проблемы удовлетворения потребностей и реализации целевых установок обучающихся, а также глубина и длительность подготовки, степень функциональности получаемых знаний, которые позволяют обеспечить практическую применимость приобретенных знаний).

В Европе при слиянии высшей школы с ее предприятиями (т. е. при создании латерального кластера) также действуют две тенденции:

- 1) использование эффекта масштаба за счет укрупнения учебных организаций и повышения их конкурентоспособности;
- 2) рост объединений вузов, предприятий и научных организаций в корпорации высшего образования (латеральных кластеров), которые увеличивают популярность организаций высшего образования, обеспечивая себе будущее даже фактором «присутствия на рынке», который заставляет такие кластеры заключать договора по всему миру, одновременно обеспечивая лидерство и преимущества в конкурентной борьбе, т. е. их высокую конкурентоспособность [8].

Российский рынок слияний и поглощений организаций высшего образования менее развит, чем в Западной Европе, Японии и США, что связано с экономической нестабильностью в стране. Для роста конкурентоспособности при организации корпорации ВШ (латерального кластера) требуется привлечение значительных денежных средств, что под силу лишь крупнейшим корпорациям ВШ и ее предприятиям, организациям.

Слияния корпорации ВШ требуют достаточно больших сроков окупаемости, хотя существующие организации высшей школы обычно имеют кратко- и среднесрочные планы развития. Поэтому при организации корпорации ВШ (латерального кластера) необходимо произвести инвентаризацию прав собственности, существующих контрактов и долговых соглашений, оценку технического состояния активов, учесть все риски, связанные с покупкой данного бизнеса, поскольку они напрямую влияют на инвестиционную стоимость такого кластера и их конкурентоспособность [7].

Если государство не осуществляет должный контроль над организацией корпорации, или она не имеет контрольного акционера, заинтересованного в надзоре над ее менеджерами и владеющего достаточно большой долей акций, то такой процесс не эффективен. Процесс преобразований должен происходить достаточно оперативно и эффективно, повышая интерес к данному виду сделок [14, 15].

Мы выяснили, что итоги года по сделкам в РФ являются относительно позитивными. Так, в 2012–2015 гг. в среднем ежегодно совершалось 528 сделок с российским участием на 64,6 млрд долл. США (трансграничных — 30 261,5 млн долл.), в том числе

68 сделок с организациями ВШ. В табл. 4 представлена сегментация сделок по отраслям [16].

По общей сумме сделок в рассматриваемый период с большим отрывом лидировали организации отрасли связи. По итогам 2015 г. организации этой отрасли заключили 39 сделок на общую сумму 12,8 млрд долл. США с другими организациями и предприятиями, в том числе 7 сделок с организациями ВШ. Во многом такой результат обеспечен крупнейшей сделкой по слиянию организаций с рядом фирм «Вымпелкома» и другими (оценочная стоимость — 10,8 млрд долл., внесенных в объединенную компанию), а также объединением организаций с организациями «Синтерры» и «Мегафона» за 745 млн долл.

Второе место по активности среди отраслей по итогам года заняли организации в области химической и нефтехимической промышленности, где состоялось 16 сделок, в том числе 3 сделки с корпорациями ВШ, на общую сумму 9,8 млрд долл. США в результате покупки объединения «Уралкалий» группой инвесторов за 5,3 млрд долл., а также сделкой по приобретению 50% «СИБУР Холдинга» за 3,7 млрд долл.

Третье место по итогам года заняли организации топливно-энергетического комплекса, где состоялось 29 сделок (из них 5 с корпорациями ВШ) почти на 8,6 млрд долл. США, в том числе покупка 51% «Север Энергии» у «Газпрома» еще в сентябре 2010 г. «Ямал развитием» за 1,85 млрд долл., приобретение «Роснефтью» 50% RuhrOel за 1,6 млрд долл. и покупка НОВАТЭКом 51% «Сибнефтегаза» за 1,2 млрд долл. Главным игроком в отрасли за этот период стал НОВАТЭК, который совершил 5 сделок на общую сумму 2,2 млрд долл. Второе место среди покупателей в отрасли заняла «Роснефть», потратившая 1,6 млрд долл., а третье — «Газпромнефть», затратившая на сделки 1,04 млрд долл.

Крупные сделки организаций в этот период происходили в низшем ценовом диапазоне (1–10 млн долл. США), на который пришлось 250 сделок, или 47% от общего их количества. В этом ценовом диапазоне корпорации, в том числе корпорации ВШ, развивались быстрыми темпами, что обусловлено улучшением финансовой ситуации и расширением возможностей их кредитования. Это наиболее быстро восстанавливающиеся сегменты, которые выигрывают от роста потребительского спроса: торговля, пищевая промышленность, услуги, финансовый сектор и связь.

Что касается интереса иностранных инвесторов к российским активам, в том числе и к активам ВШ, на протяжении 2012 г. он оставался сравнительно низким. На сделки пришлось всего около 15% общего объема (10 млрд долл. США) инвестиций, причем на сделки организаций высшего образования — всего 0,4 млрд долл. (60 сделок).

Мы приходим к выводу, что в настоящее время организации корпораций высшего образования в России сосредоточены на упорядочивании и перераспределении. Остается выяснить, насколько эффективными и конкурентоспособными являются слияния и поглощения. Если организация ВШ приобретает или реализует актив, то на любом рынке в конечном итоге выигрывает тот, кто осуществил более выгодную сделку. С позиций макроэкономики рыночная экономика действует по принципу аукциона. Актив в форме корпорации ВШ достается тем организациям и предприятиям, которые ведут деятельность в профиле учебной подготовки студентов,

готовы предложить максимальную цену и получить максимальную прибыль, сохраняя или увеличивая свою конкурентоспособность. Такая организация и будет самым эффективным собственником.

Действительно, корпорация ВШ, объединяющая ряд предприятий и научных организаций, способна получить наибольший эффект от эксплуатации приобретенного актива. Она будет наиболее конкурентоспособной эффективной организацией (латеральным кластером), обеспечивая полную и качественную подготовку студентов с превращением их в полноценных отраслевых специалистов.

Литература

1. Викуленко А. Е., Александров-Соболев-Кабалевский В. И. Развитие высшего образования Российской Федерации (РФ) // Экономический вектор. 2015. № 3 (02). С. 70–74.
2. Одинцов М. В., Ежкин Л. В. Корпоратизация и реструктуризация как две стороны реформирования предприятия // Менеджмент в России и за рубежом. № 6. 2000: [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.mevriz.ru/articles/2000/6/860.html>.
3. Ансофф И. Стратегический менеджмент. Классическое издание = Strategic Management. Classic Edition / Пер. с англ. А. Н. Петрова. СПб.: Питер, 2009. 344 с.
4. Викуленко А. Е. Современное российское высшее образование и его развитие // Экономический вектор. 2015. № 2 (01). С. 46–49.
5. Авдашева С. Б. Хозяйственные связи в российской промышленности: проблемы и тенденции последнего десятилетия. М.: ГУ ВШЭ, 2000. 188 с.
6. Долгопятова Т. Особенности корпоративного управления в условиях интеграции российских компаний // Экономический вестник о вопросах переходной экономики. 2004. № 4. С. 21–25.
7. Турчак А. А., Барютин Л. С. Теория и практика создания и функционирования новых хозяйственных объединений / СПбГИЭУ. СПб.: СПбГИЭУ, 2003. 318 с.
8. Ленский Е. В. Корпоративный бизнес / Под ред. О. Н. Сосковца. Минск: Армита-Маркетинг, Менеджмент, 2011. 479 с.
9. Генске М. А. Оценка эффективности и неэффективности слияний и поглощений // Менеджмент в России и за рубежом. 2004. № 6. С. 73–80.
10. Лизунов В. В. и др. Кластеры и кластерные стратегии / В. В. Лизунов, С. Е. Метелев, А. А. Соловьев. 2-е изд., испр. и доп. Омск: Издатель ИП Скорнякова Е. В., 2012. 280 с.
11. Беляева Д. А. Концентрация производства и капитала посредством слияний и поглощений в условиях трансформации посткризисной рыночной среды // Экономика и управление. 2011. № 10 (72). С. 93–97.
12. Портер М. Э. Конкуренция: Учеб. пособие / Пер. с англ. М.: ИД «Вильямс», 2005. 608 с.
13. Викуленко А. Е., Александров-Соболев-Ковалевский В. И. Необходимость развития высшей школы России // Экономический вектор. 2015. № 3 (02). С. 62–66.
14. Дойль П. Менеджмент: стратегия и тактика. СПб.: Питер, 1999. 560 с.
15. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. СПб.: Питер Ком, 1999. 416 с.
16. Рынок слияний и поглощений: Бюллетень: [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.akm.ru/rus/ma/bull/>.

References

1. Vikulenko A. E., Aleksandrov Sobolev-Kovalevskiy V. I. Razvitiye vysshego obrazovaniya Rossiyskoy Federatsii (RF) [Development of higher education in the Russian Federation (RF)]. *Ekonomicheskiy vektor*, 2015, no. 3 (02), pp. 70–74.
2. Odintsov M. V., Ezhkin L. V. Korporatizatsiya i restrukturalizatsiya kak dve storony reformirovaniya predpriyatiya [Corporatization and restructuring as the two sides of the enterprise reformation]. *Menedzhment v Rossii i za rubezhom*, 2000, no. 6. Available at: <http://www.mevriz.ru/articles/2000/6/860.html>.
3. Ansoff I. *Strategic Management. Classic Edition*. New York, Palgrave Macmillan Publ., 2007. 251 p. (Russ. ed.: Ansoff I. *Strategicheskiy menedzhment. Klassicheskoe izdanie*. St. Petersburg, Piter Publ., 2009. 344 p.).
4. Vikulenko A. E. Sovremennoe rossiyskoe vysshee obrazovanie i ego razvitiye [Modern Russian higher education and its development]. *Ekonomicheskiy vektor*, 2015, no. 2 (01), pp. 46–49.
5. Avdashева S. B. Khozyaystvennyye svyazi v rossiyskoy promyshlennosti: problemy i tendentsii poslednego desyatiletiya [Economic connections in the Russian industry: Challenges and trends of the last decade]. Moscow, NRU Higher School of Economics Publ., 2000. 188 p.
6. Dolgopyatova T. Osobennosti korporativnogo upravleniya v usloviyakh integratsii rossiyskikh kompaniy [Features of corporate governance in the context of integration of Russian companies]. *Ekonomicheskiy vestnik o voprosakh perekhodnoy ekonomiki "Beyond Transition"*, 2004, no. 4, pp. 21–25.
7. Turchak A. A., Baryutin L. S. *Teoriya i praktika sozdaniya i funktsionirovaniya novykh khozyaystvennykh ob"edineniy* [Theory and practice of creation and functioning of new economic associations]. St. Petersburg, SPbSUEE Publ., 2003. 318 p.
8. Lenskiy E. V. *Korporativnyy biznes* [Corporate business]. Minsk, Armita-Marketing, Menedzhment Publ., 2011. 479 p.
9. Genske M. A. Otsenki effektivnosti i neeffektivnosti sliyaniy i pogloshcheniy [Assessment of effectiveness and ineffectiveness of mergers and acquisitions]. *Menedzhment v Rossii i za rubezhom*, 2004, no. 6, pp. 73–80.
10. Lizunov, V. V., Metelev S. E., Solov'ev A. A. *Klastery i klasternye strategii* [Clusters and cluster strategies]. Omsk, Skorniyakova E.V. Publ., 2012. 280 p.
11. Belyaeva D. A. Kонтсentratsiya proizvodstva i kapitala posredstvom sliyaniy i pogloshcheniy v usloviyakh transformatsii postkrisisnoy rynochnoy sredy [Concentration of production and capital by means of merges and absorption in the conditions of transformation of the postcrisis market sphere]. *Ekonomika i upravlenie*, 2011, no. 10 (72), pp. 93–97.
12. Porter M. E. *On competition*. Boston, Harvard Business School Press, 1998. 485 p. (Russ. ed.: Porter M. *Konkurentsya*. Moscow, Vil'yams Publ., 2005. 608 p.).
13. Vikulenko A. E., Aleksandrov Sobolev-Kovalevskiy V. I. Neobkhodimost' razvitiya vysshey shkoly Rossii [The need for the development of higher education in Russia]. *Ekonomicheskiy vektor*, 2015, no. 3 (02), pp. 62–66.
14. Doyle P. *Marketing management and strategy*. London, Prentice Hall Publ., 1994. 464 p. (Russ. ed.: Doyl' P. *Menedzhment: strategiya i taktika*. St. Petersburg, Piter Publ., 1999. 560 p.).
15. Ansoff I. H. *The new corporate strategy*. New York, Wiley Publ., 1988. 288 p. (Russ. ed.: Ansoff I. *Novaya korporativnaya strategiya*. St. Petersburg, Piter Publ., 1999. 416 p.).
16. *Bulletin "Mergers and Acquisitions Market"*. Available at: <http://www.akm.ru/rus/ma/bull/>. (in Russ.).