ISSN 1998-1627

Economics and Management

экономика и управление

российский научный журнал | russian academic journal

ТЕМА НОМЕРА

Т. 26 № 9
2020

МЕЖСТРАНОВАЯ СРАВНИТЕЛЬНАЯ ОЦЕНКА ПОКАЗАТЕЛЕЙ УРОВНЯ БЕДНОСТИ

Российский научный журнал | 26 (9) 2020

экономика и управление

Редакционная коллегия

Главный редактор
О. Г. СМЕШКО
д-р экон. наук, доцент

Заместитель главного редактора
Г. А. КОСТИН
д-р техн. наук, доцент

Научные редакторы
В. А. ПЛОТНИКОВ
д-р экон. наук, профессор
Е. А. ТОРГУНАКОВ
д-р экон. наук, профессор
С. А. БЕЛОЗЁРОВ
д-р экон. наук, профессор

Руководитель издательско-полиграфического центра
О. В. ЯРЦЕВА
Выпускающий редактор
В. В. САЛИНА
Литературный редактор-корректор
Е. С. ЧУЛКОВА
Перевод
при участии ООО «ЭКО-ВЕКТОР АЙ-ПИ»
http://eco-vector.com
Верстка
Е. О. ЗВЕРЕВА, М. Ю. ШМЕЛЁВ
Дизайн обложки
Т. Л. МИСНИК
Оформление обложки
А. М. БРИЛЬ
(с использованием материалов violetblue/Shutterstock.com)

Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС 77-67819 от 28 ноября 2016 г. выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзором).

Учредитель издания:
ЧОУ ВО «Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики»
© Все права защищены
ISSN 1998-1627

Издается с 1995 г. Выпускается ежемесячно (12 номеров в год).
Точка зрения редакции может не совпадать с мнением авторов статей.
При перепечатке ссылка на журнал «Экономика и управление» обязательна

Адрес редакции и издательства
Россия, 190103, Санкт-Петербург, Лермонтовский пр., д. 44а
Тел.: (812) 448-82-50
E-mail: izdat-ime@yandex.ru, izdat@spbume.ru
URL: http://www.emjume.elpub.ru

Подписано в печать 30. 09.2020.
Отпечатано в типографии ООО «РАЙТ ПРИНТ ГРУПП».
198095, Санкт-Петербург, ул. Розенштейна, д. 21. Заказ № 219.
Тираж 1 000 экз. Цена свободная

Журнал «Экономика и управление» получают по адресной рассылке:
Администрация Президента РФ и Правительство РФ, Совет Федерации, Государственная Дума, министерства и ведомства РФ, полномочные представители Президента РФ в федеральных округах, главы администраций субъектов РФ, Российская академия наук, научные институты, российские и зарубежные вузы, предприятия, организации и учреждения отраслей народного хозяйства, краевые, областные и районные библиотеки

Редакционный совет

А. Г. АГАНБЕГЯН
заведующий кафедрой экономической теории и политики РАНХиГС при Президенте РФ, д-р экон. наук, проф., академик РАН, почетный профессор СПбУТУиЭ (Москва, Россия)

Л. А. АНОСОВА
начальник Отдела — заместитель академика-секретаря Отделения общественных наук РАН по научно-организационной работе, д-р экон. наук, проф., почетный профессор СПбУТУиЭ (Москва, Россия)

В. БЕРГМАНН
член ученого совета Европейской академии наук и искусств, руководитель рабочей группы «Наука и образование» форума «Петербургский диалог» с германской стороны, д-р юрид. наук, почетный профессор СПбУТУиЭ (Берлин, Германия)

Р. С. ГРИНБЕРГ
научный руководитель Института экономики РАН, д-р экон. наук, проф., член-корреспондент РАН, почетный профессор СПбУТУиЭ (Москва, Россия)

И. И. ЕЛИСЕЕВА
заведующий сектором Социологического института РАН, д-р экон. наук, проф., член-корреспондент РАН, почетный профессор СПбУТУиЭ (Санкт-Петербург, Россия)

В. Л. КВИНТ
руководитель Центра стратегических исследований ИМИСС МГУ им. М. В. Ломоносова, заведующий кафедрой экономической и финансовой стратегии МШЭ МГУ, д-р экон. наук, проф., иностранный член РАН, почетный профессор СПбУТУиЭ (Москва, Россия)

А. А. КОКОШИН
декан факультета мировой политики МГУ им. М. В. Ломоносова, д-р ист. наук, проф., академик РАН, почетный профессор СПбУТУиЭ (Москва, Россия)

В. Л. МАКАРОВ
научный руководитель Центрального экономико-математического института РАН, д-р ф.-м. наук, проф., академик РАН, почетный профессор СПбУТУиЭ (Москва, Россия)

В. В. ОКРЕПИЛОВ
руководитель Центра региональных проблем экономики качества ИПРЭ РАН, член Бюро Отделения общественных наук РАН, д-р экон. наук, проф., академик РАН, засл. деят. науки и техники РФ, почетный профессор СПбУТУиЭ (Санкт-Петербург, Россия)

Б. Н. ПОРФИРЬЕВ
директор Института народнохозяйственного прогнозирования РАН, д-р экон. наук, проф., академик РАН, почетный профессор СПбУТУиЭ (Москва, Россия)

О. Д. ПРОЦЕНКО
советник ректора РАНХиГС при Президенте РФ, д-р экон. наук, проф., почетный профессор СПбУТУиЭ (Москва, Россия)

В. СТРИЕЛКОВСКИ
профессор Карлова Университета в Праге, д-р экон. наук (*Прага, Чехия*)

В. А. ЦВЕТКОВ
директор Института проблем рынка РАН, член-корреспондент РАН, доктор экономических наук, профессор (Москва, Россия)

Р. М. ЮСУПОВ
научный руководитель Санкт-Петербургского института информатики и автоматизации РАН, д-р техн. наук, проф., член-корреспондент РАН, засл. деят. науки и техники РФ, почетный профессор СПбУТУиЭ (Санкт-Петербург, Россия)

ЖУРНАЛ ВЫХОДИТ ПОД НАУЧНО-МЕТОДИЧЕСКИМ РУКОВОДСТВОМ ОТДЕЛЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННЫХ НАУК РАН

Российский научный журнал (РНЖ) «Экономика и управление» включен в перечень ведущих рецензируемых научных изданий, рекомендованных Высшей аттестационной комиссией (ВАК) Министерства науки и высшего образования Российской Федерации для публикации основных научных результатов диссертаций на соискание ученых степеней кандидата и доктора наук.

Журнал рекомендован экспертными советами по экономике; управлению, вычислительной техники и информатике.

СВЕДЕНИЯ, КАСАЮЩИЕСЯ ИЗДАНИЙ И ПУБЛИКАЦИЙ, ВКЛЮЧЕНЫ В РЕФЕРАТИВНЫЙ ЖУРНАЛ И БАЗЫ ДАННЫХ ВИНИТИ, ИНИОН РАН И ЕЖЕГОДНО ПУБЛИКУЮТСЯ В МЕЖДУНАРОДНОЙ СПРАВОЧНОЙ СИСТЕМЕ ПО ПЕРИОДИЧЕСКИМ И ПРОДОЛЖАЮЩИМСЯ ИЗДАНИЯМ ULRICH'S PERIODICAL DIRECTORY. С 2005 Г. СТАТЬИ ЖУРНАЛА ВКЛЮЧАЮТСЯ В РОССИЙСКИЙ ИНДЕКС НАУЧНОГО ЦИТИРОВАНИЯ (РИНЦ), ДОСТУПНЫЙ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ ПО АДРЕСУ: HTTP://WWW.ELIBRARY.RU (НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ БИБЛИОТЕКА).

Ekonomika i upravlenie (Economics and Management)

Editorial Office

Editor-in-Chief
Doctor of Economics, Associate Prof.
O. G. SMESHKO

Deputy Editor
Associate Prof.
G. A. KOSTIN

Editor-in-Science
Prof. V. A. PLOTNIKOV, *Prof.* E. A. TORGUNAKOV,
Prof. S. A. BELOZEROV

Head of Publishing and Printing Center
O. V. YARTSEVA

Managing Editor
V. V. SALINA

Literary Editors, Corrector
E. S. CHULKOVA

Translation
with the assistance of Eco-Vector Ltd
http://eco-vector.com

Mockup
E. O. ZVEREVA, M. Yu. SHMELEV

Cover Design
T. L. MISNIK, A. M. BRILL

Image Courtesy of Violetblue
http://Shutterstock.com

Russian Academic Journal Registered by the Federal Service
for Supervision of Communications, Information Technologies
and Mass Media ROSCOMNADZOR ПИ № ФС77-67819 28 nov. 2016.
The Russian scientific journal is owned by Saint-Petersburg University
of Management Technologies and Economics.
Publication Frequency: Monthly

Published since 1995. It is published by Publishing house
of Saint Petersburg University of Management Technologies
and Economics.
Any correspondence relating to editorial matters should be sent
by e-mail to Oleg Smeshko
(e-mail: izdat-ime@yandex.ru)

Contact Details:
Lermontovskiy Ave 44, St. Petersburg, Russia, 190103
URL: http://www.emjume.elpub.ru

© Saint Petersburg University of Management Technologies
and Economics
ISSN 1998-1627

The regular readers of Economics and Management are the members
of the Administration of the President and the Government
of Russian Federation, the Council of the Federation, the State Duma
of the Russian Federation, Russian President's plenipotentiaries
in Federal Districts, Russian Academy of Sciences,
Heads of Administrations of all levels and areas, State institutions,
Research Centers and libraries

Editorial Council

PROF. A. G. AGANBEGYAN
Head of Department of Economic Theory and Politics of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Academician of the Russian Academy of Sciences (Moscow, Russia)

PROF. L. A. ANOSOVA
Head of Department of Social Sciences of the Russian Academy of Sciences, Deputy Academician Secretary of Department of Social Sciences of RAS, Doctor of Economics (Moscow, Russia)

PROF. W. BERGMANN
Member of the Academic Council of the European Academy of Sciences and Arts Letters, Head of the Working Group "Science and Education" of the Forum "Petersburg dialogue" (the German Side), Doctor of Law, (Berlin, Germany)

PROF. R. S. GRINBERG
Scientific Director of the Institute of Economics of the Russian Academy of Sciences, Correspondent Member of the Russian Academy of Sciences (Moscow, Russia)

PROF. I. I. ELISEEVA
Head of Department of Sociology Institute of the Russian Academy of Sciences, Correspondent Member of the Russian Academy of Sciences (St. Petersburg, Russia)

PROF. V. L. KVINT
Head of the Center of Strategic Researches of M. V. Lomonosov Moscow State University, Head of the Department of Economic and Financial Strategy of MSU, Foreign member of the Russian Academy of Sciences (Moscow, Russia)

PROF. A. A. KOKOSHIN
Dean of the Department of M. V. Lomonosov Moscow State University, Academician of the Russian Academy of Sciences (Moscow, Russia)

PROF. V. L. MAKAROV
Scientific Director of Central Institute of Economics and Mathematics of the Russian Academy of Sciences, Academician of the Russian Academy of Sciences (Moscow, Russia)

PROF. V. V. OKREPILOV
Deputy Chairman of St. Petersburg Scientific Centre of the Russian Academy of Sciences, Academician of the Russian Academy of Sciences, Honoured Scientist of the Russian Federation (St. Petersburg, Russia)

PROF. B. N. PORFIR'EV
Director of Economic Forecasting Institute of the Russian Academy of Sciences, Academician of the Russian Academy of Sciences (Moscow, Russia)

PROF. O. D. PROTSENKO
Advisor to the Rector of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Doctor of Economics (Moscow, Russia)

W. STRIELKOWSKI
Assistant Professor of Economics, Ph. D., Charles University in Prague (Prague, Czech Republic)

PROF. V. A. TSVETKOV
Director of Market Economy Institute of the Russian Academy of Sciences (MEI RAS), Correspondent Member of the Russian Academy of Sciences (Moscow, Russia)

PROF. R. M. YUSUPOV
Scientific Director of St. Petersburg Institute of Informatics and Automation Control of the Russian Academy of Sciences, Correspondent Member of the Russian Academy of Sciences, Honored Scientist of the Russian Federation (St. Petersburg, Russia)

ECONOMICS AND MANAGEMENT IS PUBLISHED UNDER THE GUIDANCE OF DEPARTMENT OF SOCIAL SCIENCES, RUSSIAN ACADEMY OF SCIENCES

The journal is indexed RISC, listed in the list of HAC
The full text of the journal is placed on EBSCO's Business Source databases

ALL THE ARTICLES ARE AVAILABLE FOR PUBLIC ON WWW.ELIBRARY.RU (SCIENTIFIC ELECTRONIC LIBRARY).
ALL THE INFORMATION ON PUBLICATIONS IN ECONOMICS AND MANAGEMENT IS PRESENTED BY "ULRICH'S PERIODICAL DIRECTORY"

Содержание

Актуальные проблемы развития экономики 924

Цветков В. А., Зоидов К. Х., Янкаускас К. С., Кобил Ш. Сравнительная оценка показателей уровня бедности в странах Европейской части СНГ и Европейского союза как социального критерия экономической безопасности 924

Модернизация экономики регионов 940

Путинцева Н. А., Ушакова Е. В. О деятельности основных групп кластеров в России как ключевого инструмента реализации политики импортозамещения и инновационной политики 940

Теория и практика управления и менеджмента 952

Малышкина М. В., Мирославская М. В. Об оценке качества управления процессами трансформации экономических систем 952

Деревянко К. И., Орловская В. П. Креативность как ресурс развития предприятия сервиса (на примере event-агентств) 957

Цифровая экономика 969

Алтухов А. В., Кашкин С. Ю., Кузьмина М. В. Применение платформ и платформенного права для преодоления рисков, вызываемых процессами цифровизации 969

Зуев В.Н., Мороз Е. В. Онлайн-платформы как инструмент современного маркетинга (на примере Европейского союза) 975

Синцова Е. А., Воскресенская О. В. О влиянии цифровой экономики на конкурентоспособность промышленных предприятий 986

Государственно-экономическая политика и менеджмент организации 993

Бургонов О. В., Семенов А. В. Проблемы и перспективы развития частно-государственного предпринимательства 993

Харламов А. В., Сибгатуллин А. Э. Формирование и развитие инновационных кластеров как условие перехода к экономическому росту интенсивного типа 1005

Математическое моделирование, системный анализ 1013

Коронатов Н. Н., Ильин И. В., Лёвина А. И. Архитектура ИТ-сервисов информационных систем нефтеперерабатывающего предприятия 1013

Образование 1021

Дмитриев В. Я., Игнатьева Т. А., Иванова А. О., Пилявский В. П. Имплементация цифрового образования: проблемы и пути решения 1021

Научные исследования молодых ученых . . 1026

Муханад Хасан Ага. Развитие стратегического предпринимательства в компаниях малого и среднего бизнеса в сфере туризма: роль сотрудничества с конкурентами (“coopetition”). 1026

Основные условия и требования к оформлению рукописей научных статей, представляемых в РНЖ «Экономика и управление» 1043

Contents

Actual Problems Development of Economics 924

Tsvetkov V. A., Zoidov K. Kh., Yankauskas K. S., Kobil Sh. Comparative Assessment of Poverty Indicators in the European Part of the CIS and the European Union as a Social Criterion of Economic Security 924

Modernization of the Regional Economics 940

Putintseva N. A., Ushakova E. V. On the Activity of Major Cluster Groups in Russia as a Key Tool for Implementing Import Substitution and Innovation Policies 940

Management: Theory and Practice 952

Malyshkina M. V., Miroslavskaya M. V. Assessing the Quality of Management of Transformation Processes in Economic Systems 952

Derevyanko K. I., Orlovskaya V. P. Creativity as a Resource for the Development of a Service Enterprise (Through the Example of Event Agencies) 957

Digital Economics 969

Altoukhov A. V., Kashkin S. Yu., Kuz'mina M. V. Using Platforms and Platform Law to Overcome Risks Caused by Digitalization Processes 969

Moroz E. V., Zuev V. N. Online Platforms as a Modern Marketing Tool (Through the Example of the European Union) 975

Sintsova E. A., Voskresenskaya O. V. On the Impact of the Digital Economy on the Competitiveness of Industrial Enterprises 986

State Economic Policy and Business Management 993

Burgonov O. V., Semenov A. V. Problems and Development Prospects of Public-Private Entrepreneurship 993

Kharlamov A. V., Sibgatullin A. E. Formation and Development of Innovation Clusters as a Prerequisite for the Transition Towards Intensive Economic Growth 1005

Mathematical Modeling, System Analysis . . . 1013

Koronatov N. N., Il'in I. V., Levina A. I. IT Services Architecture for Oil Refinery Information Systems 1013

Education 1021

Dmitriev V. Ya., Ignat'eva T. A., Ivanova A. O., Pilyavskiy V. P. Implementation of Digital Education: Problems and Solutions 1021

Scientific Research of Young Scientists 1026

Muhanad Hasan Agha. Development of Strategic Entrepreneurship in Small and Medium-Sized Tourism Enterprises: The Role of Coopetition 1026

Basic Conditions and Requirements for Research Articles Submitted to the Russian Scientific Journal "Economics and Management" 1044

УДК 330.59 http://doi.org/10.35854/1998-1627-2020-9-924-939

Сравнительная оценка показателей уровня бедности в странах Европейской части СНГ и Европейского союза как социального критерия экономической безопасности

Цветков В. А.[1], Зоидов К. Х.[1], Янкаускас К. С.[1], Кобил Ш.[1]
[1] *Институт проблем рынка Российской академии наук (РАН), Москва, Россия*

В исследовании дан сравнительный анализ показателей уровня бедности и социального неравенства в Беларуси, Украине, Молдавии и странах Европейского союза (ЕС) как критерия экономической безопасности государства.

Цель. Рассмотреть существующие подходы к определению уровня бедности, динамики данного показателя и предложения по улучшению методики его определения.

Задачи. Изучить и провести сравнительный анализ подходов и методик определения уровня бедности, а также динамику данного показателя в других государствах СНГ, не являющихся членами Евразийского экономического союза (ЕАЭС), и странах Европейского союза.

Методология. В ходе исследования применены методы системного анализа, эволюционно-институциональной теории и исторического подхода.

Результаты. Подход к определению уровня бедности как числа граждан с доходами ниже черты прожиточного минимума может вести к искажению данных о реальном состоянии этого явления. Расчет показателей уровня бедности на основе данных о потребительских расходах позволяет получить более точные сведения об уровне бедности в стране в условиях, когда заметную долю доходов граждан могут формировать переводы физических лиц из-за рубежа, не отражающихся в официальной статистике доходов населения. Сравнительный анализ динамики уровня бедности показывает, что во всех четырех исследуемых странах уровень бедности в 2013 г. сократился по сравнению с 2006 г. Динамика уровня бедности в России и Беларуси более синхронизирована по сравнению с Украиной и Молдовой. Единая методика расчета уровня бедности во всех странах ЕС позволяет делать более глубокий сравнительный анализ динамики уровня бедности, а также вырабатывать более точные рекомендации в области политики по борьбе с бедностью. С учетом выявленной динамики уровня бедности в Евросоюзе и России можно с высокой долей вероятности прогнозировать невыполнение стратегических целей по снижению уровня бедности и в Евросоюзе, и в России.

Выводы. Для исключения возможности заинтересованных органов власти влиять на динамику показателя уровня бедности через изменения его пороговых значений в зависимости от существующей экономической или политической конъюнктуры следует перейти к комплексной оценке такого показателя в России. Для сравнительного межстранового анализа данных целесообразно рассмотреть возможность создания в рамках ЕАЭС Евразийской статистической службы, занимающейся сбором статистических данных и унификацией статистических методов среди стран — членов ЕАЭС.

Ключевые слова: *Россия*, *Белоруссия*, *Украина*, *Молдова*, *страны Европейского союза*, *страны ЕАЭС*, *системный анализ*, *эволюционно-институциональный подход*, *бедность*, *неравенство*, *дифференциация доходов населения*, *прожиточный минимум*, *экономическая безопасность*.

Для цитирования: Цветков В. А., Зоидов К. Х., Янкаускас К. С., Кобил Ш. Сравнительная оценка показателей уровня бедности в странах Европейской части СНГ и Европейского союза как социального критерия экономической безопасности // *Экономика и управление.* 2020. Т. 26. № 9. С. 924–939. http://doi.org/10.35854/1998-1627-2020-9-924-939

Благодарности. Статья подготовлена в рамках государственного задания ИПР РАН, тема НИР «Моделирование социально-экономической динамики и структуры факторов экономического роста ЕАЭС и других стран в контексте модернизации».

Comparative Assessment of Poverty Indicators in the European Part of the CIS and the European Union as a Social Criterion of Economic Security

Tsvetkov V. A.[1], Zoidov K. Kh.[1], Yankauskas K. S.[1], Kobil Sh.[1]
[1] *Market Economy Institute of the Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia*

The presented study comparatively analyzes indicators of the level of poverty and social inequality in Belarus, Ukraine, Moldova, and the European Union (EU) as a criterion of national economic security.

Aim. The study aims to examine existing approaches to determining the level of poverty and its dynamics and to consider suggestions for improving this methodology.

Tasks. The authors examine and comparatively analyze approaches and methods for determining the level of poverty and its dynamics in the European Union and the CIS countries that are not members of the Eurasian Economic Union (EAEU).

Methods. This study uses the methods of systems analysis, evolutionary-institutional theory, and historical approach.

Results. Determining the level of poverty based on the number of citizens with incomes below the subsistence level can lead to misrepresentation of the actual state of this phenomenon. Calculation of poverty indicators based on consumer spending provides more accurate data on the level of poverty in a country where a significant share of the population's income is generated by remittances from individuals living abroad, which are not reflected in official income statistics. A comparative analysis of poverty dynamics shows that in 2013 the level of poverty in all four examined countries decreased compared to 2006. Poverty dynamics in Russia and Belarus is more synchronized than in Ukraine and Moldova. A common methodology for calculating the level of poverty in all EU countries makes it possible to conduct a more thorough comparative analysis of poverty dynamics and to formulate more accurate recommendations in the field of anti-poverty policies. Based on the identified poverty dynamics in the EU and Russia, it is highly possible that strategic objectives on poverty reduction in the European Union and Russia will not be completed.

Conclusions. To exclude the possibility of interested authorities influencing the dynamics of the poverty indicator by changing its threshold values depending on the current economic or political situation, it is necessary to switch to comprehensive assessment of this indicator in Russia. For comparative cross-country data analysis, it is advisable to consider the possibility of creating a Eurasian Statistics Service within the EAEU that would collect statistics and standardize statistical methods among the EAEU member states.

Keywords: *Russia*, *Belarus*, *Ukraine*, *Moldova*, *European Union*, *EAEU countries*, *systems analysis*, *evolutionary-institutional approach*, *poverty*, *inequality*, *income differentiation*, *subsistence level*, *economic security*.

For citation: Tsvetkov V.A., Zoidov K.Kh., Yankauskas K.S., Kobil Sh. Comparative Assessment of Poverty Indicators in othe European Part of the CIS and the European Union as a Social Criterion of Economic Security. *Ekonomika i upravlenie = Economics and Management.* 2020;26(9):924-939 (In Russ.). http://doi.org/10.35854/1998-1627-2020-9-924-939

Acknowledgements. This study was conducted as part of a government task of the MEI RAS, research topic "Modeling of socio-economic dynamics and structure of economic growth factors in the EAEU and other countries in the context of modernization."

Введение

Указом Президента Российской Федерации от 21 июля 2020 г. № 474 в качестве одного из целевых показателей, характеризующих достижение национальных целей развития Российской Федерации до 2030 г., определено «снижение уровня бедности в два раза по сравнению с показателем 2017 года» [1]. Ранее в пункте 1 Указа Президента от 7 мая 2018 г. № 204 (утратившем силу после выхода нового указа) был установлен такой же целевой показатель со сроком исполнения к 2024 г. [2].

Уровень абсолютной бедности, т. е. доля граждан с доходами ниже прожиточного минимума, является одним из показателей состояния экономической безопасности России, согласно действующей Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 г. [3]. Таким образом, изучение существующих подходов к определению уровня бедности, динамики данного показателя и предложений по улучшению методики его определения можно признать важным направлением исследования с точки зрения реализации национальных целей развития России и поддержания ее экономической безопасности.

Ранее проведенные исследования свидетельствуют о том, что используемый в нашем государстве подход к определению уровня бедности и численности бедного населения отличается от подходов и методик стран — членов Евразийского экономического союза (ЕАЭС), глубина социально-экономической интеграции с которыми у России является наибольшей по сравнению с другими государствами [4]. В этой связи целесообразно изучить и провести сравнительный анализ подходов и методик определения уровня бедности, а также динамику данного показателя в других государствах СНГ, не являющихся членами ЕАЭС, и странах Европейского союза (ЕС).

1. Существующие подходы к определению уровня бедности и динамика данного показателя в Украине, Беларуси и Молдове

Украина. Уровень бедности в Украине определяется как численность граждан со среднедушевыми эквивалентными общими доходами в месяц ниже прожиточного минимума — стоимости достаточного для обеспечения нормального функционирования организма человека, сбережения его здоровья набора продуктов питания, а также минимального набора непродовольственных товаров и услуг для удовлетворения основных социальных и культурных потребностей личности [5; 6]. Размер прожиточного минимума устанавливается Кабинетом Министров Украины после проведения научно-общественной экспертизы сформированных наборов продуктов питания, непродовольственных товаров и услуг [6].

При этом в украинском законодательстве используются термины «уровень обеспечения прожиточного минимума» (ст. 5 Закона Украины «Про государственную социальную помощь малообеспеченным семьям») и «фактический размер прожиточного минимума» (ст. 5 Закона Украины «Про прожиточный минимум»), что приводит к существованию двух показателей уровня бедности в стране [6; 7]. Статья 5 Закона Украины «Про государственную социальную помощь малообеспеченным семьям» гласит о том, что уровень обеспечения прожиточного минимума устанавливается исходя из возможностей Государственного бюджета Украины и утверждается одновременно с утверждением закона о бюджете [7]. На основе данной нормы закона Государственная служба статистики Украины рассчитывает численность населения с ежемесячными доходами ниже *законодательно установленного прожиточного минимума*.

Согласно ст. 5 Закона Украины «Про прожиточный минимум» Министерство социальной политики Украины ежемесячно рассчитывает *фактический размер прожиточного минимума*, на основе которого с 2014 г. Государственная служба статистики определяет численность населения с ежемесячными доходами ниже фактического прожиточного минимума [6; 8]. Динамика обоих этих показателей представлена в таблице 1.

Как видно из данных, представленных в таблице, численность граждан с доходами ниже законодательно установленного прожиточного минимума в Украине в 2000–2009 гг. последовательно снижалась — с 42,7 до 2,6 млн человек. Однако в 2010 г. этот показатель увеличился до 3,6 млн человек, что может быть связано с последствиями мирового финансово-экономического кризиса. С 2012 по 2018 г. этот показатель последовательно снижался, достигнув значения в 0,5 млн человек.

Следует обратить внимание и на тот факт, что численность граждан с доходами ниже фактического прожиточного минимума в 2015–2018 гг. в десятки раз превышала численность граждан с доходами ниже законодательно установленного прожиточного минимума. В 2015–2016 гг. за «фактической чертой бедности» находились около 20 млн украинцев (51–52 % населения страны), в то время как за «законодательно установленной чертой бедности» — 1,5–2,5 млн человек, т. е. примерно в десять раз меньше. В 2018 г. численность граждан с доходами ниже «фактической черты бедности» снизилась по сравнению с пиковым значением 2015 г. почти в два раза (до 10,6 млн человек, 27,6 % населения). Количество граждан с доходами ниже «законодательно установленной чертой бедности» составляло полмиллиона человек (1,3 % населения).

Такой заметный разрыв двух показателей расчета уровня бедности в Украине связан с тем, что величина законодательно установленного прожиточного минимума заметно отличается от величины фактического прожиточного минимума. Динамика данных показателей представлена в таблице 2.

Как видно из таблицы 2, в 2014 г. величина фактического прожиточного минимума больше величины законодательно установленного примерно на 15 %. В 2015–2018 гг. эта разница достигла 83–90 %, т. е. законодательно установленный прожиточный минимум был ниже фактического практически в два раза. Соответственно, численность граждан с доходами в интервале между величиной законодательно установленного и фактического прожиточного минимума в 2015–2018 гг. колебалась от 10,1 до 17,7 млн человек.

Итак, очевидно, что величина законодательно установленного прожиточного минимума в Украине не учитывает большое количество

Таблица 1

Динамика численности населения Украины, находящегося за чертой законодательно установленного и фактического прожиточного минимума в 2000–2018 гг. [9; 10]

Год	Численность населения с доходами ниже законодательно установленного прожиточного минимума, млн чел.	Численность населения с доходами ниже фактического прожиточного минимума, млн чел.	Доля населения с доходами ниже законодательно установленного прожиточного минимума, % от общей численности населения	Доля населения с доходами ниже фактического прожиточного минимума, % от общей численности населения
2000	42,7	–	87,4	–
2001	40,4	–	83,7	–
2002	38,5	–	80,5	–
2003	31,1	–	67,3	–
2004	23,1	–	50	–
2005	13	–	28,4	–
2006	9,7	–	21,4	–
2007	5,7	–	12,7	–
2008	3,2	–	7,1	–
2009	2,6	–	5,8	–
2010	3,6	–	8,6	–
2011	3,2	–	7,8	–
2012	3,8	–	9	–
2013	3,5	–	8,3	–
2014	3,2	6,3	8,6	16,7
2015	2,5	20,2	6,4	51,9
2016	1,5	19,8	3,8	51,1
2017	0,9	13,5	2,4	34,9
2018	0,5	10,6	1,3	27,6

Источник: данные Государственной службы статистики Украины [Электронный ресурс]. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/gdvdg_rik/dvdg_u/duf2010_u.htm; http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/gdvdg_rik/dvdg_u/duferen2006_u.htm (дата обращения: 19.08.2020).

Таблица 2

Размер законодательно установленного и фактического прожиточного минимума в Украине в 2014–2018 гг. [9]

Год	Среднегодовой размер законодательно установленного прожиточного минимума, в расчете на одного человека в месяц, укр. гривна	Среднегодовой размер фактического прожиточного минимума, в расчете на одного человека в месяц, укр. гривна	Отношение размера фактического прожиточного минимума к законодательно установленному,%
2014	1 176	1 357,6	115,4
2015	1 227,3	2 257	183,9
2016	1 388,1	2 642,4	190,4
2017	1 603,7	2 941,5	183,4
2018	1 744,8	3 262,7	187

Источник: данные Государственной службы статистики Украины [Электронный ресурс]. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/gdvdg_rik/dvdg_u/duf2010_u.htm; http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/gdvdg_rik/dvdg_u/duferen2006_u.htm (дата обращения: 19.08.2020).

граждан, находящихся за «фактической чертой бедности». В целом подход к определению уровня бедности как числа граждан с доходами ниже черты прожиточного минимума может вести к искажению данных о реальном состоянии исследуемого явления, поскольку размер прожиточного минимума, его структура и регулярность их пересмотра с учетом изменившейся структуры потребления устанавливаются органами законодательной и/или исполнительной власти, т. е. структурами, которые в том числе отвечают за реализацию государственной политики по борьбе с бедностью.

Следовательно, у органов власти может появиться заинтересованность в изменении численности граждан с доходами ниже черты бедности посредством механической корректировки величины данной черты или методики ее расчета. Методика определения уровня бедности на основе величины прожиточного минимума используется и в России. В ранее проведенных исследованиях нами приведены

Таблица 3

Динамика показателей уровня бедности в Республике Молдова в 2006–2018 гг. [13; 14]

Год	Уровень абсолютной бедности, % от общей численности населения	Уровень крайней бедности, % от общей численности населения	Уровень бедности по «старой» черте, % от общей численности населения	Примерная численность абсолютно бедных, млн чел.	Примерная численность крайне бедных, млн чел.	Примерная численность «бедных по старой черте», млн чел.
2006	–	–	30,2	–	–	1,08
2007	–	–	25,8	–	–	0,92
2008	–	–	26,4	–	–	0,94
2009	–	–	26,3	–	–	0,94
2010	–	–	21,9	–	–	0,78
2011	–	–	17,5	–	–	0,62
2012	–	–	16,6	–	–	0,59
2013	–	–	12,7	–	–	0,45
2014	29,5	12,8	11,4	1,05	0,46	0,41
2015	25,4	10,5	9,6	0,90	0,37	0,34
2016	26,4	10,4	9,5	0,94	0,37	0,34
2017	27,7	11	10,1	0,98	0,39	0,36
2018	23,0	8,7	7,3	0,81	0,31	0,26

Источник: данные Национального бюро статистики Республики Молдова [Электронный ресурс]. URL: https://statistica.gov.md//newsview.php?l=ro&idc=168&id=6698; http://statbank.statistica.md/PxWeb/pxweb/en/30%20Statistica%20sociala/30%20Statistica%20sociala__04%20NIV__04%20NIV%202019__NIV030/ (дата обращения: 19.08.2020); расчеты авторов.

решения российских органов власти по изменению методики расчета непродовольственной части потребительской корзины прожиточного минимума, а также «заморозки» состава данной корзины на период, превышающий законодательно установленный срок, которые могли повлечь искажение данных о реальном уровне бедности в стране [11; 12].

Молдова. Уровень бедности в Республике Молдова рассчитывается Национальным бюро статистики на основе результатов Обследования бюджетов домохозяйств (CBGC) [13]. По итогам данного обследования определяется доля домохозяйств, чьи потребительские расходы меньше установленной черты абсолютной бедности [13]. Абсолютная черта бедности состоит из двух компонент — продовольственной и непродовольственной [13]. Величина черты бедности в Молдове с 2006 г. пересматривалась дважды, в 2014 и 2016 гг. [13].

Таким образом, как и в Украине, в Молдове сегодня рассчитывается сразу несколько показателей, характеризующих уровень бедности в стране. Первый — уровень абсолютной бедности, рассчитываемый по обновленной методике 2016 г. Второй — уровень крайней бедности, рассчитываемый на основе методики 2014 г. Наконец, третий показатель — это уровень бедности, рассчитываемый по изначальной методике 2006 г. [13]. Динамика всех трех показателей, а также рассчитанная нами примерная численность населения республики за чертой абсолютной и крайней бедности представлены в таблице 3.

Как следует из сведений, представленных в таблице, уровень бедности в Молдове в 2006–2013 гг. снизился более чем в два раза (с 30,2 % до 12,7 % населения). Однако перерасчет черты абсолютной бедности по методике 2016 г. показал, что в 2014 г. расходы ниже данной черты имели 29,5 % населения (1,05 млн человек). К 2018 г. этот показатель сократился примерно на 240 тысяч человек (до 23 % от общей численности населения). В таблице 4 показана динамика величин черты абсолютной и крайней бедности, данные по которым параллельно пересчитаны с 2014 г.

Как видно из таблицы 4, величина (порог) черты абсолютной бедности в Молдове в 2014–2018 гг. стабильно превышала величину крайней бедности на 24 %. При этом в 2014 г. численность граждан с расходами в интервале между чертой крайней бедности и чертой абсолютной бедности составляла примерно 590 тысяч человек. В 2018 г. этот показатель уменьшился до 500 тысяч человек.

Следует отметить, что регулярный пересмотр порога черты бедности в Молдове способствует более адекватной оценке уровня бедности, в том числе и в ретроспективе. После применения с 2016 г. новой методики расчета порога абсолютной бедности доля населения за этой чертой превышала аналогичный показатель, рассчитанный по методике 2006 г., в 2,6–3,1 раз. Обращает на себя внимание тот факт, что в Молдове уровень бедности рассчитывается на основе данных о потребительских расходах граждан, в то время как в Украине, России и

Таблица 4

Порог абсолютной и крайней бедности в Республике Молдова в 2014–2018 гг. [14]

Год	Порог абсолютной бедности, молдавский лей	Порог крайней бедности, молдавский лей	Отношение порога абсолютной бедности к порогу крайней бедности, %
2014	1 558,6	1 257	124,0
2015	1 709,8	1 378,9	124,0
2016	1 819,2	1 467,2	124,0
2017	1 939,3	1 564	124,0
2018	1 998,4	1 611,7	124,0

Источник: данные Национального бюро статистики Республики Молдова [Электронный ресурс]. URL: http://statbank.statistica.md/PxWeb/pxweb/en/30%20Statistica%20sociala/30%20Statistica%20sociala__04%20NIV__04%20NIV%202019__NIV030/ (дата обращения: 19.08.2020).

Таблица 5

Динамика уровня бедности (малообеспеченности) в Республике Беларусь в 2005–2019 гг. [4; 17]

Год	Уровень малообеспеченного населения, % к общей численности населения	Численность малообеспеченных, млн чел.
2005	12,7	1,22
2006	11,1	1,06
2007	7,7	0,73
2008	6,1	0,58
2009	5,4	0,51
2010	5,2	0,49
2011	7,3	0,69
2012	6,3	0,60
2013	5,5	0,52
2014	4,8	0,46
2015	5,1	0,48
2016	5,7	0,54
2017	5,9	0,56
2018	5,6	0,53
2019	5	0,47

Источник: [4, с. 10]; данные Национального статистического комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс]. URL: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/makroekonomika-i-okruzhayushchaya-sreda/uroven-zhizni-naseleniya/graficheskiy-material-grafiki-diagrammy/uroven-maloobespechennosti-naseleniya/ (дата обращения: 19.08.2020); расчеты авторов.

Беларуси — на основе данных о доходах. Методика, построенная с учетом потребительских расходов, позволяет получить более точные данные об уровне бедности в стране в условиях, когда заметную долю доходов граждан могут формировать переводы физических лиц из-за рубежа, не отражающихся в официальной статистике доходов населения. По данным Всемирного банка, Республика Молдова входит в первую тройку стран с наиболее значительной долей получаемых денежных переводов из-за рубежа [15].

Беларусь. Уровень бедности (малообеспеченности) в Республике Беларусь определяется как численность населения с доходами ниже «черты малообеспеченности», т. е. бюджета прожиточного минимума, утверждаемого Правительством Республики Беларусь [16]. Состав прожиточного минимума в Беларуси формируется по принципу, аналогичному тому, что используется при определении состава прожиточного минимума в России: минимальный набор продуктов питания и непродовольственные товары и услуг, стоимость которых определяется в виде фиксированной доли от стоимости минимального продуктового набора [16]. Динамика уровня бедности в Республике Беларусь изучена в нашем предыдущем исследовании [4]. С учетом данных за 2019 г. она отражена в таблице 5.

Данные, приведенные в таблице 5, свидетельствуют о том, что уровень бедности в Беларуси последовательно снижался с 2005 по 2010 г. (с 12,7 % до 5,2 % населения). В 2011 г. этот показатель увеличился до 7,3 %, а затем снова снижался до 2014 г., составив 4,8 %. С 2015 по 2017 г. уровень бедности в Беларуси снова вырос, составив 5,9 % от общей численности населения, сократившись затем, в 2019 г., до 5 %. Это примерно соответствует уровню 2010 г.

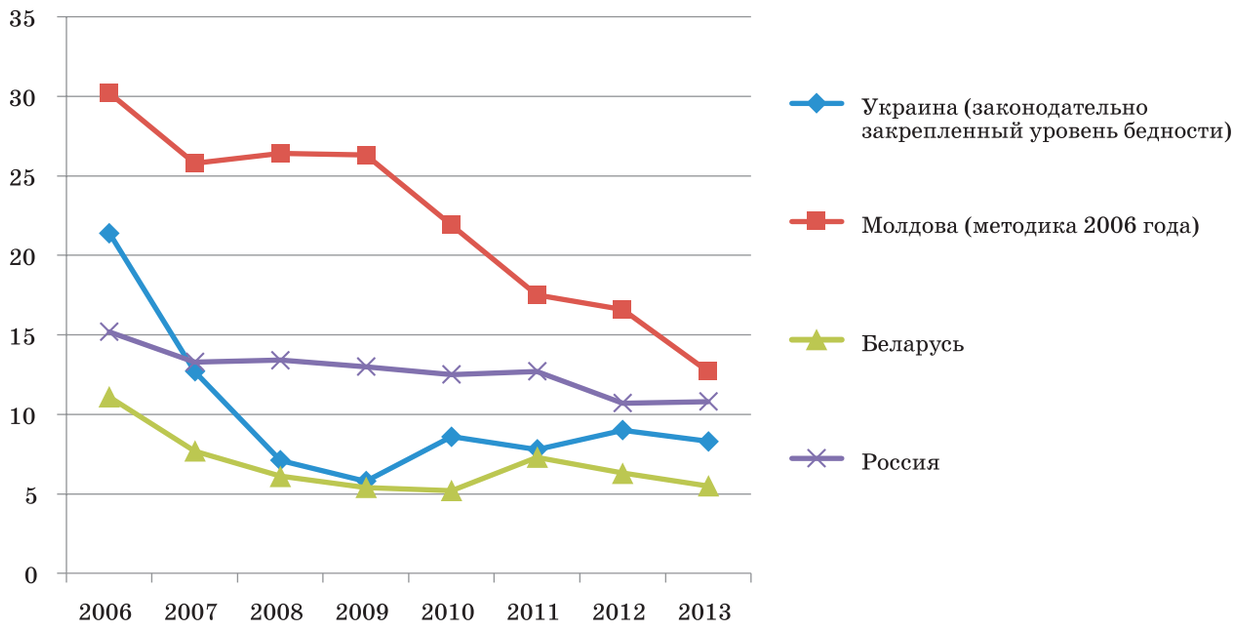

Рис. 1. Динамика уровня бедности в Украине, Молдове, Беларуси и России в 2006–2013 гг. [4; 9; 10; 11; 13; 14; 17]

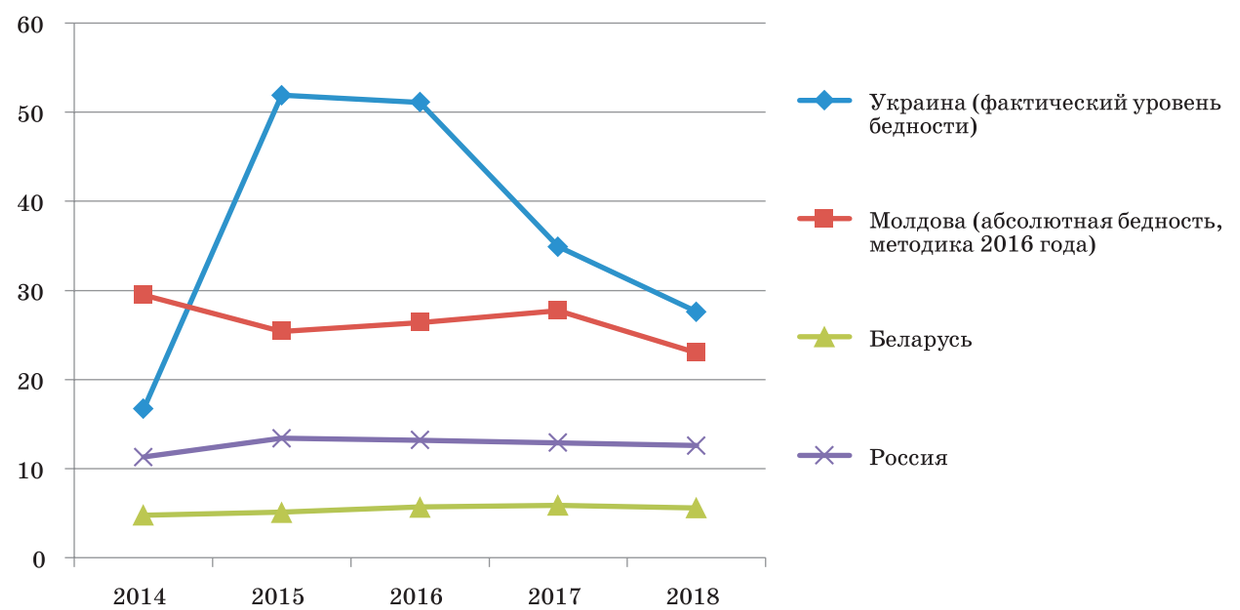

Рис. 2. Динамика уровня бедности в Украине, Молдове, Беларуси и России в 2014–2018 гг. [4; 9; 10; 11; 13; 14; 17].

2. Сравнительный анализ динамики уровня бедности в Украине, Молдове, Беларуси и России

Разные подходы и методики расчета уровня бедности в Украине, Молдове, Беларуси и России позволяют сделать лишь минимально общий вывод о тенденциях в динамике этих показателей. Данная динамика в 2006–2018 гг. находит отражение на рисунках 1 и 2.

Как показано на рисунке 1, во всех четырех исследуемых странах уровень бедности в 2013 г. сократился по сравнению с 2006 г. Но темпы снижения были разными: в Украине и Молдове большими, чем в России и Беларуси. Это связано и с тем, что на начало анализируемого периода уровень бедности в Молдове и Украине заметно выше, чем в двух других исследуемых странах. С 2014 г. Украина стала рассчитывать уровень бедности в том числе по «фактическому прожиточному минимуму», а данные по уровню бедности в Молдове пересчитаны по обновленной в 2016 г. методике определения порога абсолютной бедности.

На рисунке 2 показана динамика уровня бедности в обеих странах, а также в России и Беларуси в 2014–2018 гг. Как видно на этом же рисунке, динамика показателей уровня бед-

ности в исследуемых четырех странах в 2014–2018 гг. стала более разнонаправленной по сравнению с 2006–2013 гг. Уровень бедности в Украине (рассчитываемый на основе величины «фактического прожиточного минимума») резко вырос в 2015–2016 гг. по сравнению с 2014 г. Это может быть связано не только с использованием новой методики расчета показателя, но и с тяжелыми экономическими последствиями от военного конфликта на Юго-Востоке Украины. К 2018 г. уровень бедности в Украине снизился почти вдвое по сравнению с пиковым значением 2015 г.

В Республике Молдова динамика уровня бедности в 2014–2018 гг. более плавна по сравнению с Украиной. Однако обновление методики расчета данного показателя привело к тому, что в 2014 г. по сравнению с 2013 г. он вырос почти в 2,3 раза (с 12,7 % до 29,5 % населения). Динамика уровня бедности в России и Беларуси в 2014–2018 гг. носит более синхронизированный характер по сравнению с другими странами, что может быть связано с более высокой степенью социально-экономической интеграции двух стран [4].

3. Сравнительный анализ динамики уровня бедности в странах Европейского союза

В отличие от стран ЕАЭС и СНГ, уровень бедности в странах Европейского союза рассчитывается на основе концепции «относительной бедности». Находящимися за чертой бедности считаются граждане, имеющие эквивалентный располагаемый доход менее 60 % от медианного эквивалентного располагаемого дохода в стране (после выплат всех социальных трансфертов) [18]. Преимущество такого подхода — возможность оценивать структуру распределения доходов населения в условиях их роста или снижения в общенациональном масштабе. Кроме того, эта методика расчета менее подвержена возможности коррекции или искажения со стороны органов государственной власти, чем расчет уровня бедности на основе черты (порога) прожиточного минимума, поскольку органы власти в данном случае не утверждают напрямую количественное значение черты бедности.

Уровень бедности рассчитывается статистической службой Европейского союза, подчиняющейся Европейской комиссии (Евростатом), по единой методике для всех 27 государств — членов ЕС. Черта бедности рассчитывается для всех государств в евро по паритету покупательной способности (ППС) [19]. Такой унифицированный подход позволяет делать более глубокий сравнительный анализ динамики уровня бедности в разных странах — членах Союза, вырабатывать более точные рекомендации в области политики по борьбе с бедностью, как для органов власти Европейского союза, так и для национальных органов власти государств — членов ЕС. В этом заключается отличие в подходах к расчету уровня бедности в странах — членах СНГ и ЕАЭС (внутри этих интеграционных объединений отсутствует единый подход к расчету уровня бедности, и каждое государство осуществляет его на основе собственной национальной методики).

Динамика уровня бедности в странах Европейского союза показана в таблице 6, из которой следует вывод о том, что уровень бедности в Евросоюзе в целом увеличился с 2008 по 2012 г. на 1,1 % от общей численности населения и составил 24,8 %. После чего сократился к 2018 г. на 3 % (до 21,8 %). При этом указанный показатель существенно дифференцируется по разным странам — членам Союза. В 2010 г. (относится к наиболее раннему году в исследуемый период, за который представлены данные по всем 28 странам — членам Евросоюза) наименьший уровень бедности наблюдался в Чехии (14,4 %), а наибольший — в Болгарии (49,2 %). Разница, таким образом, составила 3,4 раза. В 2018 г. наименьший и наибольший уровень бедности в Евросоюзе вновь наблюдался в Чехии и Болгарии (12,2 % и 32,8 % соответственно), т. е. разрыв сократился до 2,6 раз, но остается существенным.

Уровень бедности и его динамика в исследуемый период заметно отличается и среди государств — членов ЕС (Германии, Франции, Великобритании, Италии и Испании), занимающих первые пять мест по объему ВВП. Великобритания официально покинула состав Европейского союза 31 января 2020 г. В Германии и Франции этот показатель в 2018 г. ниже среднего по Евросоюзу (18,7 % и 17,4 % соответственно). При этом в Германии уровень бедности остался примерно на прежнем уровне по сравнению с 2005 г., а во Франции сократился на 2,4 % по сравнению с 2004 г. В Великобритании уровень бедности снизился с 24,8 % в 2005 г. до 23,1 % в 2018 г. В Италии и Испании уровень бедности выше среднего по Евросоюзу уровня (в 2018 г. показатель составлял 27,3 % и 26,1 % соответственно). Это примерно на один процент выше, чем в 2005 г. Итак, в данных пяти странах уровень бедности находился на относительно стабильном уровне за исследуемые годы.

В исследуемый период нельзя не заметить снижение уровня бедности в ряде стран Восточной Европы и Прибалтики: Болгарии, Латвии, Литве, Венгрии, Польше и Румынии. Уровень бедности в этих государствах снизился в 1,5–2,5 раза в зависимости от страны. Единственной страной Евросоюза, в которой

Таблица 6

Динамика уровня бедности в странах Европейского союза в 2003–2019 гг., % от общей численности населения [18]

Год	Евросоюз	Бельгия	Болгария	Чехия	Дания	Германия	Эстония	Ирландия	Греция	Испания	Франция	Хорватия	Италия	Кипр	Латвия	Литва	Люксембург	Венгрия	Мальта	Нидерланды	Австрия	Польша	Португалия	Румыния	Словения	Словакия	Финляндия	Швеция	Великобритания
2003	–	23,4	–	–	16,9	–	–	24,4	32,9	–	–	–	–	–	–	–	15,8	–	–	–	15,7	–	–	–	–	–	–	–	–
2004	–	21,6	–	–	16,5	–	26,3	24,8	30,9	25	19,8	–	26,2	–	–	–	16,1	–	–	–	17,9	–	27,5	–	–	–	17,2	16,9	–
2005	–	22,6	–	19,6	17,2	18,4	25,9	25	29,4	24,3	18,9	–	25,6	25,3	46,3	41	17,3	32,1	20,5	16,7	17,4	45,3	26,1	–	18,5	32	17,2	14,4	24,8
2006	–	21,5	61,3	18	16,7	20,2	22	23,3	29,3	24	18,8	–	25,9	25,4	42,2	35,9	16,5	31,4	19,5	16	17,8	39,5	25	–	17,1	26,7	17,1	16,3	23,7
2007	–	21,6	60,7	15,8	16,8	20,6	22	23,1	28,3	23,3	19	–	26	25,2	35,1	28,7	15,9	29,4	19,7	15,7	16,7	34,4	25	47	17,1	21,4	17,4	13,9	22,6
2008	23,7	20,8	44,8	15,3	16,3	20,1	21,8	23,7	28,1	23,8	18,5	–	25,5	23,3	34,2	28,3	15,5	28,2	20,1	14,9	20,6	30,5	26	44,2	18,5	20,6	17,4	16,7	23,2
2009	23,3	20,2	46,2	14	17,6	20	23,4	25,7	27,6	24,7	18,5	–	24,9	23,5	37,9	29,6	17,8	29,6	20,3	15,1	19,1	27,8	24,9	43	17,1	19,6	16,9	17,8	22
2010	23,8	20,8	49,2	14,4	18,3	19,7	21,7	27,3	27,7	26,1	19,2	31,1	25	24,6	38,2	34	17,1	29,9	21,2	15,1	18,9	27,8	25,3	41,5	18,3	20,6	16,9	17,7	23,2
2011	24,3	21	49,1	15,3	17,6	19,9	23,1	29,4	31	26,7	19,3	32,6	28,1	24,6	40,1	33,1	16,8	31,5	22,1	15,7	19,2	27,2	24,4	40,9	19,3	20,6	17,9	18,5	22,7
2012	24,8	21,6	49,3	15,4	17,5	19,6	23,4	30,1	34,6	27,2	19,1	32,6	29,9	27,1	36,2	32,5	18,4	33,5	23,1	15	18,5	26,7	25,3	43,2	19,6	20,5	17,2	17,7	24,1
2013	24,6	20,8	48	14,6	18,3	20,3	23,5	29,9	35,7	27,3	18,1	29,9	28,5	27,8	35,1	30,8	19	34,8	24,6	15,9	18,8	25,8	27,5	41,9	20,4	19,8	16	18,3	24,8
2014	24,4	21,2	40,1	14,8	17,9	20,6	26	27,7	36	29,2	18,5	29,3	28,3	27,4	32,7	27,3	19	31,8	23,9	16,5	19,2	24,7	27,5	40,3	20,4	18,4	17,3	18,2	24,1
2015	23,8	21,1	41,3	14	17,7	20	24,2	26,2	35,7	28,6	17,7	29,1	28,7	28,9	30,9	29,3	18,5	28,2	23	16,4	18,3	23,4	26,6	37,4	19,2	18,4	16,8	18,6	23,5
2016	23,5	20,9	40,4	13,3	16,8	19,7	24,4	24,4	35,6	27,9	18,2	27,9	30	27,7	28,5	30,1	19,8	26,3	20,3	16,7	18	21,9	25,1	38,8	18,4	18,1	16,6	18,3	22,2
2017	22,4	20,6	38,9	12,2	17,2	19	23,4	22,7	34,8	26,6	17	26,4	28,9	25,2	28,2	29,6	21,5	25,6	19,3	17	18,1	19,5	23,3	35,7	17,1	16,3	15,7	17,7	22
2018	21,8	20	32,8	12,2	17	18,7	24,4	21,1	31,8	26,1	17,4	24,8	27,3	23,9	28,4	28,3	21,9	19,6	19	16,7	17,5	18,9	21,6	32,5	16,2	16,3	16,5	18	23,1
2019	–	–	32,5	12,5	16,3	–	24,3	–	30	25,3	–	23,3	–	22,3	27,3	26,3	–	18,9	20,1	16,5	16,9	18,2	21,6	31,2	14,4	–	15,6	18,8	–

Источник: данные Евростата [Электронный ресурс]. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/t2020_50/default/table?lang=en (дата обращения: 19.08.2020).

уровень бедности за исследуемый период заметно вырос, является Люксембург, где этот показатель увеличился с 15,8 % в 2003 г. до 21,9 % в 2018 г.

Динамика уровня бедности в странах Евросоюза в абсолютных значениях представлена в таблице 7. Из нее следует, что общее число бедных в Евросоюзе в целом с 2008 по 2012 г. увеличилось примерно на 7,7 млн человек, после чего сократилось на 13,9 млн человек к 2018 г. и составило 109,9 млн человек. Среди стран ЕС, занимающих первые пять мест по объему ВВП, динамика численности бедных следующая: Германия — увеличение на 231 тысячу человек (2005–2018), Франция — снижение на 552 тысячи человек (2004–2018), Великобритания — увеличение на 593 тысячи человек (2004–2018), Италия — увеличение на 1,31 млн человек (2004–2018), Испания — увеличение на 1,49 млн человек (2004–2019).

При этом общая численность бедных в Болгарии, Латвии, Литве, Венгрии, Польше и Румынии снизилась в 2005–2018 гг. в общей сложности на 19,3 млн человек. Следовательно, можно констатировать, что с начала 2000-х гг. и по настоящее время динамика численности бедных в Евросоюзе была неравномерной в ряде стран, в основном увеличиваясь в странах-лидерах по объему ВВП (за исключением Франции) и заметно снижаясь в некоторых государствах Восточной Европы и Прибалтики. Черта бедности дифференцируется по разным странам — членам ЕС. Данные о величине черты бедности в государствах Евросоюза в динамике представлены в таблице 8.

Цифры, указанные в таблице 8, говорят о том, что в 2008 г. наименьшая величина черты бедности наблюдается в Румынии (1 837 евро по ППС), а наибольшая — в Люксембурге (16 166 евро по ППС). Разрыв между этими двумя показателями составлял 8,8 раз. В 2018 г. наименьшая и наибольшая величина черты бедности также в Румынии и Люксембурге (3 767 евро по ППС и 19 295 евро по ППС соответственно). Разница между показателями — 5,1 раза. В пятерке стран — лидеров ЕС по объему ВВП черта бедности в 2018 г. следующая: Германия — 13 188 евро по ППС, Франция — 12 134 евро по ППС, Великобритания — 11 054 евро по ППС, Италия — 10 029 евро по ППС, Испания — 9 618 евро по ППС.

Размер черты бедности в 2008–2018 гг. увеличился в 25 странах ЕС из 28 и снизился в три раза. В Греции размер черты бедности заметно уменьшился (с 7 219 до 5 859 евро по ППС), что, вероятнее всего, напрямую связано с последствиями долгового кризиса в данной стране, начавшегося в 2010 г. и приведшего в том числе к заметному сокращению доходов населения. На Кипре за исследуемые десять лет размер черты бедности снизился на 442 евро по ППС (с 10 945 до 10 503 евро по ППС). В Великобритании этот показатель уменьшился на 72 евро.

4. Стратегии–2020 по борьбе с бедностью в Европейском союзе и России

В июне 2010 г. на заседании Европейского совета одобрена Стратегия экономического развития Евросоюза до 2020 года «Европа–2020». Одна из пяти главных целей данной Стратегии — снижение численности бедных в Евросоюзе на 20 млн человек к 2020 г. [20]. Значительное снижение численности бедных к 2020 г. было одним из целевых ориентиров социальной политики, согласно утвержденной Правительством РФ в ноябре 2008 г. Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года, больше известной как Стратегия–2020 [21]. По данной концепции, уровень абсолютной бедности в России к 2020 г. должен был быть снижен с 13,4 % до 6–7 % [21]. В таблице 9 представлены промежуточные результаты выполнения стратегических целей в области борьбы с бедностью в Европейском союзе и России.

Сведения, приведенные в таблице 9, говорят о том, что за два года до установленных в Стратегии «Европа–2020» и «Стратегия–2020» сроков выполнения целей по снижению уровня бедности ни в Евросоюзе, ни в России целевые показатели еще не достигнуты. Численность бедных в Евросоюзе в 2018 г. уменьшилась на 8 млн человек по сравнению с 2010 г., когда утверждена стратегия «Европа–2020», при целевом показателе 20 млн человек. Уровень абсолютной бедности в России в 2018 г. по сравнению с 2008 г., когда утверждена «Стратегия–2020», снизился на 0,8 % (до 12,6 %). Целевой показатель, согласно «Стратегии–2020», составляет 6–7 %.

С учетом выявленной динамики данных показателей можно с высокой долей вероятности прогнозировать невыполнение стратегических целей по снижению уровня бедности и в Евросоюзе, и в России. При рассмотрении показателей уровня бедности, представленных в таблице 9, нельзя не учитывать существенную разницу в величине черты бедности в России и странах Евросоюза. В странах Евросоюза черта бедности в 2018 г. варьировалась от 3 767 до 19 295 евро по ППС. В России черта бедности — величина прожиточного минимума в 2018 г., которая составляла 10 287 рублей или примерно 139 евро по среднегодовому курсу [4].

Таблица 7

Динамика численности бедных в странах Европейского союза в 2003–2019 гг., тыс. чел. [18]

Год	Евросоюз	Бельгия	Болгария	Чехия	Дания	Германия	Эстония	Ирландия	Греция	Испания	Франция	Хорватия	Италия	Кипр	Латвия	Литва	Люксембург	Венгрия	Мальта	Нидерланды	Австрия	Польша	Португалия	Румыния	Словения	Словакия	Финляндия	Швеция	Великобритания
2003	–	2 405	–	–	899	–	–	978	3 483	–	–	–	–	–	–	–	70	–	–	–	1 244	–	–	–	–	–	–	–	–
2004	–	2 257	–	–	880	–	352	1 007	3 283	10 558	11 597	–	15 131	–	–	–	71	–	–	–	1 448	–	2 876	–	–	–	885	1 521	–
2005	–	2 338	–	1 988	921	15 022	347	1 038	3 131	10 481	11 127	–	14 891	188	1 027	1 400	77	3 185	81	2 705	1 416	17 080	2 745	–	362	1 724	887	1 325	14 530
2006	–	2 247	4 734	1 832	896	16 444	293	991	3 154	10 519	11 184	–	15 141	193	927	1 217	74	3 121	78	2 603	1 454	14 938	2 640	–	343	1 439	886	1 489	14 193
2007	–	2 261	4 663	1 613	905	16 760	293	1 005	3 064	10 373	11 382	–	15 222	195	765	967	73	2 916	79	2 558	1 376	12 958	2 653	9 940	335	1 152	907	1 264	13 527
2008	116 070	2 194	3 421	1 566	887	16 345	291	1 050	3 046	10 786	11 150	–	15 082	181	740	910	72	2 794	81	2 432	1 699	11 491	2 757	9 115	361	1 111	910	1 528	14 069
2009	114 390	2 145	3 511	1 448	962	16 217	312	1 150	3 007	11 336	11 200	–	14 799	188	808	943	85	2 924	82	2 483	1 577	10 454	2 648	8 795	339	1 061	886	1 641	13 389
2010	117 907	2 235	3 719	1 495	1 007	15 962	289	1 220	3 031	12 029	11 712	1 322	14 891	202	798	1 068	83	2 948	86	2 483	1 566	10 409	2 693	8 425	366	1 118	890	1 648	14 211
2011	120 858	2 271	3 693	1 598	969	16 074	307	1 319	3 403	12 363	11 840	1 384	16 858	207	821	1 011	84	3 093	90	2 598	1 593	10 196	2 601	8 265	386	1 112	949	1 730	14 044
2012	123 774	2 356	3 621	1 580	965	15 909	311	1 382	3 795	12 628	11 760	1 384	17 975	234	731	975	95	3 272	94	2 492	1 542	10 128	2 667	8 673	392	1 109	916	1 679	15 099
2013	122 852	2 286	3 493	1 508	1 025	16 212	313	1 377	3 904	12 630	11 245	1 271	17 229	240	702	917	96	3 398	102	2 648	1 572	9 748	2 879	8 392	410	1 070	854	1 748	15 586
2014	122 026	2 339	2 909	1 532	1 006	16 508	338	1 279	3 885	13 402	11 540	1 243	17 146	234	645	804	96	3 097	101	2 751	1 609	9 337	2 863	8 043	410	960	927	1 752	15 271
2015	119 077	2 336	2 982	1 444	999	16 083	315	1 230	3 829	13 175	11 048	1 216	17 469	244	606	857	95	2 735	99	2 744	1 551	8 761	2 765	7 435	385	963	904	1 813	14 997
2016	118 060	2 330	2 890	1 375	951	16 035	318	1 160	3 789	12 827	11 463	1 159	18 137	234	554	871	114	2 541	90	2 797	1 542	8 221	2 595	7 694	371	950	896	1 799	14 359
2017	112 930	2 300	2 767	1 267	980	15 516	305	1 088	3 702	12 236	10 717	1 085	17 407	215	544	843	126	2 465	87	2 864	1 563	7 273	2 399	7 040	345	856	849	1 765	14 325
2018	109 870	2 247	2 315	1 264	973	15 253	318	1 026	3 349	12 047	11 045	1 008	16 441	206	543	794	126	1 887	89	2 833	1 512	6 976	2 223	6 360	326	872	894	1 822	15 123
2019	–	–	2 279	1 306	939	–	318	–	3 162	11 765	–	928	–	194	518	734	–	1 808	97	2 817	1 472	6 691	2 215	6 073	293	–	849	1 919	–

Источник: Евростат [Электронный ресурс]. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/t2020_50/default/table?lang=en (дата обращения: 19.08.2020).

Таблица 8

Величина черты бедности в странах Европейского союза в 2008–2019 гг., евро в месяц по паритету покупательной способности (ППС) [19]

Год	Бельгия	Болгария	Чехия	Дания	Германия	Эстония	Ирландия	Греция	Испания	Франция	Хорватия	Италия	Кипр	Латвия	Литва	Люксембург	Венгрия	Мальта	Нидерланды	Австрия	Польша	Португалия	Румыния	Словения	Словакия	Финляндия	Швеция	Великобритания
2008	10 046	2 859	5 835	10 561	10 804	4 538	10 901	7 219	9 026	10 496	–	9 158	10945	4 283	4 111	16 166	3 958	7 958	11 485	11 359	4 039	5 702	1 837	8 287	4 058	9 933	10 495	11 126
2009	10 501	3 436	5 666	10 751	10 770	4 861	10 386	7 521	9 338	10 644	–	9 140	11256	4 279	4 289	16 265	4 097	8 146	11 618	11 683	4 417	5 655	2 066	8 599	4 694	10 421	10 885	10 091
2010	10 399	3 531	5 796	10 770	10 544	4 448	10 102	7 559	8 967	10 669	4 567	9 135	10816	3 525	3 611	15 961	4 025	8 023	11 288	11 710	4 547	5 837	2 122	8 009	5 016	10 327	10 535	9 521
2011	10 895	3 499	5 993	11 510	11 037	4 491	9 999	6 976	8 655	10 897	4 454	9 466	11497	3 566	3 641	15 961	4 281	8 417	11 300	12 255	4 993	5 773	2 186	8 364	5 385	10 760	10 819	9 466
2012	11 038	3 418	6 188	11 537	11 525	4 734	9 912	6 038	8 582	11 271	4 417	9 297	11444	3 661	4 034	15 948	4 563	8 760	11 387	12 361	5 181	5 877	2 226	8 563	5 879	11 146	11 366	9 868
2013	11 738	3 540	6 481	11 846	11 687	5 164	10 039	5 427	8 550	11 516	4 448	9 189	10299	3 868	4 369	16 818	4 366	9 149	11 536	12 542	5 495	5 892	2 332	8 527	5 743	11 507	12 017	10 060
2014	11 755	4 052	6 654	11 992	11 530	5 545	9 939	5 204	8 517	11 584	4 644	9 152	9457	4 392	4 557	16 962	4 535	9 412	11 283	12 997	5 736	6 075	2 408	8 597	5 883	11 550	11 718	10 138
2015	11 953	4 129	6 991	12 231	12 219	6 259	10 594	5 281	8 678	11 931	4 952	9 237	9188	4 855	4 951	17 571	4 751	10 052	11 632	13 189	5 970	6 190	2 614	9 061	6 132	11 658	12 092	10 669
2016	12 801	4 045	7 487	12 813	12 691	7 120	11 038	5 429	9 208	12 373	5 391	9 742	9704	5 554	5 618	17 198	4 960	10 358	12 713	13 842	6 519	6 483	2 835	9 150	6 280	11 998	12 573	10 378
2017	12 543	4 520	7 584	12 573	12 799	7 448	10 919	5 421	9 316	12 214	5 666	9 913	10126	5 549	5 891	17 641	4 999	10 739	12 717	14 017	6 648	6 495	3 189	9 147	5 763	11 896	12 142	10 824
2018	12 812	4 331	7 958	12 988	13 188	8 027	11 679	5 547	9 618	12 134	5 922	10 029	10503	6 018	6 421	19 295	5 162	10 759	12 917	13 923	6 908	6 481	3 767	9 463	5 846	12 029	12 248	11 054
2019	–	5 022	8 421	13 423	–	8 544	–	5 859	9 703	–	6 440	–	11154	6 619	6 905	–	5 616	11 153	13 116	14 212	7 401	6 961	4 403	9 980	–	12 217	12 248	–

Источник: Евростат [Электронный ресурс]. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tessi014/default/table?lang=en (дата обращения: 19.08.2020).

Таблица 9

Сравнительная динамика показателей бедности в Евросоюзе и России в 2008–2018 гг. [11; 18; 20; 21]

Год	Евросоюз, численность бедных, млн чел.	Россия, численность бедных, млн чел.	Евросоюз, доля бедных, % от общей численности населения	Россия, % от общей численности населения
2008	116,1	19,0	23,7	13,4
2009	114,4	18,4	23,3	13
2010	117,9	17,7	23,8	12,5
2011	120,9	17,9	24,3	12,7
2012	123,8	15,4	24,8	10,7
2013	122,9	15,5	24,6	10,8
2014	122,0	16,3	24,4	11,3
2015	119,1	19,6	23,8	13,4
2016	118,1	19,4	23,5	13,2
2017	112,9	18,9	22,4	12,9
2018	109,9	18,4	21,8	12,6
Целевые показатели стратегических целей к 2020 г.	**97,9**	**–**	**–**	**6–7**

Источник: Евростат [Электронный ресурс]. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tessi014/default/table?lang=en (дата обращения: 19.08.2020); [11].

Выводы

1. Подход к определению уровня бедности как числа граждан с доходами ниже черты прожиточного минимума, который используется также в Украине и России, может вести к искажению данных о реальном состоянии такого явления. В этом случае размер прожиточного минимума, его структура и регулярность их пересмотра с учетом изменившейся структуры потребления устанавливаются органами законодательной и/или исполнительной власти, т. е. теми структурами, которые в том числе отвечают за реализацию государственной политики по борьбе с бедностью. Следовательно, у органов власти может появиться заинтересованность в изменении численности граждан с доходами ниже черты бедности с помощью механической корректировки величины данной черты или методики ее расчета. Такие примеры приведены в настоящем и ранее проведенных исследованиях [4; 11; 12; 22].

2. Расчет показателей уровня бедности на основе сведений о потребительских расходах позволяет получить более точные данные об уровне бедности в стране в условиях, когда заметную долю доходов граждан могут формировать переводы физических лиц из-за рубежа, не отражающиеся в официальной статистике доходов населения.

3. Сравнительный анализ динамики уровня бедности в России, Украине, Молдове и Беларуси в 2006–2018 гг. показывает, что во всех четырех исследуемых странах уровень бедности в 2013 г. сократился по сравнению с 2006 г. При этом в Украине и Молдове темпы снижения данного показателя были большими, чем в России и Беларуси. В 2014–2015 гг. вследствие тяжелых экономических последствий военного конфликта на Юго-Востоке Украины и обновления методики расчета уровня бедности данный показатель в Украине достиг пиковых значений, превышающих 50 % от общей численности населения страны, снизившись к 2018 г. почти вдвое. В Молдове обновленная методика расчета уровня абсолютной бедности привела к росту этого показателя в 2014 г. в 2,3 раза по сравнению с 2013 г. Динамика уровня бедности в России и Беларуси более синхронизирована по сравнению с Украиной и Молдовой.

4. С начала 2000-х гг. и по настоящее время динамика численности бедных в Евросоюзе неравномерна по отдельным странам, в основном с увеличением в странах — лидерах Союза по объему ВВП (за исключением Франции) и заметным снижением в ряде стран Восточной Европы и Прибалтики. Единая методика расчета уровня бедности во всех странах ЕС (в отличие от стран — членов ЕАЭС и СНГ, использующих разные методики) позволяет делать более глубокий сравнительный анализ динамики уровня бедности в разных странах — членах Евросоюза, а также вырабатывать более точные рекомендации в области политики по борьбе с бедностью, как для органов власти Европейского союза, так и для национальных органов государств — членов ЕС.

5. С учетом выявленной динамики уровня бедности в Евросоюзе и России можно с высокой долей вероятности прогнозировать невыполнение стратегических целей по снижению

уровня бедности и в Евросоюзе, и в России. В 2018 г. численность бедных в Евросоюзе снизилась на 8 млн человек по сравнению с 2010 г. при целевом показателе 20 млн на 2020 г., закрепленном в стратегии «Европа–2020». В России в 2018 г. доля граждан за чертой абсолютной бедности составляла 12,6 % при целевом показателе 6–7 % на 2020 г., закрепленном в «Стратегии–2020».

Рекомендации

1. Для исключения возможности заинтересованных органов власти влиять на динамику показателя уровня бедности через изменения его пороговых значений в зависимости от существующей экономической или политической конъюнктуры следует перейти к комплексной оценке данного показателя в России. В частности, использовать величину прожиточного минимума как черту «крайней бедности» или «минимума физиологического выживания». Законодательно закрепить право всех граждан России на получение дохода не ниже прожиточного минимума, привязав к нему минимальный размер заработной платы, пенсий, детских пособий, стипендий и иных социальных выплат. Одновременно с этим использовать уровень относительной бедности (как численность граждан с доходами ниже определенной доли медианного дохода) в качестве базового показателя для разработки мер государственной политики по борьбе с бедностью. Включить оба показателя в систему показателей состояния экономической безопасности России и целевых показателей, характеризующих достижение национальных целей РФ, с внесением соответствующих изменений в законодательные и иные нормативные акты.

2. В целях улучшения координации усилий стран — членов ЕАЭС в области борьбы с бедностью, получения более точных и поддающих сравнительному межстрановому анализу данных рассмотреть возможность создания в рамках ЕАЭС Евразийской статистической службы (по аналогии с Евростатом в Европейском союзе), занимающейся сбором статистических данных и унификацией статистических методов среди стран — членов ЕАЭС.

Литература

1. О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года [Электронный ресурс]: указ Президента Российской Федерации от 21 июля 2020 г. № 474 // Администрация Президента России: офиц. сайт. URL: http://kremlin.ru/acts/bank/45726 (дата обращения: 19.08.2020).
2. О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года [Электронный ресурс]: указ Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 г. № 204 // Справ.-правовая система «Гарант». URL: http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71837200/ (дата обращения: 19.08.2020).
3. О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года [Электронный ресурс]: указ Президента Российской Федерации от 13 мая 2017 г. № 208 // Администрация Президента России: офиц. сайт. URL: http://kremlin.ru/acts/bank/41921 (дата обращения: 19.08.2020).
4. *Цветков В. А.*, *Зоидов К. Х.*, *Янкаускас К. С.*, *Кобил Ш.* Оценка уровня бедности как критерия социальной составляющей экономической безопасности российских регионов и стран ЕАЭС // Экономика и управление. 2019. № 7 (165). С. 4–14. DOI: 10.35854/1998-1627-2019-7-4-14
5. Методологічні пояснення: держстат України [Электронный ресурс]. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/gdvdg_rik/dvdg_u/dvdg_met2007.html (дата обращения: 19.08.2020).
6. Про прожитковий мінімум [Электронный ресурс]: закон України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/966-14#Text (дата обращения: 19.08.2020).
7. Про державну соціальну допомогу малозабезпеченим сім'ям [Электронный ресурс]: закон України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1768-14#Text (дата обращения: 19.08.2020).
8. Фактичний розмір прожиткового мінімуму у 2015–2020 роках [Электронный ресурс]. URL: https://www.msp.gov.ua/news/12286.html (дата обращения: 19.08.2020).
9. Диференціація життевого рівня населення [Электронный ресурс]: держстат України, 1999–2013. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/gdvdg_rik/dvdg_u/duf2010_u.htm (дата обращения: 19.08.2020).
10. Диференціація життевого рівня населення [Электронный ресурс]: держстат України, 2010–2014. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/gdvdg_rik/dvdg_u/duferen2006_u.htm (дата обращения: 19.08.2020).
11. *Цветков В. А.*, *Зоидов К. Х.*, *Янкаускас К. С.*, *Кобил Ш.* Моделирование циклической динамики уровня бедности как социального показателя экономической безопасности России // Экономика и управление. 2018. № 11 (157). С. 4–18.
12. *Янкаускас К. С.* Уровень бедности как социальный показатель состояния экономической безопасности в современной России: существующие методики расчета, динамика показателей и региональная дифференциация // Проблемы рыночной экономики. 2020. № 1. С. 69–80. DOI: 10.33051/2500-2325-2020-1-69-80
13. Nivelul sărăciei în Republica Moldova în 2014–2018. Biroul Național de Statistică al Republici Moldova [Электронный ресурс]. URL: https://statistica.gov.md//newsview.php?l=ro&idc=168&id=6698 (дата обращения: 19.08.2020).

14. Statistical databank. Social statistics [Электронный ресурс]. URL: http://statbank.statistica.md/PxWeb/pxweb/en/30%20Statistica%20sociala/30%20Statistica%20sociala__04%20NIV__04%20NIV%202019__NIV030/ (дата обращения: 19.08.2020).
15. Миграция и денежные переводы. Восточная Европа и бывший Советский Союз / под ред. Али Мансура, Брюса Куиллина / пер. с англ. М.: Весь Мир, 2009. 211 с.
16. О прожиточном минимуме в Республике Беларусь [Электронный ресурс]: закон Республики Беларусь. URL: http://mintrud.gov.by/system/extensions/spaw/uploads/files/Zakon-Respubliki-Belarus-ot-6-janvarja-1999-g.-O-prozhitochnom-minimume-v-Respublike-Belarus-2.pdf (дата обращения: 19.08.2020).
17. Уровень малообеспеченности населения. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. URL: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/makroekonomika-i-okruzhayushchaya-sreda/uroven-zhizni-naseleniya/graficheskiy-material-grafiki-diagrammy/uroven-maloobespechennosti-naseleniya/ (дата обращения: 19.08.2020).
18. People at risk of poverty or social exclusion. Eurostat [Электронный ресурс]. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/t2020_50/default/table?lang=en (дата обращения: 19.08.2020).
19. At-risk-of-poverty threshold – EU-SILC survey Eurostat [Электронный ресурс]. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tessi014/default/table?lang=en (дата обращения: 19.08.2020).
20. Europe 2020. A European strategy for smart, sustainable and inclusive growth [Электронный ресурс]. URL: https://ec.europa.eu/eu2020/pdf/COMPLET%20EN%20BARROSO%20%20%20007%20-%20Europe%202020%20-%20EN%20version.pdf (дата обращения: 19.08.2020).
21. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года [Электронный ресурс]. URL: http://static.government.ru/media/files/aaooFKSheDLiM99HEcyrygytfmGzrnAX.pdf (дата обращения: 19.08.2020).
22. *Цветков В. А.*, *Зоидов К. Х.*, *Янкаускас К. С.*, *Кобил Ш.* Сравнительный анализ показателей уровня бедности и социального неравенства в субъектах Российской Федерации как критерия экономической безопасности государства // Экономика и управление. 2019. № 12 (170). С. 5–19. DOI: 10.35854/1998-1627-2019-12-5-19

References

1. On the national development goals of the Russian Federation for the period up to 2030. Decree of the President of the Russian Federation of July 21, 2020 No. 474. URL: http://kremlin.ru/acts/bank/45726 (accessed on 19.08.2020). (In Russ.).
2. On national goals and strategic objectives for the development of the Russian Federation for the period up to 2024. Decree of the President of the Russian Federation of May 7, 2018 No. 204. URL: http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71837200/ (accessed on 19.08.2020). (In Russ.).
3. On the Strategy of economic security of the Russian Federation for the period up to 2030. Decree of the President of the Russian Federation of May 13, 2017 No. 208. URL: http://kremlin.ru/acts/bank/41921 (accessed on 19.08.2020). (In Russ.).
4. Tsvetkov V.A., Zoidov K.Kh., Yankauskas K.S., Kobil Sh. Assessment of the poverty level as a criterion of the social component of the economic security of the Russian regions and the EAEU countries. *Ekonomika i upravlenie = Economics and Management.* 2019;(7):4-14. (In Russ.). DOI: 10.35854/1998-1627-2019-7-4-14
5. Methodological explanations. State Statistics Service of Ukraine. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/gdvdg_rik/dvdg_u/dvdg_met2007.html (accessed on 19.08.2020). (In Ukrainian).
6. On the subsistence level. The law of Ukraine. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/966-14#Text (accessed on 19.08.2020). (In Ukrainian).
7. On state social assistance to low-income families. The law of Ukraine. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1768-14#Text (accessed on 19.08.2020). (In Ukrainian).
8. The actual size of the subsistence level in 2015-2020. URL: https://www.msp.gov.ua/news/12286.html (accessed on 19.08.2020). (In Ukrainian).
9. Differentiation of living standards. State Statistics Service of Ukraine, 1999-2013. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/gdvdg_rik/dvdg_u/duf2010_u.htm (accessed on 19.08.2020). (In Ukrainian).
10. Differentiation of living standards. State Statistics Service of Ukraine, 2010-2014. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/gdvdg_rik/dvdg_u/duferen2006_u.htm (accessed on 19.08.2020). (In Ukrainian).
11. Tsvetkov V.A., Zoidov K.Kh., Yankauskas K.S., Kobil Sh. Modeling the cyclical dynamics of poverty as a social indicator of Russia's economic security. *Ekonomika i upravlenie = Economics and Management.* 2018;(11):4-18. (In Russ.).
12. Yankauskas K.S. Poverty level as a social indicator of the state of economic security in modern Russia: Existing calculation methods, dynamics of indicators and regional differentiation. *Problemy rynochnoi ekonomiki = Market Economy Problems.* 2010;(1):69-80. (In Russ.). DOI: 10.33051/2500-2325-2020-1-69-80
13. Poverty level in the Republic of Moldova in 2014-2018. National Bureau of Statistics of the Republic of Moldova. URL: https://statistica.gov.md//newsview.php?l=ro&idc=168&id=6698 (accessed on 19.08.2020). (In Moldav.).
14. Social statistics. Statistical databank. URL: http://statbank.statistica.md/PxWeb/pxweb/en/30%20Statistica%20sociala/30%20Statistica%20sociala__04%20NIV__04%20NIV%202019__NIV030/ (accessed on 19.08.2020).

15. Mansoor A., Quillin B., eds. Migration and remittances: Eastern Europe and the former Soviet Union. Washington, DC: World Bank; 2007. 224 p. (Russ. ed.: Mansoor A., Quillin B., eds. Migratsiya i denezhnye perevody. Vostochnaya Evropa i byvshii Sovetskii Soyuz. Moscow: Ves' Mir; 2009. 211 p.).
16. On the subsistence level in the Republic of Belarus. Law of the Republic of Belarus. URL: http://mintrud.gov.by/system/extensions/spaw/uploads/files/Zakon-Respubliki-Belarus-ot-6-janvarja-1999-g.-O-prozhitochnom-minimume-v-Respublike-Belarus-2.pdf (accessed on 19.08.2020).
17. Poverty level of the population. National Statistical Committee of the Republic of Belarus. URL: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/makroekonomika-i-okruzhayushchaya-sreda/uroven-zhizni-naseleniya/graficheskiy-material-grafiki-diagrammy/uroven-maloobespechennosti-naseleniya/ (accessed on 19.08.2020).
18. People at risk of poverty or social exclusion. Eurostat. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/t2020_50/default/table?lang=en (accessed on 19.08.2020).
19. At-risk-of-poverty threshold – EU-SILC survey. Eurostat. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tessi014/default/table?lang=en (accessed on 19.08.2020).
20. Europe 2020: A European strategy for smart, sustainable and inclusive growth. URL: https://ec.europa.eu/eu2020/pdf/COMPLET%20EN%20BARROSO%20%20%20007%20-%20Europe%202020%20-%20EN%20version.pdf (accessed on 19.08.2020).
21. The concept of long-term socio-economic development of the Russian Federation for the period up to 2020. URL: http://static.government.ru/media/files/aaooFKSheDLiM99HEcyrygytfmGzrnAX.pdf (accessed on 19.08.2020). (In Russ.).
22. Tsvetkov V.A., Zoidov K.Kh., Yankauskas K.S., Kobil Sh. Comparative analysis of poverty and social inequality indicators in the constituent entities of the Russian Federation as a criterion of national economic security. *Ekonomika i upravlenie = Economics and Management.* 2019;(12):5-19. (In Russ.). DOI: 10.35854/1998-1627-2019-12-5-19

Сведения об авторах

Цветков Валерий Анатольевич

доктор экономических наук, профессор,
член-корреспондент РАН, директор

Институт проблем рынка Российской академии наук

117418, Москва, Нахимовский пр., д. 47, Россия

(✉) e-mail: tsvetkov@ipr-ras.ru

Зоидов Кобилжон Ходжиевич

кандидат физико-математических наук, доцент,
заведующий лабораторией

Институт проблем рынка Российской академии наук

117418, Москва, Нахимовский пр., д. 47, Россия

(✉) e-mail: kobiljonz@mail.ru

Янкаускас Константинас Стасисович

научный сотрудник

Институт проблем рынка Российской академии наук

117418, Москва, Нахимовский пр., д. 47, Россия

e-mail: jankauskas.ipr.ras@gmail.com

Кобил Шабнами

научный сотрудник

Институт проблем рынка Российской академии наук

117418, Москва, Нахимовский пр., д. 47, Россия

(✉) e-mail: shabnam.91@list.ru

Поступила в редакцию 31.08.2020
Подписана в печать 14.09.2020

Information about Authors

Valeriy A. Tsvetkov

Doctor of Sciences (Economics), Professor,
Correspondent Member of the RAS, Director

Market Economy Institute of the Russian Academy of Sciences

47 Nakhimovsky Ave., Moscow, 117418, Russia

(✉) e-mail: tsvetkov@ipr-ras.ru

Kobilzhon Kh. Zoidov

Candidate of Sciences (Physical and Mathematical),
Associate Professor, Head of the Laboratory

Market Economy Institute of the Russian Academy of Sciences

47 Nakhimovsky Ave., Moscow, 117418, Russia

(✉) e-mail: kobiljonz@mail.ru

Konstantinas S. Yankauskas

Researcher

Market Economy Institute of the Russian Academy of Sciences

47 Nakhimovsky Ave., Moscow, 117418, Russia

(✉) e-mail: jankauskas.ipr.ras@gmail.com

Shabnami Kobil

Researcher

Market Economy Institute of the Russian Academy of Sciences

47 Nakhimovsky Ave., Moscow, 117418, Russia

(✉) e-mail: shabnam.91@list.ru

Received 31.08.2020
Accepted 14.09.2020

УДК 338.2 http://doi.org/10.35854/1998-1627-2020-9-940-951

О деятельности основных групп кластеров в России как ключевого инструмента реализации политики импортозамещения и инновационной политики

Путинцева Н. А.[1], Ушакова Е. В.[2]

[1] *Санкт-Петербургский политехнический университет, Санкт-Петербург, Россия*

[2] *Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики, Санкт-Петербург, Россия*

В процессе исследования подведены итоги реализации в России политики импортозамещения и инновационной политики. Установлено, что создаваемые и поддерживаемые государством кластерные структуры призваны решить в первую очередь проблемы импортозамещения и становления в стране инновационной экономики.

Цель. Оценить перспективы развития кластерных инициатив как ключевого инструмента реализации в стране политики импортозамещения и инновационной политики.

Задачи. Изучить роль и значение кластеров в развитии регионов и стран; обобщить теоретические представления о кластерных структурах; представить этапы становления кластерных инициатив в современной России; проанализировать итоги становления промышленных и инновационных кластеров; сделать выводы о проблемах реализации инновационной политики; предложить рекомендации, способные простимулировать в России развитие кластерных инициатив и становление инновационной экономики.

Методология. С помощью общих методов научного познания проанализированы итоги становления кластерных структур, призванных способствовать реализации в России инновационной политики и политики импортозамещения; предложены возможные направления и инструменты становления в стране Индустрии 4.0.

Результаты. В процессе исследования выявлено, что задача импортозамещения промышленными кластерами решена неудовлетворительно. Эффективная поддержка деятельности инновационных кластеров также не способствовала росту доли создаваемой в России инновационной продукции. Вместе с тем очевиден тот факт, что для достижения эффекта от реализации инновационной политики и политики импортозамещения требуется не менее 10–15 лет. Данное обстоятельство не позволяет сделать окончательный вывод об эффективности исследуемых политик, а соответственно, оценить в целом деятельность кластерных структур в стране.

Выводы. По результатам исследования сделан вывод о том, что в России необходимы не экстрактивные институты развития, сдерживающие развитие страны, гражданскую и предпринимательскую инициативу, а инклюзивные институты развития, практически отсутствующие в государстве, которые позволяют гражданам, организациям, компаниям влиять на экономические и политические процессы. Особая государственная поддержка сегодня требуется и быстрорастущим технологическим компаниям среднего размера («техногазелям»), которые в ближайшие 10–15 лет могут стать источником экономического роста внутри страны и фактором глобальной конкурентоспособности на мировом рынке. Без их активного развития невозможно выстроить Индустрию 4.0.

Ключевые слова: *кластер*, *инновация*, *Индустрия 4.0*, *кооперация*, *импортозамещение.*

Для цитирования: Путинцева Н. А., Ушакова Е. В. О деятельности основных групп кластеров в России как ключевого инструмента реализации политики импортозамещения и инновационной политики // *Экономика и управление.* 2020. Т. 26. № 9. С. 940–951. http://doi.org/10.35854/1998-1627-2020-9-940-951

On the Activity of Major Cluster Groups in Russia as a Key Tool for Implementing Import Substitution and Innovation Policies

Putintseva N. A.[1], Ushakova E. V.[2]

[1] *Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, St. Petersburg, Russia*

[2] *St. Petersburg University of Management Technologies and Economics, St. Petersburg, Russia*

The presented study summarizes the results of the implementation of import substitution and innovation policies in Russia. It is established that cluster structures created and supported by the state are

primarily meant to solve the problems of import substitution and innovative economy formation in the country.

Aim. The study aims to assess the prospects for the development of cluster initiatives as a key tool for implementing import substitution and innovation policies in the country.

Tasks. The authors examine the role and importance of clusters in the development of regions and countries; summarize theoretical models of cluster structures; determine stages in the development of cluster initiatives in modern Russia; analyze the results of the formation of industrial and innovative clusters; formulate conclusions regarding the problems of innovation policy implementation; provide recommendations to facilitate the development of cluster initiatives and innovative economy in Russia.

Methods. This study uses general scientific methods of cognition to analyze the results of the formation of cluster structures meant to facilitate the implementation of innovation and import substitution policies in Russia and proposes possible directions and tools for the formation of Industry 4.0 in the country.

Results. The study shows that the current solution to the problem of import substitution based on industrial clusters is unsatisfactory. Effective support for the activity of innovation clusters also does little to increase the share of innovative products created in Russia. At the same time, it will obviously take at least 10-15 years to see the effects of the implementation of innovation and import substitution policies, which makes it impossible to draw a definitive conclusion about the effectiveness of the examined policies or to assess the overall activity of cluster structures in the country.

Conclusions. Based on the results of the study, it is concluded that instead of extractive development institutions that hinder the country's development, civil and entrepreneurial initiatives, Russia needs inclusive development institutions that are now practically absent but would allow citizens, organizations, and companies to influence economic and political processes. Furthermore, special government support is required for the rapidly growing medium-sized tech companies, which can become a source of economic growth for the country and a factor of global competitiveness in the world market in the next 10-15 years. Without their active development, building Industry 4.0 is impossible.

Keywords: *cluster*, *innovation*, *Industry 4.0*, *cooperation*, *import substitution.*

For citation: Putintseva N.A., Ushakova E.V. On the Activity of Major Cluster Groups in Russia as a Key Tool for Implementing Import Substitution and Innovation Policies. *Ekonomika i upravlenie = Economics and Management.* 2020;26(9):940-951 (In Russ.). http://doi.org/10.35854/1998-1627-2020-9-940-951

Понятие и сущность кластера в экономике

Современная Россия сталкивается со множеством внешних и внутренних вызовов. Стране необходимы экономический и технологический прорыв, выход на темпы роста экономики выше среднемировых, эффективная реализация национальных проектов, увеличение экспорта продукции российских предприятий. Целый комплекс поставленных задач может быть решен посредством реализации в стране кластерных инициатив. К настоящему времени практически все развитые и развивающиеся страны, претендующие на статус лидеров в экономике шестого технологического уклада или Индустрии 4.0, активно стимулируют развитие инновационных кластеров.

Распространение кластерных инициатив (начиная с 1970-х гг.) стало следствием дезинтеграции вертикально-интегрированных компаний и структур по причине усложнения процесса производства продукции: многократно увеличились количество и ассортимент промежуточных изделий и компонентов, используемых в сборке конечных продуктов. В США больше половины предприятий задействованы в деятельности кластерных структур, и на этих предприятиях создается около 60 % ВВП страны. На территории Европейского союза около 38 % всей рабочей силы находят работу на предприятиях, входящих в те или иные кластеры. Экономика Финляндии, Норвегии, Швеции и Дании практически полностью охвачена кластеризацией. В странах с развитой экономикой, где кластеры начали создавать еще в 1980-е гг., свыше 60 % инновационных кластеров запущено только после 1999 г. [1].

С теоретической точки зрения кластерные теории служат составной частью теорий межрегиональной конкуренции, которые начали появляться преимущественно в зарубежных странах с 60-х гг. XX в. В свою очередь теории межрегиональной конкуренции — это развитие общей теории конкуренции, изложенной в работах А. Смита и Д. Рикардо. Теории и концепции кластерного развития изучают особые формы пространственной и структурной организации экономической деятельности в условиях глобализации и регионализации экономики (вертикально и горизонтально интегрированные структуры, кластеры, сети), их влияние на конкурентоспособность стран (регионов). Эти теории представлены прежде всего теорией промышленных кластеров в пространстве М. Портера, концепцией регионального кластера М. Энрайта, концепцией взаи-

Таблица 1

Сравнительная характеристика кластеров в Российской Федерации

Критерии сравнения	Пилотные инновационные территориальные кластеры, 2012 г.	Инновационные кластеры, 2016 г.	Промышленные кластеры, 2015 г.
Координатор программы государственной поддержки	Минэкономразвития		Минпромторг
Основные цели государственной поддержки	Развитие инновационной инфраструктуры	Увеличение объемов несырьевого экспорта; привлечение инвестиций	Импортозамещение; усиление промышленной кооперации; наращивание экспортного потенциала (2020 г.); производство продукции или компонентой базы для национальных проектов (2020 г.)
Требования к числу и составу участников кластеров	Не регламентированы, могут включать в себя: – предприятия; – вузы; – научные организации	Минимум 40 участников: – экспортно ориентированные предприятия; – вузы; – научные организации	Минимум 13 участников: десять промышленных предприятий; одна образовательная организация; две организации инфраструктуры
Кооперационные требования			Уровень кооперации не менее 20 %; рост производительности труда; увеличение высокопроизводительных рабочих мест (не менее 50 %)

модействия кластера и цепочки добавления стоимости Д. Хамфри и Э. Шмитца, моделью уровня конкуренции М. Сторпера [2].

В СССР основоположником теории территориально-производственных комплексов (ТПК), аналогов кластеров, был советский ученый Н. Н. Колосовский (1891–1954), определявший ТПК как взаимозависимое сочетание отраслей материального производства, распложенных на небольшой территории для достижения наибольшей эффективности реализации природных и трудовых ресурсов. ТПК СССР способствовали эффективному освоению территорий Западной Сибири и Дальнего Востока, обеспечили вовлечение этих территорий в единый народнохозяйственный комплекс страны и социально-экономического развития. Кластер и ТПК — это формы территориальной организации экономики, которые не противоречат друг другу. Кроме того, они вполне могут существовать параллельно. ТПК создаются в России и сегодня для комплексного освоения новых территорий.

В настоящее время в российском государстве кластер рассматривают как обособленную экономическую систему, интегрированную структуру, оказывающую существенное влияние на развитие государственной промышленной политики и экономики в целом. Нельзя не согласиться с мнением о том, что сегодня кластеризация становится основой в развитии региональных рынков [3; 4; 5; 6].

Важным документом, появившимся в 2008 г. и заложившим основы кластеризации в России, стала «Концепция долгосрочного социально-экономического развития страны до 2020 года». Уже в 2010 г. регионы Российской Федерации (РФ) начали получать федеральные субсидии для создания и функционирования центров кластерного развития как одного из инструментов поддержки малого и среднего предпринимательства. В 2012 г. стартовала федеральная программа поддержки развития пилотных инновационных территориальных кластеров. В 2014 г. впервые в российской практике дано официальное определение термина «промышленный кластер» и изложены возможности применения мер стимулирования его деятельности. В таблице 1 представлена сравнительная характеристика трех основных типов кластеров, сформировавшихся в России.

Сегодня в России реализуется более 110 кластерных инициатив, объединяющих свыше 3 000 организаций и предоставляющих около 1,3 млн рабочих мест [7].

Обзор деятельности основных групп кластеров в России

Промышленные кластеры

Главная задача промышленных кластеров в России — развитие кооперационных связей между предприятиями и реализация политики

Таблица 2

Использование производственных мощностей промышленных предприятий, % [8, с. 45]

Продукция	1980 г.	1990 г.	1993 г.	1997 г.	2000 г.
Сталь	95	94	69	68	77
Металлорежущие станки	87	81	54	16	17
Тракторы	98	81	42	8	19
Цемент	91	93	62	36	44
Обувь	89	87	48	27	29
Стиральные машины	88	87	51	12	–

Таблица 3

Доля импорта в потреблении по отдельным товарным группам в России, 2015 г. [8, с. 82]

Товарная группа	Доля импорта, %
Станкостроение	90
Тяжелое машиностроение	60–80
Легкая промышленность	70–90
Электронная промышленность	80–90
Фармацевтическая, медицинская промышленность	70–90
Машиностроение для пищевой промышленности	60–80
Продовольственные товары	Около 50

импортозамещения до 2020 г. С проблемой импортозависимости наша страна столкнулась в результате рыночных реформ 90-х гг. XX в. Реализация идей, связанных с тем, что рыночные механизмы управления решат все проблемы государства, минимизация его роли во всех сферах жизни общества, массовая приватизация привели практически к ликвидации многих отраслей обрабатывающей промышленности, способствовали деиндустриализации России и ряда постсоветских республик, стали механизмом самоустранения РФ из международной конкуренции.

В таблице 2 показана динамика изменения использования производственных мощностей промышленных предприятий России, которая говорит о глубоком упадке наиболее высокотехнологичных производств в 1990-е гг. по сравнению с производствами продукции низкой степени передела.

В современной России уровень загруженности производственных мощностей в среднем составляет не более 50 % [9]. В таблице 3 представлены данные о доле импорта в потреблении по отдельным товарным группам РФ за 2015 г.

Данные таблицы 3 позволяют сделать вывод о том, что в 2015 г., к началу реализации в России политики импортозамещения, такие отрасли, как станкостроение, тяжелое машиностроение, электронная, фармацевтическая, медицинская и легкая промышленность, не получили развития по причине преобладания аналогичной импортной продукции. Высокий уровень импортной зависимости показывали даже ключевые отрасли российской экономики (топливно-энергетическая и добывающая), от которых зависит наполняемость государственного бюджета, а соответственно, и будущее развитие страны.

Количество промышленных кластеров сегодня приближается к 50, они функционируют в 37 субъектах РФ [10]. Именно создание промышленного кластера и формализация сложившихся кооперационных цепочек дала возможность анализировать каждый технологический передел производства продукции и выявлять реальную потребность предприятий кластера в производстве различных изделий и комплектующих, принимать реальные меры по снижению доли импортных комплектующих, разрабатывать и замещать зарубежные технологии. Промышленный кластер позволил субъектам малого и среднего предпринимательства (МСП) взаимодействовать с представителями крупного бизнеса по вопросам производства для них конкретной продукции с определенными потребительскими свойствами. Как только крупное предприятие подтверждало факт приобретения продукции у предприятия МСБ, это взаимодействие трансформировалось в совместный кластерный проект.

Уникальность промышленного кластера заключается в том, что все предприятия, которые в него входили и занимались выпуском импортозамещающей продукции, получали возможность от государства субсидировать до 50 % понесенных затрат. Этот механизм делал инвестиционные проекты не только полезными, но и инвестиционно-привлекательными.

Инновационные кластеры

Деятельность кластеров второго поколения — инновационных кластеров направлена на ускорение трансформации объектов интеллектуаль-

Таблица 4

Результаты деятельности пилотных инновационных территориальных кластеров в 2013–2015 гг., в постоянных ценах [7, с. 18]

Показатели	2013	2014	2015
Выработка на одного работника организаций-участников, тыс. руб.	2 630	2 630	2 899
Объем произведенной продукции, работ и услуг, трлн руб.	1,54	1,71	1,97
Число новых/ модернизированных высокопроизводительных рабочих мест, тыс. ед.	27,2	32,7	36,1
Общий объем инвестиций в развитие кластеров, млрд руб.	31,35	34,06	33,21

ной собственности в конкретные инновации, востребованные потребителями на рынке, что тем самым позволяет фирмам-участникам кластера получить необходимые конкурентные преимущества. Развитие инновационного кластера подразумевает формирование или наличие мощного образовательного ядра и сквозной, ориентированной на инновации системы образования, что обеспечивает подготовку кадров для реализации наукоемких проектов.

В настоящее время стремления и попытки правительств многих стран, в том числе и РФ, создавать инновационные кластеры во многом понятны и правильны. Но следует учитывать, что на практике сформировать успешный кластер сложно. На развитие нормально функционирующего кластера требуются десятилетия: Силиконовая долина — около 100 лет, Кембриджский кластер (Великобритания) — около 40 лет. Однако реалии современной жизни, ускорение всех процессов, по мнению экспертов, позволяют получить отдачу от внедрения кластерных инициатив уже в течение 10–15 лет [11].

Пилотные инновационные территориальные кластеры (ПИТК) стали первым видом кластеров, начавших формироваться в рамках продекларированного в 2012 г. в России курса перевода экономики на инновационный путь развития. ПИТК рассматривались как приоритетные межотраслевые комплексы, которые могли бы определять и направлять развитие постиндустриальной отечественной экономики на национальном и региональном уровнях. Особенностью ПИТК, получавших государственную поддержку, стало то, что они формировались на основе бывших крупных и известных в свое время советских предприятий, используя их инфраструктуру и кадровый потенциал, а также малых предприятий. Каждый ПИТК имел отличительную организационную структуру и состав, так как регионы РФ значительно отличаются ресурсно-инновационным потенциалом. Результаты деятельности ПИТК за 2013–2015 гг. представлены в таблице 4.

Данные таблицы 4 позволяют сделать вывод об эффективности деятельности ПИТК. Основные показатели развития ПИТК существенно превосходят средние значения по регионам их базирования: объем совокупной выручки их участников от продаж продукции на внешнем рынке выше в среднем на 20 %, объем отгруженной инновационной продукции собственного производства, инновационных работ и услуг, выполненных собственными силами, — на 60–90 % [7, с. 18]. Деятельность ПИТК в соответствии с отраслевой спецификой можно объединить в шесть направлений: «Ядерные технологии», «Производство летательных и космических аппаратов, судостроение», «Фармацевтика, биотехнологии и медицинская промышленность», «Новые материалы», «Химия и нефтехимия», «Информационные технологии и электроника». Программа поддержки 27 ПИТК стала первой и наиболее масштабной среди подобных национальных инициатив России в сфере инноваций. В развитии ПИТК с разной степенью активности участвуют институты развития в инновационной сфере.

Во главе рейтинга отечественных ПИТК по масштабу, причем с ощутимым отрывом от других, находится Камский инновационный территориально-производственный кластер Республики Татарстан. Интерес представляют кластер фармацевтической и медицинской промышленности и кластер информационных технологий (Санкт-Петербург), кластер медицинской, фармацевтической промышленности, радиационных технологий Ленинградской области и инновационный территориальный аэрокосмический кластер Самарской области. Однако большинство ПИТК назвать кластерами можно с большой натяжкой: для ПИТК характерно незначительное число малых и средних предприятий, а также недостаточный уровень взаимодействия между участниками кластера.

Инновационные кластеры — лидеры инвестиционной привлекательности мирового уровня

В 2016 г. Правительство России перешло к поддержке инновационных кластеров — литеров инвестиционной привлекательности (ИК) мирового уровня, и целый ряд ПИТК получили статус такого кластера. В 2018 г. государственная поддержка оказана 12 ИК.

Таблица 5

Динамика развития промышленных кластеров в России, 2015–2019 гг. [12]

	2015	2016	2017	2019
Количество промышленных предприятий, ед.	421	427	592	630
Объем отгруженных товаров, млрд руб.	679	714,8	1 300	Данные отсутствуют
Количество рабочих мест, тыс. ед.	162,9	171,5	305,2	309
Объем налоговых отчислений, млрд руб.	81,6	85,9	155	Данные отсутствуют

Таблица 6

Оценка изменения товарной структуры импорта России в 2018 г. по отношению к 2014 г. [13]

Наименование показателя	Значение, млрд долл.		Прирост, %	Доля, %		Прирост, %
	2014	2018		2014	2018	
Машины, оборудование и транспортные средства	137,0	113,0	–17,5	47,7	47,5	–0,2
Продукция химической промышленности, каучук	46,5	43,6	–6,2	16,1	18,3	2,2
Продовольственные товары и сельскохозяйственное сырье	40,0	29,6	–26,0	13,8	12,4	–1,4
Металлы, драгоценные камни и изделия из них	20,6	17,8	–13,6	7,2	7,4	0,2
Текстиль, текстильные изделия и обувь	16,3	14,8	–9,2	5,7	6,2	0,4
Прочие	12,7	9,5	–25,2	4,4	4,0	–0,4
Минеральные продукты	7,3	5,0	–31,5	2,5	2,1	–0,4
Древесина и целлюлозно-бумажные изделия	5,9	3,9	–33,9	2,1	1,6	–0,5
Древесина и целлюлозно-бумажные изделия	1,3	1,3	–	0,5	0,6	0,1
Импорт всего	287,0	238,0	–17,1	100,0	100,0	–

Одна из ключевых целей создания ИК — встраивание в глобальные цепочки добавленной стоимости. Включение отечественных кластеров в глобальные цепочки создания добавленной стоимости, приобретение и внедрение критических технологий, обновление национальной технологической базы, получение доступа к современным методам управления и мировым специализированным знаниям позволят, полагаем, существенно увеличить темп и качество экономического роста. Вместе с тем рост и развитие кластерных структур во многом зависит от способности обеспечить приток новых инновационных предприятий.

Лидерами в этой группе кластеров считаются инновационный кластер “Smart Technologies Tomsk” и научно-производственный кластер «Сибирский наукополис».

Оценка итогов деятельности кластеров в России

Действительно, имеющиеся меры поддержки кластерных структур в РФ способствовали росту объемов кооперации в рамках промышленных кластеров, росту налоговых отчислений, приросту частных инвестиций на 1 рубль государственных субсидий, как видно из таблицы 5.

Данные таблицы 5 позволяют заключить, что такая задача, как усиление кооперации предприятий в рамках промышленных кластеров, решается. В свою очередь, задача импортозамещения, в том числе с учетом деятельности кластерных структур, решена неудовлетворительно.

В таблице 6 дана оценка изменения товарной структуры импорта РФ в 2018 г. по отношению к 2014 г., с момента начала реализации политики импортозамещения.

Итак, очевидны скромные успехи реализуемой в России политики импортозамещения и, соответственно, значительна зависимость страны от импортных поставок. Произошло снижение объемов импорта по всем товарным группам, но товарная структура импорта РФ практически не изменилась.

Неудовлетворительные результаты реализуемой в РФ политики импортозамещения привели к смене стратегического курса страны: переориентации с импортозамещения на увеличение экспортного потенциала страны. В итоге Правительство РФ намерено переориентировать систему государственной поддержки промышленных кластеров, сделав критериями ее получения нацеленность на реализацию национальных проектов и увели-

Таблица 7

Доля инновационных товаров, работ и услуг от общего объема отгруженных товаров, выполненных работ, услуг в России [14–19]

Период, год	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Доля, %	7,8	8,9	8,2	7,9	8,4	7,2	6,5

чение экспортного потенциала. Для получения субсидий предприятиям промышленного кластера необходимо будет демонстрировать прирост объемов промышленного производства, прирост объемов кооперации с другими участниками кластера и прирост налоговых поступлений в федеральный бюджет.

Переориентация целей промышленных кластеров на экспортную деятельность может негативно отразиться на деятельности ряда предприятий промышленного кластера. Однако такая мера для получения промышленными кластерами субсидии, как трехкратный прирост объемов кооперации с другими участниками кластера, все же способна стать стимулом для развития цепочек отечественных поставщиков второго и третьего уровня и привести к снижению импортозависимости России в целом. На наш взгляд, политика импортозамещения должна реализовываться параллельно с политикой увеличения экспортного потенциала страны. Импортозамещение должно минимизировать угрозы и риски в сферах экономической и оборонной безопасности, не допустить технологической отсталости, продовольственной и товарной зависимости государства.

Общую оценку деятельности инновационных кластеров и эффективности инновационной политики в России в целом можно получить через оценку изменения доли инновационных товаров, работ и услуг, как показано в таблице 7.

Представленные данные свидетельствуют о неэффективности проводимой в государстве инновационной политики. Аналогичный вывод напрашивается и при изучении Глобального инновационного индекса, где в общем рейтинге места РФ варьируются — от 49 до 46. На улучшение позиций России в общем рейтинге влияют показатели, характеризующие развитие человеческого капитала и науки (23-е место), бизнеса (35-е), технологий и экономики знаний — показателя результатов инновационной деятельности (47-е). Негативное влияние на общую эффективность инновационной деятельности оказывают группы показателей, характеризующих развитие институтов (74-е), креативной деятельности (72-е), инфраструктуры (62-е) и внутреннего рынка (61-е) [20].

Если оценить результаты реализации инновационной политики через состояние инновационной среды, то оказывается, что Россия даже не имеет точного понимания о количестве венчурных фондов (которых около 20–30), количестве стартапов (их около 5 000–6 000). В стране не сформировалась индустрия частного капитала (PE) / венчурного капитала (VC-индустрия), без которых затруднено развитие инновационной сферы в классическом англосаксонском варианте. Доля PE / VC-индустрии в ВВП России в 20 раз меньше, чем в Китае, и на два порядка меньше по сравнению с Америкой [21].

В каком-то смысле попытка реализовать инновационную политику в нашем государстве прежде, чем были сформированы технологическая и промышленная политики, изначально не слишком основательна и обречена на локальность результатов. Инновационная политика строилась исходя из умозрительных представлений о направлениях развития страны, на опыте других стран, а не из реальных потребностей национальной экономики и промышленности. Сегодня остается открытым вопрос о правильности выбора приоритетов технологического развития, связанного исключительно с темой цифровизации. Происходящая цифровизация в России связана преимущественно с диффузией базовых технологий предыдущей технологической волны (информационных) в реальный сектор, а не с появлением принципиально новых технологических решений. Кроме того, невозможно осуществить инновационный прорыв только на базе цифровых технологий, без соответствующего развития технологий, связанных с материалами, энергией, биотехнологий.

Между тем для достижения эффекта от реализации инновационной политики требуется не менее 10–15 лет, а представленная статистика охватывает данные 5–6 лет, что не позволяет сделать окончательный вывод об эффективности проводимой инновационной политики в стране, а соответственно, оценить деятельность кластерных структур.

Однако данные таблицы 7 говорят о том, что для России актуальны пересмотр, переоценка действующей инновационной политики и политики поддержки кластерных инициатив. Эксперты отмечают, что все три Программы поддержки кластерных проектов в России имели следующие ограничения:

- носили узкий ведомственный характер (программы реализованы отдельным ведомством), в то время как кластерные проекты включают в себя предприятия, относящиеся

к нескольким секторам экономики и, следовательно, меры поддержки должны носить межведомственный характер;
- не предусматривали меры налогового стимулирования;
- перечень мер, направленных на повышение доступа к финансированию, был ограничен;
- отсутствовали мероприятия, направленные на снижение избыточных требований [22; 23, с. 7].

Проблемы же реализации инновационной политики, напрямую влияющие и на развитие кластерных инициатив, не столь однозначны. Помимо причин, которые находятся на поверхности (недостаточное количество финансовых ресурсов, недостаточная поддержка предпринимательской инициативы и слабая предпринимательская культура, дефицит квалифицированных кадров, бюрократизация экономики и управления и др.), стоит обратить внимание и не на столь явные причины низкой инновационной активности в России.

Выводы

В индексе Глобальной инновационной активности на общую эффективность инновационной деятельности РФ влияние оказывают группы показателей, характеризующих развитие институтов (74-е место). В России созданы практически все институты, которые принято иметь в стране, занимающейся инновационным развитием. Однако только в последние годы в процессе постижения институциональных теорий для российской общественности становится понятным тот факт, что институты развития бывают разного типа. Поэтому говорить о совершенствовании всех институтов не вполне допустимо. Если совершенствовать экстрактивные институты, ориентированные на выживание за счет получения всевозможной ренты (земельной, природно-ресурсной, монопольной, административной, мусорной, иной), то это будет только усугублять сырьевую специализацию страны, а не стимулировать становление в России Индустрии 4.0. Следовательно, в нашем государстве необходимо развивать не экстрактивные, а инклюзивные институты, практически отсутствующие в настоящее время, которые позволят людям включиться в экономические и политические процессы, творить и созидать здесь и сейчас.

Кроме того, институты бывают не только разной породы. Институты бывают еще видимые и невидимые. Невидимые (неформальные) институты — это ценности, поведенческие установки, все то, что вкладывается в понятие «культура», что может стать источником отторжения скопированных институтов, правил и норм. Такое отторжение привнесенных из других культур институтов возможно по причине несовпадения между собой культуры и привнесенных норм, правил. Помимо отторжения существует и перерождение заимствованных из других стран (культур) норм и правил. Например, закон о банкротстве, принятый в России, который должен способствовать восстановлению платежеспособности должника, стал отличным инструментом рейдерских захватов собственности [24]. Если для примера сравнить институты развития Германии или Японии с институтами Великобритании или Соединенных Штатов, то окажется, что другие роли в Германии или Японии играют фондовый рынок, банки, корпорации и внутрикорпоративное финансирование.

Важное значение для инновационного развития региона (страны) имеют такие понятия, как снижение неопределенности и малая дистанция власти и бизнеса. Для России же характерна огромная дистанция власти и бизнеса, высокое избегание неопределенности, которые и тормозят развитие инновационной экономики, основанной на активной деятельности венчурных компаний. Россияне находятся в числе мировых лидеров по дистанции власти: на уровне Саудовской Аравии, Ирака и Малайзии. В российском менталитете нет права на ошибку: неудачное предпринимательство часто рассматривается как мошенничество, даже в высокотехнологических сферах. Отсюда и высокое избегание неопределенности (рисков), а в итоге — боязнь финансирования у институтов развития и слабая поддержка инновационных проектов. При отсутствии доверия населения государство вынуждено осуществлять модернизацию за счет роста косвенных налогов, снижая и без того низкие инвестиционные возможности бизнеса, раскручивая виток взаимного недоверия.

Помимо дистанции власти и бизнеса (и населения) известна еще одна значимая «культурная переменная», т. е. «градус индивидуализма», которая оказывает существенное влияние на инновационное развитие и значение которой очень разнятся между странами. Если оценить степень индивидуализма, то по этому показателю Россия располагается близко к медиане распределения стран по этой шкале. Такое медианное положение в менталитете населения дает нашему государству ряд преимуществ. Это означает, что в рамках реализации инновационной политики могут быть использованы как индивидуалистические способы стимулирования инновационной активности, так и коллективные, т. е. как западные, так и восточные способы стимулирования инновационной активности.

Главный вывод, который можно сделать, исходя из понимания культурных особенностей каждой цивилизации, состоит в том, что такие

институты развития должны быть совместимы с культурными особенностями и ограничениями. Необходимо превращать социокультурные особенности в преимущества. Так, в основе Южно-Корейской модели модернизации лежит деятельность чеболи, огромных промышленных корпораций, созданных на основе кланов, клановых связей. Именно благодаря высокому уровню доверия в таких промышленных группах, Южной Корее удалось осуществить успешную индустриализацию. Хотя с западной точки зрения родственные связи внутри корпорации, наоборот, являются фактором, препятствующим ее успешному развитию.

Кроме того, в России следовало бы уделить большее внимание формированию негосударственных институтов развития, которые имеют ряд преимуществ перед государственными. Во-первых, негосударственные институты быстрее адаптируются к происходящим изменениям. Деятельность же государственных институтов слишком зарегулирована. Во-вторых, негосударственные институты обладают принципиально иной скоростью расходования денег. В-третьих, они имеют возможность больше рисковать, и небольшая часть таких рискованных вложений способна обеспечить качественный инновационный прорыв, как показывает зарубежный опыт.

И конечно, для инновационных сдвигов необходима стратегия долгосрочного развития и реалистичное целеполагание. В данном случае уместен опыт Китая, который достиг процветания под лозунгом Дэн Сяопина («За несколько поколений достигнуть уровня среднеразвитой европейской страны») взамен лозунга Мао Цзедуна («10 лет упорного труда — 10 000 лет процветания») [24].

Россия пытается искать свой путь модернизации. В 2019 г. крупные, прежде всего контролируемые государством корпорации назначены ключевыми фигурами строительства инновационной системы страны. Каждая государственная корпорация, отвечающая за выделенное им государством технологическое направление, должна создать для этого центр компетенций, объединяющий участников развития конкретного технологического направления, или экосистему. Такая экосистема будет отвечать за развитие технологической инициативы. В рамках этой экосистемы государственные корпорации, во-первых, будут выступать в качестве ключевого потребителя созданных продуктов, во-вторых, станут инвесторами в капитал компаний, разработавших важный для развития всего направления продукт, в-третьих, будут кооперироваться с крупными международными разработчиками технологий.

У ряда экспертов подобная инициатива вызывает тревогу, поскольку в последние годы несколько частных высокотехнологических компаний с потенциально неплохими перспективами развития поставлены усилиями государства (в том числе государственных корпораций) в настолько сложные финансово-хозяйственные условия, что оказались на грани банкротства или исчезновения. В результате контроль над этими ранее частными компаниями переходит к государству. Речь идет о таких компаниях, как «Ангстрем», «Т-Платформы», «Стан», «Интерскол» [25].

Ставка Правительства РФ в инновационном развитии на крупные государственные корпорации связана с тем, что средние темпы роста выручки этих компаний по итогам 2018 г. составили около 20 %, т. е. они демонстрируют хорошую прибыльность, а следовательно, и эффективность своей деятельности. В то же время малый и средний бизнес сжимается (количество МСП с октября 2018 по октябрь 2019 г. сократилось на 116 000 единиц). Средний бизнес в России, представленный в размере 9 000–10 000 предприятий, показывает крайне низкую эффективность деятельности, преимущественно является источником малооплачиваемых и низкоэффективных мест для местного населения.

Однако среди представителей среднего бизнеса присутствуют быстрорастущие компании («техногазели»). Около 1 500–2 000 компаний прошли за последние 25–30 лет путь от небольших предприятий до представителей серьезного бизнеса с энергичным собственником и эффективной системой управления, которые по своей эффективности, оснащенности современным оборудованием и значению для развития экономики вполне могут состязаться с крупнейшими корпорациями страны. Именно такие компании, по мнению экспертов, в ближайшие 10–15 лет могли бы стать источником экономического роста внутри страны и глобальной конкурентоспособности на мировом рынке. Расчеты показывают, что быстрорастущие технологические компании среднего размера («техногазели») не только вырастут сами, но и обеспечат рост других связанных с ними компаний: мультипликативный эффект составляет 1,92, т. е. на каждый рубль прироста добавленной стоимости у «техногазелей» обеспечивается 92 копейки прироста в прямо или косвенно связанных с ними секторах [25]. Причем в наибольшей степени этот рост затронет технологически сложные сектора, в том числе производство транспортных средств, компьютеров и электронной техники, машин и оборудования. Именно такие «техгазели» должны стать объектом всесторонней государственной поддержки, источником роста, развития и для кластерных структур, успех которых во многом зависит от способности обеспечивать приток новых инновационных предприятий.

Литература

1. *Котляров Н. Н., Левченко Л. В.* Зарубежный опыт формирования кластерных систем // Экономические науки. 2014. № 119. С. 105–110.
2. *Савельев Ю. В.* Теоретические основы современной межрегиональной конкуренции (оценка вклада научный теорий) // Журнал экономической теории. 2010. № 2. С. 141–161.
3. *Шамина Л. К., Бабкин А. В.* Анализ применения методологических подходов к управлению экономическими системами // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. 2008. № 1 (53). С. 18–22.
4. *Babkin A. V., Kudryavtseva T. J., Bakhmutskaya A. V.* Determining and analysis of economical clusters of St. Petersburg // Life Sciences Journal. 2014. Vol. 11. No. 12. P. 446–451.
5. *Ткачук Л. Т., Корж А. С., Короткова Г. К.* Кластерные инициативы в экономике: тенденции развития и проблемы реализации // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. 2015. № 3 (221). С. 52–62. DOI: 10.5862/JE.221.5
6. *Kutsenko E.* Pilot Innovative Territorial Clusters in Russia: A Sustainable Development Model // Foresight Russia. 2015. Vol. 9. No. 1. P. 32–55. DOI: 10.17323/1995-459x.2015.1.32.55
7. Кластерная политика: достижение глобальной конкурентоспособности / В. Л. Абашкин, С. В. Артемов, А. Н. Гусев и др. М.: Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 2018. 324 с.
8. *Бодрунов С. Д.* Теория и практика импортозамещения: уроки и проблемы: монография. СПб.: Институт нового индустриального развития им. С. Ю. Витте, 2015. 171 с.
9. *Глазьев С. Ю.* Экономика каннибализма [Электронный ресурс] // Изборский клуб. 2019. 4 июня. URL: https://izborsk-club.ru/17035 (дата обращения: 20.05.2020).
10. *Шпиленко А.* Кластер — источник инвестиционных предложений высокого качества [Электронный ресурс] // Ассоциация кластеров и технопарков России. 2019. 19 апреля. URL: https://akitrf.ru/press-center/publikacii-v-smi/andrey-shpilenko-klaster-istochnik-investitsionnykh-predlozheniy-vysokogo-kachestva/ (дата обращения: 05.05.2020).
11. *Брутян М. М.* Проблема формирования инновационных кластеров как инструментов институционального и промышленного развития региональной экономики [Электронный ресурс] // Вестник Евразийской науки. 2020. Т. 12. № 1. URL: https://esj.today/PDF/11ECVN120.pdf (дата обращения: 03.08.2020).
12. Ассоциация промышленных кластеров и технопарков России. URL: https://akitrf.ru/ (дата обращения: 03.08.2020).
13. *Зюкин Д. А.* Оценка изменений импорта как индикатора реализации импортозамещения в России // Региональный вестник. 2020. № 2 (41). С. 77–79.
14. Россия в цифрах. 2014: крат. стат. сборник. М.: Федеральная служба государственной статистики (Росстат), 2014. 558 с.
15. Россия в цифрах. 2015: крат. стат. сборник. М.: Федеральная служба государственной статистики (Росстат), 2015. 543 с.
16. Россия в цифрах. 2016: крат. стат. сборник. М.: Федеральная служба государственной статистики (Росстат), 2016. 543 с.
17. Россия в цифрах. 2017: крат. стат. сборник. М.: Федеральная служба государственной статистики (Росстат), 2017. 511 с.
18. Россия в цифрах. 2018: крат. стат. сборник. М.: Федеральная служба государственной статистики (Росстат), 2018. 522 с.
19. Россия в цифрах. 2019: крат. стат. сборник. М.: Федеральная служба государственной статистики (Росстат), 2019. 549 с.
20. Глобальный инновационный индекс — 2019 [Электронный ресурс] // Открытая наука. 2019. 25 июля. URL: https://openscience.news/posts/1841-globalnyy-innovatsionnyy-indeks-2019 (дата обращения: 20.07.2020).
21. *Медовников Д.* Дайте наконец рискнуть! [Электронный ресурс] // Стимул. 2019. 11 октября. URL: https://stimul.online/articles/interview/dayte-nakonets-risknut/ (дата обращения: 20.07.2020).
22. *Путинцева Н. А., Калмыкова С. В.* Кластеры как эффективный инструмент реализации в России политики импортозамещения // Кластеризация цифровой экономики: глобальные вызовы: сб. тр. национальной науч.-практ. конф. с заруб. участием. В 2 т. Т. 1 / под ред. Д. Г. Родионова, А. В. Бабкина. СПб.: Политех-Пресс, 2020. С. 290–297.
23. Перезагрузка кластерной политики в России [Электронный ресурс] // Институт экономики роста им. Столыпина П. А. 2019. Декабрь. URL: https://s.siteapi.org/1f54221ba217f8f.ru/docs/4o4sxa5ph3swokwoowokcg0cwgw0w0 (дата обращения: 13.08.2020).
24. *Путинцева Н. А., Ушакова Е. В.* Новые решения проблемы стагнации социально-экономического развития России // Экономика и управление. 2020. Т. 26. № 1 (171). С. 74–85. DOI: 10.35854/1998-1627-2020-1-74-85
25. *Розмирович С.* Инновационные итоги 2019 года [Электронный ресурс] // Стимул. 2020. 20 января. URL: https://stimul.online/articles/analytics/innovatsionnye-itogi-2019-goda/ (дата обращения: 15.08.2020).

References

1. Kotlyarov N.N., Levchenko L.V. Foreign experience in the formation of cluster systems. *Ekonomicheskie nauki = Economic Sciences.* 2014;(119):105-110. (In Russ.).
2. Savel'ev Yu.V. Theoretical foundations of modern interregional competition (assessment of the contribution of scientific theories). *Zhurnal ekonomicheskoi teorii = Russian Journal of the Economic Theory.* 2010;(2):141-161. (In Russ.).
3. Shamina L.K., Babkin A.V. Analysis of the application of methodological approaches to the management of economic systems. *Nauchno-tekhnicheskie vedomosti Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo politekhnicheskogo universiteta. Ekonomicheskie nauki = St. Petersburg State Polytechnical University Journal. Economics.* 2008;(1):18-22. (In Russ.).
4. Babkin A.V., Kudryavtseva T.J., Bakhmutskaya A.V. Determining and analysis of economical clusters of St. Petersburg. *Life Sciences Journal*. 2014;11(12s):446-451. URL: http://www.lifesciencesite.com/lsj/life1112s/096_26531life1112s14_446_451.pdf
5. Tkachuk L.T., Korzh A.S., Korotkova G.K. Cluster initiatives in the economy: Development trends and implementation problems. *Nauchno-tekhnicheskie vedomosti Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo politekhnicheskogo universiteta. Ekonomicheskie nauki = St. Petersburg State Polytechnical University Journal. Economics.* 2015;(2):52-62. (In Russ.). DOI: 10.5862/JE.221.5
6. Kutsenko E. Pilot innovative territorial clusters in Russia: A sustainable development model. *Foresight Russia*. 2015;9(1):32-55. DOI: 10.17323/1995-459x.2015.1.32.55
7. Abashkin V.L., ArtemovS.V., Gusev A.N. et al. Cluster politics: Achieving global competitiveness. Moscow: NRU HSE; 2018. 324 p. (In Russ.).
8. Bodrunov S.D. Theory and practice of import substitution: Lessons learned and problems. St. Petersburg: Witte Institute for New Industrial Development; 2015.171 p. (In Russ.).
9. Glaz'ev S.Yu. The economy of cannibalism. Izborsk Club. June 04, 2019. URL: https://izborsk-club.ru/17035 (accessed on 20.05.2020). (In Russ.).
10. Shpilenko A. The cluster is a source of high quality investment proposals. Association of Clusters and Technoparks of Russia. Apr. 19, 2019. URL: https://akitrf.ru/press-center/publikacii-v-smi/andrey-shpilenko-klaster-istochnik-investitsionnykh-predlozheniy-vysokogo-kachestva/ (accessed on 05.05.2020). (In Russ.).
11. Brutyan M.M. Problem of innovative clusters forming as tools of an institutional and industrial development of regional economy. *Vestnik Evraziiskoi nauki = The Eurasian Scientific Journal*. 2020;12(1):32. URL: https://esj.today/PDF/11ECVN120.pdf (accessed on 03.08.2020). (In Russ.).
12. Association of Clusters and Technoparks of Russia. URL: https://akitrf.ru/ (accessed on 03.08.2020). (In Russ.).
13. Zyukin D.A. Assessment of changes in imports as an indicator of the implementation of import substitution in Russia. *Regional'nyi vestnik*. 2020;(2):77-79. (In Russ.).
14. Russia in figures. 2014: Statistical Handbook. Moscow: Federal State Statistics Service (Rosstat); 2014. 558 p. (In Russ.).
15. Russia in figures. 2015: Statistical Handbook. Moscow: Federal State Statistics Service (Rosstat); 2015. 543 p. (In Russ.).
16. Russia in figures. 2016: Statistical Handbook. Moscow: Federal State Statistics Service (Rosstat); 2016. 543 p. (In Russ.).
17. Russia in figures. 2017: Statistical Handbook. Moscow: Federal State Statistics Service (Rosstat); 2017. 511 p. (In Russ.).
18. Russia in figures. 2018: Statistical Handbook. Moscow: Federal State Statistics Service (Rosstat); 2018. 522 p. (In Russ.).
19. Russia in figures. 2019: Statistical Handbook. Moscow: Federal State Statistics Service (Rosstat); 2019. 549 p. (In Russ.).
20. Global innovation index –2019. Open Science. July 25, 2019. URL: https://openscience.news/posts/1841-globalnyy-innovatsionnyy-indeks-2019 (accessed on 20.07.2020). (In Russ.).
21. Medovnikov D. Let us finally take a chance! Stimul. Oct. 11, 2019. URL: https://stimul.online/articles/interview/dayte-nakonets-risknut/ (accessed on 20.07.2020). (In Russ.).
22. Putintseva N.A., Kalmykova S.V. Clusters as an effective tool for implementing import substitution policy in Russia. In: Clustering the digital economy: global challenges. Proc. Nat. sci.-pract. conf. with foreign particip. (in 2 vols.). Vol. 1. St. Petersburg: Politekh-Press; 2020:290-297. (In Russ.).
23. Reloading cluster policy in Russia. Stolypin Institute for the Economy of Growth. December, 2019. URL: https://s.siteapi.org/1f54221ba217f8f.ru/docs/4o4sxa5ph3swokwoowokcg0cwgw0w0 (accessed on 13.08.2020). (In Russ.).
24. Putintseva N.A., Ushakova E.V. New solutions to the problem of stagnation in the socio-economic development of Russia. *Ekonomika i upravlenie = Economics and Management.* 2020;26(1):74-85. (In Russ.). DOI: 10.35854/1998-1627-2020-1-74-85
25. Rozmirovich S. Innovative results of 2019. Stimul. Jan. 20, 2020. URL: https://stimul.online/articles/analytics/innovatsionnye-itogi-2019-goda/ (accessed on 15.08.2020). (In Russ.).

Сведения об авторах

Путинцева Наталья Александровна

кандидат экономических наук, доцент кафедры государственного и территориального управления Высшей инженерно-экономической школы

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

195251, Санкт-Петербург, Политехническая ул., д. 29, Россия

(✉) e-mail: p.i.r@rambler.ru

Ушакова Елена Викторовна

кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой менеджмента и государственного и муниципального управления

Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики

190103, Санкт-Петербург, Лермонтовский пр., д. 44а, Россия

(✉) e-mail: ushakovaev@yandex.ru

Поступила в редакцию 18.08.2020
Подписана в печать 03.09.2020

Information about Authors

Natal'ya A. Putintseva

Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor of the Department of Public and Territorial Administration of the Higher School of Engineering and Economics

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University

29 Politekhnicheskaya Str., St. Petersburg, 195251, Russia

(✉) e-mail: p.i.r@rambler.ru

Elena V. Ushakova

Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Head of the Department of Management and Public and Municipal Administration

St. Petersburg University of Management Technologies and Economics

44 A Lermontovskiy Ave., St. Petersburg, 190103, Russia

(✉) e-mail: ushakovaev@yandex.ru

Received 18.08.2020
Accepted 03.09.2020

УДК 005.59 http://doi.org/10.35854/1998-1627-2020-9-952-956

Об оценке качества управления процессами трансформации экономических систем

Малышкина М. В.[1], Мирославская М. В.[2]

[1] *Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики, Санкт-Петербург, Россия*

[2] *Балтийский государственный технический университет «ВОЕНМЕХ» им. Д. Ф. Устинова, Санкт-Петербург, Россия*

Цель. Развитие методологии оценки качества управления процессами трансформации организации.

Задачи. Для реализации поставленной цели решены следующие задачи: уточнены сущность и содержание категории «социально-экономическая трансформация», разработаны принципы обеспечения качества управления процессами трансформации, поставлена проблема выбора единого критерия качества управления процессами трансформации организации.

Методология. С помощью общих научных методов познания, в том числе методов анализа и синтеза, путем применения системного подхода выявлены основные проблемы оценки качества управления процессами трансформации, в том числе проблемы выбора единого критерия качества управления процессами трансформации, разработки принципов обеспечения качества управления процессами трансформации.

Результаты. Глобальная проблема при управлении процессами трансформации экономической системы состоит в сложности управляемых процессов, возрастание которой обусловлено многоаспектностью, взаимным влиянием и, как следствие, неопределенностью взаимодействий между элементами системы. Сделан вывод о том, что в основе методологии оценки качества управления процессами трансформации лежит принцип интеграции обособленных мероприятий по улучшению качества управления элементами системы в единую систему управляющих воздействий; принцип обеспечения таких управляющих воздействий, которые прежде всего направлены на предупреждение возможных негативных последствий трансформации экономических систем, т. е. на снижение возможного влияния неблагоприятных событий и их последствий. Для оценки успешности осуществления целенаправленных управляющих воздействий, а также продуктивных действий по организации, контролю и руководству процессом трансформации актуализируются проблемы адекватного выбора критерия качества управления процессами трансформации экономических систем и выдвигается гипотеза о возможном едином критерии качества управления.

Выводы. Принцип интеграции обособленных мероприятий по улучшению качества управления элементами системы и принцип обеспечения таких управляющих воздействий, которые направлены на предупреждение возможных негативных последствий, лежат в основе методологии качества управления процессами трансформации экономических систем. Развитие методологии оценки качества должно осуществляться в направлении поиска единого критерия качества управления процессами трансформации экономических систем.

Ключевые слова: *управление качеством*, *оценка качества управления*, *трансформация*, *экономическая система*, *критерий качества управления.*

Для цитирования: Малышкина М. В., Мирославская М. В. Об оценке качества управления процессами трансформации экономических систем // *Экономика и управление.* 2020. Т. 26. № 9. С. 952–956. http://doi.org/10.35854/1998-1627-2020-9-952-956

Assessing the Quality of Management of Transformation Processes in Economic Systems

Malyshkina M. V.[1], Miroslavskaya M. V.[2]

[1] *St. Petersburg University of Management Technologies and Economics, St. Petersburg, Russia*

[2] *Baltic State Technical University "VOENMEH" named after D. F. Ustinov, St. Petersburg, Russia*

Aim. The presented study aims to develop the methodology for assessing the quality of management of organizational transformation processes.

Tasks. To achieve the set aim, the authors solve the following problems: determine the essence and content of socio-economic transformation, formulate quality assurance principles for the management

of transformation processes, draw attention to the problem of selecting a unified quality criterion for the management of organizational transformation processes.

Methods. This study uses general scientific methods of cognition, including analysis and synthesis. It also applies a systems approach to identify the major problems of assessing the quality of management of transformation processes, including the problem of selecting a unified quality criterion for the management of transformation processes and formulating the principles of ensuring the quality of management of transformation processes.

Results. The global problem of managing transformation processes in the economic system consists in the complexity of the managed processes, which increases due to the multidimensionality, mutual influence, and the resulting uncertainty of interactions between the elements of the system. It is concluded that the methodology for assessing the quality of management of transformation processes is based on the principle of integrating separate measures to improve the quality of management of system elements into a single system of management actions and the principle of ensuring that management actions are primarily aimed at preventing possible negative consequences of the transformation of economic systems, i.e. reducing the potential impact of unfavorable events and their consequences. To assess the effectiveness of targeted management actions and productive actions aimed at organizing, controlling, and guiding the transformation process, the authors actualize the problem of selecting an adequate quality criterion for the management of transformation processes in economic systems and put forward a hypothesis about a possible unified criterion of management quality.

Conclusions. The principle of integrating separate measures to improve the quality of management of system elements and the principle of ensuring that management actions are aimed at preventing possible negative consequences lie at the core of the methodology for assessing the quality of management of transformation processes in economic systems. The quality assessment methodology should be developed in the direction of finding a unified quality criterion for managing transformation processes in economic systems.

Keywords: *quality management*, *management quality assessment*, *transformation*, *economic system*, *management quality criterion.*

For citation: Malyshkina M.V., Miroslavskaya M.V. Assessing the Quality of Management of Transformation Processes in Economic Systems. *Ekonomika i upravlenie = Economics and Management.* 2020;26(9):952-956 (In Russ.). http://doi.org/10.35854/1998-1627-2020-9-952-956

Условия современной модели развития экономики диктуют необходимость повышенного внимания к управлению процессами социально-экономической трансформации экономических систем различного порядка, развитию информационного общества, создают предпосылки «модернизации на постиндустриальной основе» [1, с. 15]. Экономические реалии сегодняшнего дня выявили необходимость развития методологии социально-экономической трансформации экономических систем, в том числе уточнения сущности и содержания категории «социально-экономическая трансформация», разработки принципов обеспечения качества управления процессами трансформации, решения проблемы выбора единого критерия качества управления процессами трансформации организации, отказа от избыточных, устаревших и противоречащих друг другу требований к качеству управления.

Глобальная проблема при управлении процессами трансформации экономической системы состоит в сложности управляемых процессов, возрастание которой обусловлено многоаспектностью, взаимным влиянием и, как следствие, неопределенностью взаимодействий между элементами системы. При оценке качества управления сложными процессами трансформации возникают проблемы, решение которых входит в круг задач системного анализа.

Опираясь на фундаментальные положения теории управления о том, что «во-первых, важнейшим атрибутом любой системы... являются механизмы управления, поддерживающие систему в целостном состоянии и обеспечивающие целесообразное ее поведение в пространстве и времени; во-вторых, управление в системе есть целенаправленный процесс, предполагающий наличие вполне определенной цели; в-третьих, управление в системе есть информационный процесс, заключающийся в сборе, передаче и переработке информации» [2, с. 87], в целях развития методологии оценки качества управления процессами трансформации организации под трансформацией экономической системы организации будем понимать ее целенаправленное изменение, обеспечивающее целесообразное поведение организации в пространстве и времени, которое затрагивает все элементы системы организации, ведет к обновлению ее целей, структуры, внутрихозяйственных информационных процессов, влияет также на внешнюю среду организации с использованием обратной связи.

В. С. Зубковым доказано, что «в основе методологии оценки качества управления процессами трансформации лежит принцип объеди-

нения разрозненных мероприятий по улучшению качества управления элементами системы в единую систему управляющих воздействий» [3, с. 242]. Важнейшая цель управляющих воздействий при проведении процессов трансформации — объединение разрозненных мероприятий по улучшению качества в систему целенаправленных, постоянных действий. Интеграция же обособленных мероприятий по улучшению качества управления элементами системы в единую систему управляющих воздействий при управлении процессами трансформации экономической системы, по нашему мнению, будет являться одним из основополагающих принципов управления процессами трансформации экономических систем.

Экономическая система, существующая в реалиях трансформации, т. е. претерпевающая изменение, затрагивающее все элементы системы организации, нуждается в адекватном инструментарии для оценки путей реализации такой трансформации и оценки влияния неопределенности на качество управления процессами трансформации экономических систем. Г. В. Двас утверждает, что «неопределенность требует от лица, принимающего решения в системе управления, заранее определять особо нежелательные последствия этих решений и, соответственно, предусматривать превентивные меры предосторожности, направленные на предупреждение, локализацию или устранение возможных подобных последствий функционирования экономической системы» [4, с. 13]. Данный тезис профессор Двас также обосновал в своей статье [5, с. 155–156] и ввел классификацию уровней неопределенности в зависимости от возможности/невозможности определения нежелательных последствий [4, с. 13; 5, с. 156].

Применяя идею Г. В. Дваса, предположим, что для обеспечения качества управления процессами трансформации экономических систем требуется соблюдение еще одного принципа — принципа упреждения, т. е. обеспечения таких управляющих воздействий, которые прежде всего направлены на предупреждение возможных негативных последствий трансформации экономических систем, на снижение возможного влияния случившихся неблагоприятных событий и их последствий. Причем последствия неблагоприятных событий трансформации могут быть классифицированы по критерию возможности/невозможности к допущению. В применении подобной классификации авторы видят одно из направлений дальнейших исследований.

В результате проведенных научных исследований академиком В. В. Окрепиловым [6, с. 29] доказана универсальность методов менеджмента качества в связи с тем, что последние основаны на общих принципах управления и единых требованиях международных стандартов. Приобретению качества универсальности методов менеджмента качества способствуют универсальность их построения и универсальность применения методов [6, с. 29]. Под универсальностью построения в данном случае понимается применимость единых по своей структуре методов управления качеством в различных сферах. Универсальность применения трактуется как применимость в любом виде экономической деятельности для любой экономической системы единых методов управления качеством. Следовательно, методы менеджмента качества будут приняты нами как универсальный механизм и для упорядочения управления процессами трансформации экономической системы.

Чтобы численно оценить успешность осуществления целенаправленных управляющих воздействий, контроля и руководства процессом трансформации, необходим адекватный выбор критерия качества управления процессами трансформации экономических систем, основным назначением которого является численная оценка качества управления и успешности решения задачи управления процессами трансформации экономических систем. По мнению Г. Вапнэ, критерий служит прежде всего инструментом измерения «соотношения между эффектом оцениваемого варианта решения и уровнем необходимых для его реализации ресурсов с учетом ограничений на них для всех адекватных поставленной задаче вариантов решения… При этом процедура измерения состоит из трех операций: измерение эффекта или степени достижения цели, измерение совокупности необходимых ресурсов и измерение отношения между ними» [7, с. 159].

По мнению А. В. Шаврова и О. А. Липа [8; 9], «к критериям качества управления предъявляются два общих требования: требование соответствия поставленной задаче управления и требование простоты. Под требованием соответствия поставленной задаче понимается требование адекватности измерения степени достижения/недостижения поставленной задачи; требование простоты, которое понимается авторами как возможность решить поставленную задачу методами математического моделирования» [8, с. 68].

Чтобы численно оценить успешность осуществления целенаправленных управляющих воздействий достижения целей и решения задач, успешность контроля и руководства процессом трансформации с учетом позиции А. В. Шаврова и О. А. Липа, а также выводов Г. Вапнэ, необходимо принять во внимание набор адекватных показателей качества

управления процессами трансформации экономических систем. Такой набор должен быть установлен в виде единого критерия на этапе целеполагания и выражен количественно. На данном этапе можно выделить совокупность показателей качества управления процессами трансформации, выраженных в показателе степени достижения поставленной задачи, показателе ограничения ресурсов, показателе эффективности применения ресурсов для достижения поставленной задачи.

Разработка методов определения единого критерия представляет собой сложную задачу. Именно разработка методики количественной оценки единого критерия качества управления процессами трансформации экономических систем — одно из направлений дальнейших исследований.

Литература

1. *Макаров А. Д.*, *Смешко О. Г.*, *Шматко А. Д.* К вопросу об обеспечении роста инновационного сектора экономики России // Экономика и управление. 2015. № 8 (118). С. 15–18.
2. *Верзилин Д. Н.*, *Соколов Б. В.*, *Юсупов Р. М.* Неокибернетика: состояние исследований и перспективы развития // Системный анализ в проектировании и управлении: сб. науч. тр. XXIII Междунар. науч.-практ. конф. СПб.: Санкт-Петербургский политехнический ун-т Петра Великого, 2019. С. 81–98.
3. *Зубков В. И.* Инноватика процессов управления качеством в сложных технических системах // Вестник Уфимского государственного авиационного технического университета. 2012. Т. 16. № 6 (51). С. 242–251.
4. *Двас Г. В.* Управление региональной экономикой на основе теории надежности. СПб.: Наука, 2005. 359 с.
5. *Двас Г. В.* Влияние неопределенности на принятие решения в системе управления переходных экономик // Управленческое консультирование. 2005. № 1 (17). С. 152–167.
6. *Окрепилов В. В.* Повышение качества государственного управления – основной фактор повышения устойчивости развития территорий // Журнал экономической теории. 2016. № 3. С. 27–39.
7. *Вапнэ Г.* Критерий оценки в системном анализе // Системный анализ в проектировании и управлении: сб. науч. тр. XXIII Междунар. науч.-практ. конф. СПб.: Санкт-Петербургский политехнический ун-т Петра Великого, 2019. С. 154–165.
8. *Шавров А. В.*, *Липа О. А.* Оценки качества управления и их взаимосвязь // Теория и практика построения и функционирования Автоматизированных систем управления технологическими процессами (АСУ ТП): тр. Междунар. науч. конф. “Control–2003”. М.: Изд-во Московского энергетического института, 2003. С. 39–44.
9. *Липа О. А.* Выбор критериев качества управления при использовании односвязных и многосвязных систем управления технологическими процессами // Международный технико-экономический журнал. 2012. № 2. С. 68–70.

References

1. Makarov A.D., Smeshko O.G., Shmatko A.D. Ensuring the growth of the innovation sector of the Russian economy. *Ekonomika i upravlenie = Economics and Management.* 2015;(8):15-18. (In Russ.).
2. Verzilin D.N., Sokolov B.V., Yusupov R.M. Neocybernetics: State of research and development prospects. In: System analysis in design and management. Proc. 23rd Int. sci.-pract. conf. St. Petersburg: Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; 2019:81-98. (In Russ.).
3. Zubkov V.I. Innovation of quality management processes in complex technical systems. *Vestnik Ufimskogo gosudarstvennogo aviatsionnogo tekhnicheskogo universiteta = Vestnik USATU.* 2012;16(6):242-251. (In Russ.).
4. Dvas G.V. Management of the regional economy based on the theory of reliability. St. Petersburg: Nauka; 2005. 359 p. (In Russ.).
5. Dvas G.V. Impact of uncertainty on decision making in the management system of transition economies. *Upravlencheskoe konsul'tirovanie = Administrative Consulting.* 2005;(1):152-167. (In Russ.).
6. Okrepilov V.V. Improving the quality of public administration – the main factor in increasing the sustainability of territories. *Zhurnal ekonomicheskoi teorii = Russian Journal of the Economic Theory.* 2016;(3):27-39. (In Russ.).
7. Vapne G. Assessment criterion in systems analysis. In: System analysis in design and management. Proc. 23rd Int. sci.-pract. conf. St. Petersburg: Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; 2019:154-165. (In Russ.).
8. Shavrov A.V., Lipa O.A. Management quality assessments and their relationship. In: Theory and practice of construction and operation of automated control systems for technological processes (ACS TP). Proc. Int. sci. conf. “Control–2003”. Moscow: Moscow Power Engineering Institute; 2003:39-44. (In Russ.).
9. Lipa O.A. Selection of control quality criteria when using single-connected and multi-connected technological process control systems. *Mezhdunarodnyi tekhniko-ekonomicheskii zhurnal = The International Technical-Economic Journal.* 2012;(2):68-70. (In Russ.).

Сведения об авторах

Малышкина Мария Викторовна

кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры педагогики и психологии

Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики

190103, Санкт-Петербург, Лермонтовский пр., д. 44а, Россия

(✉) e-mail: m.malyshkina@spbacu.ru

Мирославская Марианна Владимировна

кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента организации

Балтийский государственный технический университет «Военмех» им. Д. Ф. Устинова

190005, Санкт-Петербург, 1-я Красноармейская ул., д. 1, Россия

(✉) e-mail: Marianna_m100@mail.ru

Поступила в редакцию 04.09.2020
Подписана в печать 22.09.2020

Information about Authors

Mariya V. Malyshkina

Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Pedagogy and Psychology

St. Petersburg University of Management Technologies and Economics

44/A Lermontovskiy Ave., St. Petersburg, 190103, Russia

(✉) e-mail: malyshkina@spbacu.ru

Marianna V. Miroslavskaya

Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor of the Management and Organizations Department

Baltic State Technical University “VOENMEH” named after D. F. Ustinov

1, 1st Krasnoarmeyskaya Str., St. Petersburg, 190005, Russia

(✉) e-mail: Marianna_m100@mail.ru

Received 04.09.2020
Accepted 22.09.2020

УДК 005.51:658.64 http://doi.org/10.35854/1998-1627-2020-9-957-968

Креативность как ресурс развития предприятия сервиса (на примере event-агентств)

Деревянко К. И.[1], Орловская В. П.[2]

[1] *Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики, Санкт-Петербург, Россия*

[2] *Санкт-Петербургский государственный экономический университет, Санкт-Петербург, Россия*

Цель. Комплексный феноменологический анализ креативности как ресурса развития сервисного предприятия на примере креативной деятельности event-агентств.

Задачи. Исследование феномена креативности и разработка теоретических основ рассмотрения креативности как ресурса развития предприятия сервиса на примере event-агентств, выявление признаков креативности предприятия сервиса, разработка шкалы креативности event-агентств, осуществляющих деятельность на современном рынке услуг.

Методология. Теоретической и методологической основой исследования являются научные труды отечественных и зарубежных ученых, а также специалистов в области креативности и ее использовании в качестве ресурса развития предприятий сервисной экономики. Авторами использованы феноменологический метод (для исследования феномена креативности в целом), компаративный (сравнение подходов, идей, опыта разных стран в области креативной деятельности), герменевтический (интерпретация различных аспектов, связанных с анализом креативности), системный анализ. В части изучения факторов креативности event-агентств методология исследования строилась на применении количественных и качественных методов исследования информационных материалов, размещенных на официальных сайтах изучаемых городов, конвеншн- и event-бюро, статистических данных профессиональных ассоциаций конгрессных и выставочных организаций, включая Ассоциации конгрессов и съездов ICCA, иных аналитических отчетов и экспертных мнений, прикладных исследований по теме исследования. В рамках исследования проанализированы статистические данные о количестве, тематике мероприятий, проведенных в каждом городе, объекты event-инфраструктуры, спектр предоставляемых ими услуг и уровень обслуживания. По итогам исследования каждого из городов произведен их сравнительный анализ, сформулированы обобщающие выводы.

Результаты. Основная проблема исследования обусловлена понятием «креативность», его содержанием, степенью, пределами и рисками. Научная новизна статьи определяется недостаточной изученностью проблемы креативности как ресурса развития сервисного предприятия. Данное исследование — одна из первых попыток выработать методологию комплексного анализа феномена креативности для event-агентств. Результаты, полученные в ходе исследования, значимы для теоретического осмысления и прикладного решения проблемы креативности в контексте экономического знания: выявлены главные признаки креативности event-агентства, разработана модель оценки креативности, основанием конструирования которой является диапазон возможных проявлений креативности в профессиональной деятельности event-агентств. Проведен анализ креативности как ресурса развития сервисного предприятия на примере деятельности event-агентств. Выделено восемь признаков креативности event-агентства и разработана шкала оценки. В комплект индикаторов креативности вошли «беглость» (*fluency*), «гибкость» (*flexibility*), «оригинальность» (*originality*), «разработанность и синтез» (*elaboration and synthesis*), «перенаправление» (*redirection*), «переосмысление» (*redefinition*), «реинициация» (*reinitiation*) и «генерирование» (*generation*). С учетом этих восьми признаков разработана шкала креативности на основе шкалы Лайкерта, которая позволила шкалировать степень (объем) креативности ивент-агентства по десятибалльной шкале. В итоге решены поставленные задачи: определена сущность понятия «креативность» и выявлены ее основные признаки через анализ специфики современного ландшафта MICE-индустрии. Проанализирована, систематизирована и обобщена научная информация по теме исследования; проведен сравнительный анализ отечественного и зарубежного опыта по использованию креативности как ресурса развития сервисного предприятия.

Выводы. Выявлена особая роль креативности как ресурса развития ивент-агентства, сформулированы признаки его креативности. Разработана шкала креативности. Выявлена зависимость увеличения конкурентоспособности сервисного предприятия от использования креативного ресурса для своего развития. Данное исследование — одна из первых попыток выработать методологию комплексного анализа феномена креативности для event-агентств. Результаты, полученные в ходе исследования, имеют значимость для теоретического осмысления и прикладного решения проблемы креативности в контексте экономического знания.

Ключевые слова: *креативность*, *признаки креативности*, *event-агентства*, *предприятие сервиса*, *MICE-индустрия*, *сервис*.

Для цитирования: Деревянко К. И., Орловская В. П. Креативность как ресурс развития предприятия сервиса (на примере event-агентств) // *Экономика и управление*. 2020. Т. 26. № 9. С. 957–968. http://doi.org/10.35854/1998-1627-2020-9-957-968

Creativity as a Resource for the Development of a Service Enterprise (Through the Example of Event Agencies)

Derevyanko K. I.[1], Orlovskaya V. P.[2]

[1] *St. Petersburg University of Management Technologies and Economics, St. Petersburg, Russia*

[2] *St. Petersburg State University of Economics, St. Petersburg, Russia*

Aim. The presented study aims to conduct a comprehensive phenomenological analysis of creativity as a resource for the development of a service enterprise through the example of the creative activity of event agencies.

Tasks. The authors examine the phenomenon of creativity and develop a theoretical framework for considering creativity as a resource for the development of a service enterprise through the example of event agencies; identify the indicators of creativity of a service enterprise; develop a scale of creativity of event agencies operating in the modern services market.

Methodology. The theoretical and methodological basis of this study includes the works of Russian and foreign scientists and experts in the field of creativity and its use as a resource for the development of service enterprises. The authors use the phenomenological method (to examine the phenomenon of creativity as a whole), comparative (comparison of approaches, ideas, and experience of different countries in the field of creative activity), hermeneutical (interpretation of various aspects related to the analysis of creativity), and systems analysis. To examine the indicators of creativity of event agencies, this study uses quantitative and qualitative analysis of information materials published on the official websites of the examined cities, convention and event agencies, statistics of professional associations of congress and exhibition organizations, including the International Congress and Convention Association (ICCA), as well as other analytical reports, expert opinions, and applied research on the topic. The study analyzes statistics on the number and themes of events held in each city, event infrastructure, the range of provided services, and the level of service. The cities are then comparatively analyzed based on the results of examination of each city, and general conclusions are formulated.

Results. The main problem addressed by this study is associated with the concept of "creativity", its content, degree, limits, and risks. The scientific novelty of the study is predicated upon the insufficient investigation of the problem of creativity as a resource for the development of a service enterprise. This study is one of the first attempts to develop a methodology for comprehensively analyzing the phenomenon of creativity with regard to event agencies. The results obtained during the study are vital for the theoretical conceptualization and practical solution of the problem of creativity in the context of economic knowledge: the key indicators of creativity of an event agency are identified and a creativity assessment model is developed based on the range of possible manifestations of creativity in the professional activity of event agencies. Creativity is analyzed as a resource for the development of a service enterprise through the example of the activity of event agencies. Eight indicators of creativity of an event agency are identified and an assessment scale is developed. The creativity indicators include "fluency", "flexibility", "originality", "elaboration and synthesis", "redirection", "redefinition", "reinitiation", and "generation". These eight indicators are incorporated into a creativity scale based on the Likert scale, which makes it possible to assess the degree (level) of creativity of an event agency on a scale of one to ten. As a result, the following problems are solved: the essence of the concept of "creativity" is determined and its main features are identified by analyzing the specific aspects of the modern MICE industry landscape. Scientific information on the topic is analyzed, systematized, and generalized. Russian and foreign experience of using creativity as a resource for the development of a service enterprise is comparatively analyzed.

Conclusions. The special role of creativity as a resource for the development of an event agency is revealed, and the indicators of the agency's creativity are formulated. A creativity scale is developed. The correlation between the competitiveness of a service enterprise and the use of the creative resource in its development is determined. This study is one of the first attempts to develop a methodology for comprehensively analyzing the phenomenon of creativity with regard to event agencies. The results of the study are important for the theoretical conceptualization and practical solution of the problem of creativity in the context of economic knowledge.

Keywords: *creativity*, *indicators of creativity*, *event agencies*, *service enterprise*, *MICE industry*, *service.*

For citation: Derevyanko K.I., Orlovskaya V.P. Creativity as a Resource for the Development of a Service Enterprise (Through the Example of Event Agencies). *Ekonomika i upravlenie = Economics and Management.* 2020;26(9):957-968 (In Russ.). http://doi.org/10.35854/1998-1627-2020-9-957-968

Для современного рынка event-услуг характерен рост тренда на мировом и региональном уровнях. Услуги данного типа представляют собой профессиональную помощь в организации любых мероприятий, начиная от празднования семейных праздников и заканчивая широкомасштабными мероприятиями на аудиторию в несколько тысяч. Сегодня ивент-индустрия в России — динамично развивающаяся отрасль. Успешные мероприятия — эффективный способ развития ивент-бизнеса.

Event-услуги остаются сегментом рынка услуг, который не завершил полный процесс стандартизации и сегментации. Рынок постоянно изменяет тенденции развития различных направлений, находится в движении, соответственно, сложно проследить четкую динамику. Event-индустрия развивается очень активно, временами опережая даже рыночное предложение.

Экономическая обстановка, в которой осуществляют деятельность event-агентства, характеризуется нестабильностью и высокой динамичностью деловой среды. Большинству российских компаний присущи такие системные проблемы, как отсутствие стратегического подхода к деятельности предприятия, ориентация на краткосрочные результаты деятельности в ущерб средне- и долгосрочным, неэффективность использования имеющихся в распоряжении ресурсов, недостаточное знание текущего и прогнозного состояния рынка, старение технологий, высокие затраты усилий и ресурсов для ориентации на рынке.

Одновременно на конкурентоспособность компании влияют изменение технологий, рынков сбыта и потребностей клиентов, что требует постоянного внедрения креативных идей и использования креативного потенциала, непрерывной перестройки стратегии и тактики позиционирования бизнеса. От способности прогнозировать и гибко реагировать на изменяющиеся условия, удерживать и приобретать новые конкурентные преимущества в борьбе на рынках зависит устойчивое развитие компании в перспективе.

В этом смысле креативность как способность видеть проблемы под иным углом и решать их уникальным способом, создавать и находить новые оригинальные идеи, отклоняясь от принятых схем мышления, успешно справляться со стоящими задачами нестандартным образом выходит на первый план. Креативность — одно из качеств, без которых невозможна успешная карьера в event-индустрии; навык, важный во всех аспектах работы организатора мероприятий: от придумывания концепции до малейшей детали его проведения. В современном мире нужно придумывать что-то уникальное, чтобы выделиться на фоне остальных и стать конкурентоспособным. Таким образом, актуальность темы очевидна.

Кроме того, многие страны «врываются» на рынок MICE-индустрии, и проблема креативности приобретает универсальный характер. Поэтому ее необходимо эксплицировать как нечто самостоятельное, выявить признаки креативности и на их основе разработать модель креативного агентства. Насущно определить оптимальную модель развития агентств, адекватную содержанию современных процессов, обосновав ее преимущества и востребованность.

Сложно найти тему, способную конкурировать по значимости и широкому обсуждению в разных контекстах разными общественными науками с темой креативности в эпоху глобализации. В работах отечественных и зарубежных ученых широко освещены разные аспекты вопросов креативности, при этом большинство трудов носит междисциплинарный характер. Данная проблема затрагивает интересы психологов, рассматривающих ее в ракурсе психологии личности, межличностного общения (Г. Алдер, Дж. Эйврилл, К. А. Торшина и др.), а также педагогов, специалистов по менеджменту организаций. Чрезвычайно актуальны исследования и разработки экономистов, которые видят в креативности экономический ресурс (И. Л. Тимонина), «инновационный ресурс развития экономики» (Н. М. Лапин).

Важно отметить, что для российской науки — это сравнительно новый предмет исследования. Зарубежные ученые активно приступили к изучению креативности как феномена и ресурса развития в середине XX в. В этом ряду находятся Д. Гилфорд, С. Тейлор, А. Маслоу, Т. Амабиле, Р. Симпсон, В. Франкл, Ф. Баззан, Е. Торренс [1; 2; 3; 4; 5]. Среди российских ученых, изучавших феномен креативности, — Н. М. Гнатко, Д. В. Богоявленская, А. Н. Воронин, С. Джулер, Р. И. Капелюшников, Н. В. Кочелаева, Е. Н. Князева, Т. Б. Шакарян, А. В. Морозов, О. М. Разумникова, В. А. Садовничий, Л. Н. Федотов. Тема креативной деятельности ивент-агентств фактически не рассматривается научным сообществом. Поэтому следует признать недостаточно разработанными вопросы, связанные с креативностью и ее приоритетной ролью, использованием как ресурса развития ивент-агентства. Несмотря на многочисленность работ, посвященных креативности, существует насущная потребность проанализировать эту проблему, восполнив пробелы.

Практически все зарубежные авторы, несмотря на разные точки зрения, связывают креативность с изобретением чего-то нового. Д. Гилфорд считает, что креативность многомерна; она включает в себя умение быстро

находить решение возникающих социальных и экономических задач, быстро переключаться с одного объекта на другой, развитую интуицию и готовность рисковать [2]. С. Тейлор, подобно Д. Гилфорду, рассматривал креативность как совокупность способностей (не как единый фактор); причем каждая из способностей может быть представлена в разной степени при решении возникающих задач [4].

Е. Торренс понимает под креативностью способность к обостренному восприятию недостатков, пробелов в знаниях, проблем в процессе идентификации недостающей информации [5]. Р. Симпсон определяет креативность как способность человека отказаться от стереотипных способов мышления. Д. Ренцулли видит в креативности особенность такого поведения человека, которое выражается в оригинальных способах получения продукта; в результате новых подходов к проблеме с разных точек зрения индивид решает проблему социального или экономического характера. Или, как полагает Ф. Базан, он способен обнаруживать новые способы решения проблем [6]. В. Франкл отмечает, что креативные люди готовы к инновациям в профессиональной деятельности, способны вносить системные изменения в свою деятельность [2]. Смит и Карлсон рассматривают креативность как способность принимать материал из сферы подсознания в сферу сознания [1, с. 175].

Российские авторы выдвигают в основном один тезис: только на основе развития инновационных процессов и обновления технологий современная российская экономика сможет удовлетворить растущие потребности населения в разнообразных качественных товарах и услугах. Некоторые авторы сопрягают понятия «креативность» и «инновации»: инновации представляют собой достижения человеческого ума (открытий, научных и конструктивных разработок, изобретений), т. е. креативности для повышения эффективности в той или иной сфере деятельности. Только предприятия, которые признают креативность в качестве важного фактора и ресурса своего развития, могут считаться конкурентоспособными. При этом они должны быть заинтересованы в формировании креативной организационной культуры, аккумуляции знаний сотрудников и направлении их в русло креативности.

Одна из важнейших проблем современной экономической и не только экономической науки — креативность, ориентированная на генерирование новых идей, созидательную, экономически и социально прагматичную деятельность, быстрое разрешение проблемных ситуаций. Исследования в данной области, выводы и предложения нужны, в частности, и сервисной экономике, заинтересованной в поиске инновационного потенциала развития.

Сложно, на наш взгляд, выработать шкалу креативности и сформулировать четкие признаки ее проявления. Большинство измерений креативности основаны на работе психолога Дж. П. Гилфорда (1897–1987), который понимал креативность как способность думать иначе наряду с набором определенно четких параметров. Основываясь на работе Гилфорда, психолог Э. П. Торренс (1915–2003), признанный в среде экспертов в качестве мирового лидера по изучению креативности, разработал так называемые тесты креативного мышления Торренса (ТТКМ), использующиеся в мире бизнеса и образовании для оценки способности личности к креативности.

Так или иначе при разработке шкалы признаков специалисты ссылаются на Э. Торренса либо берут за основу его тесты. К примеру, в начале 2000-х группой ученых университета Индианы под руководством Р. Смита тесты Торренса адаптированы к рекламному контексту. Фокусируясь на компонентах, напрямую связанных с тем, как потребители используют и воспринимают рекламу, они определили рекламную креативность как степень отклонения от нормы по пяти признакам: оригинальность, гибкость, проработка, синтез и художественная ценность. Профессор В. Рейнартц и научный сотрудник П. Сафферт (Кёльнский университет в Германии) использовали шкалу Смита для определения креативности 437 ТВ рекламных компаний в Германии [7].

Рассмотрим подробнее данные признаки.

1. Оригинальность (*originality*) несет в себе элементы чего-то редкого, удивляющего, нешаблонного (нестереотипного, неординарного), неожиданного и уникального. Она способствует появлению уникальных и неожиданных продуктов и услуг, требуя учета рисков, и это — самый «хрупкий» признак креативности.

2. Гибкость (*flexibility*) — связь продукта или услуги с различными идеями и использованием, нешаблонный переход от одной идеи к другой. В классической основе — это способность посмотреть на проблему под другим углом (встать на противоположную точку зрения, изменить направление, место, время, модальность). Гибкость генерирует разнообразие идей. Гибкие мыслители открывают целый ряд новых возможностей, применяя различные интерпретации научных данных. Гибкость способствует межличностному и кросс-культурному пониманию, может привести к оригинальности, самому ускользающему признаку креативности.

3. Проработка (*elaboration*) — наличие неожиданных многочисленных деталей. Это позволяет развить базовую (основную) идею таким образом, что она становится более причудливой (замысловатой) и сложной. Она за-

вершает творческую идею, приводит ее к реализации, осуществлению или добавляет контекстуальные детали, чтобы получилось нечто реальное, понятное или эстетически приятное.

4. Синтез (*synthesis*) — необычные связи между предметами и идеями, которые обычно не соотносятся друг с другом.

5. Художественная ценность (*artistic value*) — эстетически выраженные вербальные, визуальные и звуковые элементы свидетельствуют о высоком уровне художественной креативности (качество продукции или услуги высокое, диалог — умный, цветовая палитра — оригинальная, выбор музыкального сопровождения такой, что запоминается).

У Гилфорда в шкале вместо "*artistic value*" на первом месте стоял признак "*fluency*", что можно перевести как «беглость мысли», «свободный поток идей», поскольку это — самый первый шаг на пути решения проблемы или любой креативной попытки: набросать как можно больше идей, чтобы затем из них выбрать что-то, исследовать или оценить их. Самая лучшая тактика в данном случае — «мозговой штурм», позволяющий выявить идеи и создать списки идей, концепт-карты.

Итак, сегодня существует несколько классификаций признаков креативности, для каждой области прорабатываются свои «признаки». Тем не менее главными остаются такие, как оригинальность, гибкость, проработка, а остальные — варьируются. Для нашего исследования вполне подойдет набор признаков, разработанный Р. Смитом, за исключением пятого признака, "*artistic value*", так как он действительно отобран для измерения уровня сугубо рекламной креативности, эстетики вербальных, визуальных и звуковых элементов, используемых в рекламе. Остальные четыре признака релевантны выявлению степени креативности ивент-агентств. Наряду с этим предлагаем расширить комплект признаков, дополнив их еще пятью, на наш взгляд, очень важными индикаторами креативности. Объединим признаки «проработка» и «синтез» в один, что представляется логичным, поскольку в процессе обработки базовой идеи выявляются и необычные связи между предметами и идеями в том числе.

Во-первых, возвращаем на первое место по значимости признак, выделенный Гилфордом, «беглость мысли» (*fluency*) — количество идей, возникающих в единицу времени. Далее оставляем признак «гибкость мысли» (*flexibility*) как способность переключаться с одной идеи на другую. Третий признак — оригинальность (*originality*) как способность порождать идеи, отличные от общепринятых, общепризнанных взглядов. Во-вторых, объединяем в один признак «разработанность и синтез» (*elaboration and synthesis*) — способность детально разрабатывать возникшие идеи, используя синтез. Добавляем такие индикаторы, как «перенаправление» (*redirection*) — способность расширить уже известное в новом направлении; «переосмысление» (*redefinition*) — позволяет увидеть новые, разнообразные способы, пути применения идеи или решения; «реинициация» (*reinitiation*) — идея или решение — означает радикально новый подход; «генерирование» (*generation*) — предлагает фундаментально новую перспективу в смысле возможных решений. Следовательно, получается восемь признаков (индикаторов) креативности ивент-агентств. Далее на основании этих восьми признаков требуется разработать шкалу для оценки.

Можно основываться на шкале Лайкерта, широко используемой технику шкалирования отношения респондентов к чему-либо. Новый англо-русский толковый словарь по маркетингу и торговле дает такое определение: «Соц., псих. шкала Лайкерта (шкала для измерения силы установки по отношению к чему-либо; представляет собой градацию степени согласия или несогласия с каким-либо утверждением относительно этого объекта)». Возьмем за основу предложенные Лайкертом критерии оценки по теме «качество», дополнив количество градаций до десяти пунктов. Тем самым отношение к набору выделенных нами признаков креативности ивент-агентств будет выражено в диапазоне десяти баллов: от «очень плохо» до «лучше быть не может». В итоге получим шкалу, представленную в таблице 1.

Роль и значение креативной деятельности тесно связаны с глобальными процессами, происходящими в современном мире. Мир вступил в эру информации, которая в большей степени базируется на интеллектуальной технологии, а не на механической технике, что делает приоритетными знания в качестве главного источника всего научно-технического прогресса. В этих новых социально-экономических условиях проблема креативности — способности индивидуума на создание новых понятий, формирование новых идей и путей их реализации в сервисной экономике — становится особенно актуальной.

Креативность входит в топ-3 самых востребованных навыков современности, причем занимает в этом списке верхнюю позицию. В последнее время набирают силу дискуссии о так называемых *hard skills* («твердые» или «жесткие» навыки) и *soft skills* («мягкие» навыки). К первым относятся технические способности, которые можно наглядно продемонстрировать и легко определить количественно. Вторые представляют собой «комплекс неспециали-

Таблица 1

Шкала креативности event-агентств

	Беглость	Гибкость	Оригинальность	Разработанность и синтез	Перенаправление	Переосмысление	Реинициация	Генерирование
Очень плохо								
Ниже среднего								
Средне								
Выше среднего								
Хорошо								
Очень хорошо								
Почти отлично								
Отлично								
Превосходно								
Лучше быть не может								

зированных, надпрофессиональных навыков» [8]. Они отвечают за высокую производительность и успешное участие в рабочем процессе, не связаны с конкретной предметной областью; их сложно измерить или определить количественно. Наряду с креативностью в списке востребованных навыков будущего находятся эмпатия (эмоциональный интеллект), сотрудничество (способность работать и эффективно коммуницировать с другими людьми), адаптивность (умение гибко и быстро меняться под изменчивую ситуацию при постоянной смене трендов), гибкость [8].

По данным российских аналитиков, работающих в Сколково, основная проблема отечественных предприятий и компаний — нехватка человеческого ресурса, обладающего необходимыми «софтами», в первую очередь, креативностью. Это не только отбрасывает российскую экономику далеко назад, не позволяя занять достойное место в плеяде «креативных обществ», которые диктуют правила игры на всемирных рынках. Нет ресурса, способного изменить ситуацию в корне. В связи с этим перед российским обществом ставится важная задача — развивать в молодых согражданах те самые «навыки будущего». Именно поэтому все наше образование претерпевает коренные преобразования. Следовательно, креативность становится необходимым и в большой степени инновационным ресурсом развития экономической жизни страны в целом.

Важность срочного формирования этого навыка обсуждают не только экономисты, но и политики, психологи, педагоги, IT-специалисты, представители бизнеса и предпринимательства, и, конечно же, культуры и искусства. Таким образом, проблема креативности находится на стыке различных наук, интересует самых разных специалистов.

В процессе креативной деятельности компании приоритетную роль играют субъективно личностный фактор и творческий потенциал предпринимателя. Поэтому важно исследовать факторы, определяющие успешность креативной деятельности предприятия.

Предпринимательская деятельность создает условия для творчества. Предпринимательство как экономическое явление всегда возникает при наличии двух взаимосвязанных обстоятельств: экономической свободы и организационно-хозяйственного новаторства. Как видим, особенностью предпринимательства как творческой поисковой экономической деятельности является комбинирование производственных факторов (создание и развитие организационных структур с целью открытия или роста производства новых товаров и услуг), что означает большую прибыль и первенство в конкуренции.

Предпринимательство как креативно ориентированная профессиональная деятельность характеризуется предприимчивостью, позволяющей максимально раскрепостить инициативу и творческий потенциал. В данном случае важны такие креативные качества предпринимателя, как умение идти на риск, управлять, используя свои интеллектуальные возможности для достижения избранных целей и здравый смысл. Значение этих субъективно личностных качеств состоит в том, что они являются движущей силой в организации предпринимателем производства товаров и услуг.

Рассмотрим особенности креативных решений в бизнесе. Современный мир изменился: происходит трансформация бизнеса, появляется потребность в создании новых форм коммуникаций с потребителем. Рынок перенасыщен предложениями и требует креативных решений для того, чтобы продукт заметили. Логичной реакцией становится запрос клиентов на методологию развития креативного мышления и генерирования идей. Главный тренд современного бизнеса — это креатив, в основе которого лежит умение задавать вопросы,

а не «придумать» что-нибудь эдакое. Особого интереса заслуживает техника креативности И. Маска. Метод, которым он пользуется для решения бизнес-задач и своих революционных прорывов, можно сформулировать как «искусство задавания вопросов».

Креатив в бизнесе уникален: даже если предприниматель отрицает всякое творческое мышление в принципе, его никто и никак не может игнорировать. Даже самый обыкновенный бизнес, приносящий стабильную прибыль — это уже креатив (знак того, что владелец бизнеса держит руку на пульсе у своей аудитории и, подстраиваясь под ее потребности, их удовлетворяет). Креатив одновременно уважают и ненавидят за то, что он позволяет выигрывать при прочих равных условиях: при одинаковых знаниях, одинаковой экономической ситуации, при одинаковом бюджете и ресурсах.

Алгоритм И. Маска состоит из шести шагов, в основе которых находится принцип мышления, позволяющий все начинать с чистого листа. Иными словами, чтобы создать инновацию, нужно взглянуть на все свежим взглядом и отказаться от идей, стандартов и практик, существовавших ранее. Далее — размышлять. Первый шаг — задать (сформулировать) правильный ключевой вопрос, который никогда никем не задавался. Шаг второй заключается в сборе как можно большего количества данных. Проведение экспериментов — смысл этого этапа. Следующий шаг заключается в разработке гипотезы. Гипотезы формулируются после сбора данных. И не одна, а много; каждой присваивается вероятностная характеристика, т. е. тщательно просчитывается вероятность. Шаг четвертый — сделать вывод. На этом этапе необходимо еще раз посмотреть на гипотезы и задать следующие вопросы. Насколько они корректны? Насколько они актуальны? Обязательно ли они приведут к выводу и с какой вероятностью? Насколько можно быть уверенным именно в этом выводе? Заключительный этап: если ваш вывод не опровергнут, вероятно, вы нашли решение. «Вероятно» — ключевое слово, поскольку даже при выработке нового решения необходимо оставить место для новой информации, не воспринимать вывод как истину в последней инстанции.

Безусловно, нужно понимать, что каким бы ни был метод, он имеет свои риски и ничего не гарантирует. С одной стороны, нужно реализовывать идеи со всесторонней оценкой и не импульсивно, с другой — нельзя слишком углубляться в лишние детали и аналитику, забывая о повседневных задачах. Опираться нужно на собственное мнение, одновременно не зацикливаясь на нем, умея слушать и слышать всех оппонентов.

Еще одна проблема в генерации креативных идей заключается в том, что любой человек, даже успешный И. Маск, находится в своеобразном плену своих убеждений и мнений, в плоскости своего опыта. Не все обладают таким же ресурсом знакомств, как ведущие бизнесмены. Одним из лучших методов по созданию идей считается мозговой штурм в компании нескольких человек. Обычно люди, находящиеся в поиске идей для саморазвития, поиске себя через творчество, открытия бизнеса, похожи друг на друга. У всех имеется внушительное количество гипотез (шаг 3 по И. Маску); все пытаются использовать имеющиеся у них данные, т. е. собственный опыт (шаг 2), чтобы сделать определенный вывод или опровергнуть его (шаг 4 и 5). Но, к сожалению, многие игнорируют шаг номер один: «Задайте правильный вопрос».

В результате изменения климата организации меняется ее культура, люди начинают вести себя иначе. Самый прямой путь для развития и управления креативностью сотрудников — изменение рабочего пространства в компании. Улучшение организационного климата в плане креативности и инноваций может в значительной степени способствовать процессу решения проблем компании и, таким образом, повысить продуктивность, конкурентоспособность фирмы.

Исследования в области креативной культуры и общего климата привели к определению ключевых факторов. На них следует сфокусироваться компаниям, чтобы развить эффективный климат, в котором сотрудники станут не только креативными, но мотивированными на развитие этих идей, что приведет к успеху всей организации. Шведский исследователь Г. Эквалл определил 10 показателей креативного климата в бизнес-организациях [9].

Первым фактором является мотивация. Делать все, чтобы сотрудники почувствовали свою мотивацию, внутреннюю необходимость действовать, глубокую потребность воплотить идею в конечный продукт.

Вызов и включение — это касается степени, с которой сотрудники включены в ежедневные операции и достижение долгосрочных целей. Климат обладает динамичным, наэлектризованным, вдохновляющим качеством. Работники видят смысл в своей работе и готовы вкладывать больше энергии. В оппозиции стоят индифферентность, апатия, отсутствие интереса, чувство обособленности.

Игривость и юмор. Когда на работе присутствует легкость, спонтанность, атмосфера релаксации, где часто звучат шутки и смех, у людей есть чувство юмора, работа движется без напряжения и весело. Оппозиция — мрачная, жесткая атмосфера, серьезность, запрет на смех.

Далее следует предоставление (расширение) возможностей. Когда сотрудники мотивированы на креативность, им требуется пространство, в котором они могут быть креативными.

Свобода. Независимое поведение, автономия в работе, инициативность. У людей появляется выбор, как делать свою работу. В оппозиции — строгие указания и роли; работу приходится выполнять строго по предписанию в тесном пространстве.

Время для идеи. Определенное количество времени можно выделить и использовать для выработки идей. Существуют возможности для обсуждения и проверки тех решений, которые не запланированы или не включены в перечень задач. Так появляется возможность сделать перерыв в работе, чтобы протестировать новые идеи. Слэк — корпоративный мессенджер, идеальный способ собрать команду вместе, где можно обсудить все: последние новости, рекламные брифы, новые приложения, поход в бар, где все структурировано по каналам, есть личная переписка для прямого общения. В оппозиции — каждая минута расписана. Давление времени делает невозможным размышления о чем-либо, кроме запланированной рутины и внешних указаний.

Поддержка идеи. Окружение, в котором новые идеи процветают, должно быть внимательным, поощряющим, конструктивным и позитивным. В таком климате люди получают поддержку, их выслушивают и поощряют на представление новых идей. В оппозиции — автоматическое «нет», предложение сразу же блокируется контраргументом и придирками.

Динамизм. Наряду с мотивацией и предоставлением возможностей требуется динамизм, энергия. Путь идеи от первого озвучивания до воплощения — длительный и трудный процесс. Он требует динамичного окружения, в котором люди полны энергии и постоянно работают на продвижение идеи. Энергия в основном исходит от лидеров организаций (официальный менеджмент и неформальные общественные лидеры). Сотрудники смотрят на руководителя, и если он полон энтузиазма и энергии, то эта эмоция заражает других, мотивация распространяется на коллектив.

Конфликты. Личное и эмоциональное напряжение, межличностная война, ловушки, интриги, борьба за власть, сплетни. В оппозиции — более опытный человек, эффективно справляющийся с разнообразием. Дебаты. Обсуждение множества противоположных точек зрения и принятие разнообразия перспектив. В оппозиции — авторитарность, отсутствие вопросов.

Открытость. Доверие. Эмоциональная безопасность в отношениях. Климат, где есть доверие, уважение, сотрудники проявляют открытость и искренность в отношениях друг с другом, могут рассчитывать на поддержку. Здесь не крадут друг у друга идеи. В оппозиции — подозрительность, строгий надзор, отсутствие открытой коммуникации.

Риск. Толерантность к риску. Смелые новые инициативы принимают, даже если исход неизвестен. В оппозиции — менталитет осторожности и сомнений. Безопаснее ничего не делать.

Таким образом, если компания хочет стать более креативной, то лучшим способом станет создание креативного климата. Сегодня существует множество различных тренингов, курсов по развитию личностной креативности и креативности в компаниях, где предлагаются различные методологии, разработанные зарубежными и российскими специалистами. Например, агентство «1 000 идей» (г. Москва) решило создать такой психологический инструмент, с помощью которого можно научиться задавать правильные вопросы, а затем находить на них правильные ответы, разработав три набора вспомогательных карточек для развития креативности, помогающих в поиске следующего:

- новых интересных идей бизнеса — набор “1 000 идей”;
- новых путей развития компании / саморазвития — набор “1 000 дорог”;
- новых мнений и взглядов на проблему — набор “1 000 жизней”.

При создании этих материалов авторы исходили из того же самого принципа отношения к проблеме как к креативной задаче, из парадоксального принципа: все креативные методики для решения любых задач уже изобретены. И как И. Маск сначала задали главный вопрос: «Как сделать так, чтобы разработанные вспомогательные инструменты подходили абсолютно всем, независимо от возраста, пола, привычек и социального положения, чтобы работая с ними, любой человек мог найти подсказку относительно своей ситуации, своего уникального запроса?»

Три креативные колоды содержат более 2 000 уникальных стимульных элементов: наводящих текстов, метафорических изображений, вопросов, советов и техник креативности, которые работают как «крючки» для нашего мозга и обязательно натолкнут на новую мысль, помогут придумать что-то новое. Получившийся продукт агентство использует в разных целях: для консультирования в качестве психологического инструмента, поиска неординарных идей рекламы и бизнеса, выбора стратегии выхода из кризисных ситуаций и многого другого [10]. Главное, чему агентство учит людей с помощью карт креативности (в том числе на своих тренингах), заключается

в том, что поиск решения какой бы то ни было задачи не исчерпывается подбором простых и очевидных ответов. Настоящий креатив заключается в овладении искусством задавания осознанных и правильных вопросов.

Проанализируем опыт зарубежных event-агентств в контексте креативности на современном рынке MICE-индустрии, а также в аспекте спектра предоставляемых услуг и особенностей креативного подхода. Для анализа нами выбраны города Мюнхен (Германия), Барселона (Испания), Чикаго (США), Арль (Франция). Согласно мировому рейтингу, опубликованному в июне 2019 г. International Congress and Convention Association (ICCA), мировым лидером MICE-индустрии являются США (947 мероприятий с 384 035 участниками). Второе место занимает Германия (642 встречи с 293 337 участниками). В данном отчете Мюнхен представлен в качестве уникального примера, когда, занимая 35-е место по количеству встреч, он выходит на 4-е место в мире по количеству участников (93 444), опережая Берлин [11, p. 11].

На предмет креативности проанализирована деятельность четырех агентств Мюнхена. Event-агентство "Needed GmbH" развивает концепции, стратегии, креативность, планирование, организацию и проведение мероприятий, выставок и смешанных инсталляций. В нем десять сотрудников и много подрядчиков. Особенности креативности:

- ставка на эмпатию, эмоции, коммуникацию и взаимодействие (философия агентства); «эмоциональные землетрясения»;
- ноу-хау маркетинговой архитектуры, интерактивного дизайна, технических решений и бихевиористсткого дизайна;
- креативные площадки (грузовые судна, шахты, замки, лофты, гаражи, заводы, объекты под снос и т. д.); каждая локация имеет свой характер и атмосферу, существенно влияя на восприятие мероприятия;
- креативные и ясные концепции;
- создание уникальных, впечатляющих декораций и ландшафтов, от инновационной лаборатории до циркового шатра;
- креативное оформление сцены;
- разнообразие жанров (канатоходцы, фейерверки, лазерные шоу);
- привлечение VIP-персон и селебрити к участию в ивентах;
- креативный подход к организации питания и сервировки;
- «невероятная креативность» (из отзыва);
- креативное использование новых технологий и трендов.

Event-агентство "Trendhouse Event" проводит мероприятия под ключ: *Anniversary*, *Award Ceremony*, *Incentives*, *Product Launch*, *Public Events Roadshow* | *Promotion*, *Strategy Events*, *Come and Get together*. Слоган компании: *live events are what we love and live for.* Особенности креативности:

- создание трендов;
- креативные концепции и их воплощение;
- креативные площадки (дорожный тоннель).

В event-агентстве "Eventful Management Event" с 1999 г. — качественная организация любых мероприятий (от небольших камерных презентаций до крупных корпоративных ивентов, выставок, торговых ярмарок, дорожных шоу) в любой точке Европы. Существует своя мастерская по изготовлению декораций и сценического оформления (500 кв. м), штат специалистов; долгосрочное сотрудничество с клиентами и подрядчиками; офисы в Лондоне и Берлине. Среди особенностей креативности следующие:

- мультикультурность, многоязычие;
- задействование местных работников в случае проведения мероприятия в другой стране;
- креативные идеи;
- креативные площадки и локации (*with extra wow factor*).

Event-агентство "QT/THE EVENT STUDIO" имеет многолетний опыт (13 лет) в сфере MICE-индустрии. На его счету — 170 мероприятий в год, 130 000 посетителей. К особенностям креативности относятся:

- выход из «зоны комфорта», отказ от шаблонных форматов и тривиальных концепций во имя стратегического мышления, вдохновляющих концепций и проведения незабываемого мероприятия;
- семь языков;
- поиск новых креативных локаций и форматов;
- гибкость;
- креативные, уникальные концепции мероприятия ("*Your message*, *brought to life. You give us the Who*, *What*, *Where*, *When*, *and we hit the ground running*").

С учетом приведенных четырех примеров очевидно, что Мюнхен — это глобальный город, который отличает мультикультурная, космополитичная направленность. Агентства активно используют креативность как ресурс развития.

Барселона — один из самых важных мегаполисов Европы, а также экономическая, культурная и административная столица Каталонии, один из экономических драйверов Испании и Южной Европы. В списке стран мира, согласно отчету ICCA за 2018 г., Испания занимает уверенное третье место (595 встреч), уступив США (947 встреч) и Германии (642). На европейском континенте Испания — вторая, уступает только Германии. По количеству участников в мировом рейтинге

Испания с 296 337 участниками опережает Германию, пропустив только США (384 035). Барселона высоко котируется в мировом рейтинге по количеству встреч, занимая четвертую позицию (163 встречи), уступив столице (Мадриду) всего две встречи (165). Выше лишь Вена (172) и Париж (212). Однако в мировом рейтинге городов по количеству участников Барселона заняла в 2018 г. уверенное первое место (134 838 участников), а Мадрид — только девятое (71 885). В европейском рейтинге у Барселоны, соответственно, № 4 по количеству встреч [11].

В рамках исследования изучена деятельность event-агентств Барселоны. Команда event-агентства "Everythink PR boutique" состоит из 15 человек. Особенности заключаются в следующем: оригинальные идеи и концепции, воплощенные с помощью инноваций и технологий; творческий подход, ориентированный на результат и бизнес; основу команды составляют профессиональные журналисты, обеспечивающие отличную коммуникационную связь, создавая тотальную информационную среду для мероприятий (ТВ, радио, журналы, интернет, сети).

Event-агентство "The Mood Project Branding & Positioning" считается стратегическим и креативным брендинговым агентством. Его команда состоит из 25 человек. Особенности деятельности: интерактивные игры, активации; проект «Настроение»; тесная связь с бизнесом; гибкость; оригинальное решение идеи.

В команду event-агентстbf "BOTH" входят 20 человек. Проводятся семинары внутри компании и за ее пределами, работа с брендами, широкоформатные мероприятия, презентации. Мероприятия с отличной креативной составляющей: разнообразие форматов (инаугурации, конгрессы и ярмарки, памятные мероприятия, персонализированные мероприятия), акцент на коммуникацию, гибкость.

В команде event-агентства "Event Barcelona Agency Event" — 19 человек. Отличается инновационными и креативными клиентскими мероприятиями с использованием лучших преимуществ климата, качественной и разнообразной инфраструктуры Барселоны, гибкостью, разнообразным и инновационным сервисом в области организации ивентов. Представлено восемь языков; русский язык на сайте — показатель выхода на российский рынок для организации мероприятий.

В рамках исследования изучена деятельность event-агентств Чикаго, третьего по числу жителей города США. В городе более 215 event-агентств, из которых проанализированы 14. В итоге сделан вывод о том, что Чикаго служит ярким примером креативности в сфере ивент-индустрии с высококачественной инфраструктурой и ярко выраженным мультикультурным импульсом.

Арль — один из самых активных с позиции культуры городов на юге Франции. Характеризуется многочисленными ежегодными культурными фестивалями и мероприятиями. При этом в городе минимально присутствие event-агентств. Проанализирована деятельность таких event-агентств г. Арля, как "Provence Cote D'azur Events", "Next-Event", "Organisateur d'événements", "Groupement des associations de commerçants d'Arles", "Arles-Guide.com". Эти компании характеризуются систематическим мониторингом современных тенденций в индустрии, постоянным обновлением в разрезе новейших технологий, гибкостью, сотрудничеством с другими агентствами от Авиньона до Монако, индивидуальным подходом. В Арле практически отсутствуют локальные ивент-агентства, они все располагаются в ближайших пригородах или других городах. Подготовкой и проведением практически всех мероприятий занимаются комитеты фестивалей, фонды, власти коммуны, мелкие туристические агентства, ассоциации, частные лица, филантропы, использующие свои креативные идеи для превращения города в популярную дестинацию.

На ивент-рынке отсутствует давление олигополии, и, как следствие, на нем наблюдается постоянный приток новых компаний и рост естественной конкуренции. Поэтому для ивент-агентства крайне важно следить за конкурентоспособностью на рынке. К главным факторам, влияющим на успех агентства, относятся финансирование, диджитализация, оптимизация бюджета и мотивация команды.

На российском уровне в качестве примеров изучена деятельность агентств Екатеринбурга, Тюмени, Краснодара и Санкт-Петербурга. В частности, event-агентства в Екатеринбурге обладают высоким процентом креативности, ведут деятельность в русле современных трендов. В городе высоко развита рекламная креативность, что могло бы стать темой самостоятельного исследования. В нескольких вузах осуществляется подготовка специалистов по рекламе, сервису и бизнесу, где обучают и технологиям креативности.

Event-агентства Тюмени представлены в основном небольшими компаниями, организующими стандартные мероприятия. Некоторые агентства отличаются интересными названиями, уникальными площадками (крыша, склад, завод), многие специализируются на одном формате (только свадьбы или детские праздники). Не у всех существуют сайты и страницы в сетях. Многие агентства в основном обслуживают лишь жителей своего микрорайона. Перечислим некоторые из них. Агентство «Го-

лодные игры» занимается организацией детских праздников и квестов (нет сайта), «Свидание на крыше» — работает только с одним форматом, «Ателье эмоций» — праздничное агентство, у ивент-агентства «Хохлома» на достойном уровне создан и действует сайт, ивент-завод — агентство событийного маркетинга, «Склад № 18» — для проведения конференций и встреч, «Креативная банда Медведь», «Шоколад», «Малина». Всего в городе функционируют около 150 агентств, в которых работают приблизительно 250 специалистов. В целом такое количество покрывает потребности населения в услугах event-агентств. Можно сделать вывод о том, что деятельность около 20 % действующих в городе агентств креативна, присутствуют элементы использования потенциала территории, изюминки, креативные подходы и уникальные проекты («Голодные игры»).

В Краснодаре действуют более 100 ивент-агентств, использующих в рамках 3D-мероприятий mapping, лазерные шоу, мультимедийные шоу, эксклюзивные шоу-номера, изготовление ледяных фигур для мероприятия, азотные шоу, рисование светом. Реализовано несколько принципиально разных форматов проведения тимбилдинга: творческий, тематический, ролевой, спортивный, экстремальный. Присутствует разработка уникальной концепции, которая опирается на суть события и определяет тематику программы, всю гамму визуального оформления, стилистику общения, рекламную и информационную поддержку и другие необходимые аспекты.

В Санкт-Петербурге работают свыше 400 ивент-агентств. Каждое из них стремится заполнить какую-либо нишу в пространстве интересных и оригинальных развлекательных мероприятий, постоянно внедряя новые ивент-технологии, а также инициируя собственные проекты. Агентства предоставляют примерно одинаковый набор ивент-услуг, и упрочить позицию на рынке возможно только за счет применения креативности.

Литература

1. *Amabile T. M.* The Social Psychology of Creativity: A Componential Conceptualization // Journal of Personality and Social Psychology 45. No. 2. 1983. P. 357–377.
2. *Лапин Н. М.* Креативность как инновационный ресурс развития экономики: автореф. дис. … канд. экон. наук. Тамбов, 2008. 24 с.
3. *Маслоу А. Г.* Мотивация и личность / пер. с англ. Т. Гутман, Н. Мухина. СПб.: Питер, 2013. 351 с.
4. *Taylor C. W.* Various approaches to and definitions of creativity // R. J. Sternberg (ed.) The nature of creativity: Contemporary psychological perspectives. Cambridge, MA: Cambridge University Press, 1988. P. 99–124.
5. *Torrance E. P.* The nature of creativity as manifest in the testing // R. J. Sternberg (ed.) The nature of creativity. Cambridge, MA: Cambridge University Press, 1988. P. 43–75.
6. *Amabile T. M.* Social psychology of creativity: a consensual assessment technique // Journal of Personality and Social Psychology. 1982. Vol. 43. No. 5. P. 997–1013. DOI: 10.1037/0022-3514.43.5.997
7. *Reinartz W.*, *Saffert P.* How to assess an ads creativity [Электронный ресурс] // Harvard Business Review. 2013. May 21. URL: https://hbr.org/2013/05/how-to-assess-an-ads-creativity (дата обращения: 12.07.2020).
8. *Puccio G. J.*, *Mance M., Murdock M. C.* Creative Leadership: Skills that Drive Change. Los Angeles, CA: Sage Publications, 2011. 350 p.
9. Ten Dimensions of a Creative Climate [Электронный ресурс] // Coursera. URL: https://www.coursera.org/lecture/ignite-creativity/ten-dimensions-of-a-creative-climate-trust-and-openness-JTa8O (дата обращения: 22.07.2020).
10. 1 000 идей [Электронный ресурс] // Openbusiness.ru. URL: https://1000ideas.openbusiness.ru/about?utm_source (дата обращения: 22.07.2020).
11. International Congress and Convention Association (ICCA) [Электронный ресурс] // ICCA. URL: https://www.iccaworld.org/ (дата обращения: 22.07.2020).

References

1. Amabile T.M. The Social Psychology of Creativity: A Componential Conceptualization // Journal of Personality and Social Psychology 45. No. 2. 1983. P. 357–377.
2. Lapin N.M. Creativity as an innovative resource for economic development. Cand. econ. sci. diss. Synopsis. Tambov: Derzhavin Tambov State University; 2008. 24 p. (In Russ.).
3. Maslow A.H. Motivation and personality. London: Longman Publ.; 1987. 336 p. (Russ. ed.: Maslow A.H. Motivatsiya i lichnost'. St. Petersburg: Piter; 2013. 351 p.).
4. Taylor C.W. Various approaches to and definitions of creativity. In: Sternberg R.J., ed. The nature of creativity: Contemporary psychological perspectives. Cambridge, MA: Cambridge University Press; 1988:99-124.
5. Torrance E.P. The nature of creativity as manifest in the testing. In: Sternberg R.J., ed. The nature of creativity: Contemporary psychological perspectives. Cambridge, MA: Cambridge University Press; 1988:43-75.

6. Amabile T.M. Social psychology of creativity: A consensual assessment technique. *Journal of Personality and Social Psychology*. 1982;43(5):997-1013. DOI: 10.1037/0022-3514.43.5.997
7. Reinartz W., Saffert P. How to assess an ads creativity. Harvard Business Review. May 21, 2013. URL: https://hbr.org/2013/05/how-to-assess-an-ads-creativity (accessed on 12.07.2020).
8. Puccio G.J., Mance M., Murdock M.C. Creative leadership: Skills that drive change. Los Angeles, CA: Sage Publications; 2011. 350 p.
9. Ten dimensions of a creative climate. Coursera. URL: https://www.coursera.org/lecture/ignite-creativity/ten-dimensions-of-a-creative-climate-trust-and-openness-JTa8O (accessed on 22.07.2020).
10. 1000 ideas. Openbusiness.ru. URL: https://1000ideas.openbusiness.ru/about?utm_source (accessed on 22.07.2020). (In Russ.).
11. International Congress and Convention Association. ICCA. URL: https://www.iccaworld.org/ (accessed on 22.07.2020).

Сведения об авторах

Деревянко Ксения Игоревна

кандидат экономических наук, доцент кафедры сервиса и туризма

Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики

190103, Санкт-Петербург, Лермонтовский пр., д. 44а, Россия

(✉) e-mail: derevyanko.k@mail.ru

Орловская Виктория Петровна

кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры сервисной и конгрессно-выставочной деятельности

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

191023, Санкт-Петербург, Садовая ул., д. 21, Россия

(✉) e-mail: ovictoria@mail.ru

Поступила в редакцию 14.08.2020
Подписана в печать 03.09.2020

Information about Authors

Kseniya I. Derevyanko

Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor of the Department of Service and Tourism

St. Petersburg University of Management Technologies and Economics

44 A Lermontovskiy Ave., St. Petersburg, 190103, Russia

(✉) e-mail: derevyanko.k@mail.ru

Viktoriya P. Orlovskaya

Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Service and Congress and Exhibition Activities

St. Petersburg State University of Economics

21 Sadovaya Str., St. Petersburg, Russia, 191023

(✉) e-mail: ovictoria@mail.ru

Received 14.08.2020
Accepted 03.09.2020

УДК 004.9 http://doi.org/10.35854/1998-1627-2020-9-969-974

Применение платформ и платформенного права для преодоления рисков, вызываемых процессами цифровизации

Алтухов А. В.[1], Кашкин С. Ю.[2], Кузьмина М. В.[1]

[1] *Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова (МГУ), Москва, Россия*

[2] *Московский государственный юридический университет имени О. Е. Кутафина (МГЮА), Москва, Россия*

Фундаментальные изменения внутри страны и на глобальном уровне могут вызывать полярные последствия для жизни общества. Чем большее количество сфер затронуто изменениями, чем они глубже, тем более существенными могут быть необходимые инновации. Учитывая масштабы цифровизации и применения на ее основе технологий искусственного интеллекта, мы имеем дело с беспрецедентным явлением, требующим тщательной оценки различного рода специалистов.

Цель. Оценка рисков, связанных с внедрением платформенных решений без соответствующих законодательных инициатив, что, в свою очередь, способствует созданию института платформенного права. Юридическая наука сегодня оценивает риски, связанные с законодательным регулированием процессов, и создает условия для безопасного и продуктивного взаимодействия с новыми механизмами.

Задачи. Изучить действующее законодательство, чтобы создать условия для защиты прав и законных интересов субъектов правоотношений в процессе взаимодействия с новейшими цифровыми решениями, а также анализа возможности полномасштабного применения цифровых платформ на этой основе. Осуществить прогнозирование правовых рисков применения цифровых инноваций в современных условиях.

Результаты. Аналитическая работа показала, что платформенные решения являются новой технологической единицей и ввиду своих технологических особенностей не могут в полной мере регулироваться имеющимися правовыми нормами. Отсутствие персонифицированного правового регулирования платформ влечет за собой не только ущемление прав граждан в процессе оказания различных государственных и иных услуг средствами цифровых технологий, но и способствует созданию условий для обострения криминогенной обстановки и развития новых видов преступности.

Выводы. Рассмотрены основные риски, возникающие вследствие массовой цифровизации. Технологические особенности инноваций создают необходимость для разработки отрасли права, регулирующего общественные отношения, возникающие при взаимодействии с платформенными решениями и иными информационными технологиями. Предложено создание нового комплексного механизма правового регулирования — платформенного права. Это позволит сделать применение платформ в полной мере безопасным и эффективным во всех отраслях жизни общества.

Ключевые слова: *риски*, *платформенное право*, *цифровизация*, *платформа*, *искусственный интеллект*, *сетевое взаимодействие.*

Для цитирования: Алтухов А. В., Кашкин С. Ю., Кузьмина М. В. Применение платформ и платформенного права для преодоления рисков, вызываемых процессами цифровизации // *Экономика и управление.* 2020. Т. 26. № 9. С. 969–974. http://doi.org/10.35854/1998-1627-2020-9-969-974

Благодарности. Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований (РФФИ). Научный проект № 18-29-16150 «Искусственный интеллект и робототехника: компаративистское исследование моделей правового регулирования в современных государствах, международных организациях и интеграционных объединениях».

Using Platforms and Platform Law to Overcome Risks Caused by Digitalization Processes

Altoukhov A. V.[1], Kashkin S. Yu.[2], Kuz'mina M. V.[1]
[1] *Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia*
[2] *Kutafin Moscow State Law University, Moscow, Russia*

Fundamental changes within a country and at the global level can have contradictory consequences for society. The more areas are affected by changes and the deeper these changes are, the more significant the necessary innovations can be. Considering the scale of digitalization and application of artificial intelligence technologies based on it, it can be concluded that we are dealing with an unprecedented phenomenon that needs to be thoroughly assessed by different experts.

Aim. The presented study aims to assess risks associated with the implementation of platform solutions without appropriate legislative initiatives, which, in turn, should facilitate the creation of the platform law institution. Today, legal science assesses risks associated with the legislative regulation of processes and creates conditions for safe and productive interaction with new mechanisms.

Tasks. The authors examine current legislation to create conditions for protecting the rights and legitimate interests of legal entities in their interaction with cutting-edge digital solutions and for analyzing the possibility of full-scale application of digital platforms on this basis; estimate the legal risks of applying digital innovations under current conditions.

Results. Analytical work has shown that platform solutions are a new technological unit that cannot be fully regulated by existing legal norms due to its technological features. The lack of personalized legal regulation of platforms not only infringes the rights of citizens providing various public and other services using digital technologies, but also creates conditions for the aggravation of the crime situation and the development of new types of crime.

Conclusions. The main risks of mass digitalization are considered. The technological features of innovations make it necessary to develop a branch of law that would regulate public relations during interaction with platform solutions and other information technologies. The authors propose a new complex mechanism of legal regulation — platform law, which will make using platforms completely safe and efficient in all sectors of society.

Keywords: *risks*, *platform law*, *digitalization*, *platform*, *artificial intelligence*, *network interaction.*

For citation: Altoukhov A.V., Kashkin S.Yu., Kuz'mina M.V. Using Platforms and Platform Law to Overcome Risks Caused by Digitalization Processes. *Ekonomika i upravlenie = Economics and Management.* 2020;26(9):969-974 (In Russ.). http://doi.org/10.35854/1998-1627-2020-9-969-974

Acknowledgements. This study was funded by the Russian Foundation for Basic Research (RFBR). Research project No. 18-29-16150 Artificial intelligence and robotics: a comparative study of legal regulation models in modern countries, international organizations, and integration associations.

В условиях стремительной цифровизации деловой и общественной жизни и распространения таких явлений и понятий, как криптовалюта, блокчейн, биткоин, синтетическая биология, редактирование генома человека, искусственный интеллект и робототехника, человечество сталкивается с рисками, требующими учета и незамедлительного преодоления. В первую очередь необходимо определить, выступают ли и в какой степени эти новые явления стимулом для развития предпринимательства, какой модернизации следует ожидать.

Промежуточный вывод о результатах цифровизации большинства экономически значимых отраслей указывает на стойкий положительный эффект. Однако вместе с прогрессивной технической эволюцией неуклонно обостряется необходимость адекватного правового сопровождения применения цифровых инноваций и технологий искусственного интеллекта. Поскольку цифровизация — обширный процесс, затрагивающий практически все сферы жизни общества и государства, то целесообразно задуматься о формировании платформенного права как сложного и системного правового комплекса, регулирующего общественные отношения в сфере взаимодействия платформ. Развитие цифровых технологий и искусственного интеллекта предполагает многообразие возможностей и перспектив, что неоднократно доказывалось в процессе внедрения инноваций в различные системы жизнедеятельности. Глобализация социально значимых процессов не оставляет шанса взаимодействовать для людей без использования высоких технологий. Но высокие технологии полны непредсказуемых глобальных экзистенциальных рисков для человечества, и именно право в состоянии найти пути их минимизации.

Сегодня мы сталкиваемся с проблемой резко возрастающей численности населения Земли в сочетании с неведомыми ранее по масштабам и качеству технологическими возможностями и обширной географией проживания. А значит, в целях комфортной жизни в наш цифровой век необходимо иметь ресурсы для быстрого и качественного анализа и обработки больших объемов информации в совокупности с оперативным взаимодействием. Несмотря на то, что глобальная цифровизация выступает перспективной возможностью, сохраняются специфические риски, связанные с применением подобного рода инноваций. Возможность — это всегда риск. Таким образом, для максимально эффективного применения новейших технологий, в том числе платформенных решений, целесообразно проводить тщательный экспертный анализ возможных, сопряженных с их использованием рисков.

Всесторонняя оценка правовым сообществом предполагаемых юридических сложностей в сфере цифровизации способна создать необходимые правовые условия для эффективного и рационального использования новейших разработок. Отсутствие критической оценки, напротив, может привести к созданию губительных правовых барьеров и отсутствию необходимого юридического сопровождения. Безусловно, говоря о рисках в данной области, следует понимать, что перечень их не ограничивается законодательством. В этой связи сразу приходят на ум технологические риски, связанные с проблемами кибербезопасности, стандартизации и распространения инноваций, особенно технологий искусственного интеллекта.

Не менее важное место занимает блок правовых рисков. Как и любое глобальное нововведение, цифровизация требует активного участия правового регулятора, особенно в контексте нескольких аспектов, являющихся наиболее рискованными для стабильности экономики после массового распространения цифровизации:

1. Модернизация и переориентирование рынка труда. Цифровизация экономики при всех ее возможностях увеличения производительности труда способна привести к исчезновению ряда профессий и созданию новых. Государственное регулирование процессов цифровизации правом может существенно снизить риски безработицы в переходный период, для которого характерен рост безработицы и сокращение социальных гарантий трудящихся. Ученые прогнозируют, что в нашей стране к 2035 г. исчезнет около 60 «традиционных» профессий, но при этом появятся 186 новых [1]. Приведенные данные предсказывают позитивный сдвиг в области трудоустройства.

На территории России пока не возникает таких проблем, роботизация у нас не так активна, как в азиатских странах, а значит, говорить о том, что людей на рабочих местах вскоре заменят роботы, пока не приходится [2]. В то же время не менее активное внедрение систем искусственного интеллекта, в том числе в банковском секторе, прямо способствовало высвобождению человеческого интеллектуального потенциала для решения нерутинных задач.

Правовое регулирование этого риска сводится к законодательным инициативам в сфере переквалификации сотрудников организаций, которых коснулась модернизация, а также к разработке принципов охраны труда операторов цифровых платформ и иных новых специалистов. Данный подход обеспечит все необходимые законодательные условия для модернизации рынка труда и сокращения риска безработицы. Необходимо понимать, что изменение принципов осуществления трудовой деятельности — закономерный процесс.

2. Несоответствие системы образования. Речь идет главным образом о том, что для эффективного использования инноваций в повседневной жизни общества необходимо менять и образовательные программы. В разные времена от людей требуются разные уровни и наборы знаний и навыков. Образовательный процесс, протекающий по разработанным ранее стандартам, обеспечивает унификацию образовательных программ и подготовку специалистов с предсказуемым набором знаний, умений и навыков. Но в данном процессе крайне важно учитывать реальные современные потребности, возникшие в обществе [2].

Нельзя назвать однозначно благоприятным тот факт, что система образования, действующая в нашей стране, статична и все чаще не вполне отвечает реальным современным потребностям учеников. Внедрение платформенного права может послужить надежным механизмом плавной модернизации образования. Сегодня взрывное развитие технологий без своевременного правового обеспечения формирует условия для реального риска возникновения разрыва между потребностями работодателей и способностями, навыками работников. Причина этого заключается в неподготовленности (в том числе и с правовой точки зрения) отечественной системы образования к тому, чтобы обеспечить обучение в соответствии с реалиями жизни. Выявленное несоответствие делает реальным риск, связанный с невозможностью пользоваться необходимым набором цифровых инноваций в повседневной жизни общества из-за отсутствия минимальной цифровой грамотности [3]. Для решения этой задачи активно реализуется национальный проект «Наука»,

одной из целей которого является модернизация образования с учетом современного состояния научно-технического развития в стране и мире [1].

3. Права на интеллектуальную собственность. Блокчейн-технологии активно используются при ведении государственных реестров, что обеспечивает надежное хранение данных с предоставлением оперативного доступа. Тем не менее при таком подходе значительно увеличиваются риски нарушения исключительных прав патентообладателей, например, при применении технологий 3D-печати [4].

Такие риски требуют включения в гражданское законодательство запрета использования цифровых копий без согласия правообладателя и прочих мер защиты интеллектуальной собственности на законодательном уровне. Безусловно, действующее законодательство, регулирующее право интеллектуальной собственности и патентное право, благодаря постоянной модернизации, стремится максимально защитить инновации нового поколения.

Гражданский кодекс Российской Федерации сегодня охраняет новые цифровые разработки как полноценный объект интеллектуальной собственности. Многогранность и разнообразие платформ обусловливает необходимость в создании особых норм, учитывающих все особенности технологий. Риски, связанные с защитой интеллектуальной собственности, активнее других иллюстрируют необходимость формирования платформенного права для исчерпывающей защиты прав и законных интересов участников платформенного взаимодействия.

4. Нарушение неприкосновенности частной жизни граждан. Активный сбор самой разнообразной информации о людях при помощи цифровых технологий может применяться различными структурами с разными целями, в том числе и мошенническими [4]. Результатом этого является известная персонифицированная реклама, навязывание услуг, диверсификация граждан по уровню их платежеспособности на основе анализа их цифровой личности, а также использование личной информации в целях вымогательства [5].

Введение законодательных мер в аспекте ограничений на доступ и использование личной информации без согласия субъекта (физического или юридического лица) — необходимое направление работы в области права в части рисков цифровой экономики, которые закреплены сегодня законодательно. Вместе с тем непрерывное внедрение новых цифровых элементов часто держит в напряжении граждан и приводит к росту настороженности. Такая тенденция формирует потребность в дополнительных мерах сохранения допустимых пределов в использовании персональной информации [5].

Принципы применения платформ на территории России совершенно иные. Исходя из концепции развития технологий, они представляются прежде всего механизмом обеспечения законности и правопорядка. Законодательные запреты на использование информационных технологий не будут являться разумным решением вопроса, поскольку, вероятнее всего, приведут к неизбежным нарушениям. Поэтому от правовой структуры требуется четко проработанный поход к регулированию новых технологий, минимально основанный на запретах. Главной задачей правоведов при разработке законодательства в области платформенного права, наряду с увеличением легитимности процессов, является раскрытие всего функционального потенциала платформ на практике.

5. Уголовная ответственность в сфере информационных технологий. Нормы раздела VIII «Преступления в сфере экономики» Уголовного кодекса Российской Федерации и практика их применения содержат существенное расхождение между юридической трактовкой и фактическими преступлениями в сфере экономики, совершаемыми с использованием информационных сетей [6].

Глобальная цифровизация без должного правового сопровождения использования технологий потенциально опасна и может спровоцировать появление новых видов преступлений, в которых воздействие направлено непосредственно на автоматизированные компьютерные системы, и платформенных технологий [7].

При наличии персонифицированных правовых норм, направленных на регламентацию использования новейших платформенных решений, законность и правопорядок, напротив, имеют шансы существенно возрасти. При наличии платформенного законодательства по мере ускорения развития цифровых технологий и их применения в различных сферах жизни механизмы работы платформ будут все более правовыми. Разрыв между эволюцией права и эволюцией техники будет стремительно сокращаться, учитывая, что на современном этапе все бизнес-процессы стремятся по инициативе государства цифровизировать свою деятельность. Это не только упростит, но и сделает ведение бизнеса более прозрачным и доступным.

Можно с уверенностью утверждать, что платформы становятся мощным катализатором экономического роста, развития инноваций и конкуренции. Цифровые технологии в настоящее время предоставляют субъектам недорогой доступ к глобальным рынкам и цепочкам формирования стоимости, минимизируют традиционное посредничество, упрощая и ускоряя рыночные процессы. Для многих людей, таким образом, стало намного доступ-

нее множество благ, что существенно повышает уровень жизни. Однако любой прогресс несет в себе немало рисков. Относительно цифровых платформ главными угрозами можно назвать следующие:

- проблему конфиденциальности персональных данных. Платформы собирают и обрабатывают большие данные об участниках, отслеживая все их действия и личную информацию, и могут использовать их для продажи в недобросовестных целях;
- отсутствие четкого и гибкого международного и национального законодательного регулирования деятельности платформенных компаний и неоднозначность судебной практики;
- использование платформ в целях максимизации прибыли (в качестве механизма «хищнического» ценообразования по отношению к потребителям и поставщикам);
- необходимость осуществления поставщиками расходов на техническое обслуживание и капитальных затрат за счет собственных средств (например, таксисты Uber несут ответственность за расходы на эксплуатацию автомобиля, топливо, амортизацию и страховое покрытие).

Но даже в таких условиях применение платформ выгоднее традиционной модели сотрудничества. Можно заключить, что стремительное развитие цифровых технологий и рост их популярности в обществе создает закономерную потребность в создании комплекса правовых норм, регулирующих общественные отношения, связанные с платформенным и межплатформенным взаимодействием. Данный подход наделит стороны необходимыми правами и обязанностями, как следствие, позволит пользоваться инновациями более безопасно и комфортно. Как известно, отсутствие правового регулирования использования инноваций приводит не только к возникновению правовых барьеров, но и влечет некоторое количество рисков [3].

Приведенный список рисков, сопровождающих процесс развития цифровой экономики, не является исчерпывающим. Тем не менее их игнорирование может привести к ошибкам в принятии решений в области регулирования экономики на законодательном уровне. Для управления подобными рисками следует подходить к их изучению в рамках научной деятельности, планировать мероприятия по их минимизации и устранению, обязательным элементом которых служит регулирование трендов цифровой экономики на правовом уровне посредством платформенного права. Это сохранит плюсы использования цифровых технологий в экономике, сведя до минимума их минусы. Только такой подход позволит нашей стране сохранять лидирующие позиции в мире и идти в ногу со временем.

Литература

1. *Садовая Е. А.* Цифровая экономика и новая парадигма рынка труда // Мировая экономика и международные отношения. 2018. № 12. С. 35–45.
2. *Эскиндаров М. А., Масленников В. В., Масленников О. В.* Риски и шансы цифровой экономики в России // Финансы: теория и практика. 2019. № 5. С. 6–17.
3. *Зараковский Г. М.* Качество жизни населения России: психологические составляющие. М.: Смысл, 2009. 319 с.
4. *Устюжанина Е. В., Сигарев А. В., Шеин Р. А.* Цифровая экономика как новая парадигма экономического развития // Экономический анализ: теория и практика. 2017. № 12. С. 23–35.
5. *Восколович Н. А.* Измерение влияния цифровой трансформации сферы услуг на качество жизни населения [Электронный ресурс] // Государственное управление. Электронный вестник. 2019. № 75. С. 6–23. URL: http://e-journal.spa.msu.ru/uploads/vestnik/2019/vipusk__75._avgust_2019_g./problemi_upravlenija_teorija_i_praktika/voskolovitch.pdf (дата обращения: 02.07.2020).
6. *Суходолов А. П., Иванцов С. В., Борисов С. В., Спасенников Б. А.* Актуальные проблемы предупреждения преступлений в сфере экономики, совершаемых с использованием информационно-телекоммуникационных сетей // Всероссийский криминологический журнал. 2017. № 1. С. 13–21.
7. *Днепровская Н. В.* Цифровая трансформация взаимодействия органов власти и граждан [Электронный ресурс] // Государственное управление. Электронный вестник. 2018. № 67. С. 96–110. URL: http://e-journal.spa.msu.ru/uploads/vestnik/2018/vipusk__67._aprel_2018_g./problemi_upravlenija_teorija_i_praktika/dneprovskaya.pdf (дата обращения: 02.07.2020).

References

1. Sadovaya E.A. Digital economy and a new paradigm of labor market. *Mirovaya ekonomika i mezhdunarodnye otnosheniya = World Economy and International Relations.* 2018;62(12):35-45. (In Russ.). DOI: 10.20542/0131-2227-2018-62-12-35-45
2. Eskindarov M.A., Maslennikov V.V., Maslennikov O.V. Risks and chances of the digital economy in Russia. *Finansy: teoriya i praktika = Finance: Theory and Practice.* 2019;23(5):6-17. (In Russ.). DOI: 10.26794/2587-5671-2018-23-5-6-17

3. Zarakovskii G.M. The quality of life of the population of Russia: Psychological components. Moscow: Smysl; 2009. 319 p. (In Russ.).
4. Ustyuzhanina E.V., Sigarev A.V., Shein R.A. Digital economy as a new paradigm of economic development. *Ekonomicheskii analiz: teoriya i praktika = Economic Analysis: Theory and Practice.* 2017;16(12):2238-2253. (In Russ.). DOI: 10.24891/ea.16.12.2238
5. Voskolovich N.A. Measuring the impact of digital transformation of the service sector on the quality of life of the population. *Gosudarstvennoe upravlenie. Elektronnyi vestnik = Public Administration. E-Journal.* 2019;(75):6-23. URL: http://e-journal.spa.msu.ru/uploads/vestnik/2019/vipusk__75._avgust_2019_g./problemi_upravlenija_teorija_i_praktika/voskolovitch.pdf (accessed on 02.07.2020). (In Russ.).
6. Sukhodolov A.P., Ivantsov S.V., Borisov S.V., Spasennikov B.A. Topical issues of preventing economic crimes committed using information and telecommunication networks. *Vserossiiskii kriminologicheskii zhurnal = Russian Journal of Criminology.* 2017;11(1):13-21. (In Russ.). DOI: 10.17150/2500-4255.2017.11(1).13-21
7. Dneprovskaya N.V. Digital transformation of interaction between authorities and citizens. *Gosudarstvennoe upravlenie. Elektronnyi vestnik = Public Administration. E-Journal.* 2018;(67):96-110. URL: http://e-journal.spa.msu.ru/uploads/vestnik/2018/vipusk__67._aprel_2018_g./problemi_upravlenija_teorija_i_praktika/dneprovskaya.pdf (accessed on 02.07.2020). (In Russ.).

Сведения об авторах

Алтухов Алексей Валерьевич

аспирант, инженер кафедры экономики инноваций

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова

119991, Москва, ГСП-1, Ленинские горы, д. 1, стр. 46, Россия

(✉) e-mail: alexei.altoukhov@gmail.com

Кашкин Сергей Юрьевич

доктор юридических наук, профессор, заведующий кафедрой интеграционного и европейского права, Заслуженный юрист РФ

Московский государственный юридический университет имени О. Е. Кутафина

125993, Москва, Садовая-Кудринская ул., д. 9, Россия

(✉) e-mail: eul07@mail.ru

Кузьмина Марина Владимировна

аспирант кафедры экономики инноваций

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова

119991, Москва, ГСП-1, Ленинские горы, д. 1, стр. 46, Россия

(✉) e-mail: kuzmina.marishka@gmail.com

Поступила в редакцию 31.07.2020
Подписана в печать 20.08.2020

Information about Authors

Alexei V. Altoukhov

Postgraduate Student, Engineer of the Department of Economics of Innovation

Lomonosov Moscow State University

1-46 Leninskie Gory, Moscow, 119991, Russia

(✉) e-mail: alexei.altoukhov@gmail.com

Sergey Yu. Kashkin

Doctor of Sciences (Law), Professor, Head of the Department of Integration and European Law, Honoured Lawyer of Russia

Kutafin Moscow State Law University

9 Sadovaya-Kudrinskaya Str., Moscow, 125993, Russia

(✉) e-mail: eul07@mail.ru

Marina V. Kuz'mina

Postgraduate Student of the Department of Economics of Innovation

Lomonosov Moscow State University

1-46 Leninskie Gory, Moscow, 119991, Russia

(✉) e-mail: kuzmina.marishka@gmail.com

Received 31.07.2020
Accepted 20.08.2020

УДК 339.138 http://doi.org/10.35854/1998-1627-2020-9-975-985

Онлайн-платформы как инструмент современного маркетинга (на примере Европейского союза)

Зуев В. Н.[1], Мороз Е. В.[1]
[1] *Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ), Москва, Россия*

Цель. Оценка влияния интернет-платформ на эффективность торгово-экономической деятельности агентов на примере Европейского союза (далее — ЕС, Союз).

Задачи. Рассмотреть характеристики маркетплейсов Европейского союза, оценить влияние социальных сетей на торговые привычки потребителей, ознакомиться со статистикой онлайн-торговли в Европейском союзе и инициативами, предпринятыми Союзом для совершенствования онлайн-торговли.

Методология. На основе использования общих методов познания авторами выявлены характерные черты элементов продвижения товаров в онлайн-пространстве, проанализированы статистические показатели и обнаружены взаимосвязи между применением цифровых каналов обработки информации и востребованностью товара.

Результаты. Рассмотрение платформ-маркетплейсов привело к выводу о том, что они являются далеко не совершенным каналом продвижения товаров в режиме онлайн. Однако их роль в последние годы активно растет. Такие платформенные решения, как мобильные сети и социальные сети, существенно повышают онлайн-продажи. Вместе с тем онлайн-канал имеет и преимущества, и недостатки, которые Европейский союз решает посредством введения наднационального регулирования онлайн-посредников в продажах.

Выводы. Для дальнейшего совершенствования процессов онлайн-торговли необходимы наднациональное регулирование и работа с потребителями с целью повышения их осведомленности о возможностях онлайн-торговли.

Ключевые слова: *маркетплейс*, *социальные сети*, *интернет*, *электронная торговля*, *платформенная экономика*.

Для цитирования: Мороз Е. В., Зуев В. Н. Онлайн-платформы как инструмент современного маркетинга (на примере Европейского союза) // *Экономика и управление*. 2020. Т. 26. № 9. С. 975–985. http://doi.org/10.35854/1998-1627-2020-9-975-985

Online Platforms as a Modern Marketing Tool (Through the Example of the European Union)

Moroz E. V.[1], Zuev V. N.[1]
[1] *National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia*

Aim. The presented study aims to assess the impact of Internet platforms on the efficiency of commercial and economic activities of agents, through the example of the European Union (hereinafter — the EU).

Tasks. The authors consider the characteristics of the European Union's marketplaces, assess the impact of social networks on consumer shopping habits, examine e-commerce statistics in the European Union and the initiatives taken by the EU to improve e-commerce.

Methods. This study uses general methods of cognition to identify the specific features of product promotion in the online space, analyze statistical indicators, and determine the relationship between the use of digital information processing channels and the demand for goods.

Results. Examination of marketplace platforms shows that they are not a perfect channel for promoting products online. However, their significance has been growing rapidly in recent years. Platform solutions such as mobile networks and social networks significantly increase online sales. However, online channels have both advantages and disadvantages, which the European Union solves by introducing supranational regulation of online sales agents.

Conclusions. Further improvement of e-commerce processes requires supranational regulation and consumer engagement to increase their awareness of the opportunities provided by e-commerce.

Keywords: *marketplace*, *social networks*, *Internet*, *e-commerce*, *platform economy*.

For citation: Moroz E.V., Zuev V.N. Online Platforms as a Modern Marketing Tool (Through the Example of the European Union). *Ekonomika i upravlenie = Economics and Management.* 2020;26(9):975-985 (In Russ.). http://doi.org/10.35854/1998-1627-2020-9-975-985

Введение

Маркетплейсы представляют собой новый и мощный инструмент продвижения торговли, являясь, по сути, крупным агрегатором возможностей для торговли на локальном и мировом рынке, который способен существенно поднять продажи продукции. Согласно результатам проведенных исследований, с 2018 по 2023 г. российский рынок электронной коммерции возрастет на 170 процентов — с 1,292 трлн руб. до 3,491 трлн руб. [1].

Такой значительный рост торговли обусловлен различными каналами продаж, которые обслуживаются информационной сетью. Все данные каналы распространения продукции и построения отношений с потенциальными потребителями можно назвать платформами, т. е. системами, в которых происходит взаимодействие продавца и покупателя на принципах открытости и прозрачности для приобретения и использования предлагаемой продукции.

В статье авторами поставлена задача по рассмотрению видов интернет-платформ и маркетинговых стратегий, используемых в торговле, а также оценка эффективности данных каналов сбыта в условиях цифровой экономики. Гипотеза, изложенная в настоящей статье, заключается в предположении о том, что маркетплейсы являются сегодня самым эффективным инструментом маркетинга, в частности, в Европейском союзе (ЕС), который выбран как один из наиболее зрелых и развитых современных рынков. По динамике такого рынка можно судить об эффективности внедрения новых решений в целом в экономике, в том числе в маркетинге.

Для доказательства гипотезы авторы используют наблюдение, описание основных трендов и платформенных решений, приводят статистику по интернет-торговле в ЕС и ее основных драйверах. В статье охарактеризованы тенденции в регулировании интернет-платформ в ЕС, объяснены проблемные моменты интернет-торговли и текущие решения, которые призваны их преодолеть. Дана общая оценка платформенной экономике и перспективам ее развития.

Интернет-посредники в торговле, основные принципы и методы продвижения

О важности интернет-платформ сегодня говорят не только зарубежные, но и отечественные исследователи. Доказано, что интернет-платформы увеличивают емкость рынка и притягивают больше пользователей — как потребителей, так и разработчиков [2]. В первую очередь необходимо отметить, что платформы присутствуют не только на рынке товаров и услуг, они опосредуют значительную часть бизнес-операций и агрегируют информационные ресурсы. Платформы начинают играть ключевую роль на разных этапах создания и продвижения товара. Учитывая важное и растущее значение платформ, будущую экономику, видимо, можно будет назвать платформенной.

Уже на начальных стадиях производства дизайнеры и разработчики продукции принимают во внимание запросы, предпочтения и даже вкусы потребителей с помощью информации, поступающей с платформ. Специальные программы оценивают потребительские свойства продукта, его готовность к запуску и качество. Логисты используют платформы для оптимизации маршрутов и отслеживания поставок. В целях обеспечения эффективного финансирования деятельности бизнеса бек-офисы компаний применяют программное обеспечение для систематизации денежных потоков. Аналитики отделов планирования используют финансовые, статистические и информационные платформы для построения прогнозов и выстраивания стратегии компании на рынках.

Функция обеспечения и обслуживания продаж — это лишь небольшая и наиболее заметная для большинства наблюдателей часть айсберга платформенной экономики. Главная его часть скрыта за оболочкой программных продуктов. Но функция продаж становится ключевой, поскольку именно она определяет направленность всех остальных бизнес-функций, потому что от объема продаж зависит прибыльность предприятия. Оно не станет успешным, если даже товар будет полезным и нужным, но работники не будут знать, как вывести его на рынок.

Фирмам целесообразно создавать приложения для обслуживания отдельных бизнес-функций, иначе они будут тяжеловесными и неудобными для использования. Однако платформы представляют более расширенный функционал и становятся «посредниками» между несколькими программами, приложениями, экономическими агентами, а также экономическими институтами. Например, Единый портал государственных услуг, который объединяет сервисы для граждан в одном месте,

существующий не так давно, содержит в себе возможности для граждан подать заявление в отношении некоторых видов государственных услуг, ранее предоставлявшихся только после обращения в несколько ведомств. Данная агрегация упрощает диалог граждан и власти, позволяет вести статистику и улучшать свои характеристики.

Централизация способна положительно влиять на сокращение государственных расходов по предоставлению услуг, а гражданам поможет сократить время получения документов, упростит процесс подготовки документов по запросам. Возможно, было бы логично продолжить процесс расширения видов предоставляемых услуг на одном портале и создать совместный проект портала госуслуг с порталом налоговых услуг, чтобы граждане могли платить налоги, подавать заявления на налоговые льготы, возврат налога, получать социальные выплаты в рамках одного окна. Заметим, что портал госуслуг — лишь один из примеров современной платформенной экономики, который наглядно показывает, как упрощается наша жизнь.

Среди молодых каналов продвижения товаров в сети — маркетплейсы, представляющие собой площадку для предложения продукции как производителем, так и интернет-магазинами (посредниками) для широкого круга лиц. Специалисты называют маркетплейсы аналогами торговых центров, где пользователи размещают свой товар на арендных началах [3]. Среди плюсов данного канала продвижения можно выделить узнаваемость, небольшие затраты на раскрутку. Среди минусов — необходимость придерживаться оформительских стандартов маркетплейса, что мешает созданию индивидуального имиджа продавца.

Эффективность модели использования маркетплейсов иллюстрируется следующей статистикой (март 2019 г.). Например, 42 % покупателей книг делают это через маркетплейс, но лишь 8 % — через сайт розничных торговцев. 33 % покупателей приобретают новую одежду также на маркетплейсе, а 24 % — на сайте производителя. 21 % офисных товаров также приобретается на маркетплейсах, на сайте производителя канцелярию покупают только 6 % пользователей. В целом покупки на маркетплейсе более популярны, чем на сайте производителей, среди разных других групп товаров — от еды и кормов для животных до товаров для красоты и здоровья, а также люксовых товаров.

В 2018 г. более 1,8 млрд людей совершали покупки в режиме онлайн. Кроме того, большинство покупок (63 %) начинаются с онлайн-поиска. Крупнейший маркетплейс — китайский TaoBao, далее идут Tmall и Amazon [4]. Онлайн-покупки стали более частыми и из-за изменения условий среды, в том числе вследствие пандемии коронавируса COVID-19. Например, число покупателей бакалейных товаров выросло почти в два раза в Америке, от 22 % в 2018 г. (от общего числа населения) до 42 % в марте 2020 г. В Европейском союзе использование маркетплейсов заметно сказывается на повышении интереса к продажам. Среди наиболее востребованных торговых площадок в интернете для стран ЕС можно выделить следующие [5]:

- Allegro (Польша) — 13 млн пользователей. Маркетплейс работает на польском языке, но это не мешает ему быть востребованной площадкой. Allegro позиционирует себя как крупнейший торговый центр. В настоящее время на национальном рынке он имеет долю в 62 % среди товаров сектора «Электроника», 74 % в секторе «Садоводство» и 46 % в сфере моды;
- ASOS — крупнейший онлайн-ритейлер одежды, с сайтами в Великобритании, США, Европе и Австралии, заметив растущую популярность маркетплейсов, решил запустить свой. На ASOS размещены 80 тыс. товаров, и еженедельно добавляется от 2,5 до 7 тысяч товаров. В 2017 г. маркетплейс получил 2 млрд фунтов выручки. С марта 2018 г. доступно приложение ASOS для скачивания, которое загрузили уже более 10 млн пользователей. Представители ASOS утверждают, что 58 % покупок совершается через мобильные устройства;
- Cdiscount — французский маркетплейс, имеющий 19 млн посетителей каждый месяц и 8,6 млн активных покупателей. Годовой доход — 1 млрд евро. Сегодня число продавцов на платформе приблизительно равно 10 тыс. Во втором квартале 2018 г. на маркетплейсе разместили 5,8 млн заказов на 11 млн артикулов;
- Emag — популярный в Европе маркетплейс, работающий в Румынии, который за год генерирует до 100 млн долл. Выручки (за более чем 1,9 млн заказов). На платформе размещены объявления от 3 500 продавцов на 1,4 млн артикулов;
- Flubit позиционирует себя как прямой конкурент Amazon. На нем размещены объявления о более чем 70 млн продуктов, число продавцов из Великобритании и Ирландии достигает 1,5 тыс.;
- Fruugo поддерживает 17 языков и 22 валюты. Данный сайт обслуживает более 25 млн пользователей в 32 странах. Ожидается, что в течение нескольких последующих лет его продажи будут расти на 200 %;
- Mobile.de (ebay) является дочерней компанией ebay и самой популярной площадкой

Германии по покупке и продаже транспортных средств, объединяя в себе интересы как физических, так и юридических лиц;

- OnBuy.com — маркетплейс, выделяющийся тем, что на нем доступны трансакции через мобильный кошелек PayPall, что делает его трансакции низкорисковыми. На сайте продается более 10 млн товаров. Ожидается, что в ближайшее время число стран, в которых его использование будет поддерживаться, достигнет 140;
- OTTO — маркетплейс, который представляет собой fashion-агрегатор в Германии. Основан как офлайн-проект, но сегодня 90 % одежды и аксессуаров этого бренда продаются через онлайн. Число активных пользователей в Германии достигает 9 млн человек, и это почти 45 % от всех домохозяйств страны;
- французский маркетплейс Price Minister (Rakuten) оперирует на современном этапе в 20 странах, и число ежедневных трансакций на нем достигает 30 тысяч. Основан в 2001 г., число активных пользователей достигает 22 млн, число визитов в месяц — 9 млн пользователей. На сайте продается более 130 млн товаров пятью тысячами активных продавцов;
- Real.de (Hitmeister) — маркетплейс, продающий товары по более чем пяти тысячам категорий и являющийся третьим по величине маркетплейсом Германии. В настоящее время маркетплейс организует доставку в 30 стран, число активных покупателей сайта достигает 6,5 млн человек в месяц, число визитов в месяц — 10 млн, т. е. конверсия продаж высока;
- Zalando — маркетплейс, который очень популярен в Германии. Утверждается, что он контролирует 7,4 % продаж fashion-индустрии, а это составляет приблизительно 42 млрд долл. Данный сайт имеет более 22 млн активных покупателей и продает более 250 тысяч видов продуктов по двум тысячам брендов.

Между тем не каждый из маркетплейсов продает абсолютно все категории товаров, есть и специализированные. На первом месте из специализированных маркетплейсов по продажам — сайты продажи одежды и аксессуаров, затем идут сайты по продаже транспортных средств. Итак, система маркетплейсов в ЕС далека до совершенства, поскольку в ней не все маркетплейсы работают на территории Европейского союза в целом, не везде высокая конверсия продаж, не везде поддерживаются все европейские языки, не все маркетплейсы объединяют множественные категории товаров, потому что есть и специализированные маркетплейсы. Не везде поддерживаются современные мобильные валюты (кошельки) — как правило, это — исключения. Доступ на некоторые из сайтов закрыт для пользователей не из Евросоюза, например, Zalando. Исходя из этого, можно утверждать, что маркетплейсы в основном не поддерживают идею общего торгового экономического пространства ЕС. Данное обстоятельство сдерживает рост новых пользователей сайтов, а следовательно, рост продаж.

Многим пользователям знакома иная тема платформенного применения интернета: система взаимодействия с другими пользователями через механизмы социальных сетей. Социальные сети — другой вид цифровой платформы, предоставляющий пользователям большие возможности для поиска информации, новостей и даже образования. Они также выступают мощным инструментом социализации. Чтобы оставаться в курсе последних тенденций и обновлений человеку нужно постоянно пользоваться интернетом.

Социальные сети — синтез информационного источника и каналов продвижения различных продуктов, что делает их незаменимыми для современного маркетинга.

Среди наиболее популярных социальных сетей ЕС выделяют следующие [6]: Twitter, LinkedIn, Instagram, Reddit, Facebook, Flickr, Spotify, Blogs, YouTube, Pinterest, Foursquare. Они делятся по большому счету на несколько категорий: общение и поиск новостей/информации (Twitter, Reddit, Facebook), обмен фотографиями, аудио- и видеофайлами (Instagram, Flickr, Pinterest), поиск медиафайлов (Spotify, YouTube), профессиональные сети (LinkedIn), приложения, использующие геолокацию, позволяющие пользователям делиться своим местоположением (Foursquare). Данное деление условно, и, несомненно, в связи с развитием социальных сетей и неограниченным потенциалом их роста функционал постоянно расширяется, профили сетей пересекаются.

Основным каналом взаимодействия человека с соцсетями является Facebook. По состоянию на июнь 2020 г. в Европе этой социальной сетью пользовались около 80 % пользователей интернета, тогда как Pinterest насчитывает 9,7 % пользователей, Twitter — около 5 %, еще меньше — остальные сети [7]. В аспекте обращения к интернету через компьютер статистика немного отличается: Facebook использовали уже 55 % пользователей, Twitter — 13,5 %, Pinterest — 12,7 %. Для планшетов статистика такая: Facebook — 71,5 %, Pinterest — 21 %, Twitter — 4 %. Для мобильных приложений статистика сходна: Facebook — 84 %, Pinterest — 8,9 %, Twitter — 4 %. Это показывает, что для различных технических средств социальные сети применяются по-разному.

На Facebook зарегистрировано более 10 млн групп по интересам. Существует мнение, что основными сферами, к которым потребители относятся наиболее лояльно, являются следующие: автомобили (91 %), банковские услуги (83 %), группы с фокусом на гастрономию (80 %). Такая отрасль, как банкинг, например, является одной из самых прогрессивных по числу предлагаемых для пользователей инновационных решений. Первые приложения на цифровые устройства разработаны для развлекательного контента и, соответственно, для банкинга. Следовательно, наибольшим коммерческим потенциалом в Европе обладает Facebook, но точный объем прибыли, полученной компанией от размещения в Facebook, назвать сложно, так как степень его влияния на продажи субъективна, а формы для принятия денежных переводов на сайте нет, что неудивительно. Изначально Facebook не разрабатывался как канал продаж, служил для других целей.

Однако о косвенном предназначении платформ идет речь повсеместно. В первую очередь разработчики видели в социальных сетях решение проблемы общения людей, а не продвижения товаров и привлечения прибыли. Но наиболее эффективные коммерческие решения находятся на стыке ранее не сочетавшихся между собой технологий и методов обработки данных, в новых сферах применения, и потенциал использования соцсетей нельзя недооценивать.

Социальные механизмы взаимодействия, применяющие интернет, а также инструменты онлайн-маркетинга оказывают существенное влияние на динамику современных продаж. В 2019 г. число пользователей интернета составило 4,131 млрд человек, что на 5,3 % больше, чем в 2018 г. Меняются и привычки пользователей интернета. Все чаще они выходят во всемирную сеть через мобильные устройства и обращаются к мобильным приложениям. В 2017 г. уровень роста мобильных приложений у пользователей составил 178 млрд скачиваний. К 2022 г., по предположениям, данное число вырастет на 45 % [8]. Рост применения мобильных приложений и их популярность объясняются доходами от мобильных приложений и рекламы. В 2016 г. доход от мобильных приложений в мире составил 88 млрд долл., в 2020 г. ожидают, что он вырастет до 188 млрд долл. [8].

Выделяют несколько причин того, почему мобильные приложения стали настолько популярны. Во-первых, чтобы их создать, не нужно обладать глубокими знаниями в области программирования. На современном рынке много курсов, которые учат создавать мобильные приложения, и эти знания доступны большому числу пользователей. Кроме того, мобильные приложения очень удобны, так как люди формируют для себя полезные привычки в питании, занятии спортом, изучении языков, в ином. Другой ценностью мобильных приложений является то, что они более доступны, чем стационарные программы на компьютере, а иногда распространяются бесплатно. Это существенно повышает интерес к рекламируемому продукту и увеличивает трафик пользователей.

Мобильные приложения популярны у детей, что, соответственно, влияет на их родителей, а также способны быстро и гибко подстраиваться под наши интересы и потребительские предпочтения. Неполадки в приложениях исправляются быстро, что способствует росту их популярности и вере в их надежность. Мобильные приложения, как и социальные сети, можно назвать эффективными платформенными решениями, влияющими на онлайн-продажи.

Далее рассмотрим статистику об онлайн-продажах в ЕС. Центральная идея состоит в том, что доля предприятий, торгующих через онлайн, невелика, равно как и вовлеченность маркетплейсов в торговлю. Данная проблема может быть решена последними решениями Европейской комиссии по регулированию платформенной экономики при следовании нескольким принципам.

Статистика по онлайн-продажам в Европейском союзе

В первую очередь необходимо упомянуть о впечатляющем росте интернет-торговли в Европе, темпы прироста которой составили 12,7 % в 2019–2020 гг. Предполагается, что данная цифра будет увеличиваться в связи с ростом пользователей интернета и доверия к интернет-ресурсам. Люди по достоинству оценили преимущества онлайн-продаж и онлайн-маркетинга, как видно на рисунке 1.

В Европейском союзе демонстрируется впечатляющий рост онлайн-продаж за последние десять лет. Их доля в общей выручке компаний возросла от 12 % в 2008 г. до 18 % в 2018 г. [9]. Доля компаний, занимающихся онлайн-продажами, увеличилась на 7 % и достигла 20 %. Но доля выручки от интернет-продаж в данных компаниях не успевает со своим ростом за ростом доли компаний, заинтересованных в этом канале продаж: доля компаний, ведущих продажи онлайн — 20 %, а доля интернет-выручки — 18 %, как показано на рисунке 2. Это можно объяснить тем, что выручка компаний возросла, и доля интернет-продаж в относительных величинах увеличивается не так быстро, как количество новых фирм. Кроме того, новые компании, появляющиеся

Рис. 1. Рост электронной торговли в Европе, 2015–2020 гг.

Источник: составлено автором на основе сайта *https://ecommercenews.eu/ecommerce-in-europe/*.

Рис. 2. Онлайн-продажи и выручка от онлайн-продаж в ЕС-28 с 2008 по 2018 г., %

Источник: по данным Eurostat.

на рынке, склонны чаще к онлайн-продажам и онлайн-маркетингу. Поскольку их доля на рынке не настолько велика ввиду ограниченного по времени присутствия на рынке, их доля в общей выручке пока составляет относительно небольшую часть.

Рассмотрим статистику по компаниям, использующим онлайн-канал продаж, относительно их размеров, как отражено на рисунке 3. Большую выгоду от онлайн-продаж получили именно крупные предприятия, а не мелкий бизнес, что, возможно, связано с несопоставимыми бюджетами на маркетинговую кампанию. Доля крупных компаний, торгующих онлайн, составляет 43 %, доля выручки от онлайн-продаж в общих продажах — 25 %. Для средних предприятий эти показатели равны 28 % и 14 %, для малых — 18 % и 8 % соответственно. Такие, казалось бы, низкие показатели могут быть объяснимы тем, что в основном эти цифры представляют продажи исключительно с помощью использования интернета (заказы, оформленные на сайте). Данные индикаторы приблизительны, поскольку изначально поиск товара начинается с поиска в интернете, и даже сарафанное радио теперь заменяется анализом пользовательских отзывов в интернете.

Рисунок 4 показывает, что доля предприятий, ведущих онлайн-продажи через веб-сайты и мобильные приложения, доходит в некоторых странах Евросоюза до 100 %, со средним показателем в ЕС более 80 %. Популярность маркетплейсов пока низка, скорее всего, потому что это — новый канал реализации товаров. В целом очевидно следующее: где доля

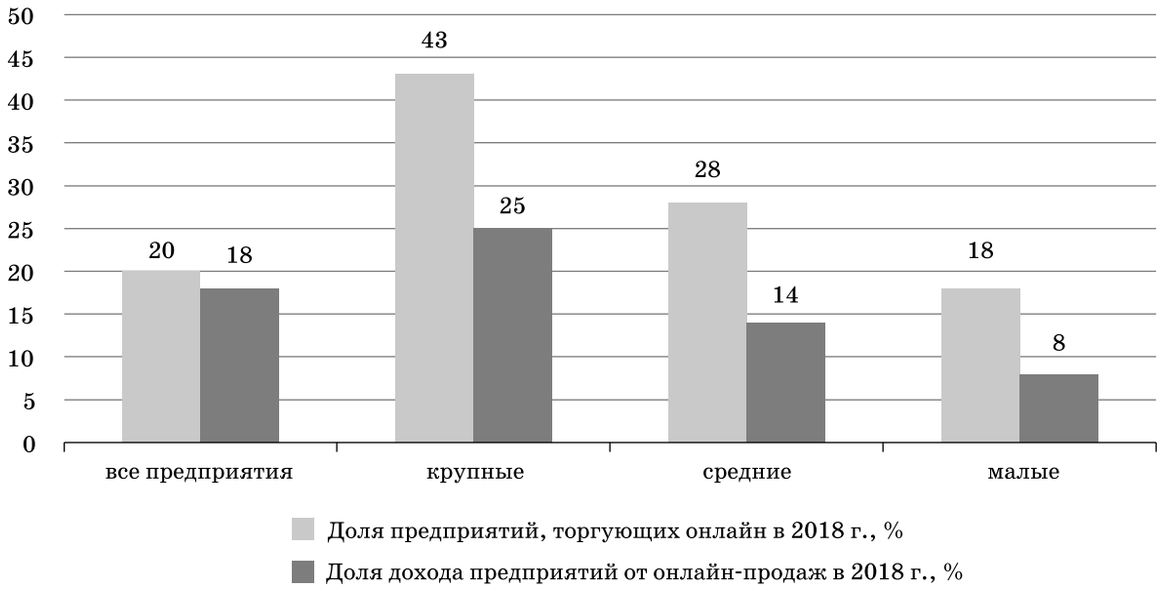

Рис. 3. Доля онлайн-продаж по величине бизнеса в ЕС-28 с 2008 по 2018 г., %

Источник: по данным Eurostat.

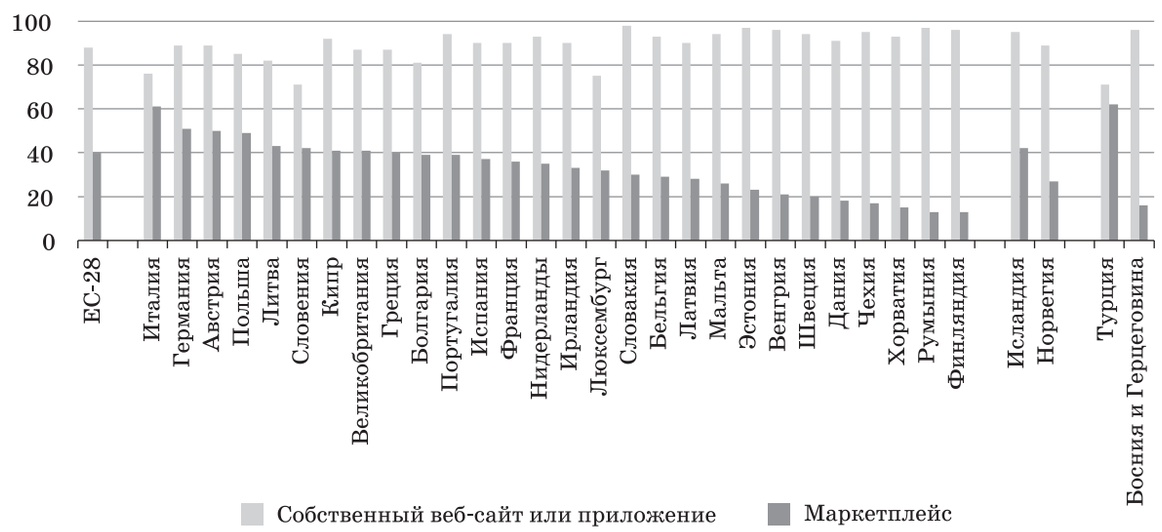

Рис. 4. Доля предприятий, осуществляющих онлайн-продажи через веб-сайты и маркетплейсы в 2018 г., %

Источник: по данным Eurostat.

предприятий, торгующих через свой сайт, выше, там и использование маркетплейсов ниже. Оба канала продаж могут выступать как взаимозаменяемые, они дают предприятию свою «торговую точку» в интернете. Предприятия разных стран, осуществляющих торговлю через собственные сайты, полагаются на свою внутреннюю инфраструктуру и ресурсы, а предприятия, использующие маркетплейс, обращаются к маркетинговым ресурсам стороннего поставщика, скорее всего, ввиду экономии. Предположительно, малые предприятия, не имеющие возможности создать свою маркетинговую службу, в большей степени будут склонны к использованию маркетплейсов, чем крупные предприятия, где возможно разделение трудовых функций в рамках разных департаментов.

Наконец, на рисунке 5 видно, что контекстная, геоконтекстная реклама и вирусный маркетинг широко применяются в различных отраслях деятельности, и доля рекламы бизнеса данных типов варьируется от 4–5 до более чем 40 % [10] всех рекламных объявлений. Например, в сфере гостеприимства и размещения доля контекстной рекламы составляет более 40 %, в сфере информационных технологий и коммуникации — около 35 %, в сфере оптовой продажи и розничной торговли — около 26 %. Доля геоконтекстной рекламы в различных сферах бизнеса — от 5 до 23–24 %, с наибольшими значениями также для сфер размещения и гостеприимства, информационных технологий, оптовой и розничной торговли. Доля вирусного маркетинга приблизительно повторяет динами-

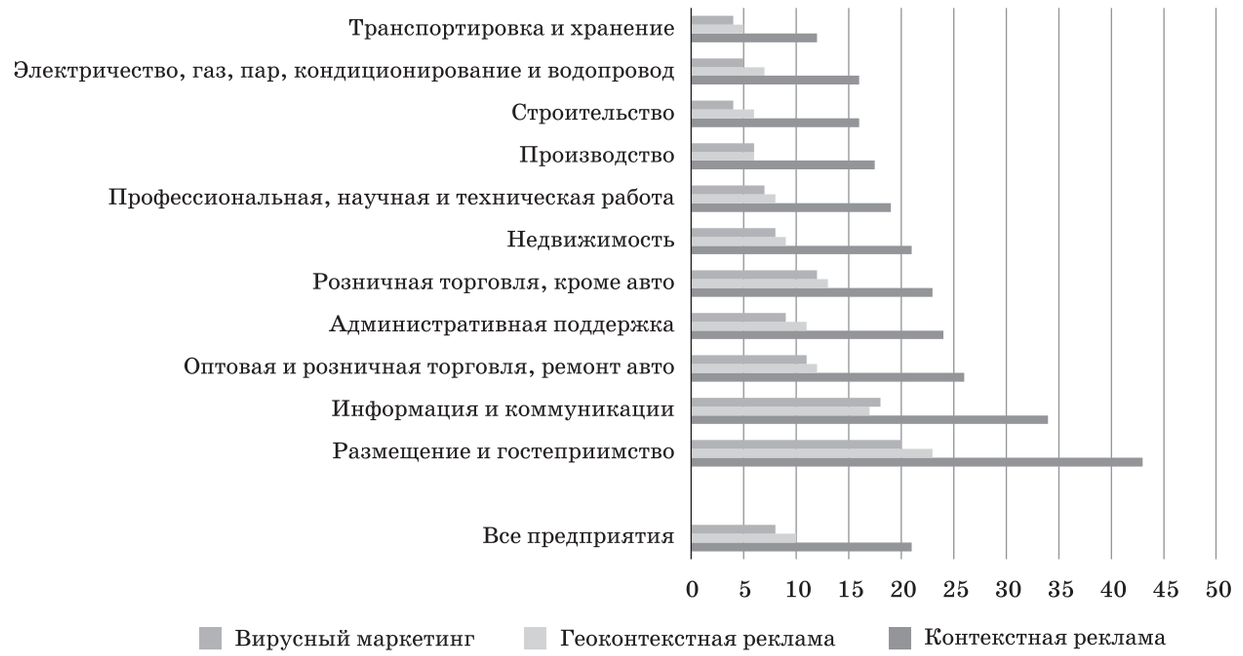

Рис. 5. Использование интернет-рекламы в зависимости от типа экономической активности предприятий в ЕС-28, 2018 г., %

Источник: по данным Eurostat.

ку использования геоконтекстной рекламы. Большие перспективы для рекламы проявляются в таких отраслях, как логистика, транспортировка, производство продукции с учетом небольшой доли использования таких методов онлайн-маркетинга.

Проблемы интернет-маркетинга и физических магазинов

Интернет-маркетинг открывает широчайшие возможности для роста и развития. В первую очередь, он создает уникальную рекламную среду для бизнеса, как для малого, так и для крупного. Конкуренция возрастает, а соответственно, растет качество предоставляемых услуг, что хорошо и для производителей, и для потенциальных потребителей. В дальнейшем интернет-маркетинг способен преодолевать географические границы и эффективно работать в любой локации.

Кроме того, онлайн-маркетинг способен работать круглосуточно, в отличие от традиционных методов маркетинга, охватывая большую часть населения в разных временных диапазонах и независимо от географического положения. Интернет-маркетинг — более доступная версия рекламы, чем реклама в печатном и телевизионном издании. Другой характерной чертой интернет-маркетинга можно назвать персонализацию контента: в отличие от традиционных методов маркетинга, он может подстраиваться под индивидуальные интересы с помощью искусственного интеллекта на основе предыдущих запросов [11].

Однако в интернет-маркетинге существуют и свои сложности, которые делают его не всегда доступным, в отличие от традиционных методов рекламы. Во-первых, он требует слаженной работы интернет-инфраструктуры — не только внешней, которая делает интернет доступным физически, но и внутренней (сайтов, ссылок на него и на рекламу, интересного контента и, соответственно, потока аудитории). Еще одним недостатком интернет-маркетинга является отсутствие контакта с глазу на глаз между рекламным агентом и пользователем. Но это компенсируется интегрированным контентом, яркой картинкой, иными средствами выразительности, которые сложно повторить офлайн.

Очередной минус интернет-маркетинга заключается в проблемах безопасности и защиты персональных данных, поскольку зачастую реклама что-то незаконно копирует или воспроизводит, что сложно преследовать. Юридическая практика защиты такой информации на современном этапе не сложилась окончательно. Наконец, не все люди доверяют интернет-маркетингу и онлайн-каналу продаж, предпочитая возможность увидеть товар вживую более дешевой онлайн-альтернативе. Кроме того, действительно, в интернете много недобросовестных лиц, которые продают поддельный или некачественный товар, вводя потребителей в заблуждение. Перечисленные основные минусы сдерживают рост продаж через интернет, но число пользователей интернет-ресурсов растет. Например, отсутствие у магазина интернет-сайта или мобильного приложения воспринимается с недоверием и

ретроградностью. Поэтому такая комбинация, как сочетание физических и онлайн-продаж и инициатив, в настоящее время становится оптимальной.

В отношении Европейского союза следует отметить, что проект регулирования взаимодействия платформ и бизнеса (platform-to-business, P2B-регулирование), принятый в июле 2019 г., стал одним из шагов создания эффективной инфраструктуры для малого и среднего бизнеса, пользующихся интернет-платформами [12]. В Европе запущен проект Обозрения платформенной экономики, который будет освещать последние тенденции в данной сфере. Ожидается, что к 12 июля 2020 г. все платформы будут отвечать требованиям P2B.

Власти ЕС осознают, что платформы несут в себе беспрецедентные возможности для бизнеса и во многом определяют будущий коммерческий успех компаний. Однако платформы, способные объединять множественных участников торговли, уязвимы по многим показателям, в том числе с позиции безопасности. Поэтому важно, чтобы государственные органы обеспечивали легитимность их функционирования и регулярно проверяли их надежность. Кроме того, в Европейской комиссии разработан механизм оценки влияния онлайн-посредников, которыми являются платформы, на прозрачность бизнеса.

Торговая политика в области интернет-платформ, регулирование деятельности интернет-платформ

В Европейской комиссии принят документ [13], регулирующий деятельность интернет-посредников в торговле, в том числе для сайтов и интернет-платформ. Он выделяет некоторые ключевые принципы работы, которым должны следовать имеющиеся платформы с целью интеграции в общее пространство данных Европейского союза. Эти принципы включают в себя следующее: прозрачность функционирования интернет-платформ, введение рейтинга платформ, деятельность Обсерватории с постоянным мониторингом новостей и событий в области интернет-платформ, осторожность работы с персональными данными.

Поставщики посреднических услуг должны гарантировать, что их сообщения исполнены на понятном и культурном языке; легко доступны для бизнеса; располагают необходимой интеллектуальной базой с возможностью принятия взвешенного решения; обладают информацией и каналами сбыта, необходимыми для реализации товаров и услуг бизнес-пользователями; имеют информацию о правах собственности на товар и располагают базой для эффективной защиты интеллектуальной собственности.

Более того, в тексте регулирования указаны принципы, согласно которым должны работать посредники (статья 12): они должны быть независимы и беспристрастны; их посреднические функции должны быть доступны для бизнеса; их услуги должны фиксироваться на договорной основе; они легко доступны для взаимодействия как по офлайн, так и по удаленному режиму; они предлагают и предоставляют коммерческие услуги без задержек; они должны быть экспертами по линии диалога бизнеса (B2B) с возможностью и компетенциями решать потенциальные конфликты интересов.

Планируется, что с 2022 г. и в дальнейшем в каждые три года данная директива будет оцениваться на эффективность и достигнутые результаты. Принцип прозрачности, который провозглашает документ, служит необходимой частью работы интернет-платформы, обеспечивая объективность данных на ней, и гарантирует сохранение принципов конкуренции. Рейтинг цифровых платформ видится как удачное решение, что может повысить вовлечение пользователей в проект. Объективная обратная связь от людей улучшит качество предоставляемого контента, в будущем повысит эффективность платформ и качество решения предписываемых им задач. Задача освещения в СМИ деятельности в области интернет-платформ, их изменений необходима для формирования у населения актуального представления об имеющихся возможностях и нацелена на увеличение пользователей в платформенную экономику.

Принцип охраны персональных данных особенно чувствителен для любой экономики, поскольку любой пользователь имеет право на выбор вне зависимости от своих предпочтений, и потеря этих данных может повлечь за собой как утрату возможности выбора, так и создать угрозу для сохранности денежных средств пользователя. Чем больше информации будет храниться в сети, тем шире поле деятельности для потенциальных нарушителей, для всех заинтересованных лиц появляются возможности в интернете, как положительно влияющие на рост благосостояния пользователей, так и отрицательно воздействующие на него.

Основные характеристики интернет-посредников, согласно вышеуказанному документу, нацелены на удобство использования платформ (если для пользователя после внедрения какого-то сервиса стало сложнее получить услугу, значит, в таком решении нет эффективности и смысла), обеспечение легальности действия платформы (пользователи должны быть осведомлены, каковы последствия передачи персональных данных интернет-провай-

деру услуги, они вправе знать, как оптимально распорядиться своими данными, какую выгоду они могут получить, какие у них обязанности, чтобы не нарушить права других пользователей и максимально увеличить свое благосостояние). Призванные принципы и характеристики направлены на обеспечение объективности данных в интернете и повышение качества платформенных решений, основаны на методе их систематизации и категоризации, что важно для текущей оценки и дальнейшего прогнозирования экономики.

Заключение

Таким образом, онлайн-продажи стали за последние десять лет востребованным каналом в торговле, как в мире в целом, так и в Европейском союзе в частности. Кроме того, рассмотрены различные типы онлайн-платформ, их плюсы и минусы. Проанализирована статистика по онлайн-продажам ЕС и затронута политика ЕС в отношении онлайн-каналов торговли. Установлено, что о первоочередной роли маркетплейсов в росте онлайн-продаж говорить рано, и первоначально высказанная гипотеза не подтвердилась, поскольку существуют более интересные каналы продаж, которые выглядят современнее и привлекательнее для пользователей интернета. Даже контекстная реклама, как видно на рисунках, привлекает пользователей в большей степени, чем сами маркетплейсы.

С одной стороны, их существование в сети логично, они выступают в качестве аналогов крупных универсальных магазинов прошлого. Но это не делает их высоко прорывными и инновационными. Если будет использоваться больше инновационных решений (как в случае с искусственным интеллектом), будет происходить отслеживание потребностей и предпочтений человека, то это сделает их незаменимым помощником пользователя в поиске продуктов и при анализе рынка. Однако исследовательская работа показала важность интернет-платформ в целом, в которую входят не только маркетплейсы, но и социальные сети, мобильные приложения, другие технические площадки для размещения объявлений о продаже продукции.

В сочетании с описанными инструментами интернет-маркетинга онлайн-платформы оживляют продажи, и потенциал от взаимодействия интернет-платформ и различного вида интернет-маркетинга будет только расти с учетом развития доверительных отношений пользователей к онлайн-заказам. В ЕС, в частности, создаются нормативные акты и предложения по повышению эффективности использования интернет-платформ. Объективны описанные методы в целях повышения потенциала интернет-платформ для экономики.

Литература

1. *Баленко Е., Посыпкина А.* Morgan Stanley пообещал почти трехкратный рост рынка e-commerce в России [Электронный ресурс] // Rbc.ru. 2018. 1 октября. URL: https://www.rbc.ru/technology_and_media/01/10/2018/5bae50449a794761830cd94b (дата обращения: 10.08.2020).
2. *Головина Т. А., Полянин А. В., Авдеева И. Л.* Развитие цифровых платформ как фактор конкурентоспособности современных экономических систем // Вестник Пермского университета. Серия: Экономика. 2019. Т. 14. № 4. С. 551–564. DOI: 10.17072/1994-9960-2019-4-551-564
3. *Твердохлебова М. Д., Никишкин В. В.* Роль маркетплейсов на рынке розничных торговых услуг // Практический маркетинг. 2019. № 6 (268). С. 3–8.
4. *Mohsin M.* 10 Online Shopping Statistics you need to know in 2020 [Электронный ресурс] // Oberlo. 2020. 23 Mar. URL: https://www.oberlo.com/blog/online-shopping-statistics (дата обращения: 10.08.2020).
5. 12 Leading Marketplaces in Europe [Электронный ресурс] // E-commerce Germany news. URL: https://ecommercegermany.com/blog/12-leading-marketplaces-europe (дата обращения: 10.08.2020).
6. Social networks [Электронный ресурс] // European Union. URL: https://europa.eu/european-union/contact/social-networks_en (дата обращения: 10.08.2020).
7. Social media Stats Europe. June 2019 – June 2020 [Электронный ресурс] // StatCounter. URL: https://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/europe (дата обращения: 10.08.2020).
8. 25 Mobile App Usage statistics to Know In 2019 [Электронный ресурс] // MindSea. URL: https://mindsea.com/app-stats/#:~:text=The%20number%20of%20mobile%20app,percent%20increase%20over%20five%20years (дата обращения: 10.08.2020).
9. E-commerce statistics [Электронный ресурс] // Eurostat statistics explained. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=E-commerce_statistics#Web_sales_dominant_in_all_EU_countries (дата обращения: 10.08.2020).
10. Internet advertising of businesses – statistics on usage of adds [Электронный ресурс] // Eurostat. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/pdfscache/54450.pdf (дата обращения: 10.08.2020).
11. Bostanshirin S. Online Marketing: Challenges and Opportunities [Электронный ресурс] // International Conference of Social Sciences and Humanities. Istanbul, 2014. P. 783–792. URL: https://swsu.ru/sbornik-statey/pdf/internet-market-454.pdf (дата обращения: 10.08.2020).

12. Platform-to-Business Trading Practices. European Commission. [Электронный ресурс] // European Commission. URL: https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/business-business-trading-practices (дата обращения: 10.08.2020).
13. Regulation (EU) 2019/1150 of the European Parliament and of the Council of 20 June 2019 on promoting fairness and transparency for business users of online intermediation services [Электронный ресурс] // EUR-Lex. URL: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32019R1150 (дата обращения: 10.08.2020).

References

1. Balenko E., Posypkina A. Morgan Stanley promised almost threefold growth of the e-commerce market in Russia. RBC. Oct. 01, 2018. URL: https://www.rbc.ru/technology_and_media/01/10/2018/5bae50449a794761830cd94b (accessed on 10.08.2020). (In Russ.).
2. Golovina T.A., Polyanin A.V., Avdeeva I.L. Development of digital platforms as a factor in the competitiveness of modern economic systems. *Vestnik Permskogo universiteta. Seriya: Ekonomika = Perm University Herald. Economy.* 2019;14(4):551-564. (In Russ.). DOI: 10.17072/1994-9960-2019-4-551-564
3. Tverdokhlebova M.D., Nikishkin V.V. The role of marketplaces in the retail market. *Prakticheskii marketing = Practical Marketing.* 2019;(6):3-8. (In Russ.).
4. Mohsin M. 10 Online shopping statistics you need to know in 2020. Oberlo. Mar. 23, 2020. URL: https://www.oberlo.com/blog/online-shopping-statistics (accessed on 10.08.2020).
5. 12 Leading marketplaces in Europe. E-Commerce Germany News. URL: https://ecommercegermany.com/blog/12-leading-marketplaces-europe (accessed on 10.08.2020).
6. Social networks. European Union. URL: https://europa.eu/european-union/contact/social-networks_en (accessed on 10.08.2020).
7. Social media stats Europe. June 2019-June 2020. StatCounter. URL: https://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/europe (accessed on 10.08.2020).
8. 25 Mobile app usage statistics to know in 2019. MindSea. URL: https://mindsea.com/app-stats/#:~:text=The%20number%20of%20mobile%20app,percent%20increase%20over%20five%20years (accessed on 10.08.2020).
9. E-commerce statistics. Eurostat Statistics Explained. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=E-commerce_statistics#Web_sales_dominant_in_all_EU_countries (accessed on 10.08.2020).
10. Internet advertising of businesses – statistics on usage of adds. Eurostat. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/pdfscache/54450.pdf (accessed on 10.08.2020).
11. Bostanshirin S. Online marketing: Challenges and opportunities. In: Proc. SOCIOINT14: Int. conf. of social sciences and humanities (Istanbul, Sept. 8-10, 2014). Istanbul: OCERINT; 2014:783-792. URL: https://swsu.ru/sbornik-statey/pdf/internet-market-454.pdf (accessed on 10.08.2020).
12. Platform-to-business trading practices. European Commission. URL: https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/business-business-trading-practices (accessed on 10.08.2020).
13. Regulation (EU) 2019/1150 of the European Parliament and of the Council of 20 June 2019 on promoting fairness and transparency for business users of online intermediation services. EUR-Lex. URL: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32019R1150 (accessed on 10.08.2020).

Сведения об авторах

Мороз Екатерина Вячеславовна

аспирант

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»

101000, Москва, Мясницкая ул., д. 20, Россия

ORCID: 0000-0002-7298-9992

(✉) e-mail: mk.cor@yandex.ru

Зуев Владимир Николаевич

доктор экономических наук, профессор, профессор Департамента мировой экономики

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»

101000, Москва, Мясницкая ул., д. 20, Россия

ORCID: 0000-0002-1271-1200

(✉) e-mail: vzuev@hse.ru

Поступила в редакцию 11.08.2020
Подписана в печать 04.09.2020

Information about Authors

Ekaterina V. Moroz

Postgraduate Student

National Research University Higher School of Economics

20 Myasnitskaya Str., Moscow, 101000, Russia

ORCID: 0000-0002-7298-9992

(✉) e-mail: mk.cor@yandex.ru

Vladimir N. Zuev

Doctor of Sciences (Economics), Professor, Professor of the Department of World Economy

National Research University Higher School of Economics

20 Myasnitskaya Str., Moscow, 101000, Russia

ORCID: 0000-0002-1271-1200

(✉) e-mail: vzuev@hse.ru

Received 11.08.2020
Accepted 04.09.2020

УДК 339.137:004 http://doi.org/10.35854/1998-1627-2020-9-986-992

О влиянии цифровой экономики на конкурентоспособность промышленных предприятий

Синцова Е. А.[1], Воскресенская О. В.[2]

[1] *Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики, Санкт-Петербург, Россия*

[2] *Санкт-Петербургский государственный экономический университет, Санкт-Петербург, Россия*

Развитие и совершенствование цифровой экономики послужило основой для преобразования системы управления конкурентоспособностью на промышленных предприятиях. Эти процессы требуют углубленного изучения.

Цель. Выявление значения цифровой экономики для поддержания и повышения конкурентоспособности промышленных предприятий.

Задачи. Изучение общих тенденций, отечественного и зарубежного опыта обеспечения конкурентоспособности промышленных предприятий в условиях цифровой экономики, а также разработка стратегии повышения конкурентоспособности под влиянием цифровизации.

Методология. Использованы такие общенаучные методы познания, как сравнение, дедукция и индукция, анализ, наблюдение, обобщение и систематизация.

Результаты. Выявлена тенденция роста глобальной цифровизации, что повышает важность и актуальность исследования ее влияния в рамках обеспечения конкурентоспособности промышленных предприятий. «Передовиками» в использовании инноваций являются страны Азиатско-Тихоокеанского региона. Положительный зарубежный опыт внедрения инструментов цифровизации выступает примером для подражания среди отечественных промышленных предприятий. Российские предприятия желают, но не всегда имеют возможности применять цифровые технологии. В конкурентной борьбе промышленные предприятия могут выбрать определенные стратегии внедрения инноваций.

Выводы. Обеспечение конкурентоспособности промышленных предприятий в современных условиях возможно лишь с внедрением инструментов и технологий цифровой экономики посредством формирования прочной базы устойчивости и безопасности в конкурентной борьбе.

Ключевые слова*: цифровизация*, *конкурентоспособность*, *цифровая экономика*, *промышленные предприятия*, *цифровые технологии*, *стратегии конкурентоспособности*, *бизнес-процессы*, *инновации*, *передовые технологии.*

Для цитирования: Синцова Е. А., Воскресенская О. В. О влиянии цифровой экономики на конкурентоспособность промышленных предприятий // *Экономика и управление.* 2020. Т. 26. № 9. С. 986–992. http://doi.org/10.35854/1998-1627-2020-9-986-992

On the Impact of the Digital Economy on the Competitiveness of Industrial Enterprises

Sintsova E. A.[1], Voskresenskaya O. V.[2]

[1] *St. Petersburg University of Management Technologies and Economics, St. Petersburg, Russia*

[2] *St. Petersburg State University of Economics, St. Petersburg, Russia*

The development and improvement of the digital economy has laid the groundwork for the transformation of competitiveness management in industrial enterprises. These processes need to be studied in depth.

Aim. The presented study aims to assess the importance of the digital economy for maintaining and improving the competitiveness of industrial enterprises.

Tasks. The authors examine general trends, Russian and foreign experience of ensuring the competitiveness of industrial enterprises in the digital economy and develop a strategy for enhancing competitiveness under the influence of digitalization.

Methods. This study uses general scientific methods of cognition such as comparison, deduction and induction, analysis, observation, generalization, and systematization.

Results. An upward trend in global digitalization is determined, which increases the importance and relevance of studying its impact on the competitiveness of industrial enterprises. The countries of the

Asia-Pacific region are the trailblazers in using innovations. Positive foreign experience of implementing digitalization tools serves as an example for Russian industrial enterprises. Russian enterprises are willing, but not always able, to use digital technologies. Industrial enterprises can choose certain strategies for implementing innovations in competition.

Conclusions. The competitiveness of industrial enterprises under modern conditions can only be ensured by implementing the tools and technologies offered by the digital economy through the formation of a solid base of stability and security in competition.

Keywords*: digitalization*, *competitiveness*, *digital economy*, *industrial enterprises*, *digital technologies*, *competitiveness strategies*, *business processes*, *innovations*, *advanced technologies.*

For citation: Sintsova E.A., Voskresenskaya O.V. On the Impact of the Digital Economy on the Competitiveness of Industrial Enterprises. *Ekonomika i upravlenie = Economics and Management.* 2020;26(9):986-992 http://doi.org/10.35854/1998-1627-2020-9-986-992

Определение «цифровая экономика» в отношении современных информационных технологий в процессах хозяйствования и управления впервые использовал Н. Негропонте в 1995 г. По его мнению, к преимуществам цифровой экономики относятся высокая скорость доставки товара, минимизация затрат на производство, неисчерпаемость электронных товаров и услуг по сравнению с материальными [1, с. 39–40].

В. А. Гордеев определяет цифровизацию экономики как современный аспект производительной деятельности, который предполагает соответствующее обновление отношений указанной деятельности, включая отношения собственности и внешнеэкономической политики [2, с. 68]. В настоящее время требуется переосмыслить большинство аспектов управления предприятиями, в том числе выбора наиболее эффективной стратегии конкурентоспособности организаций в рамках внедрения цифровых инноваций в производственной деятельности, выступающего в качестве ключевого фактора успеха на рынке. По мере развития цифровой экономики происходит активное внедрение инноваций в промышленный сектор. Трансформация бизнес-процессов, моделей и технологий производства, ускорение и удешевление выпуска разнообразной продукции (работ, услуг) становятся результатом автоматизации производства и внедрения искусственного интеллекта, реализация которых возможна благодаря цифровым технологиям. Единственным недостатком инноваций, по нашему мнению, можно считать появление социальной напряженности, вызванной исчезновением отдельных «традиционных» специальностей.

Глобальный рынок цифровой экономики ежегодной увеличивается примерно на 17 %, как видно на рисунке 1.

Согласно исследованию представителей промышленных предприятий разных отраслей, проведенному *Deloitte* совместно с «Центром стратегических разработок», сдерживающими факторами инноваций, как правило, выступают несовместимость внедряемых цифровых технологий и имеющегося на предприятиях оборудования (56 %), отсутствие достаточного объема финансовых средств (54 %), нехватка квалифицированных кадров (33 %), низкий уровень мотивации функциональных руководителей (29 %).

Результаты опросов показывают, что большая часть российских предприятий желают внедрить «умное» производство, провести полную автоматизацию бизнес-процессов и использовать технологии энергосбережения уже в 2021 г. Тем не менее существует множество внешних и внутренних факторов, препятствующих реальной модернизации производственного процесса, как показано на рисунке 2.

Аналитический *прогноз MarketsandMarkets* свидетельствует о том, что мировой рынок цифровой экономики в ближайшие пять лет будет расти и составит 156,6 млрд долл. США. В качестве наиболее востребованных направлений цифровизации промышленных предприятий выступают внедрение искусственного интеллекта; применение промышленной робототехники; разработка инструментов виртуальной реальности, блокчейна, 3D-печати, цифровых двойников и сетей 5G. По причине снижения стоимости роботов и упрощения процесса их программирования, развития машинного зрения, как полагают аналитики, в ближайшее время произойдет активное внедрение промышленной робототехники. Помимо этого, предприятиями ощущается дефицит квалифицированных кадров, что также выступает важным стимулом наращивания роботизации производства.

В разработке инструментов цифровой экономики лидирующие позиции будут занимать страны Азиатско-Тихоокеанского региона, где ключевую роль сыграют Япония и Китай. Аналитики *MarketsandMarkets* считают, что модернизация заводов указанных стран (а также южнокорейских) будет выступать главным катализатором роста внедрения решений циф-

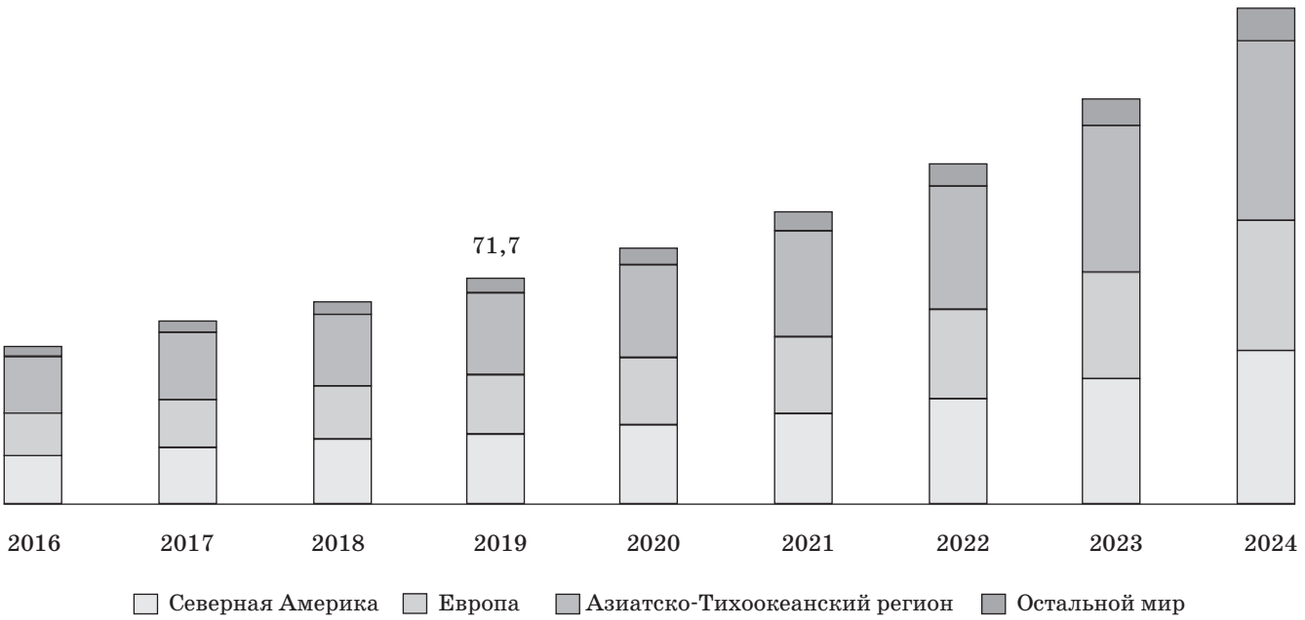

Рис. 1. Динамика внедрения решений цифровой экономики в мире в 2016–2024 гг., млрд долл. США [3]

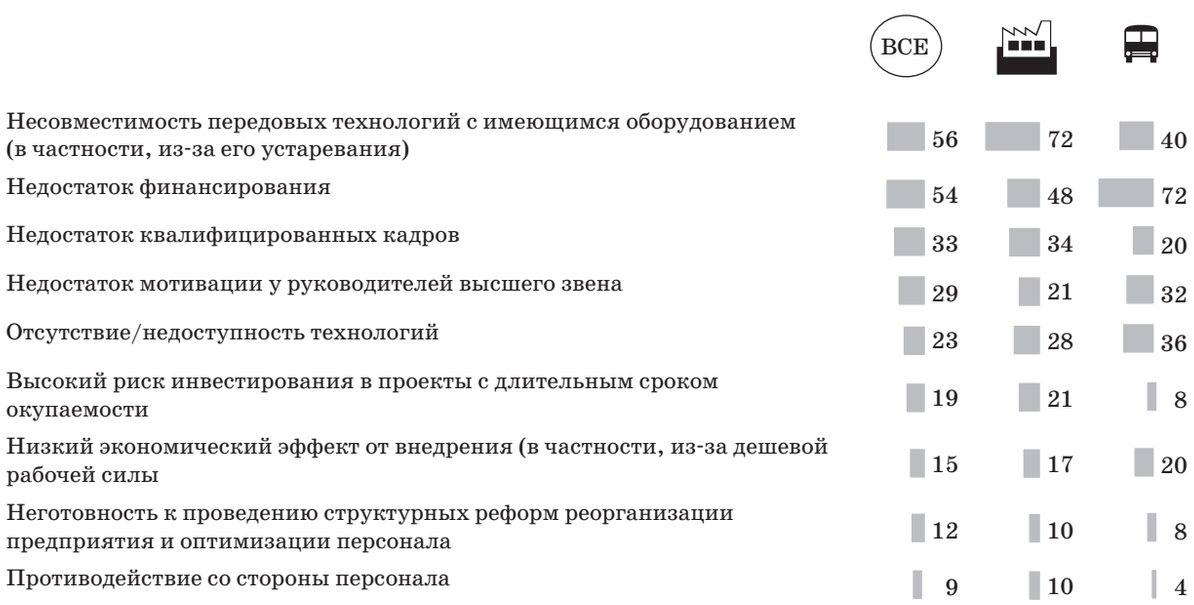

Рис. 2. Факторы, препятствующие модернизации производства, % [3]

ровизации в период до 2024 г. Ключевыми факторами указанного процесса послужат низкая себестоимость производства продукции в странах Азиатско-Тихоокеанского региона, которая позволит создавать дополнительные производственные мощности, и государственная поддержка, в том числе реализуемая с помощью целевых госпрограмм разработок и исследований.

Похожие данные приводят и другие аналитики. Например, *Fortune Business Insight* (*FBI*) предполагает, что сектор цифровой экономики будет оцениваться в 260,71 млрд долл. США в 2026 г. По мнению специалистов *FBI*, существенное значение, помимо роботизации, займут технологии 3D-печати, которые помогут полностью модернизировать бизнес-процессы и создать продукты, отвечающие конкретным нуждам потребителей.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в целом наблюдается рост глобальной цифровизации. Это повышает важность и актуальность исследования ее влияния в рамках обеспечения конкурентоспособности промышленных предприятий. Ключевыми проблемами внедрения цифровой экономики являются неадаптированность используемого оборудования к технологиям цифровизации, недостаточный объем инвестиций, низкий уровень квалификации. К «передовикам» в использовании инноваций относятся страны Азиатско-Тихоокеанского региона. Практика зарубежных стран содержит немало успешных примеров, показывающих, что цифровизация благотвор-

но отразилась не только на количественных, но и на качественных показателях бизнеса. Примерами могут быть такие компании, как *General Motors*, *SpaceX*, *Boeing*, *Materialise*, *Caterpillar* и др.

Концерн *General Motors*, в частности, начал применять технологию генеративного дизайна. Он включает в себя особый алгоритм, который обрабатывает большое количество вариантов определенной детали для отбора подходящей по необходимым параметрам (материалу, весу, способу изготовления). Указанная технология за последнее время дала возможность компании облегчить приблизительно 14 моделей автомобилей на 159 кг в сравнении с предыдущими версиями.

Следующий пример — технология *Cat Connect*, разработанная компанией *Caterpillar*. Она проводит анализ состояния оборудования и способствует сокращению эксплуатационных расходов, осуществляет контроль процесса работ, поддерживает безопасность рабочих мест. В целях определения истинной эффективности работы оборудования с учетом использования инновационной технологии компанией проведен интересный эксперимент, для осуществления которого проложили два идентичных участка дороги. Технике, которая работала на технологии *Cat Connect*, потребовалось для выполнения задания 16 часов, а для обычного оборудования — 28 часов.

Компания *GEA Group AG*, производящая оборудование для предприятий пищевой промышленности, в 2015 г. внедрила инновационное решение, помогающее ей отслеживать состояние техники клиентов и анализировать возникающие проблемы, определять их причины и предпосылки. С помощью специального алгоритма компания может эффективнее планировать ремонтные работы и работы по техническому обслуживанию, а также значительно увеличить качество сервиса [4].

В нашей стране в рамках исполнения Указа Президента РФ № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» от 7 мая 2018 г., а также с учетом необходимости решения задачи по ускорению внедрения технологий цифровизации в социальной и экономической сфере на федеральном уровне Правительство РФ осуществляет реализацию государственной программы «Цифровая экономика Российской Федерации» [5].

На уровне регионов разрабатываются программные документы, включающие в себя планы и цели по модификации региональных производств с применением цифровых технологий, и направления совершенствования законодательной базы в указанной сфере. Одновременно с национальной программой Министерство промышленности и торговли РФ вместе с компаниями «Лаборатория Касперского», НПП «ИТЭЛМА» и другими создало концепцию единого цифрового пространства «4.0 RU», которая сформирует общее цифровое пространство и поможет использовать инновационные технологии на всех стадиях промышленного производства. Разработка указанной среды приведет к повышению эффективности производственных процессов, уменьшит период вывода инновационных продуктов на рынок. Это предоставит предприятиям возможность оперативно отвечать на изменения рыночной конъюнктуры и приведет промышленность на более высокую ступень развития производства [6, с. 8].

Можно утверждать, что российский опыт поддержания конкурентоспособности в условиях цифровизации бизнес-процессов промышленных предприятий осуществляется с помощью «классической» государственной поддержки цифровых технологий и приобретения готовых инновационных решений, а также с учетом помощи в развитии информационной инфраструктуры и удобного доступа в интернет (например, для небольших населенных пунктов и социально значимых объектов); разнообразных мер прямого финансирования разработки и внедрения информационно-коммуникационных технологий в рамках инновационной и научно-технической политики.

Сегодня многие компании в разных отраслях стремятся управлять конкурентными преимуществами с использованием цифровых технологий, что создало оптимистический настрой в оценке перспектив внедрения цифровизации на предприятиях различных видов деятельности. Особенностью отечественных промышленных предприятий является объединение их в коллаборации, что дает некоторые преимущества в конкурентной борьбе. Положительный зарубежный опыт внедрения инструментов цифровизации — наглядный пример для отечественных промышленных предприятий.

Сохраняется тенденция, состоящая в том, что российские предприятия желают, но не имеют возможности применять цифровые технологии. При этом инвестиционный климат оставляет желать лучшего. Барьерами для развития бизнес-моделей цифровизации выступают санкционные ограничения, геополитическая напряженность и пандемия коронавируса. Ряд исследователей считают, что последний фактор может стать драйвером развития цифровой экономики в целом и внедрения инноваций отдельными хозяйствующими субъектами, в том числе в промышленной сфере.

Приведенные выше обстоятельства оказывают существенное влияние на снижение конкурентоспособности отечественных компаний,

Таблица 1

Конкурентные стратегии в рамках внедрения инноваций на промышленных предприятиях

Название стратегии	Характеристика стратегии	Ожидаемые результаты
Стратегия активного внедрения	1. Анализ рынка цифровой экономики. 2. Планирование модернизации промышленного производства. 3. Выделение финансовых ресурсов на реорганизацию производства. 4. Активное внедрение инноваций в производство. 5. Непрерывная модернизация технологий	1. Повышение конкурентоспособности. 2. Формирование репутации инновационного производства. 3. Оптимизация бизнес-процессов. 4. Активный рост и развитие предприятия
Стратегия «плывущего по течению»	1. Выявление тенденций на рынке цифровой экономики. 2. Анализ собственных ресурсов для внедрения инноваций. 3. Модернизация производства в рамках имеющихся возможностей	1. Поддержание текущей конкурентоспособности. 2. Сохранение имеющихся позиций
Стратегия отрицания инноваций	Оптимизация производства «традиционными» методами (поиск более дешевых ресурсов, агрессивная реклама, внедрение новых каналов продвижения и взаимодействия с потребителями и т. д.)	1. Снижение доходности по причине уменьшения стоимости продукции с целью поддержания текущего уровня конкурентоспособности в борьбе на рынке с товарами более инновационных предприятий. 2. Замедление бизнес-процессов. 3. Сокращение доли рынка

в том числе на мировом рынке. Влияние цифровой экономики на деятельность промышленных предприятий выражается в интеграции определенных инновационных технологий, таких как виртуальное моделирование, внедрение робототехники и искусственного интеллекта, применение предиктивной аналитики, использование новейших стандартов связи. На промышленных предприятиях передовые технологии применимы и на всех стадиях жизненного цикла продукции, и во всех системах управления производственными процессами и их обслуживания.

Инструментом повышения конкурентоспособности в рамках современных тенденций цифровизации служит переход к внедрению «интернета вещей», применение получаемой с IoT-устройств информации для принятия решений в автоматизированном режиме и модернизации промышленного производства. Предполагаемый совокупный экономический эффект в 2025 г. от рассматриваемых цифровых технологий оценивается в 2 трлн долл. [7]

Эффективность внедрения цифровых технологий на промышленных предприятиях во многом зависит от выбранной стратегии обеспечения конкурентных преимуществ. Нами сформулированы три конкурентные стратегии, характеристика которых представлена в таблице 1. Современные предприятия в своей деятельности придерживаются долгосрочной стратегии инноваций, подразумевающей, что новый продукт (технология, бизнес-процесс, иной) не будет характеризоваться разовым эффектом, а его развитие и совершенствование будет нацелено на будущее.

Существенная особенность влияния цифровой экономики на деятельность промышленных предприятий состоит в длительности проявления конечного эффекта. Зачастую финансово-экономический результат использования передовых технологий можно оценить только по истечении длительного времени. К примеру, нововведения в социальной сфере, напротив, дают относительно быстрый результат. Специфика внедрения инноваций на промышленных предприятиях России неоднозначна. Так, Россия не входит в состав инновационно развитых стран, но при этом относится к промышленным лидерам наравне с Японией, Германией и США.

Основополагающими трендами выбора определенной стратегии конкурентоспособности в рамках обеспечения цифровой трансформации предприятия выступают следующие: применение интеллектуальных приборов по измерению отдельных этапов работы производственных линий, планомерный переход к технологиям робототехники, в рамках автоматизации и интеграции всех производственных процессов создается единая информационная система, внедрение цифровизации на всех этапах жизненного цикла продукции, внедрение современных онлайн-сервисов для масштабных закупок материалов и сырья, реализация товаров посредством разнообразных интернет-сервисов и другие.

Несмотря на множество инструментов внедрения цифровых технологий, ключевым фактором успешной деятельности по использованию передовых технологий является эффективно выбранная стратегия, а также реализация

целевой политики государства по информатизации промышленного сектора. Стратегия активного внедрения подразумевает активное использование инновационных разработок, готовность к постоянной конкурентной борьбе.

Стратегию «плывущего по течению» (оборонительную стратегию) в обеспечении конкурентоспособности выбирают те промышленные предприятия, которые осуществляют свою деятельность в рыночном сегменте под влиянием значительного числа фирм-конкурентов. Выбор рассматриваемой стратегии обусловлен стремлением сохранить действующие конкурентные позиции на рынке. Ключевой задачей при выборе указанной стратегии служит разработка и адаптация организацией уникального комплекса целевых мероприятий, направленных на удержание доли рынке как в долгосрочной, так и в краткосрочной конкурентной борьбе.

Стратегия отрицания инноваций будет характерна для предприятий, не располагающих достаточными финансовыми ресурсами в целях внедрения инструментов цифровизации. Указанная стратегия представляет собой угрозу деятельности предприятия в перспективе, поскольку затрудняет удержание конкурентных позиций на рынке.

Помимо вышеперечисленного в литературных источниках по инновационному и стратегическому менеджменту можно встретить разнообразные подходы к определению и формированию классификации инновационных конкурентных стратегий. Зачастую рассмотренные стратегии имеют идентичные названия, что фактически затрудняет их интерпретацию. Указанное обстоятельство говорит о возникающей потребности детального анализа и систематизации действующих подходов, а также о необходимости создания общепринятой, единой и систематизированной классификации инновационных конкурентных стратегий промышленных предприятий.

Литература

1. *Волкова А. А.*, *Плотников В. А.*, *Рукинов М. В.* Цифровая экономика: сущность явления, проблемы и риски формирования и развития // Управленческое консультирование. 2019. № 4. С. 38–49. DOI: 10.22394/1726-1139-2019-4-38-49
2. *Гордеев В. А.*, *Майорова М. А.*, *Шкиотов С. В.*, *Маркин М. И.* Цифровая экономика в зеркале теоретической экономии // Теоретическая экономика. 2018. № 6 (48). С. 66–69.
3. *Рудычева Н.* Цифровизация промышленности пока не стала массовым явлением [Электронный ресурс] // CNews.ru. 2020. 29 мая. URL: https://www.cnews.ru/reviews/it_v_promyshlennosti_2020/articles/tsifrovizatsiya_promyshlennosti_poka (дата обращения: 01.08.2020).
4. *Бельзер М.* Цифровизация промышленности: модный тренд или необходимое условие для сохранения конкурентоспособности? [Электронный ресурс] // Promdevelop. 2018. 9 ноября. URL: https://promdevelop.ru/tsifrovizatsiya-promyshlennosti-modnyj-trend-ili-neobhodimoe-uslovie-dlya-sohraneniya-konkurentosposobnosti/ (дата обращения: 01.08.2020).
5. «Цифровая экономика РФ» [Электронный ресурс] // Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации: офиц. сайт. URL: https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/858/ (дата обращения: 01.08.2020).
6. *Давыдова А. А.*, *Шиплюк В. С.* Обзор мировых трендов цифровизации экономики // Научный вестник Южного института менеджмента. 2019. № 4. С. 5–10. DOI: 10.31775/2305-3100-2019-4-5-10
7. Что такое цифровая экономика? Тренды, компетенции, измерение: доклад к XX Апр. междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества / науч. ред. Л. М. Гохберг. М.: ИД Высшей школы экономики, 2019. 82 с.

References

1. Volkova A.A., Plotnikov V.A., Rukinov M.V. Digital economy: Essence of the phenomenon, problems and risks of formation and development. *Upravlencheskoe konsul'tirovanie = Administrative Consulting*. 2019;(4):38-49. (In Russ.). DOI: 10.22394/1726-1139-2019-4-38-49
2. Gordeev V.A., Maiorova M.A., Shkiotov S.V., Markin M.I. The digital economy in the mirror of theoretical economy. *Teoreticheskaya ekonomika = The Theoretical Economy*. 2018;(6):66-69. (In Russ.).
3. Rudycheva N. Industrial digitalization has not yet become a mass phenomenon. CNews.ru. May 29, 2020. URL: https://www.cnews.ru/reviews/it_v_promyshlennosti_2020/articles/tsifrovizatsiya_promyshlennosti_poka (accessed on 01.08.2020). (In Russ.).
4. Bel'zer M. Industrial digitalization: A fashion trend or a necessary condition for staying competitive? Promdevelop. Nov. 09, 2018. URL: https://promdevelop.ru/tsifrovizatsiya-promyshlennosti-modnyj-trend-ili-neobhodimoe-uslovie-dlya-sohraneniya-konkurentosposobnosti/ (accessed on 01.08.2020). (In Russ.).
5. "Digital economy of the Russian Federation". Official website of the Ministry of Digital Development, Communications and Mass Media of the Russian Federation. URL: https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/858/ (accessed on 01.08.2020). (In Russ.).

6. Davydova A.A., Shiplyuk V.S. Overview of global trends in digitalization of the economy. *Nauchnyi vestnik Yuzhnogo instituta menedzhmenta = Scientific Bulletin of the Southern Institute of Management.* 2019;(4):5-10. (In Russ.). DOI: 10.31775/2305-3100-2019-4-5-10
7. What is the digital economy? Trends, competencies, measurement. Report to the 20th April int. sci. conf. on the development of economy and society (Moscow, Apr. 9-12, 2019). Moscow: HSE Publ.; 2019. 85 p. URL: https://ict.moscow/research/chto-takoe-cifrovaya-ekonomika-trendy-kompetencii-izmerenie/ (In Russ.).

Сведения об авторах

Синцова Елена Алексеевна

кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой международных финансов и бухгалтерского учета

Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики

190103, Санкт-Петербург, Лермонтовский пр., д. 44а, Россия

(✉) e-mail: sintsova_elena@hotmail.com

Воскресенская Ольга Викторовна

магистрант

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

191023, Санкт-Петербург, Садовая ул., д. 21, Россия

(✉) e-mail: antip8585@mail.ru

Поступила в редакцию 25.08.2020
Подписана в печать 14.09.2020

Information about Authors

Elena A. Sintsova

Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Head of the Department of International Finance and Accounting

St. Petersburg University of Management Technologies and Economics

44/A Lermontovskiy Ave., St. Petersburg, 190103, Russia

(✉) e-mail: sintsova_elena@hotmail.com

Ol'ga V. Voskresenskaya

Master's Degree Student

St. Petersburg State University of Economics

21 Sadovaya Str., St. Petersburg, Russia, 191023

(✉) e-mail: antip8585@mail.ru

Received 25.08.2020
Accepted 14.09.2020

УДК 334.7 http://doi.org/10.35854/1998-1627-2020-9-993-1004

Проблемы и перспективы развития частно-государственного предпринимательства

Бургонов О. В.[1], Семенов А. В.[1]
[1] *Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики, Санкт-Петербург, Россия*

В статье рассмотрены проблемы взаимодействия общественного (государственного) и частного сектора в процессе общественного воспроизводства. Эволюция механизма, моделей и форм частно-государственного предпринимательства привела к широкому использованию государственно-частного партнерства (ГЧП), основанного на включении инновационного и инвестиционного ресурса бизнеса для решения экономических и социальных проблем, стоящих перед обществом. Структурная перестройка экономики, проходящая под влиянием цифровизации, пандемия, изменение расстановки сил в мире, отход от однополярности, финансовизация экономик, глобализация экономических кризисов приводят к снижению результативности традиционных мер государственного регулирования экономики. Исходя из этого становится очевидным, что дальнейшее развитие государственно-частного партнерства должно осуществляться посредством усиления общественного мониторинга с помощью облачных информационных систем совместно с совершенствованием законодательства в данной области и новых кадров менеджмента. Государству следует стимулировать новации в развитии форм частно-государственного предпринимательства и усиливать взаимодействие с предпринимательскими структурами в условиях дефицитов государственного и местных бюджетов. Данные меры будут способствовать повышению темпов и качества экономического роста в России, переходу к шестому технологическому укладу.

Цель. Показать генезис, механизм взаимодействия публичных властей и предпринимательских структур, его роль в экономическом развитии, проанализировать основные формы частно-государственного предпринимательства, выявить проблемы и предложить рекомендации по улучшению взаимодействия государства и бизнеса в рамках частно-государственного партнерства в условиях замедления темпов экономического роста, снижения возможностей государства по реализации масштабных инвестиционных проектов, включая социальную сферу.

Задачи. Проанализировать процесс развития частно-государственного предпринимательства в России и в мире, выделить особенности и модели такого взаимодействия; рассмотреть особенности законодательства и механизмы частно-государственного предпринимательства; определить проблемы и возможности успешной реализации взаимодействия государства и бизнеса в инвестиционной сфере Российской Федерации (РФ).

Методология. Исследование базируется на историческом и логическом подходе, системном анализе, критическом изучении научной литературы во взаимосвязи с принятым законодательством, элементах комплексного анализа, моделировании процессов взаимодействия общественных институтов и предпринимательских структур.

Результаты. Авторами доказано, что усиление взаимодействия предпринимательских структур и власти путем развития частно-государственного партнерства в создании и эксплуатации инфраструктуры, информационных технологий, социальной сфере повысит темпы экономического роста, приведет к снижению нагрузки на государственный бюджет в условиях застоя и спада экономики, обеспечит обязательства государства в социальной сфере. Предложенные рекомендации по совершенствованию частно-государственного предпринимательства охватывают повышение качества нормативно-правовой базы, регламентирующей вид партнерства, улучшение его информационной инфраструктуры, наличие целенаправленной стратегии и тактики развития частно-государственного предпринимательства на общегосударственном, региональном и муниципальном уровнях, а также развитие управленческих компетенций в области управления процессами частно-государственного предпринимательства.

Выводы. В проведенном исследовании обоснована необходимость формирования и подготовки эффективных проектных команд, в задачи которых входит компетентное сопровождение проекта ГЧП на всех стадиях, от определения концепции до реализации, а также использование в государственно-частном партнерстве принципа «инфраструктурная ипотека» и общественного контроля.

Ключевые слова: *взаимодействие государства и бизнеса*, *частно-государственное предпринимательство*, *государственно-частное партнерство*, *предпринимательские структуры*, *«инфраструктурная» ипотека.*

Для цитирования: Бургонов О. В., Семенов А. В. Проблемы и перспективы развития частно-государственного предпринимательства // *Экономика и управление.* 2020. Т. 26. № 9. С. 993–1004. http://doi.org/10.35854/1998-1627-2020-9-993-1004

Problems and Development Prospects of Public-Private Entrepreneurship

Burgonov O. V.[1], Semenov A. V.[1]

[1] *St. Petersburg University of Management Technologies and Economics, St. Petersburg, Russia*

The presented study addresses the problems of interaction between the public (government) and private sectors in the process of social reproduction. Evolution of the mechanism, models, and forms of public-private entrepreneurship has led to the widespread use of public-private partnerships (PPP) based on the utilization of innovation and investment resources of the business to solve economic and social problems. Economic restructuring spurred by digitalization, the pandemic, the shifting balance of power in the world, departure from unilateralism, financialization of economies, and globalization of economic crises decrease the productivity of traditional economic regulation measures taken by the government. Thus, it becomes obvious that further development of public-private partnerships requires enhanced public monitoring using cloud-based information systems, together with updated legislation in this area and new management personnel. The government should encourage innovations in the development of public-private entrepreneurship forms and facilitate interaction with business structures in the context of national and local budget deficit. These measures will help to improve the rate and quality of economic growth in Russia and transition to the sixth wave of innovation.

Aim. The study aims to show the genesis and mechanism of interaction between public authorities and business structures and its role in economic development; analyze major forms of public-private entrepreneurship; identify problems and propose recommendations for improving government-business interaction within the framework of public-private partnerships in the context of slower economic growth and the government's limited ability to implement large-scale investment projects, including in the social sphere.

Tasks. The authors analyze the development of public-private entrepreneurship in Russia and across the world, highlighting the features and models of such interaction; examine the legislative features and mechanisms of public-private entrepreneurship; identify problems and opportunities for the successful implementation of government-business interaction in the investment sphere of the Russian Federation.

Methods. This study is based on the historical and logical approach, systems analysis, critical examination of scientific literature in relation to the adopted legislation, elements of complex analysis, modeling of interaction processes between public institutions and business structures.

Results. The authors prove that by enhancing the interaction between business structures and the government through the development of public-private partnerships in the creation and operation of infrastructure, information technologies, and the social sphere, it will be possible to increase the rate of economic growth, to reduce the burden on the national budget in the context of economic stagnation and recession, and to secure the government's obligations in the social sphere. The proposed recommendations for improving public-private entrepreneurship include improving the quality of the legal framework regulating the type of partnership, improving its information infrastructure, having a targeted strategy and tactics for the development of public-private entrepreneurship at the national, regional, and municipal level, as well as developing managerial competencies in the field of public-private entrepreneurship process management.

Conclusions. The study substantiates the need to form and train efficient project teams, whose tasks should include competent support of a PPP project at all stages, from concept definition to implementation, and using the infrastructure mortgage principle and public control in public-private partnership.

Keywords: *government-business interaction*, *public-private entrepreneurship*, *public-private partnership*, *business structures*, *infrastructure mortgage.*

For citation: Burgonov O.V., Semenov A.V. Problems and Development Prospects of Public-Private Entrepreneurship. *Ekonomika i upravlenie = Economics and Management.* 2020;26(9):993-1004 (In Russ.). http://doi.org/10.35854/1998-1627-2020-9-993-1004

Введение

Разнообразие видов частно-государственного предпринимательства и широкий спектр задач, решаемых в его пределах, делают его сегодня все более популярным инструментом достижения важных целей социальной, региональной или муниципальной политики [1, с. 131]. По мере усиления вмешательства государства в экономику происходит и трансформация элементов взаимодействия государственных институтов и предпринимательских структур, возникают новые модели коллаборации между властью и бизнесом.

История возникновения государственно-частного предпринимательства относится к периоду правления во Франции короля Генриха III в XVI в. и связана с выдачей концессий

на строительство каналов. Государственно-частное партнерство используется для решения инфраструктурных проблем экономического развития. Один из ярких примеров реализации концессионных соглашений — строительство Суэцкого, Панамского каналов, Эйфелевой башни, Демидовских мануфактур (железных заводов) времен Петра I. В условиях распространения шестого технологического уклада, по нашему мнению, партнерство должно содействовать созданию инновационной экономики, высокотехнологичных отраслей, решению социальных проблем.

Согласно данным Минэкономразвития России за 2019 г., разница между потребностью и запланированными инфраструктурными инвестициями в России достигла 1,59 трлн руб., в том числе транспортная сфера недополучит около 940 млрд руб., жилищно-коммунальное хозяйство — 310 млрд руб., образование, здравоохранение, культура — 190 млрд руб., информатика — 49 млрд руб., прочие отрасли — 101 млрд руб. В 2020 г. потребность в инвестициях составит 61,3 млрд долл. (или 4,4 % ВВП). По прогнозам же, фактически в инфраструктурные инвестиции будет направлено не более 2,8 % от ВВП, из них бюджетных инвестиций — 33,5 млрд долл. (2,4 %) и частных инвестиций — 5,7 млрд долл. (0,4 %).

В России с 2004 по 2019 г. реализовано 3 979 проектов ГЧП. За данный период объем привлеченных инвестиций составил 4 407,27 млрд руб. (в том числе размер частных вложений — 3 353,66 млрд руб.). Из них на федеральном уровне реализовано 29 проектов (объем инвестиций — 1 471 млрд руб., в том числе частные — 899 млрд руб.), на региональном уровне — 529 проектов (объем инвестиций 2 339,19 млрд руб., в том числе частные — 1 951 млрд руб.), на муниципальном уровне — 3 421 проект (объем инвестиций 597 млрд руб., в том числе частные — 503 млрд руб.). Около 92 % вклада предпринимателей в финансирование программ ГЧП приходится на проекты дороже 1 млрд руб., доля которых составляет лишь 6 % от общего числа соглашений [2].

Теоретическое исследование

В соответствии с российским законодательством предпринимательство трактуется как инициативная самостоятельная деятельность граждан и организаций, направленная на извлечение дохода в результате производства и/или продажи товаров и услуг, несения сопутствующего риска и возможных потерь. Частное предпринимательство осуществляется физическими и юридическими лицами, государственное — государственными или муниципальными унитарными предприятиями. Государственные предприятия, как и частные, осуществляют деятельность по производству, продаже товаров и услуг. При этом зачастую государство, как собственника, интересует не прибыль, а удовлетворение определенных государственными институтами социально-экономических общественных потребностей в продукции или услугах [3].

Частно-государственное предпринимательство представляет собой одну из разновидностей смешанного предпринимательства, специфическую форму взаимодействия государства и предпринимательских структур. Типичные представители данной формы предпринимательства — хозяйственные общества с государственным участием. Они широко распространены во всех видах хозяйственной деятельности: производстве, финансовом секторе, транспорте. Нередко участие государства в предпринимательской деятельности подобных организаций ограничивается получением дохода от владения частью уставного капитала: от миноритарного до контрольного пакета.

Некоторые авторы понимают под частно-государственным предпринимательством различные взаимовыгодные формы ведения предпринимательской деятельности, направленные на решение социально-экономических проблем и поддержку малого предпринимательства, относя к конкретным его формам государственный франчайзинг и аутсорсинг определенных управленческих функций государственных учреждений, выделяя государственно-частное партнерство в отдельную форму взаимодействия государства и бизнеса. По их мнению, государственный франчайзинг представляет собой юридически оформленное поручение государства малому бизнесу на создание предприятий по производству товаров и услуг и направлен на повышение эффективности малого предпринимательства за счет создания национальных франчайзинговых систем [4, с. 11].

Государственные унитарные и казенные предприятия в отраслях ЖКХ, транспорта, почтовой связи, образования, использования природных ресурсов выступают в роли франчайзера, а малый и средний бизнес — франчайзи. При этом обратная ситуация не рассматривается. В качестве соинвестора выступают бюджеты различных уровней. Не отрицая теоретическую возможность такого взаимодействия, следует отметить отсутствие фактического наличия значительных франшиз подобного типа [5]. Кроме того, франчайзинговая система предполагает тиражирование передового опыта, эффективного предпринимательства, чего не наблюдалось при государственном обслуживании жилищно-коммуналь-

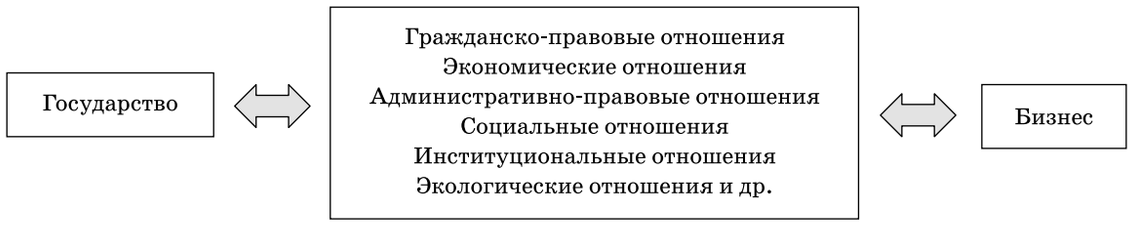

Рис. 1. Сферы взаимоотношений предпринимательских структур и государственных (муниципальных) органов управления

ного хозяйства, почты и участии государства во многих других видах экономической деятельности.

Другие авторы рассматривают частно-государственное предпринимательство в качестве промежуточной формы взаимосвязи между государственной и частной собственностью в процессе приватизации [6]. Многие авторы проводят знак равенства между частно-государственным предпринимательством и его законодательно оформленной формой — государственно-частным партнерством [7; 8]. При этом трудно согласиться с утверждением о том, что частно-государственное предпринимательство является направлением косвенного регулирования рынка [9, с. 157], поскольку в случае производства товаров и/или оказания услуг государственными предприятиями общественный сектор оказывает прямое влияние как на рынок благ, так и на рынки труда и капитала.

В экономической литературе существует трактовка частно-государственного предпринимательства как формы или механизма государственно-частного партнерства [10; 11; 12]. В связи с этим возникает вопрос о взаимоотношении таких экономических категорий, как частно-государственное предпринимательство, государственно-частное партнерство, муниципально-частное партнерство, взаимодействие государственного и частного сектора экономики. С нашей точки зрения, наиболее широким является термин «взаимодействие», поскольку он охватывает, как показано на рисунке 1, практически весь спектр взаимоотношений общественного сектора в лице государственных институтов и частного сектора, представленный фирмами или предпринимателями.

Можно выделить основные, на наш взгляд, проблемы, возникающие при взаимодействии государственных и предпринимательских структур: использование административного ресурса, ориентация на максимизацию прибыли в коротком периоде, низкая социальная ответственность бизнеса, отсутствие гражданского общества.

По мнению Б. В. Зотова и К. Н. Базияна, «государственно-частное предпринимательство — это сложный механизм, включающий в себя различные отрасли законодательства, которые в совокупности образуют систему нормативно-правового регулирования отношений, складывающихся во взаимодействии частной и публичной сторон при реализации долгосрочных капиталоемких инвестиционных проектов по развитию общественной инфраструктуры» [13, с. 25]. В данном определении очевиден так называемый перекос в сторону юридической регулирующей подсистемы, не отражены сущностные аспекты частно-государственного предпринимательства.

По нашему мнению, частно-государственное предпринимательство представляет собой юридически определенную форму смешанного предпринимательства, одно из направлений взаимодействия предпринимательских структур и государственных (общественных) институтов. Законодательством разных стран определено предпринимательское сотрудничество государственных институтов и предпринимательских структур в различных формах. Среди них — совместное предприятие, концессия, соглашение о разделе продукции, государственно-частное партнерство, аренда, аутсорсинг, франчайзинг.

Основные признаки частно-государственного предпринимательства — совместная деятельность государства и бизнеса на рисковой основе с целью получения дохода (прибыли) вследствие реализации инновационно-инвестиционного проекта, продукции, оказания услуг. Как справедливо отмечает коллектив авторов во главе с И. И. Савченко, «понимание частно-государственного предпринимательства как особого способа координации совместных действий государства и бизнеса позволяет оценить все его преимущества, которые приносит каждый из партнеров в совместно реализуемый проект» [14, с. 111]. Выбор той или иной формы совместного предпринимательства зависит от многих факторов: интересов государства и бизнеса, наличия/отсутствия стратегических программ развития, вида экономической деятельности, компетенции сотрудников, уровня и видов риска, инвестиционной привлекательности, затрат времени, экологической ситуации в регионе.

Одной из законодательно утвержденных форм частно-государственного предприни-

мательства признано государственно-частное партнерство, которое нацелено на решение социально-экономических проблем, прежде всего инфраструктурных, за счет частных источников финансирования в условиях недостатка бюджетных средств, на повышение устойчивости предпринимательских структур, снижение неопределенности рыночной ситуации и, как результат, экономический рост в стране. Государственно-частное партнерство как одна из форм государственно-частного предпринимательства широко применяется примерно в ста двадцати государствах, независимо от уровня развития и модели экономической системы.

По количеству соглашений о ГЧП первенство принадлежит Америке, где большинство проектов реализуются на муниципальном уровне, охватывают около трети производства, эксплуатации и обслуживания общественных благ на местном (локальном) рынке. Наиболее распространена практика поиска публичными властями частного партнера для решения общезначимых проектов. В США под ГЧП понимается договор между государством и бизнесом на строительство/реконструкцию, менеджмент и использование объекта общественных благ при сохранении его в государственной собственности. Это позволяет снижать расходы на обязанности государства по содержанию государственной собственности. Распределение проектов ГЧП по направлениям вложения средств представлено на рисунке 2.

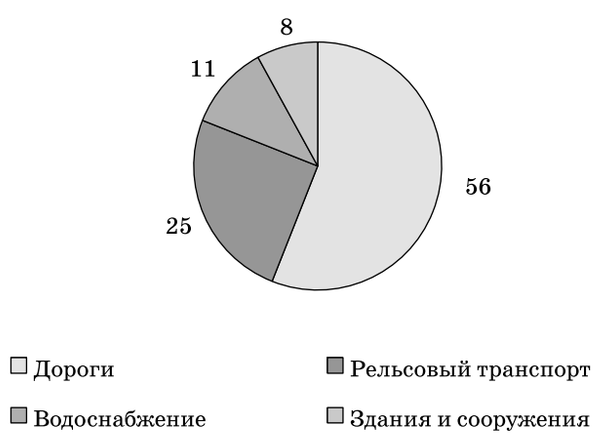

Рис. 2. Распределение проектов государственно-частного партнерства (ГЧП) по направлениям деятельности

«Коэффициент полезного действия» при взаимодействии предпринимателей и власти в рамках ГЧП во многом зависит от институционального каркаса законодательства и его сопряжения с реалиями при реализации таких инвестиционных проектов. Поэтому без ясной и прозрачной правовой системы, регламентирующей функционирование частно-государственного предпринимательства, осуществление проектов ГЧП будет сопровождаться большими транзакционными издержками.

Наиболее значительные проекты выполнены в сфере инфраструктуры, в том числе в области энергетики, трубопроводного транспорта, водоснабжения с использованием модели ГЧП: сооружение — владение — эксплуатирование — перевод собственности государству. Для успешной реализации транспортных инфраструктурных проектов государство предоставляло акционерам льготы и привилегии на длительный период (налоговые каникулы, свободное тарифообразование на перевозки, освобождение от уплаты импортных пошлин на ввозимое сырье и оборудование для стройки) с последующим возвратом государству. Поскольку данные проекты имели жизненное значение для государства, последнее для усиления контроля за предпринимательскими структурами вводило в наблюдательные советы своих представителей.

Все многообразие юридического сопровождения партнерских отношений государства и бизнеса можно разделить на две группы. В первой группе регулирование построено на основе англосаксонской модели, где основной упор сделан на общих правовых нормах и практически отсутствуют специальные институции, регламентирующие партнерство, за исключением указов и распоряжений министерств и ведомств. Последние осуществляют мониторинг принятых к исполнению проектов, совершенствуют законодательство, решая проблемы, тормозящие развитие ГЧП на институциональном уровне. Такой характер отношений можно отнести к нормоконтролю.

Второй подход к регулированию партнерских отношений принят в странах континентального права. В них разработаны и приняты законы и правовые нормы, четко регулирующие основные стороны частно-государственного предпринимательства. Данный механизм регулирования можно отнести к преимущественно административному, он должен постоянно совершенствоваться по мере появления новых форм партнерства, чтобы не создавать институциональных преград для развития процесса партнерства.

Например, в Англии для развития государственно-частного предпринимательства в 1992 г. был принят законодательный акт, известный как инвестиционная бизнес-инициатива (*Private Financing Initiative*). Предложенный в нем механизм партнерства направлен на строительство и эксплуатацию общественной (государственной и муниципальной) собственности совместно с участием предпринимательских структур, которые будут получать вознаграждение в соответствии с условиями стандартного контракта в таких направлениях

экономической деятельности, как транспорт, информатика, наука, переработка отходов, строительство и создание соответствующей инфраструктуры.

Мониторинг реализации проектов партнерства в целом осуществляет национальное финансово-ревизионное управление Казначейства Великобритании: оно не только контролирует выделение бюджетных средств и исполнение сметы, но и следит за качеством строительства, реконструкции и эксплуатации, оценивает результативность бюджетных расходов. Еще одним институтом, контролирующим реализацию партнерства, является совместная частно-государственная компания *Partnerships UK*. Она проводит экспертизу инвестиционных проектов и анализирует их реализацию в сотрудничестве с местными властями. Другим направлением ее деятельности является методическая работа — совершенствование такого инструмента государственно-частного партнерства, как стандартный контракт ГЧП, сопровождение и контроллинг реализуемых проектов. В качестве примера совместного финансирования можно привести программу развития системы здравоохранения Великобритании (*National Health Service Local Improvement Finance Trust*). Законодательная регламентация ГЧП в Англии построена на принципах использования норм контрактного права; применения законов, принятых для регулирования частно-государственного предпринимательства (Регламент о публичных контрактах 2006 г., Регламент о контрактах на оказание коммунальных услуг 2006 г.); внесения законотворческих инициатив органами государственной власти и местного управления.

Значимое направление совершенствования институализации — работа по стандартизации процедур, проводимых в рамках ГЧП. Частно-государственная компания *Partnerships UK* в качестве методического обеспечения партнерства внедрила типовую форму контракта ГЧП (*Standardisation of PFI Contract*), которая утверждена законодательно. Отклонение от стандартного договора партнерства возможно в исключительных случаях, рассматривается и утверждается органами публичной власти только для специфических проектов.

В итоге в основном контракты заключены по стандартной форме, так как большие трудности по внесению изменений в унифицированный договор не компенсировались полученными преимуществами. Мониторинг контрактов, заключенных в соответствии с частной финансовой инициативой, предполагает участие публичных властей в разработке стратегического плана развития и решении существенных проблем, возникающих в ходе партнерства государства и предпринимательских структур. Следует отметить, что в процессе партнерства государственные институты по-прежнему играют ведущую роль в деятельности объектов сотрудничества, хотя бы в качестве основного покупателя продукции.

Регулирование взаимодействия государственных и предпринимательских структур во Франции связано с принятием в 2008 г. Закона о контрактах при осуществлении ГЧП. Управление развитием ГЧП осуществляет Дирекция проектов государственно-частного партнерства в министерстве экономики и финансов. Кроме того, французское законодательство регламентирует реализацию проектов государственно-частного предпринимательства в отдельных отраслях. Так, предпринимательские структуры могут принимать участие в сооружении и эксплуатации инфраструктурных объектов министерства обороны, полиции, юстиции и судебных органов, государственных организаций, участвовать в их софинансировании в соответствии с Законом об обеспечении национальной безопасности и Законом об обеспечении правосудия.

Все договоры ГЧП можно условно разделить на две большие группы: договоры делегирования публичных услуг и партнерские договоры. Договор делегирования применяется, если предпринимательская структура осуществляет преимущественное участие в осуществлении проекта / оказании услуги с взятием на себя основных рисков. В качестве примера этого договора выступает концессионное соглашение. В противоположность рассмотренному, партнерский договор предполагает разделение риска, ответственности, финансирования и получаемых доходов между государственными организациями и частным бизнесом при реализации инвестиционного проекта, инициированного публичными властями, с передачей последним функций по строительству, эксплуатации, менеджменту и консультированию.

Японская модель взаимодействия государственного и частного сектора развивает английский механизм партнерства. Принятие Закона о развитии государственных объектов за счет применения частного инвестирования (Закон о частной финансовой инициативе) привело к бурному развитию партнерства в стране. В дальнейшем законодательство в данной сфере совершенствовалось, расширялось и стало охватывать основные аспекты взаимодействия. Среди принятых нормативных документов прежде всего следует выделить подзаконные акты Совета по продвижению частных финансовых инициатив. В них прописано разделение ответственности, рисков и прибыли таким образом, чтобы предпринимательская структура могла инвестировать средства в создание и функционирование социальных объектов мак-

симально эффективно. Специфика этих отношений власти и бизнеса заключается в том, что государство взяло на себя инвестиционные риски и возмещение расходов. Независимо от эффективности реализации проекта, развитие социальной инфраструктуры должно в максимальной степени осуществляться за счет ГЧП.

В настоящее время регулирование партнерских отношений между государством и бизнесом перенесено на международный уровень и определяется международными институтами. Международный банк реконструкции и развития (МБРР) как основное кредитное учреждение Всемирного банка и Всемирная торговая организация (ВТО) определяют ГЧП как договор, в котором отражены основные права и обязанности сторон при передаче государственными институтами предпринимателям прав на производство и обслуживание общественных объектов, а также оказание услуг в течение определенного срока. Под него не подпадают сервисные контракты или контракты на строительство под ключ, которые входят в государственные закупки или являются разновидностью приватизации коммунальной сферы. Аналогичная узкая трактовка ГЧП часто используется в странах Европейского союза (ЕС) [15].

Наиболее применяемыми моделями взаимодействия публичных властей и предпринимателей в развивающихся странах были контракты на управление, концессии, лизинг, повышающие как эффективность деятельности предпринимательских структур, так и снижение риска при реализации национальных программ и проектов. Более половины проектов относится к инфраструктурным: транспорту, связи, ЖКХ, энергетике, водоснабжению.

Одним из так называемых городов-пионеров применения ГЧП в России является Санкт-Петербург, где 25 декабря 2006 г. принят Закон «Об участии Санкт-Петербурга в государственно-частных партнерствах». В нем партнерство городских властей и предпринимателей определяется как «взаимовыгодное сотрудничество Санкт-Петербурга с российским или иностранным юридическим или физическим лицом либо действующим без образования юридического лица по договору простого товарищества (договору о совместной деятельности) объединением юридических лиц в реализации социально значимых проектов, которое осуществляется путем заключения и исполнения соглашений, в том числе концессионных». Аналогичные документы приняты и в других регионах [16; 17].

Лишь спустя десять лет принят Федеральный закон «О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации» [18]. Согласно данному закону ГЧП представляет собой юридически оформленное средне- или долгосрочное сотрудничество государства (муниципалитета) с предпринимательским сектором с целью привлечения инвестиций, разделением рисков, обязательств, доходов и ресурсов, роста количества и качества общественных благ. Обязательными элементами соглашения ГЧП являются полное или долевое инвестирование в проект, строительство и/или реконструкция, эксплуатация и/или техническое обслуживание объекта предпринимательской структурой, с возможным переходом права собственности. Законом о ГЧП определены направления партнерства: развитие транспорта, энергетики, информации, социальной сферы (здравоохранения, образования, науки, культуры, спорта, туризма) и соответствующей инфраструктуры, а также предприятий по производству и переработке сельскохозяйственной, промышленной продукции.

Форма партнерства определяется публичным партнером исходя из существенных статей договора: строительство/реконструкция, инвестирование, эксплуатация/техобслуживание, право собственности. В соответствии с этим можно выделить три типа договоров (форм реализации ГЧП): аренды и менеджмента объектов, эксплуатации и обслуживания объектов, концессии объектов (18 типов в соответствии с межгосударственной Программой инновационного сотрудничества государств — участников СНГ на период до 2020 года) [19]. С учетом основных элементов контракта (строительства, управления, использования и распоряжения собственностью) можно выделить следующие распространенные модели реализации партнерства:

1) строительство, использование объекта и передача в собственность государству;
2) строительство, владение в период использования объекта и передача в собственность государству;
3) строительство и передача объекта в собственность государству, использование с возмещением затрат;
4) строительство, использование объекта и закрепление в собственности предпринимателя;
5) строительство, использование, обслуживание объекта и передача в собственность государству;
6) проектирование, строительство, владение в период использования объекта и передача в собственность государству;
7) проектирование, инвестирование, строительство, использование объекта.

Численность стран, в которых активно развивается частно-государственное предпринимательство, увеличивается ежегодно. В Рос-

Таблица 1

Сферы улучшения взаимодействия государства и бизнеса в рамках частно-государственного предпринимательства в России

Сфера	Содержание рекомендации
Законодательство	– улучшение и усиление качества нормативно-правовой базы
Сфера цифровизации и информатизации	– проведение информационных кампаний с характером промоушена; – проведение циклов региональных семинаров по проблемам развития частно-государственного предпринимательства; – создание информационного ресурса с банком потенциальных проектов частно-государственного предпринимательства
Стратегический менеджмент	– создание государственной стратегии развития частно-государственного предпринимательства на различных уровнях управления с определением финансовой составляющей
Оперативное управление	– развитие управленческих компетенций в сфере управления частно-государственного предпринимательства
Финансовая	– улучшение мониторинга проектов с целью недопущения резкого роста стоимости проекта, нейтрализация рисков, реинкарнация «инфраструктурной» ипотеки

сии потенциал такого предпринимательства используется частично, о чем свидетельствует небольшое количество реализованных таким образом проектов [20]. Применение различных форм реализации ГЧП выгодно как частному, так и государственному сектору. Первый получает гарантированные заказы, рынки сбыта и, соответственно, прибыль с известным уровнем риска. Последний экономит бюджетные средства при создании и эксплуатации объектов производственной и социальной инфраструктуры, использует креативный потенциал предпринимателя. Падение цен на энергоносители, спад во многих видах экономической деятельности, вызванный ограничениями из-за пандемии коронавируса, уменьшение притока зарубежных инвестиций вследствие санкционной политики Запада, снижение численности населения в России и миграции рабочей силы повышают потенциал использования ГЧП [21].

Анализ практики применения механизма ГЧП в России и научной литературы выявил проблемы в его функционировании, которые условно можно разделить на следующие группы:

1) системный характер;
2) низкий уровень компетенции как государственных структур, так и специалистов компаний;
3) недостаточный учет и оценка специфических отраслевых рисков и мер по их снижению;
4) пробелы в законодательстве [22, с. 144].

Учитывая это, можно сформулировать практические рекомендации, отраженные в таблице 1, для улучшения взаимодействия государства и бизнеса в рамках частно-государственного предпринимательства в условиях экономического кризиса.

Рассмотрим вышеприведенные рекомендации подробнее.

1. Совершенствование нормативно-правовой базы, регламентирующей частно-государственное предпринимательство.

Как показывает отечественный и иностранный опыт, содержание и особенности реализации проектов частно-государственного предпринимательства определяются во многом законодательством той или иной страны (законами, подзаконными актами). Правовое регулирование частно-государственного предпринимательства — новый инструмент регулирования экономики в России, а следовательно, находится на стадии становления. Принятый рамочный Федеральный закон «О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» № 224-ФЗ от 13 июля 2015 г. не в полной мере отражает многие аспекты данного вида взаимодействия государства и предпринимателей.

В данном документе не учитывается специфика партнерства в различных видах экономической деятельности, а именно: сроки строительства и эксплуатации, риски и их распределение, рентабельность, социально-экономическая эффективность. Это прежде всего относится к применению партнерства в социальной сфере, широко развитого во многих странах Запада и не вполне развитого в России. Учитывая большой объем социальных обязательств государства в области здравоохранения и образования, было бы целесообразно критически перенять опыт Англии и Японии.

Кроме того, принятие Закона привело к необходимости приведения в соответствие с ним законодательства и нормативных актов во многих субъектах РФ, где они были приняты ранее, а также пересмотру предварительных договоренностей о партнерстве. Вместе с тем отсутствует законодательная и нормативная

база, детально описывающая ряд моделей реализации ГЧП.

2. Активизация частно-государственного предпринимательства находится в зависимости от уровня развития информационной инфраструктуры. Реализация многих общественно значимых проектов по схеме партнерства часто откладывается или усложняется из-за отсутствия или недостатка необходимой информации. Следует разработать государственную информационную политику в контексте поддержания функционирования механизма частно-государственного предпринимательства и партнерства с определением задач и ответственных за их решение, выделением финансовых средств. Кроме того, информационные технологии помогут учесть «голос и мнение» гражданского общества о необходимости, формах, направлениях, источниках финансирования и размере компенсаций выпадающих доходов предпринимателей из бюджета при осуществлении партнерских проектов.

3. Развитие частно-государственного предпринимательства на общегосударственном, региональном и муниципальном уровнях взаимосвязано со стратегическими документами развития России. Последовательная реализация комплексного подхода к управлению процессами частно-государственного предпринимательства неизбежно приводит к необходимости разработки стратегического плана его развития с учетом решения тактических задач.

Данный вид сотрудничества предпринимательских и государственных (муниципальных) структур для решения общественно значимых проблем следует включить в перечень стратегических приоритетов государственного (муниципального) управления. К сожалению, проблема сегодня заключается в том, что часто взаимодействие публичного и частных партнеров в рамках различных видов партнерства носит фрагментарный и нескоординированный характер. Данная ситуация типична не только для России, но и наблюдается в ряде стран мира. Она связана с отсутствием четко прописанной модели реализации частно-государственного партнерства, которая будет одинаково понятна всем группам стейкхолдеров.

4. Частно-государственное предпринимательство по своему содержанию является сложной системой взаимодействия различных элементов, процессов, субъектов и их интересов. Это предопределяет необходимость развития личностных и групповых умений, знаний и навыков субъектов, вовлеченных в такие процессы. Исходя из реалий нашей жизни, с учетом глобальной конкуренции и открытости информации можно говорить о необходимости формирования корпоративных моделей частно-государственного предпринимательства, специфичных для каждого уровня управления. Существующий уровень детализации и структуризации работ и проектов партнерства обычно имеет фрагментарный и ситуативный характер, что не соответствует реальным практическим запросам как с позиции общества, так и с позиции бизнеса.

Опросы, проведенные во время семинаров и тренингов, свидетельствуют о том, что многие руководители органов власти различных уровней управления, как и многие руководители предпринимательских структур, имеют опосредованные знания о проблемах и возможностях использования частно-государственного партнерства для достижения целей общества или компании. Техника работы таких должностных лиц часто базируется на ситуативных действиях и восходит своими корнями к управлению времен административно-командной экономики. Поэтому непрерывное образование и наращивание компетенций имеет важное значение для успешной реализации партнерских отношений.

5. Впервые об инфраструктурной ипотеке объявлено В. В. Путиным на Петербургском экономическом форуме в 2017 г. В 2018 г. Правительство приняло Программу развития ГЧП, в которой дано описание инфраструктурной ипотеки как механизма, включающего в себя многообразные инструменты ГЧП, направленные на рост доли предпринимательских структур в финансировании, строительстве и эксплуатации объектов инфраструктуры, прежде всего транспортной, связи и энергетики, с целью увеличения темпов экономического роста за счет совершенствования системы менеджмента развития инфраструктуры.

Предполагалось банковское льготное кредитование строительства предпринимательскими структурами объектов инфраструктуры по минимальным сметным расценкам и возврат кредита государством из бюджетных средств. Для этого планировалось создать за счет бюджета Фонд развития инфраструктуры, но деньги не были выделены, и инфраструктурная ипотека практически не заработала. На наш взгляд, это произошло по многим причинам. В их числе — трудности с передачей в залог объекта инфраструктуры; отсутствие накопленного положительного опыта; проблемы с обеспечением интересов партнерства: предпринимателей, кредиторов, общества; небольшое количество банков и инвесторов, желающих принять участие в партнерстве.

Полагаем, реанимировать инфраструктурную ипотеку можно за счет финансирования партнерства с помощью инструментов фондового рынка и крупнейших государственных банков. Выпуск облигаций под рыночный процент и гарантии государства обеспечат финан-

сирование проекта необходимыми средствами, перезапустят инфраструктурную ипотеку по аналогии с периодом строительства первых железных дорог в России.

Заключение

Подводя итог вышеизложенному, можно сделать вывод о том, что механизм управления развитием частно-государственного предпринимательства представлен не только законами и нормативными актами, а также четко определенными формами реализации. Модели реализации ГЧП имеют четко выраженную национальную, историческую и идеологическую окраску: от организационных моделей (концессии), моделей совместного проектного финансирования уникальных объектов до кооперативного механизма реализации партнерства, приводящего к созданию различного рода объединений предпринимателей, например, холдингов.

К приоритетным направлениям улучшения взаимодействия государства и бизнеса через механизм частно-государственного предпринимательства (особенно в социальной сфере) в условиях объективных и субъективных ограничений для экономического роста относятся повышение качества нормативно-правовой базы регламентирующего этот вид партнерства, улучшение его информационной инфраструктуры, наличие целенаправленной стратегии и тактики развития частно-государственного предпринимательства, в том числе перезапуск инфраструктурной ипотеки на новых принципах финансирования, а также развитие управленческих компетенций в сфере управления процессами частно-государственного предпринимательства.

Литература

1. *Подмолодина И. М.*, *Пелявский В. В.* Развитие механизма ГЧП и его роль в структурном преобразовании экономики России // Экономика и предпринимательство. 2014. № 11-3 (52-3). С. 131–134.
2. Прогноз социально-экономического развития Российской Федерации на 2018 год и на плановый период 2019 и 2020 гг. [Электронный ресурс]. URL: https://www.economy.gov.ru/material/file/98577e833c30a1ac63a1b8058825fe71/ prognoz2018_2020.pdf (дата обращения: 20.08.2020).
3. *Агеева О.* В России стало меньше госкомпаний [Электронный ресурс] // Rbc.ru. 2019. 12 августа. URL: https://www.rbc.ru/economics/12/08/2019/5d4c347c9a7947a615e02b77 (дата обращения: 20.08.2020).
4. *Балдина Ю. В.*, *Масюк Н. Н.* Государственно-частное предпринимательство как инновационная форма взаимодействия бизнеса и власти // Креативная экономика. 2013. № 2. С. 9–14.
5. Рынок франчайзинга в России: цифры и факты [Электронный ресурс] // Яндекс Дзен. 2019. 27 июня. URL: https://zen.yandex.ru/media/id/5ca2dfc115bac500b33f7b30/rynok-franchaizinga-v-rossii-cifry-i-fakty-5d14b172ac97b000b074d986 (дата обращения: 20.08.2020).
6. *Швед И. В.* Факторы влияния на развитие частно-государственного предпринимательства в Республике Беларусь // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2015. № 6-2. С. 174–176.
7. *Сорокина Г. А.*, *Денисенко И. А.* Теоретические основы функционирования субъектов частно-государственного предпринимательства: зарубежный опыт и региональные тенденции // Феномен рыночного хозяйства: от истоков до наших дней. Бизнес, инновации, информационные технологии, моделирование: материалы VII Междунар. науч.-практ. конф. по экономике / под ред. В. А. Сидорова, Я. С. Ядгарова. Майкоп: Изд-во ЭлИТ, 2019. С. 160–169.
8. *Гусарева Н. Б.*, *Царитова К. Г.*, *Дятлова О. В.* Особенности функционирования частно-государственного предпринимательства в социальной сфере [Электронный ресурс] // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2019. № 12 (130). URL: http://uecs.ru/uecs-12-122019/item/5766-2019-12-17-15-31-26 (дата обращения: 20.08.2020).
9. *Самсонов Д. Ю.* Частно-государственное предпринимательство как инструмент модернизации экономики // Социально-экономические явления и процессы. 2013. № 4 (050). С. 156–159.
10. *Лихачев Н. А.* Развитие частно-государственного предпринимательства в социальной сфере: дис. … канд. экон. наук. Тамбов, 2011. 170 с.
11. *Дмитриев В. А.* Особенности и проблемы развития частно-государственного предпринимательства в России // Экономика, социология и право. 2018. № 3. С. 5–8.
12. Взаимодействие государства и бизнеса: учеб. пособие / отв. ред. Е. И. Марковская. СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского гос. экономического ун-та, 2014. 157 с.
13. *Зотов Б. В.*, *Базиян К. Н.* Проблемы развития государственно-частного партнерства в Российской Федерации // Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО. 2015. № 6. С. 25–27. DOI: 10.21686/2500-3925-2015-6-25-27
14. *Савченко И. И.*, *Сидорова Н. Г.*, *Кочева Е. В.*, *Матев Н. А.* Государственно-частное партнерство в России: современное состояние и проблемы развития // Известия Дальневосточного федерального университета. Экономика и управление. № 1 (73). 2015. С. 99–112.
15. *Егоров Е. В.*, *Минина И. С.* Правовое регулирование государственно-частного партнерства в России и за рубежом [Электронный ресурс] // Государственное управление. Электронный

вестник. 2018. № 68. С. 294–311. http://e-journal.spa.msu.ru/uploads/vestnik/2018/vipusk__68._ijun_2018_g./pravovie_i_polititcheskie_aspekti_upravlenija/egorovev_mininais.pdf (дата обращения: 20.08.2020).
16. Об участии Санкт-Петербурга в государственно-частных партнерствах [Электронный ресурс]: закон Санкт-Петербурга № 627-100 от 25 декабря 2006 г. (с изм. от 18 октября 2019 г.). // Справ.-правовая система «Гарант». URL: https://base.garant.ru/7913043/ (дата обращения: 20.08.2020).
17. Об основах государственно-частного партнерства в Томской области [Электронный ресурс]: закон № 244-ОЗ от 16 октября 2006 г. // Справ.-правовая система «Гарант». URL: https://base.garant.ru/7804360/ (дата обращения: 20.08.2020).
18. О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации [Электронный ресурс]: федер. закон № 224-ФЗ от 13 июля 2015 г. (с изм. от 26 июля 2019 г.) // Справ.-правовая система «КонсультантПлюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_182660/ (дата обращения: 20.08.2020).
19. Межгосударственная программа инновационного сотрудничества государств — участников СНГ на период до 2020 г. [Электронный ресурс]: утв. 18 октября 2011 г. Решением Совета глав правительств СНГ о Межгосударственной программе инновационного сотрудничества государств — участников СНГ на период до 2020 года (г. Санкт-Петербург) // Исполнительный комитет СНГ. 2014. 8 декабря. URL: http://cis.minsk.by/page/19142 (дата обращения: 20.08.2020).
20. *Медведева Н. В.*, *Альховская М. С.* Государственно-частное партнерство в России и за рубежом: особенности и ограничения развития // Вестник НГУЭУ. 2017. № 2. С. 40–49.
21. Государственно-частное партнерство в России 2016–2017: текущее состояние и тренды, рейтинг регионов: исследование. М.: Ассоциация «Центр развития ГЧП», 2016. 32 с. URL: https://pppcenter.ru/upload/iblock/304/3040bf2d5455b38fe5296b2afdc8eda0.pdf (дата обращения: 20.08.2020).
22. *Бургонов О. В.*, *Семенов А. В.* Использование механизма государственно-частного партнерства для поддержания устойчивого экономического роста // Роль интеллектуального капитала в экономической, социальной и правовой культуре общества XXI в.: сб. тезисов докладов Междунар. науч.-практ. конф. СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского университета технологий управления и экономики, 2018. С. 144–147.

References

1. Podmolodina I.M., Pelyavskii V.V. Development of the PPP mechanism and its role in the structural transformation of the Russian economy. *Ekonomika i predprinimatel'stvo = Journal of Economy and Entrepreneurship.* 2014;(11-3):131-134. (In Russ.).
2. Forecast of the socio-economic development of the Russian Federation for 2018 and for the planning period of 2019 and 2020. Moscow, Sept. 2017. URL: https://www.economy.gov.ru/material/file/98577e833c30a1ac63a1b8058825fe71/ prognoz2018_2020.pdf (accessed on 20.08.2020). (In Russ.).
3. Ageeva O. In Russia, the number of state-owned companies has decreased. RBC. Aug. 12, 2019. URL: https://www.rbc.ru/economics/12/08/2019/5d4c347c9a7947a615e02b77 (accessed on 20.08.2020). (In Russ.).
4. Baldina Yu.V., Masyuk N.N. Public-private entrepreneurship as an innovative form of interaction between business and government. *Kreativnaya ekonomika = Journal of Creative Economy.* 2013;(2):9-14. (In Russ.).
5. Franchising market in Russia: Figures and facts. Yandex Zen. June 27, 2019. URL: https://zen.yandex.ru/media/id/5ca2dfc115bac500b33f7b30/rynok-franchaizinga-v-rossii-cifry-i-fakty-5d14b172ac97b000b074d986 (accessed on 20.08.2020). (In Russ.).
6. Shved I.V. Factors of influence on the development of public and private business in the Republic of Belarus. *Gumanitarnye, sotsial'no-ekonomicheskie i obshchestvennye nauki = Humanities, Social-Economic and Social Sciences.* 2015;(6-2):174-176.
7. Sorokina G.A., Denisenko I.A. Theoretical foundations of the functioning of subjects of private-state entrepreneurship: Foreign experience and regional trends. In: The phenomenon of the market economy: From the origins to the present day. Business, innovation, information technology, modeling. Proc. 7th Int. sci.-pract. conf. on economics. Maykop: ElIT Publ.; 2019:160-169. (In Russ.).
8. Gusareva N.B., Tsaritova K.G., Dyatlova O.V. Features of the functioning of public-private entrepreneurship in the social sphere. *Upravlenie ekonomicheskimi sistemami: elektronnyi nauchnyi zhurnal = Management of Economic Systems: Scientific Electronic Journal.* 2019;(12). URL: http://uecs.ru/uecs-12-122019/item/5766-2019-12-17-15-31-26 (accessed on: 20.08.2020). (In Russ.).
9. Samsonov D.Yu. Public-private entrepreneurship as a tool for modernizing the economy. *Sotsial'no-ekonomicheskie yavleniya i protsessy = Social and Economic Phenomena and Processes.* 2013;(4):156-159. (In Russ.).
10. Likhachev N.A. Development of public-private entrepreneurship in the social sphere. Cand. econ. sci. diss. Tambov: Derzhavin Tambov State University; 2011. 170 p. (In Russ.).
11. Dmitriev V.A. Features and problems of the development of private-state entrepreneurship in Russia. *Ekonomika, sotsiologiya i parvo*. 2018;(3):5-8. (In Russ.).

12. Markovskaya E.I., ed. Interaction between government and business. St. Petersburg: St. Petersburg State University of Economics; 2014. 157 p. (In Russ.).
13. Zotov B.V., Baziyan K.N. Problems of the development of public-private partnership in the Russian Federation. *Ekonomika, statistika i informatika. Vestnik UMO = Economy, Statistics and Informatics. Herald of UMO.* 2015;(6):25-27. (In Russ.). DOI: 10.21686/2500-3925-2015-6-25-27
14. Savchenko I.I., Sidorova N.G., Kocheva E.V., Matev N.A. Public-private partnership in Russia: Current state and development problems. *Izvestiya Dal'nevostochnogo federal'nogo universiteta. Ekonomika i upravlenie = The Bulletin of the Far Eastern Federal University. Economics and Management*. 2015;(1):99-112. (In Russ.).
15. Egorov E.V., Minina I.S. Legal regulation of public-private partnerships in Russia and abroad. *Gosudarstvennoe upravlenie. Elektronnyi vestnik = Public Administration. E-Journal.* 2018;(68):294-311. URL: http://e-journal.spa.msu.ru/uploads/vestnik/2018/vipusk__68._ijun_2018_g./pravovie_i_polititcheskie_aspekti_upravlenija/egorovev_mininais.pdf (accessed on 20.08.2020). (In Russ.).
16. On the participation of St. Petersburg in public-private partnerships. Law of St. Petersburg No. 627-100 of December 25, 2006 (as amended on October 18, 2019). URL: https://base.garant.ru/7913043/ (accessed on 20.08.2020). (In Russ.).
17. On the basics of public-private partnership in the Tomsk region. Law No. 244-OZ of October 16, 2006. URL: https://base.garant.ru/7804360/ (accessed on 20.08.2020). (In Russ.).
18. On public-private partnership, municipal-private partnership in the Russian Federation and amendments to certain legislative acts of the Russian Federation. Federal Law No. 224-FZ of July 13, 2015 (as amended on July 26, 2019). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_182660/ (accessed on 20.08.2020). (In Russ.).
19. The Interstate program of innovative cooperation of the CIS member states for the period up to 2020. Approved on October 18, 2011 by the decision of the Council of CIS heads of governments on the Interstate program of innovative cooperation of the CIS member states for the period up to 2020 (St. Petersburg). CIS Executive Committee. Dec. 08, 2014. URL: http://cis.minsk.by/page/19142 (accessed on 20.08.2020). (In Russ.).
20. Medvedeva N.V., Al'khovskaya M.S. Public-private partnership in Russia and abroad: Features and limitations of development. *Vestnik NGUEU = Vestnik NSUEM*. 2017;(2):40-49. (In Russ.).
21. Public-private partnership in Russia 2016-2017: Current state and trends, rating of regions. Moscow: PPP Development Center; 2016. 32 p. URL: https://pppcenter.ru/upload/iblock/304/3040bf2d5455b38fe5296b2afdc8eda0.pdf (accessed on 20.08.2020). (In Russ.).
22. Burgonov O.V., Semenov A.V. Using the mechanism of public-private partnership to support sustainable economic growth. In: The role of intellectual capital in the economic, social and legal culture of society in the 21st century. Proc. Int. sci.-pract. conf. St. Petersburg: St. Petersburg University of Management Technologies and Economics; 2018:144-147. (In Russ.).

Сведения об авторах

Бургонов Олег Викторович

доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры экономики и управления социально-экономическими системами

Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики

190103, Санкт-Петербург, Лермонтовский пр., д. 44а, Россия

(✉) e-mail: macroeconom@yandex.ru

Семенов Александр Викторович

аспирант кафедры экономики и управления социально-экономическими системами

Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики

190103, Санкт-Петербург, Лермонтовский пр., д. 44а, Россия

(✉) e-mail: alexandr29354@yandex.ru

Поступила в редакцию 21.08.2020
Подписана в печать 11.09.2020

Information about Authors

Oleg V. Burgonov

Doctor of Sciences (Economics), Professor, Professor of the Department of Economics and Management of Socio-Economic Systems

St. Petersburg University of Management Technologies and Economics

44/A Lermontovskiy Ave., St. Petersburg, 190103, Russia

(✉) e-mail: macroeconom@yandex.ru

Aleksandr V. Semenov

Postgraduate Student of the Department of Economics and Management of Socio-Economic Systems

St. Petersburg University of Management Technologies and Economics

44/A Lermontovskiy Ave., St. Petersburg, 190103, Russia

(✉) e-mail: alexandr29354@yandex.ru

Received 21.08.2020
Accepted 11.09.2020

УДК 338.246.2 http://doi.org/10.35854/1998-1627-2020-9-1005-1012

Формирование и развитие инновационных кластеров как условие перехода к экономическому росту интенсивного типа

Харламов А. В.[1], Сибгатуллин А. Э.[1]
[1] *Санкт-Петербургский государственный экономический университет, Санкт-Петербург, Россия*

Исследование направлено на изучение экономического роста инновационного типа и процессов его стимулирования на основе развития инновационных кластеров. Это предполагает определение регулирующей роли государства и выбор модели регулирования, отражающей специфику хозяйственной системы исследуемой страны.

Цель. На основе изучения мирового и отечественного опыта разработать предложения по совершенствованию концептуального механизма, обеспечивающего переход России к экономическому росту преимущественно интенсивного типа с использованием возможностей, предоставляемых инновационными кластерами.

Задачи. Проанализировать стратегическую направленность развития мировой и национальной экономики. Установить потенциальные возможности кластеров и кластерного развития как инструмента, стимулирующего и направляющего экономический рост. Выявить проблемные зоны кластерного развития российской экономики и обосновать совокупность действий по их устранению. Определить методы государственного участия в стимулировании кластерного развития и обосновать выбор метода, наиболее адекватного условиям конкретной национальной экономики. Исследовать зарубежный опыт преобразования промышленных кластеров в инновационные и адаптировать его для российской экономики.

Методология. Проведен критический анализ различных научных подходов к определению сущности кластера и характера его влияния на развитие хозяйствующих субъектов и национальной экономики в целом. На основе использования аналитических инструментов предложена модификация существующих подходов в области регулирования кластеров в России, а также стимулирования создания инновационных кластеров.

Результаты. В контексте перехода к экономическому росту преимущественно интенсивного типа выявлена роль инновационных кластеров в России и в мире. Выделены наиболее важные проблемы, не позволяющие получать максимальные преимущества от процесса кластеризации. С учетом индекса конкурентоспособности определена связь между инновационным и кластерным развитием. Предложены изменения, необходимые для качественного роста экономики и повышения эффективности функционирования кластеров, особенно инновационных. Определены факторы, обеспечивающие успешное инновационное развитие в соответствии с основными направлениями кластерной политики.

Выводы. В процессе исследования роли кластеров в формировании преимущественно экономического роста интенсивного типа, современного состояния российской экономики, а также существующих моделей кластерной политики сделан вывод о перспективности развития российской экономики на базе использования потенциала инновационных кластеров.

Ключевые слова: *инновационный тип развития*, *инновации*, *инвестиции*, *кластеры*, *национальная экономика*, *глобализация*, *хозяйствующие субъекты*, *государственное регулирование.*

Для цитирования: Харламов А. В., Сибгатуллин А. Э. Формирование и развитие инновационных кластеров как условие перехода к экономическому росту интенсивного типа // *Экономика и управление.* 2020. Т. 26. № 9. С. 1005-1012. http://doi.org/10.35854/1998-1627-2020-9-1005-1012

Formation and Development of Innovation Clusters as a Prerequisite for the Transition Towards Intensive Economic Growth

Kharlamov A. V.[1], Sibgatullin A. E.[1]
[1] *St. Petersburg State University of Economics, St. Petersburg, Russia*

The presented study examines innovative economic growth and its stimulating processes based on the development of innovative clusters. This involves determining the regulatory role of the government

and choosing a regulatory model that would reflect the specific features of the examined country's economic system.

Aim. The study aims to consider foreign and Russian experience to formulate proposals for improving the conceptual mechanism that would ensure Russia's transition towards predominantly intensive economic growth using the opportunities provided by innovative clusters.

Tasks. The authors analyze the strategic direction of development of the global and national economies; determine the potential of clusters and cluster development as a tool that facilitates and guides economic growth; identify problem areas in the cluster development of the Russian economy and substantiate a set of measures aimed at eliminating them; determine the methods of government involvement in facilitating cluster development and substantiate the choice of the most appropriate method for a particular national economy; consider the foreign experience of transforming industrial clusters into innovative clusters and adapt it to the Russian economy.

Methods. This study critically analyzes different scientific approaches to determining the essence of a cluster and the nature of its impact on the development of economic entities and the national economy as a whole. It also uses analytical tools to propose an adjustment of existing approaches to cluster regulation in Russia and to facilitate the creation of innovative clusters.

Results. The role of innovation clusters in Russia and globally is determined in the context of the transition to predominantly intensive economic growth. The major problems that make it impossible to receive maximum benefits from clustering are highlighted. The relationship between innovation and cluster development is determined with allowance for the competitiveness index. The changes necessary for ensuring high-quality economic growth and improving the efficiency of clusters, particularly innovative clusters, are proposed. Factors that ensure successful innovative development in accordance with the main directions of cluster policy are identified.

Conclusions. Examination of the role of clusters in the formation of predominantly intensive economic growth, the current state of the Russian economy, and existing cluster policy models makes it possible to evaluate the prospects for the development of the Russian economy using the potential of innovative clusters.

Keywords: *innovative development*, *innovation*, *investment*, *clusters*, *national economy*, *globalization*, *economic entities*, *government regulation.*

For citation: Kharlamov A.V., Sibgatullin A.E. Formation and Development of Innovation Clusters as a Prerequisite for the Transition Towards Intensive Economic Growth. *Ekonomika i upravlenie = Economics and Management.* 2020;26(9):1005-1012 (In Russ.). http://doi.org/10.35854/1998-1627-2020-9-1005-1012

Наиболее сложным процессом, оказывающим все возрастающее воздействие на экономическое развитие, сегодня является глобальная экономическая нестабильность. Среди наиболее значимых факторов, усиливающих влияние нестабильности на глобальную экономику в целом и экономику каждой страны, следует обратить внимание на продолжающийся рост экономики Китая и заметное снижение удельного веса США в мировом хозяйстве. В целом это способствует переходу экономики от однополярного состояния к многополярному (регионализации), при котором соперничество между странами проявляется не в увеличении собственной доли в мировом ВВП, а в стремлении к инновационному лидерству и технологическому влиянию [1, с. 41].

В этих условиях России необходимо повышать уровень конкурентоспособности, что возможно благодаря внедрению в производственный процесс инноваций. В эпоху регионализации в мировой экономике это задает тенденцию к формированию инновационных кластеров. Подходы к их появлению в последние годы являются темой многочисленных научно-практических дискуссий, поскольку такой социально-экономический вопрос затрагивает широкий спектр инвестиционных, ресурсных, миграционных, региональных и даже политических интересов [2, с. 147]. Кластерная концепция в качестве эффективного инструмента развития хорошо зарекомендовала себя в таких странах, как США, Япония, Швеция, Германия и ряде других.

Сегодня вектор стратегического развития российского государства направлен на снижение отставания в социально-экономических показателях от экономически развитых стран. При этом успешное функционирование инновационных кластеров определяется достижениями в научной и технической деятельности, внедрением новых технологий в различных секторах экономики, запуском процессов цифровизации и роботизации, использованием больших объемов данных и искусственного интеллекта, развитием биотехнологий и биоинженерии. В текущих условиях разработка и внедрение данных процессов за рубежом осуществляется исключительно в инновационных кластерах, поскольку за счет этого объединения происходит постоянное совершенствование продуктов и услуг.

В экономическую литературу понятие «кластер» впервые вошло благодаря Майклу Портеру в 1990 г. [3, p. 20]. Сегодня выделяют два основных подхода к определению этого

термина. Первый заключается в том, что кластер объединяет в себе производственные элементы и образует сеть через добавленную стоимость. Смысл второго подхода состоит в интеграции производственных, научных и образовательных организаций (институтов), связанных между собой общностью и взаимодополняемостью, в единую инновационную систему [3, p. 17].

Рассмотрим проблему формирования и развития инновационных кластеров в рамках второго определения. Инновационные кластеры представляют собой сеть предприятий и организаций с эффективно развитыми коммуникациями между собой, сгруппированных по географическим и технологическим признакам. Одно из ключевых преимуществ инновационных кластеров заключается в том, что научно-технический и экономический прорыв возможны в том числе и при сосредоточении усилий в малоразвитых секторах экономики, при условии локальных успехов на отдельных направлениях [4, с. 84]. Нами проанализированы инновационные кластеры в некоторых странах мира, поставлена задача понять их опыт для использования в российских условиях в целях дальнейшего экономического роста. Известно, что достижение экономического роста возможно двумя путями: преимущественно экстенсивным и преимущественно интенсивным.

При экстенсивном росте увеличение ВВП обеспечивается за счет существенного расширения применяемых экономических ресурсов, т. е. в процесс производства внедряются ресурсы, которые существуют, но ранее не были использованы. Это происходит с учетом того, что имеющиеся ресурсы полностью не использовались, но средства и методы для их применения на текущий момент отсутствуют. Сложность этого пути состоит в том, что кроме природных ресурсов необходимы и человеческие, которые, в свою очередь, могут быть ограничены (и по количеству, и по качеству). В этом случае необходимо рассматривать иной путь для достижения экономического роста интенсивного типа. Он приводит к качественным изменениям под влиянием научно-технического и научно-технологического прогресса, росту уровня квалификации сотрудников предприятий, производительности труда и более эффективному распределению задействованных в производстве ресурсов. Это также означает, что в процессе экономического роста экономические ресурсы перемещаются из менее эффективных отраслей в более эффективные. Еще одно преимущество данного пути — экономия на масштабе, т. е. крупное предприятие с большими мощностями будет работать эффективнее, чем много мелких компаний (если оно производит однородный продукт массового потребления).

Таким образом, экономический рост интенсивного типа способствует применению кластерного инновационного подхода. Он обеспечит слияние и объединение ряда компаний для развития общего продукта (отрасли). Благодаря этому появится возможность обмениваться накопленным опытом и осуществлять взаимодействие с целью увеличения доли рынка на локальном и глобальном уровне. Участники кластера сохраняют гибкость, что ведет к возможности быстрого наращивания инновационного потенциала и объема производства.

В настоящее время инициативы создания и внедрения кластеров присутствуют как у государства, так и у собственников/руководителей большинства предприятий. В процессе реализации все они сталкиваются с существенными трудностями. В их числе — низкая развитость инфраструктуры и отсутствие квалифицированной рабочей силы в тех регионах, где расположены их предприятия. В качестве проблемных зон реализации программы кластерного развития необходимо выделить следующие:

- недостаток времени для использования и реализации государственных финансовых ресурсов, выделяемых на стимулирование инноваций;
- сложность и неопределенность при осуществлении государственной поддержки определенных кластеров;
- высокий уровень конкуренции, монополизация рынка, превалирующее число государственных компаний и монополий в определенных отраслях российской экономики.

Исходя из этого следует вывод о том, что для создания и развития кластеров правительству необходимо решить ряд приоритетных задач:

- сделать доступными современные технологии для всех участников рынка;
- минимизировать риски для участия зарубежных компаний, желающих работать в том или ином кластере;
- стимулировать проведение научно-технических, научно-технологических исследований и обеспечить внедрение их результатов в производство;
- обеспечить результат по принципу синергии, что положительно скажется на экономическом развитии, окажет влияние на налоговую сферу, приведет к увеличению внешних и внутренних инвестиций, повысит уровень занятости населения, благодаря появлению новых рабочих мест;
- получить рост уровня жизни через повышение доходов населения и конкурентоспособности регионов.

Смысл внедрения и реализации кластерного подхода, как нам представляется, состоит в применении комплекса мер, способных повлиять на экономический рост государства и

его глобальную конкурентоспособность. В качестве показателей эффективности работы кластера могут выступать его экономическая, научная и технологическая составляющие. Так, в Указе Президента России от 21 июля 2020 г. № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года» особое внимание уделено процессам, тесно связанным с проведением и развитием кластерной политики государства [5]. Изучив задачи в рамках национальной цели «Возможности для самореализации и развития талантов», «Достойный, эффективный труд и успешное предпринимательство», а также «Цифровая трансформация», можно сделать вывод о прогнозируемом росте количества инвестиционных кластеров и их качественного влияния на инновационное развитие страны.

Один из благоприятных эффектов от проведения кластерной политики в России возникает благодаря появлению конкурентного рынка высокотехнологичной продукции, увеличению современных компаний и нишевых продуктов, которые могут успешно реализовываться на внутреннем и внешнем рынках. Вследствие этого можно утверждать, что направленному развитию конкретного региона страны в рамках инновационного типа развития экономики будут способствовать именно кластеры [6].

Наибольший положительный эффект от кластерного взаимодействия, полагаем, получат малые и средние предприятия, ввиду значительного роста их конкурентоспособности и увеличенных возможностей в результате сотрудничества с другими участниками рынка, включая крупных, в том числе с научно-технологическими предприятиями. Появление кластера эффективно и для определенного региона, где он будет располагаться, так как это хороший стимул для новых компаний и игроков, возможность занять свою нишу. В такой ситуации выигрывают все, начиная от компаний и инвесторов, заканчивая конечными потребителями и, конечно же, государством.

Появление первого кластера в России произошло, как известно, только в 1999 г. в рамках специализации информационно-коммуникационных технологий. Впоследствии наиболее значимым шагом в развитии кластеров стало проведение конкурсного отбора проектов по их развитию в нашей стране в 2012 г., когда было отобрано 25 кластерных инициатив, на которые выделено 3,8 млрд руб. [7]. Сегодня в российском государстве создано 117 кластеров, благодаря которым появились 1 448 072 рабочих места [8]. С точки зрения развития инновационных кластеров Россия идет по европейскому пути, основной опыт перенимая от немецких и французских программ [9].

Большая часть действующих в нашей стране кластеров появились за счет объединения бывших советских предприятий. Таким образом, они построены на готовой инфраструктуре. Основными сферами специализации кластеров сегодня являются отрасль автомобилестроения и сопутствующих автокомпонентов, медицинская и ядерная промышленность, производство оборудования (спецтехника, роботы, станки), радиационные технологии и некоторые другие.

Предприятия мира из-за роста уровня конкуренции на мировых рынках, увеличения запросов потребителей к качеству конечной продукции и скоротечности жизненного цикла товара приходят к тому, что им необходимо находить новые решения для развития. Оптимизация всех процессов, происходящих в компании, возможна только при условии объединения производственных и сырьевых предприятий с научно-технологическими центрами и компаниями по сбыту продукции. С учетом такого сотрудничества организации могут получить конкурентные преимущества. Все эти современные процессы сводятся к кластерной политике, а при разработке и применении инновационных решений — к инновационным кластерам.

Цель создания подобных объединений — поиск и реализация инновационных технологий, решений, которые приведут к регулярному совершенствованию продуктов и услуг, выпускаемых компаниями. Инновационный процесс невозможен без участия государства, заинтересованного в увеличении экономического роста, рабочих мест, доходов хозяйствующих субъектов и налоговых отчислений, положительно сказывающихся на национальной экономике. Но вне зависимости от этого существует ряд факторов, оказывающих существенное влияние на становление и развитие кластеров в стране, а именно:

- экономико-географический фактор, который определяется расположением компаний в рамках одного региона, для осуществления полного производственного цикла и сбыта конечной продукции;
- маркетинговые факторы;
- факторы внутренней среды самого предприятия;
- технологический фактор в рамках конкретного региона;
- государственная поддержка.

Сегодня большинство стран работают над развитием кластеров. Кроме США стоит выделить Европейский союз (ЕС), который еще в 2006 г. выпустил «Манифест кластеризации ЕС», способствующий росту конкурентоспособности отдельных членов ЕС и улучшению положения компаний на мировой арене. В Германии долгие годы функционируют специ-

Таблица 1

Глобальная и инновационная конкурентоспособность, 2019 г. [12; 13]

Страна	2019			
	Рейтинг по GII (0-100)	Оценка GII	Рейтинг по GCI	Оценка по GCI
Швейцария	67,24	1	82,3	5
Швеция	63,65	2	81,2	8
США	61,73	3	83,7	2
Голландия	61,44	4	82,4	4
Великобритания	61,30	5	81,2	9
Финляндия	59,83	6	80,2	11
Дания	58,44	7	81,2	10
Сингапур	58,37	8	84,8	1
Германия	58,19	9	81,8	7
Израиль	57,43	10	76,7	20
Россия	37,62	46	66,7	43

альные федеральные кластерные программы, например, «Биорегио». Данная программа направлена на стимулирование объединений локальных компаний с целью быстрого роста инновационного типа. На территории Индии функционируют более 2 000 кластеров, самые крупные из которых существуют в IT-сфере, фармацевтической и литейной промышленности [10, с. 144].

Проанализировав зарубежный опыт формирования и развития кластеров, можно сделать вывод о том, что в настоящее время существуют две основные модели, в которых реализуется кластерная политика: либеральная и дирижистская. Основной принцип первой модели исходит из того, что кластером служит некий рыночный механизм, в котором роль государства в его формировании и развитии сводится к минимуму. Правительство лишь устраняет препятствия для развития кластера, но не вмешивается, не корректирует направленность и скорость его развития. В случае с дирижистской моделью государство занимает главенствующую роль в процессе создания и развития кластеров, поскольку для этого заложен комплекс инструментов, необходимых в целях определения ключевых направлений развития и финансирования программ. Регулятор (федеральная или региональная власть) самостоятельно выбирает регион для создания кластерной зоны, формирует необходимую инфраструктуру и определяет объем и этапы выделения финансирования.

В нашей стране государственная кластерная политика находится по-прежнему на этапе формирования. Полагаем, она является смешанной, но имеет преимущественно дирижистский подход. Это связано с тем, что, с одной стороны, хозяйствующие субъекты принимают активное участие в формировании кластеров, с другой — государство регулярно выступает в поддержку кластерных инициатив [11, с. 216].

Анализируя мировой опыт, следует указать на то, что наибольшее значение начинают приобретать инновационные кластеры, которые оказывают все более заметное влияние при переводе экономики на инновационный путь развития. Основная сложность инновационных кластеров — размер компаний, которые в них входят. Они чрезвычайно малы, слабо взаимодействуют друг с другом и не могут конкурировать на равных с транснациональными компаниями (ТНК).

Чтобы понять связь между инновационным и кластерным развитием, целесообразно проанализировать тип развития конкретной страны и применяемых инструментов государственной поддержки деятельности в сфере инноваций. Для этого обратимся к глобальным индексам, таким как Индекс глобальной конкурентоспособности (The Global Competitiveness Index) и Глобальный индекс инноваций (The Global Innovation Index). В случае с первым индексом принимаются во внимание 12 контрольных показателей, помогающие установить конкурентоспособность внутри страны: качество начального, среднего и высшего образования, уровень институтов, развитость инфраструктуры, макроэкономическую стабильность, здоровье, эффективность рынка товаров и услуг, технологическое развитие, объем внутреннего рынка, конкурентоспособность национальных компаний и инновационный потенциал. Второй показатель рассчитывается исходя из взвешенной суммы оценок двух групп: доступные и подлежащие использованию ресурсы и условия для проведения инноваций, полученные практические результаты их осуществления. Результаты такого сравнения представлены в таблице 1.

Согласно данным, приведенным в таблице, десять наиболее конкурентоспособных стран мира практически не различаются по индексу GII и GCI в 2019 г. (за исключением Израиля

и Финляндии, которые в сфере глобальной конкурентоспособности оцениваются ниже, чем в инновационной активности). Большинство указанных стран лидируют и в области научно-технических разработок, исследований. Следовательно, можно резюмировать, что очевидно наличие прямой зависимости между уровнем инновационной активности и национальной конкурентоспособностью, что ведет к формуле стимулирования инновационной активности для поддержания конкурентоспособности [14, с. 242]. Инвестиционная «подпитка» и устранение бюрократических барьеров позволит реализовать инновационный потенциал кластеров, обеспечивающий социально-экономическое развитие региона.

В числе факторов, которые способны обеспечить успешное инновационное развитие с использованием кластерной политики внутри страны, можно выделить следующие:

- длительность программы государственной инновационной политики и ее последовательность;
- полное задействование имеющегося инновационного потенциала;
- осуществление полного взаимодействия между образовательными, научными и технологическими кластерами;
- целевая поддержка, направленная на обеспечение инновационно-технологического развития;
- поиск и создание путей коммерциализации появившихся высоконаучных и технологичных продуктов;
- снижение барьеров для зарубежных инвестиций в инновационную сферу;
- целостное взаимодействие национальной инновационной системы с кластерами, объединение в одну форму инновационных кластеров.

Благодаря кластерному развитию, все хозяйствующие субъекты, включая и государство, могут продуктивнее сотрудничать, регулярно улучшая получаемые результаты. С точки зрения примеров для улучшения кластерной политики и налаживания эффективной работы в России необходимо обратить внимание на Китай, который не первый год пытается обогнать США и стать передовой инновационной державой. Данное обстоятельство связано прежде всего с тем, как Китай смог преобразовать промышленные кластеры в инновационные [15, с. 85].

Сегодня поддержка кластеров в России отнесена Правительством РФ к приоритетам государственной политики социально-экономического развития, что является эффективным механизмом привлечения прямых инвестиций и налаживания внешнеэкономической интеграции. Осуществление таких процессов возможно благодаря ускоренному наращиванию инфраструктурного и кадрового потенциала, развитию конкуренции среди поставщиков и сервисных предприятий, пониманию и обеспечению потребностей бизнеса в части стратегии территориального планирования.

Подводя итог, следует подчеркнуть необходимость укрепления и расширения собственной инновационной базы для развития экономики страны, что особенно важно в условиях продолжающегося санкционного давления на Россию. Дальнейшее развитие и становление инновационных кластеров обеспечит более эффективное развитие, как национальной экономики в целом, так и каждого отечественного предприятия, участвующего в производственных цепях создания стоимости. Внедрение кластерных инициатив будет способствовать укреплению взаимодействия хозяйствующих субъектов в процессе сбора и переработки сырья, расширению импортозамещения, преобладанию неценовой конкуренции на рынке товаров и услуг, развитию взаимовыгодного партнерства между государством и бизнесом. В совокупности это обеспечит не только положительную динамику социально-экономических показателей, но и переход к экономическому росту преимущественно интенсивного типа, что соответствует экономическим интересам абсолютного большинства отечественных хозяйствующих субъектов, действующих на национальном и глобальном рынке.

Литература

1. Хозяйственная система евразийского типа: проблемы экономической неопределенности: коллективная монография / под ред. Д. Ю. Миропольского, А. В. Харламова. СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского экономического университета, 2019. 218 с.
2. *Харламова Т. Л.* Кластеры как институт развития современного предпринимательства // Вестник ИНЖЕКОНа. Серия: Экономика. 2010. Вып. 6 (41). С. 145–152.
3. *Porter M. E.* Location, competition, and economic development: Local clusters in a global economy // Economic development quarterly. 2000. Vol. 14 No. 1. P. 15–34 DOI: 10.1177/089124240001400105
4. *Харламова Т. Л.* Инновационно-сетевая форма развития кластеров мегаполиса // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. 2012. № 1 (139). С. 80–86.
5. О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года [Электронный ресурс]: указ Президента Российской Федерации от 21 июля 2020 г. № 474 // Администрация

Президента России: офиц. сайт. URL: http://www.kremlin.ru/acts/bank/45726 (дата обращения: 24.06.2020).
6. The concept of clusters and cluster policies and their role for competitiveness and innovation: Main statistical results and lessons learned // Commission Staff Working Document SEC 2637. Luxembourg: European Communities, 2008(2637). URL: https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/c15445bd-8203-4d15-b907-56ea17a9876e (дата обращения: 24.06.2020).
7. *Vuymenkov S.* Реализация кластерной политики в Российской Федерации. Презентация [Электронный ресурс] // Government & Nonprofit. 2015. Jun 1. URL: http://www.slideshare.net/semenvuymenkov/ss-48825963 (дата обращения: 12.06.2020).
8. Карта кластеров России [Электронный ресурс] // Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». Российская кластерная обсерватория. Институт статистических исследований и экономики знаний. URL: https://map.cluster.hse.ru/ (дата обращения: 14.07.2020).
9. *Kutsenko E.*, *Meissner D.* Key Features of the First Phase of the National Cluster Program in Russia. HSE Research Paper № WP BRP 11/STI/2013. URL: https://cluster.hse.ru/mirror/pubs/share/212159007 (дата обращения: 14.07.2020).
10. *Лукашин Ю. П.*, *Рахлина Л. И.* Инновационные кластеры за рубежом и в России // Вестник Московской международной высшей школы бизнеса МИРБИС. 2019. № 2 (18). С. 142–153. DOI: 10.25634/mirbis.2019.2.19
11. *Бурук А. Ф.*, *Убоженко Е. В.*, *Шадрина Л. Ю.* Анализ либеральной и дирижистской моделей кластерной политики // Интерэкспо Гео-Сибирь. 2019. Т. 5. С. 213–219. DOI: 10.33764/2618-981X-2019-5-213-219
12. *Dutta S., Lanvin B., Wunsch-Vincent S.,* eds. Global Innovation Index 2019. Geneva: WIPO, 2019. 451 p. [Электронный ресурс]. URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2019.pdf (дата обращения: 18.07.2020).
13. The Global Competitiveness Report 2019 / Schwab K., ed. Geneva: World Economic Forum. 2019. 665 p. [Электронный ресурс]. URL: http://www.cdi.org.pe/pdf/IGC/2019/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf (дата обращения: 18.07.2020).
14. *Левченко Т. А.* Кластеры и их роль в развитии национальной инновационной системы России // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2017. Т. 6. № 3 (20). С. 239–243.
15. *Плахин А. Е.*, *Сибиряев А. С.* Международный опыт организации инновационных кластеров // Вестник НГИЭИ. 2017. № 5 (72). С. 80–87.

References

1. Miropol'skii D.Yu., Kharlamov A.V., eds. The economic system of the Eurasian type: Problems of economic uncertainty. St. Petersburg: St. Petersburg University of Economics; 2019. 218 p. (In Russ.).
2. Kharlamova T.L. Clusters as an institution for the development of modern entrepreneurship. *Vestnik INZhEKONA. Seriya: Ekonomika = Bulletin of ENGECON. Series: Economics.* 2010;(6):145-152. (In Russ.).
3. Porter M.E. Location, competition, and economic development: Local clusters in a global economy. *Economic Development Quarterly*. 2000;14(1):15-34. DOI: 10.1177/089124240001400105
4. Kharlamova T.L. Innovative-network form of development of megalopolis clusters. *Nauchno-tekhnicheskie vedomosti Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo politekhnicheskogo universiteta. Ekonomicheskie nauki = St. Petersburg State Polytechnical University Journal. Economics.* 2012;(1):80-86. (In Russ.).
5. On the national development goals of the Russian Federation for the period up to 2030. Decree of the President of the Russian Federation of July 21, 2020 No. 474. URL: http://www.kremlin.ru/acts/bank/45726 (accessed on 24.06.2020). (In Russ.).
6. The concept of clusters and cluster policies and their role for competitiveness and innovation: Main statistical results and lessons learned. Commission Staff Working Document SEC. 2008(2637). URL: https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/c15445bd-8203-4d15-b907-56ea17a9876e (accessed on 24.06.2020).
7. Vuymenkov S. Implementation of cluster policy in the Russian Federation. Presentation. June 01. 2015. URL: http://www.slideshare.net/semenvuymenkov/ss-48825963 (accessed on 12.06.2020). (In Russ.).
8. Cluster map of Russia. NRU HSE. Russian Cluster Observatory. Institute for Statistical Studies and Economics of Knowledge. URL: https://map.cluster.hse.ru/ (accessed on 14.07.2020). (In Russ.).
9. Kutsenko E., Meissner D. Key features of the first phase of the National Cluster Program in Russia. Basic Research Program Working Papers WP BRP. 2013(11/STI). URL: https://cluster.hse.ru/mirror/pubs/share/212159007 (accessed on 14.07.2020).
10. Lukashin Yu.P., Rakhlina L.I. Innovation clusters abroad and in Russia. *Vestnik Moskovskoi mezhdunarodnoi vysshei shkoly biznesa MIRBIS = MIRBIS Research Journal.* 2019;(2):142-153. (In Russ.). DOI: 10.25634/mirbis.2019.2.19
11. Buruk A.F., Ubozhenko E.V., Shadrina L.Yu. Analysis of liberal and dirigisme models of cluster policy. *Interekspo Geo-Sibir' = Interexpo GEO-Siberia*. 2019;5:2013-219. (In Russ.). DOI: 10.33764/2618-981X-2019-5-213-219
12. Dutta S., Lanvin B., Wunsch-Vincent S., eds. Global innovation index 2019. Geneva: WIPO; 2019. 451 p. URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2019.pdf (accessed on 18.07.2020).

13. Schwab K., ed. The global competitiveness report 2019. Geneva: World Economic Forum. 2019. 665 p. URL: http://www.cdi.org.pe/pdf/IGC/2019/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf (accessed on 18.07.2020).
14. Levchenko T.A. Clusters and their role in the development of the national innovation system of Russia. *Azimut nauchnykh issledovaniy: ekonomika i upravleniye = ASR: Economics and Management (Azimuth of Scientific Research).* 2017;6(3):239-243. (In Russ.).
15. Plakhin A.E., Sibiryaev A.S. International experience of organizing innovation clusters. *Vestnik NGIEI = Herald of NGIEI.* 2017;(5):80-87. (In Russ.).

Сведения об авторах

Харламов Андрей Викторович

доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры общей экономической теории и истории экономической мысли

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

191023, Санкт-Петербург, Садовая ул., д. 21, Россия

(✉) e-mail: kharlamov_2000@list.ru

Сибгатуллин Андрей Эдуардович

аспирант

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

191023, Санкт-Петербург, Садовая ул., д. 21, Россия

(✉) e-mail: 9819712191@mail.ru

Поступила в редакцию 12.08.2020
Подписана в печать 04.09.2020

Information about Authors

Andrey V. Kharlamov

Doctor of Sciences (Economics), Professor, Professor of the Department of General Economic Theory and History of Economic Thought

St. Petersburg State University of Economics

21 Sadovaya Str., St. Petersburg, Russia, 191023

(✉) e-mail: kharlamov_2000@list.ru

Andrey E. Sibgatullin

Postgraduate Student

St. Petersburg State University of Economics

21 Sadovaya Str., St. Petersburg, Russia, 191023

(✉) e-mail: 9819712191@mail.ru

Received 12.08.2020
Accepted 04.09.2020

УДК 004.2:665 http://doi.org/10.35854/1998-1627-2020-9-1013-1020

Архитектура ИТ-сервисов информационных систем нефтеперерабатывающего предприятия

Коронатов Н. Н.[1], Ильин И. В.[1], Лёвина А. И.[1]
[1] *Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия*

Нефтеперерабатывающее предприятие — это сложный комплекс процессного производства, требующий эффективной поддержки деятельности на всех уровнях со стороны информационных систем и технологий.

Цель. Разработать требования к ИТ-сервисам информационных систем нефтеперерабатывающего предприятия, сформированные в соответствии с архитектурным подходом к управлению предприятием.

Задачи. Проанализировать существующие подходы к формированию требований к информационным системам нефтеперерабатывающего предприятия; описать функциональные требования к информационным системам нефтеперерабатывающего предприятия; сформировать верхнеуровневую архитектуру ИТ-сервисов информационных систем нефтеперерабатывающего предприятия.

Методология. Методологической основой исследования является сервис-ориентированный подход к анализу требований системы управления предприятием к ИТ-поддержке.

Результаты. Авторами предложена модель сервис-ориентированного архитектурного решения по ИТ-поддержке процессов нефтеперерабатывающего предприятия и описаны специфические (отраслевые) требования к ИТ-сервисам систем классов BI, ERP, MES, АСУ ТП.

Выводы. Проектирование ИТ-архитектуры предприятия на основе сервисов позволяет спроектировать отвечающую актуальным потребностям бизнеса систему управления информационными потоками, включая автоматизированную систему. Особое внимание при проектировании ИТ-архитектуры нефтеперерабатывающего предприятия важно уделять системам управления производством (MES) и автоматизированным системам управления технологическими процессами (АСУ ТП). При внедрении подобных систем на практике используются ИТ-решения от разработчиков, специализирующихся на автоматизации предприятий нефтеперерабатывающей отрасли.

Ключевые слова: *сервис-ориентированная архитектура*, *архитектура ИТ-сервисов*, *требования к ИТ-сервисам*, *нефтеперерабатывающее предприятие*.

Для цитирования: Коронатов Н. Н., Ильин И. В., Лёвина А. И. Архитектура ИТ-сервисов информационных систем нефтеперерабатывающего предприятия // *Экономика и управление.* 2020. Т. 26. № 9. С. 1013–1020. http://doi.org/10.35854/1998-1627-2020-9-1013-1020

IT Services Architecture for Oil Refinery Information Systems

Koronatov N. N.[1], Il'in I. V.[1], Levina A. I.[1]
[1] *Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, St. Petersburg, Russia*

An oil refinery is a complex process manufacturing system that needs to be efficiently supported at all levels by information systems and technologies.

Aim. The presented study aims to formulate requirements for the IT services of oil refinery information systems in accordance with the architectural approach to enterprise management.

Tasks. The authors analyze existing approaches to the formation of requirements for oil refinery information systems, outline functional requirements for oil refinery information systems, and develop a high-level architecture for the IT services of oil refinery information systems.

Methods. The methodological basis of the study includes a service-oriented approach to analyzing the requirements of the enterprise management system for IT support.

Results. The authors propose a model service-oriented architectural solution for the IT support of oil refining processes and formulate industry-specific requirements for IT services in BI, ERP, MES, and APC systems.

Conclusions. By designing a service-based IT architecture for an enterprise, it is possible to implement an information flow management system that would meet current business needs, including an auto-

mated system. When designing the IT architecture of an oil refinery, it is important to pay special attention to manufacturing execution systems (MES) and automated process control systems (APCS). Implementations of such systems use IT solutions designed by developers specializing in the automation of oil refining enterprises.

Keywords: *service-oriented architecture*, *IT services architecture*, *IT service requirements*, *oil refinery*.

For citation: Koronatov N.N., Il'in I.V., Levina A.I. IT Services Architecture for Oil Refinery Information Systems. *Ekonomika i upravlenie = Economics and Management.* 2020;26(9):1013-1020 (In Russ.). http://doi.org/10.35854/1998-1627-2020-9-1013-1020

Введение

Нефтеперерабатывающее предприятие — это сложный комплекс процессного производства, обеспечивающий переработку сырой нефти в широкий ассортимент товарной продукции (бензин, керосин, дизельное топливо, сжиженные углеводородные газы) и ее отгрузку потребителям. Нефтеперерабатывающие заводы представляют собой производственную среду со сложным технологическим оборудованием, резервуарами для хранения и разветвленной сетью трубопроводов. Такие комплексы требуют использования информационных систем и технологий. Управление производством подразумевает взаимодействие разнородных ресурсов, реализацию четко спланированных и синхронизированных действий по реализации как процессов производства, так и учетных процедур. Автоматизация нефтеперерабатывающего предприятия требует проектирования и внедрения систем ИТ-поддержки производственных, технологических и бизнес-процессов, которые обеспечат эффективное управление на основе реализуемых ИТ-решений.

Одним из ключевых атрибутов интеллектуального технологического производства служит оперативная гибкость, т. е. быстрое реагирование на новые ситуации, вызванные изменениями в качестве сырья, рыночном спросе, ценах на продукцию и энергоносители. Такие неопределенности существенно повлияют на работу предприятия. Возможность внесения изменений в операционные стратегии (изменение параметров технологического режима, замена катализаторов, реконструкция технологической схемы и другие) — одна из основ оптимизации производственных процессов по улучшению качества выпускаемых товаров, повышению выхода высокомаржинальной продукции с сокращением производственных издержек [1]. Сложность систем управления параметрами производственных процессов предъявляет требования к соответствующим системам управления, которые обусловливают разработку и внедрение сервис-ориентированных ИТ-архитектур.

В настоящей статье описаны требования к ИТ-сервисам информационных систем нефтеперерабатывающего предприятия, сформированные в соответствии с архитектурным подходом к управлению предприятием. Спроектированная подобным образом архитектура сервисов позволит сформировать адекватную потребностям процессов ИТ-поддержку, свести к минимуму вмешательство человека в производственные и технологические процессы, уменьшить вероятность ошибок производственных и учетных процессов, обеспечить оперативность принятия решений и реализации управленческих воздействий.

Методология

Используемый нами в процессе исследования сервис-ориентированный подход к анализу требований системы управления предприятием к ИТ-поддержке базируется на сервис-ориентированном представлении архитектуры предприятия [2].

Архитектура предприятия представляет собой комплексную модель, объединяющую разнородные по своей природе элементы, совместно обеспечивающие эффективное операционное управление. Модель архитектуры предприятия содержит в рамках единого комплекса такие элементы, как материально-производственную инфраструктуру, бизнес-процессы, организационную структуру, документооборот, информационные системы и приложения, архитектуру данных и другие. Для эффективной совместной работы перечисленных элементов важно согласовать их возможности по реализации определенной функциональности в соответствии с требованиями информационного обмена [3]. Такое согласование происходит посредством проектирования системы сервисов, оказываемых одними элементами в ответ на требования других. Благодаря применению подобного подхода создается архитектура предприятия, адекватная своему предназначению и гибко реагирующая на изменяющиеся условия.

Так, система бизнес-процессов определяет требования к соответствующей ИТ-поддержке со стороны информационных систем и приложений. В ответ последние предоставляют ИТ-сервисы, реализующие необходимый функционал по автоматизации процессов. Архитектура ИТ-сервисов отражает структуру требований со

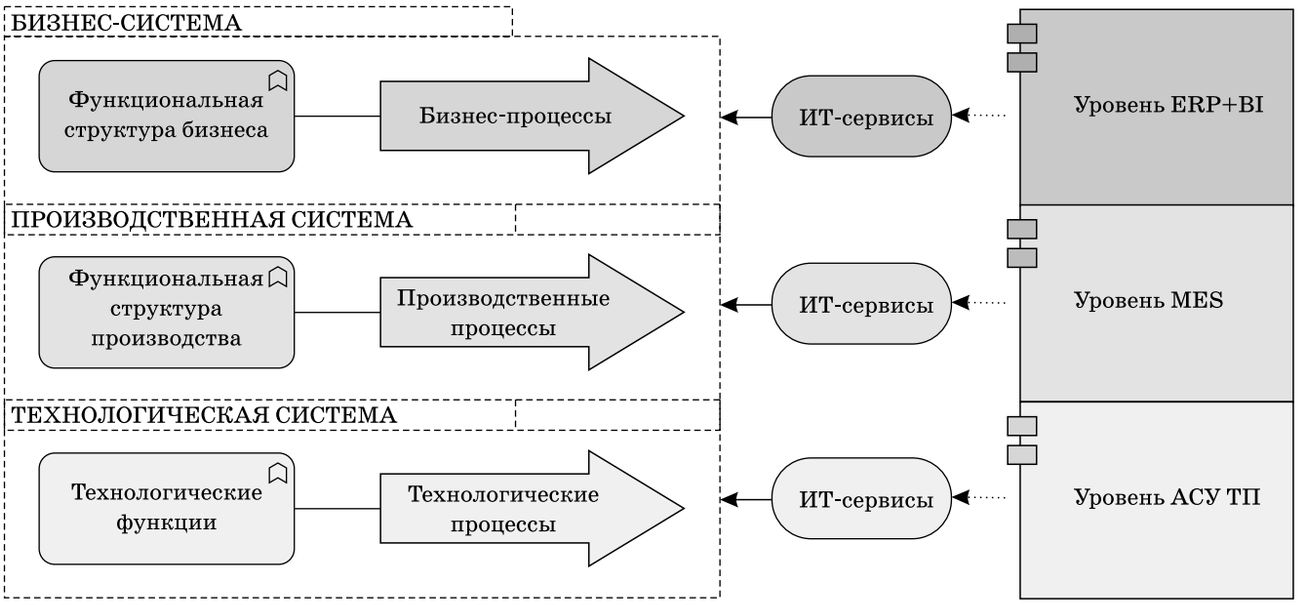

Рис. 1. Уровни информационных систем производственного предприятия

стороны бизнес-процессов по предоставлению и обработке информации информационными системами предприятия. ИТ-сервисы подлежат декомпозиции, как и обслуживаемые ими процессы.

В данном случае архитектура ИТ-сервисов нефтеперерабатывающего предприятия сформирована в соответствии с принятой классификацией информационных систем производственного предприятия, на котором выделяют отраженные на рисунке 1 уровни информационных систем: BI, ERP — уровень управления бизнесом, предприятием; MES — уровень управления производством, цехом; SCADA (или АСУ ТП) — уровень управления технологическими процессами.

Выделенные классы информационных систем предприятия выполняют следующие задачи:

- автоматизированные системы управления технологическими процессами (АСУ ТП) собирают и агрегируют данные контрольно-измерительных приборов и локальных систем управления, которыми оснащена технологическая схема и оборудование; передают технологическому оборудованию управляющие сигналы;
- Manufacturing Execution System (MES) — автоматизированная система управления производством, которая решает задачи синхронизации, координинации, анализа и оптимизации выпуска продукции в рамках конкретного производства (цеха) в режиме реального времени;
- Enterprise Resource Planning (ERP) — система планирования ресурсов предприятия, решающая задачи управления хозяйственной и финансовой деятельностью предприятия;
- Business Intelligence (BI) — системы бизнес-аналитики, использующиеся для анализа бизнес-информации, обеспечивают анализ данных в историческом, текущем и прогнозном аспектах [4].

На производственных предприятиях, к которым относятся и нефтеперерабатывающие заводы (НПЗ), особое внимание уделяется вопросам автоматизации производства, т. е. автоматизации деятельности производственных подразделений (цехов). Продукция НПЗ производится на постоянной основе, поэтому производственная система должна постоянно контролироваться по целому ряду параметров — давлению, температуре, вибрации, иным [5]. На нефтеперерабатывающем производстве целью применения информационных систем, технологий и приложений является обеспечение безопасности, надежности, оперативности. Управление технологическими процессами реализуется с использованием приборов и датчиков, которыми оснащено производственное оборудование, вся информация уровня цеха аккумулируется и диспетчеризируется на операторских станциях.

К приборам автоматизации технологических процессов относятся программируемые логические контроллеры (ПЛК), интеллектуальные электронные устройства (IED), человеко-машинные интерфейсы (HMI), рабочие станции операторов или инженеров, серверы, принтеры и беспроводные устройства [6; 7]. Их можно разделить на операционные (непосредственно связанные с поддержкой операций нефтеперерабатывающего завода, такие как системы управления технологическим процессом или системами безопасности) и мультисервисные приложения (либо поддерживающие такие операции, как видеонаблюдение, либо приложения, более связанные с бизнес-приложениями, такими как голос и корпоративные данные) [8].

Развитие архитектуры информационных систем связно прежде всего с эволюцией концепции ERP до ERP II и ERP III. Классическая концепция ERP подразумевает, что предпри-

ятие, как участник цепи поставок, должно иметь хорошо отлаженную внутрифирменную логистику материальных потоков (включая управление финансами, активами, запасами, планирование производства). Системы класса ERP предназначены для интеграции бизнес-процессов компании. С развитием идеологии управления цепями поставок изменился и подход к их автоматизации: в контур ERP II включаются модули, связанные со взаимодействием с другими участниками цепи поставок — CRM (управление взаимоотношениями с клиентами), SRM (управление взаимоотношениями с поставщиками), SCM (управление цепями поставок), HR (управление персоналом) и др.

Концепция ERP III подразумевает развитие функционала корпоративной информационной системы в сторону интеграции с интернетом, интеграции данных из различных источников, более тесной интеграции с клиентами, интеграции с физическими объектами (производственным оборудованием, роботизированными системами) посредством системы сервисов [9]. Для нефтеперерабатывающего предприятия развитие корпоративных информационных систем в соответствии с концепцией ERP III предполагает проектирование и внедрение сервисов, связанных с обеспечением взаимодействия между бизнес-системами (BI, ERP) и производственными системами (MES, АСУ ТП), а также цифровых сервисов по передаче данных от производственного оборудования в производственные системы.

В части сервисов, выделяемых в архитектуре современных нефтеперерабатывающих предприятий, Cisco делает акцент на необходимости таких, которые обусловлены повышенными требованиями к безопасности, мобильности сотрудников, доступу к данным и совместной работе с удаленными специалистами [8]. В их числе — интеграция корпоративной информационной системы с мобильными приложениями и устройствами; контроль доступа к объектам; контроль доступа к данным; возможность голосовой и видеосвязи; отслеживание местоположения (людей, активов, транспорта).

Результаты

Архитектура современного производственного предприятия подразумевает наличие единого информационного пространства, интегрирующего данные из всех подсистем корпоративной информационной системы — АСУ ТП, MES, ERP, BI. Анализ функциональной модели и системы производственных, технологических и бизнес-процессов нефтеперерабатывающего предприятия [10; 11] позволяет сформировать сервис-ориентированную модель взаимодействия процессов и ИТ-систем нефтеперерабатывающего предприятия, как показано на рисунке 2.

На рисунке 2 в общем виде показано взаимодействие различных классов информационных систем производственного предприятия с подсистемами технологических, производственных и бизнес-процессов. Детально требования к ИТ-сервисам описаны ниже.

ERP-системы реализуют широкий функционал по управлению такими функциями любого предприятия, как управление финансами, управление персоналом, управление закупками и продажами, иными. Функции, представленные в ERP-системах, стандартны для предприятий различных отраслей. Ниже перечислены специфические для нефтеперерабатывающего производства требования к сервисам ERP. BI-системы в тесном взаимодействии с первичными данными из ERP позволяют реализовывать сложную аналитику для поддержки принятия управленческих решений. Специфичны требования к ИТ-сервисам систем уровня BI и ERP нефтеперерабатывающего предприятия:

- подсистема планирования производства:
  - определение эффективного плана производства нефтепродуктов на основе качества исходного сырья и в соответствии с требованиями заключенных договоров на закупку нефтепродуктов, по критерию минимизации издержек;
- подсистема маркетинговой аналитики:
  - статистический анализ спроса на нефтепродукты, в том числе с учетом фактора сезонности;
  - анализ цен на нефтепродукты, сырую нефть, энергоносители и другие составляющие производства;
  - прогноз спроса и цен на нефтепродукты, сырую нефть, энергоносители и другие составляющие производства;
  - прогнозирование качества поступающей товарной нефти с применением методов нелинейной регрессии;
  - прогнозирование результатов нефтепереработки на основе прогноза качества товарной нефти с применением методов нелинейной регрессии;
- подсистема управления складскими запасами:
  - мониторинг и контроль текущего состояния запасов сырой нефти;
  - мониторинг заполнения резервуаров хранения нефтепродуктов;
  - расчет точки заказа (срок, количество по видам сырья);
  - информирование об уровне запасов сырья;
  - информирование о заполнении резервуаров хранения сырой нефти и нефтепродуктов;
- подсистема управления продажами:
  - контроль заключенных договоров на продажу нефтепродуктов (по срокам, количеству, качеству);

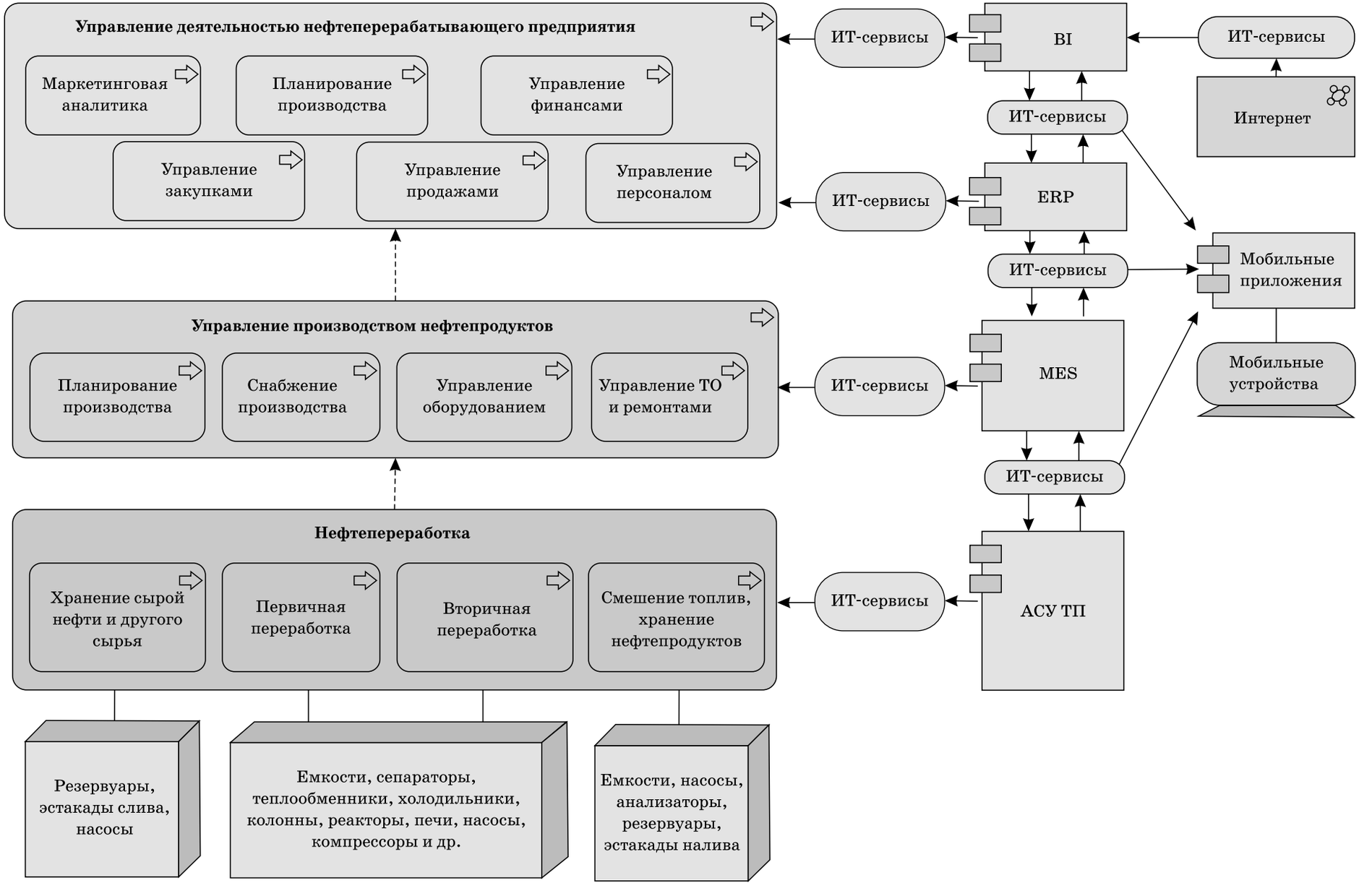

Рис. 2. Сервис-ориентированная модель архитектуры ИТ-поддержки процессов нефтеперерабатывающего предприятия

– план продаж на период (по срокам, количеству, качеству);
– контроль отгрузки нефтепродуктов в соответствии с заключенными договорами.

Руководителям производственных подразделений необходимо сбалансировать потребности, плановую выработку продукции с уровнем запасов сырья, возможностями производственных мощностей. Это означает, что им должна быть доступна своевременная и точная информация для принятия решения о возможности выработать очередную партию продукции и о том, какое влияние это окажет на остальную часть производственного графика. MES-системы предоставляют руководителям производства доступ к необходимым данным о производительности в режиме реального времени и позволяют оперативно оценивать возможности эффективного использования производственных ресурсов. MES-системы сфокусированы на управлении операционной деятельности цеха (завода) и обеспечивают прозрачность информации как на производстве, так и на предприятии и по всей цепочке поставок.

Охарактеризуем ряд требований к ИТ-сервисам систем уровня MES:

- подсистема управления производством:
  – формирование производственной программы на плановый период в соответствии с имеющимися производственными мощностями, планируемым объемом продаж по видам, качеству и количеству нефтепродуктов, сроками поставок с учетом качества поставляемой нефти;
  – потребности в сырье по видам, качеству и количеству в соответствии с планом производства с учетом сроков поставки;
  – возможность динамичной корректировки и пересчета плана производства;
  – отчетность о фактическом производстве по видам, качеству, срокам и объемам;
  – информирование о фактическом производстве продукции по видам, качеству, количеству и срокам в позаказном разрезе;
  – упреждающее информирование о прогнозируемых рисках невыполнения плана производства в позаказном разрезе.

Системы АСУТП нефтеперерабатывающего предприятия реализуют сбор информации через удаленные терминалы, программируемые логические контроллеры (ПЛК) и интеллектуальные электронные устройства с передачей ее обратно на центральную станцию для проведения необходимого анализа, выработки управляющих воздействий, а также для отображения информации на операторских экранах. Таким образом, наиболее важными компонентами системы АСУТП являются мастер-станция, удаленные терминалы и связь между ними.

Для формирования требований к системам класса АСУТП нефтеперерабатывающего предприятия важно понимать его структуру, состоящую из набора различных технологических процессов (установок, участков, объектов). Производственную инфраструктуру нефтеперерабатывающего производства можно разделить на несколько основных блоков: хранение сырой нефти, первичная переработка, вторичная переработка, компаундирование (смешение) моторных топлив, хранение/отгрузка товарных продуктов. Поступление/отгрузка и размещение на предприятии сырья и нефтепродуктов на предприятии обеспечивается на участках, оборудованных сливо-наливными эстакадами, резервуарами и насосным оборудованием.

Технологические установки, на которых ведется первичная и вторичная переработка нефти, представляют собой набор оборудования (емкости, электродегидраторы, теплообменники, печи, ректификационные колонны, холодильники, сепараторы, реактора, абсорберы, адсорберы, десорберы, насосы, компрессоры и др.), связанного между собой системой трубопроводов, что обеспечивает проведение специализированных производственных процессов [12; 13; 14]. Контроль за технологическими параметрами и безопасностью проводимых на установках процессов, а также управление ими в автоматическом режиме, включая слив/налив сырья, нефтепродуктов, учет переработанной нефти и полученной продукции на всех производственных этапах, ведется системами АСУ ТП с использованием контрольно-измерительных приборов и автоматики (КИПиА), в которые входят приборы давления; уровнемеры; приборы измерения температуры; расходомеры; регулирующие и отсечные клапаны; анализаторы качества; датчики довзрывных концентраций и др. Приготовление моторных топлив ведется на станциях смешения, оснащенных емкостями, дозирующими насосами, приборами КИПиА, регулирующими клапанами, анализаторами качества.

Требованиями к ИТ-сервисам систем уровня АСУТП нефтеперерабатывающего предприятия являются:

- настройка параметров технологических процессов в соответствии с разработанной производственной программой;
- контроль параметров работы технологического оборудования;
- вывод отдельных видов оборудования или всей установки в безопасное состояние по разработанным алгоритмам при превышении допустимого уровня какого-либо из параметров;
- человеко-машинный интерфейс для управления параметрами работы технологического оборудования и установки в целом;
- визуализация параметров работы технологического оборудования.

Выводы

Эффективное управление нефтеперерабатывающим предприятием подразумевает необходимость владения полной, достоверной и актуальной информацией на всех уровнях деятельности предприятия: управления отдельными технологическими установками, управления производственными подразделениями, принятия бизнес-решений. Подобную возможность представлять информацию в максимально детализированном и в надлежащим образом агрегированном виде предоставляет корпоративная, многоуровневая ИТ-архитектура производственного предприятия.

В настоящей статье сформированы требования к ИТ-сервисам информационных систем нефтеперерабатывающего предприятия на основе актуальных трендов развития архитектуры информационных систем и потребностей нефтеперерабатывающих предприятий. Проектирование ИТ-архитектуры предприятия на базе сервисов позволяет спроектировать отвечающую актуальным потребностям бизнеса систему управления информационными потоками, включая автоматизированную систему. Особое внимание при проектировании ИТ-архитектуры нефтеперерабатывающего предприятия важно уделять системам управления производством (MES) и системам управления технологическими процессами (АСУ ТП). При внедрении подобных систем на практике используются ИТ-решения от разработчиков, специализирующихся на автоматизации предприятий конкретных отраслей.

Литература

1. *Чернышева А. В.* Создание потребительской ценности продукта // Новые технологии — нефтегазовому региону: материалы Всерос. с междунар. участием науч.-практ. конф. / отв. ред. О. А. Новоселов. Тюмень: Тюменский госуд. нефтегазовый ун-т, 2015. С. 75–78.
2. *Козин Е. Г.*, *Ильин И. В.*, *Левина А. И.* Реинжиниринг ИТ-архитектуры предприятия на базе сервис-ориентированного анализа архитектуры предприятия // Перспективы науки. 2016. № 9 (84). С. 48–56.
3. *Лепехин А. А.*, *Ильин И. В.*, *Дубгорн А. С.* Применение архитектурного подхода в проектах внедрения информационных систем // Неделя науки СПбПУ: материалы науч. форума с междунар. участием / отв. ред. О. В. Калинина, С. В. Широкова. СПб.: Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, 2015. С. 193–195.
4. *Коронатов Н. Н.*, *Ильин И. В.*, *Светуньков С. Г.* Прогнозная аналитика производства нефтепродуктов в зависимости от качества сырой нефти на примере ООО «КИНЕФ» // Экономика и предпринимательство. 2020. № 9 (122). С. 1033–1039. DOI: 10.34925/EIP.2020.122.9.203
5. Анализ организации логистической цепи [Электронный ресурс]. URL: https://avege.ru/russian/project/pldob20.shtml (дата обращения: 04.08.2020).
6. Финансовая отчетность компаний нефтегазовой отрасли [Электронный ресурс]. URL: https://www.pwc.ru/ru/oil-and-gas/pdf/pwc-ifrs-for-o&g-18-rus.pdf (дата обращения: 04.08.2020).
7. *Васина А. Б.* Системный подход к управлению производственными запасами на предприятиях нефтегазового комплекса // Российское предпринимательство. 2012. № 9 (207). С. 85–91.
8. Connected refineries and processing plant [Электронный ресурс]: Cisco reference document (CRD). San José, CA: Cisco Systems, Inc.; 2016. 112 p. URL: https://www.cisco.com/c/dam/en_us/solutions/industries/docs/manufacturing/connected-refineries-pocessing-plant.pdf (дата обращения: 04.08.2020).
9. *Vasiliev J.* The change from ERP II to ERP III systems // 3rd International conference on application of information and communication technology and statistics in economy and education (ICAICTSEE — 2013). Sofia: UNWE, 2013. P. 382–384.
10. *Коронатов Н. Н.*, *Ильин И. В.*, *Калязина С. Е.* Управление параметрами технологических процессов нефтепереработки // Экономика и управление. 2020. Т. 26. № 7 (177). С. 784–792. DOI: 10.35854/1998-1627-2020-7-784-792
11. *Ильин И. В.*, *Коронатов Н. Н.* Математическое моделирование управления производством нефтепродуктов // Журнал исследований по управлению. 2020. Т. 6. № 3. С. 87–94.
12. Нефтехранилище (нефтебаза, нефтетерминал) [Электронный ресурс]. URL: https://neftegaz.ru/tech-library/transportirovka-i-khranenie/141703-neftekhranilishche-neftebaza-nefteterminal/ (дата обращения: 04.08.2020).
13. Схема цепочки поставок нефти и нефтепродуктов по системе «Транснефти» [Электронный ресурс] // Транснефть. 2018. URL: https://sdr2018.transneft.ru/oil-and-petroleum-supply-chain (дата обращения: 04.08.2020).
14. *Щербанин Ю. А.* Логистика в нефтегазовой отрасли: некоторые положения и соображения // Транспорт и хранение нефтепродуктов и углеводородного сырья. 2016. № 4. С. 22–24.

References

1. Chernysheva A.V. Creating customer value of the product. In: New technologies for the oil and gas region. Proc. All-Russ. sci.-pract. conf. with int. particip. Tyumen: Tyumen State Oil and Gas University; 2015:75-78. (In Russ.).
2. Kozin E.G., Il'in I.V., Levina A.I. Reengineering of enterprise IT architecture based on service-oriented analysis of enterprise architecture. *Perspektivy nauki = Science Prospects.* 2016;(9):48-56. (In Russ.).
3. Lepekhin A.A., Il'in I.V., Dubgorn A.S. Application of the architectural approach in projects for the implementation of information systems. In: SPbPU science week. Proc. sci. forum with int. particip. St. Petersburg: Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; 2015:193-195. (In Russ.).

4. Koronatov N.N., Il'in I.V., Svetun'kov S.G. Predictive analytics of petroleum product production depending on the quality of crude oil on the example of LLC "KINEF". *Ekonomika i predprinimatel'stvo = Journal of Economy and Entrepreneurship.* 2020;(9):1033-1039. (In Russ.). DOI: 10.34925/EIP.2020.122.9.203
5. Analysis of the supply chain organization. URL: https://avege.ru/russian/project/pldob20.shtml (accessed on 04.08.2020). (In Russ.).
6. Financial statements of companies in the oil and gas industry. Moscow: PwC; 2018. 132 p. URL: https://www.pwc.ru/ru/oil-and-gas/pdf/pwc-ifrs-for-o&g-18-rus.pdf (accessed on 04.08.2020). (In Russ.).
7. Vasina A.B. A systematic approach to inventory management at oil and gas companies. *Rossiiskoe predprinimatel'stvo = Russian Journal of Entrepreneurship.* 2012;(9):85-91. (In Russ.).
8. Connected refineries and processing plant: Cisco reference document (CRD). San José, CA: Cisco Systems, Inc.; 2016. 112 p. URL: https://www.cisco.com/c/dam/en_us/solutions/industries/docs/manufacturing/connected-refineries-pocessing-plant.pdf (accessed on 04.08.2020).
9. Vasiliev J. The change from ERP II to ERP III systems. In: 3rd Int. conf. on application of information and communication technology and statistics in economy and education (ICAICTSEE — 2013). Sofia: UNWE; 2013:382-384.
10. Koronatov N.N., Il'in I.V., Kalyazina S.E. Controlling the parameters of technological processes of oil refining. *Ekonomika i upravlenie = Economics and Management*. 2020;26(7):784-792. (In Russ.). DOI: 10.35854/1998-1627-2020-7-784-792
11. Il'in I.V., Koronatov N.N. Mathematical modeling of petroleum product management. *Zhurnal issledovanii po upravleniyu = Journal of Management Studies.* 2020;6(3):87-94. (In Russ.).
12. Oil storage (tank farm, oil terminal). Neftegaz.ru. 2012. URL: https://neftegaz.ru/tech-library/transportirovka-i-khranenie/141703-neftekhranilishche-neftebaza-nefteterminal/ (accessed on 04.08.2020). (In Russ.).
13. Scheme of the supply chain of oil and oil products through the Transneft system. Transneft. 2018. URL: https://sdr2018.transneft.ru/oil-and-petroleum-supply-chain (accessed on 04.08.2020). (In Russ.).
14. Shcherbanin Yu.A. Logistics in the oil and gas industry: some provisions and considerations. *Transport i khranenie nefteproduktov i uglevodorodnogo syr'ya = Transport and Storage of Oil Products and Hydrocarbons*. 2016;(4):22-24. (In Russ.).

Сведения об авторах

Коронатов Николай Николаевич

ассистент Высшей школы управления и бизнеса Института промышленного менеджмента, экономики и торговли

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

195251, Санкт-Петербург, Политехническая ул., д. 29, Россия

Ильин Игорь Васильевич

доктор экономических наук, профессор, директор Высшей школы управления и бизнеса Института промышленного менеджмента, экономики и торговли

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

195251, Санкт-Петербург, Политехническая ул., д. 29, Россия

(✉) e-mail: igor.ilin@spbstu.ru

Лёвина Анастасия Ивановна

кандидат экономических наук, доцент, доцент Высшей школы управления и бизнеса Института промышленного менеджмента, экономики и торговли

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

195251, Санкт-Петербург, ул. Политехническая, д. 29, Россия

(✉) e-mail: alyovina@gmail.com

Поступила в редакцию 20.08.2020
Подписана в печать 11.09.2020

Information about Authors

Nikolay N. Koronatov

Assistant of the Graduate School of Economics and Management of the Institute of Industrial Management, Economics and Trade

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University

Politekhnicheskaya Str. 29, St. Petersburg, 195251, Russia

Igor' V. Il'in

Doctor of Sciences (Economics), Professor, Director of the Graduate School of Economics and Management of the Institute of Industrial Management, Economics and Trade

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University

Politekhnicheskaya Str. 29, St. Petersburg, 195251, Russia

(✉) e-mail: igor.ilin@spbstu.ru

Anastasiya I. Levina

Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Graduate School of Economics and Management of the Institute of Industrial Management, Economics and Trade

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University

Politekhnicheskaya Str. 29, St. Petersburg, 195251, Russia

(✉) e-mail: alyovina@gmail.com

Received 20.08.2020
Accepted 11.09.2020

УДК 37:004 http://doi.org/10.35854/1998-1627-2020-9-1021-1025

Имплементация цифрового образования: проблемы и пути решения

Дмитриев В. Я.[1], Игнатьева Т. А.[2], Иванова А. О.[3], Пилявский В. П.[4]

[1] *Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики, Санкт-Петербург, Россия*

[2] *Санкт-Петербургский государственный экономический университет, Санкт-Петербург, Россия*

[3] *Национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики (Университет ИТМО), Санкт-Петербург, Россия*

[4] *Санкт-Петербургский институт бизнеса и инноваций, Санкт-Петербург, Россия*

Цель. Определить ключевые проблемы, возникающие у участников образовательного процесса при имплементации цифрового обучения в образовательную среду учебной организации, и сформулировать возможные пути решения обозначенных проблем.

Задачи. Проанализировать механизм внедрения цифровых технологий в образовательный процесс; выявить слабые места в процессе активного внедрения дистанционного обучения; обозначить возможности для развития цифрового образования.

Методология. Исследование проведено с помощью методов системного подхода, сравнительного и структурного анализа, приемов аналитического и теоретического обобщения.

Результаты. Выделены основные проблемы имплементации цифрового образования; сформулированы две ведущие траектории развития, способствующие повышению эффективности и качества образовательных услуг на основе цифровых технологий.

Выводы. Среди главных проблем имплементации цифрового обучения — дефицит «живого» общения и очного взаимодействия между педагогом и обучающимися; недостаточное техническое оснащение (потребность в компьютерах, ноутбуках, планшетах); слабые характеристики оборудования, на котором размещены информационные ресурсы и большой объем передаваемой информации. В качестве возможных путей решений обозначены две основные траектории развития: во-первых, повышение качества образовательного контента, во-вторых, разработка эффективного инструментария, т. е. современной образовательной онлайн-платформы.

Ключевые слова: *цифровое образование*, *дистанционное образование*, *цифровые технологии*, *трансформация образования*, *тенденции развития цифрового образования*, *проблемы цифрового образования.*

Для цитирования: Дмитриев В. Я., Игнатьева Т. А., Иванова А. О., Пилявский В. П. Имплементация цифрового образования: проблемы и пути решения // *Экономика и управление.* 2020. Т. 26. № 9. С. 1021–1025. http://doi.org/10.35854/1998-1627-2020-9-1021-1025

Implementation of Digital Education: Problems and Solutions

Dmitriev V. Ya.[1], Ignat'eva T. A.[2], Ivanova A. O[3], Pilyavskiy V. P.[4]

[1] *St. Petersburg University of Management Technologies and Economics, St. Petersburg, Russia*

[2] *St. Petersburg State University of Economics, St. Petersburg, Russia*

[3] *National Research University of Information Technologies, Mechanics and Optics (ITMO University), St. Petersburg, Russia*

[4] *St. Petersburg Institute of Business and Innovation, St. Petersburg, Russia*

Aim. The presented study aims to identify the key problems for the participants of the educational process caused by the introduction of digital education into the educational environment of an educational institution and to formulate possible solutions to these problems.

Tasks. The authors analyze the mechanism of implementation of digital technologies in the educational process; identify weak points in the active introduction of distance learning; outline opportunities for the development of digital education.

Methods. This study uses the methods of the systems approach, comparative and structural analysis, analytical and theoretical generalization.

Results. The major problems of digital education implementation are identified; two principal development paths are proposed with an aim to improve the efficiency and quality of educational services based on digital technologies.

Conclusions. The main problems of digital education implementation are the lack of face-to-face communication and real-life interaction between the teacher and students; insufficient technical equipment (the need for computers, laptops, tablets); poor performance of the equipment that hosts information resources combined with large amounts of transmitted data. As possible solutions to these problems, the authors outline two major development paths: improving the quality of educational content and developing efficient tools, i.e. a modern online education platform.

Keywords: *digital education*, *distance learning*, *digital technologies*, *transformation of education*, *digital education development trends*, *problems of digital education.*

For citation: Dmitriev V.Ya., Ignat'eva T.A., Ivanova A.O., Pilyavskiy V.P. Implementation of Digital Education: Problems and Solutions. *Ekonomika i upravlenie = Economics and Management.* 2020;26(9):1021-1025 (In Russ.). http://doi.org/10.35854/1998-1627-2020-9-1021-1025

Образование — это процесс передачи знаний, который всегда происходит в информационной среде. В последние десятилетия наблюдается переход от компьютеризированной «бумажной» образовательной среды к компьютеризированной «цифровой» образовательной среде, развитие которой перешло в стадию цифровой трансформации образования. Упор на новые тенденции развития образования, основанные на цифровых технологиях, необходим, по нашему мнению, для повышения уровня образования как молодежи, так и людей предпенсионного, пенсионного возраста, для обеспечения непрерывности образования в течение всей жизни.

Сегодня можно выделить следующие тенденции в развитии цифрового образования:

1. Укрепление роли академической автономии в процессе обучения.
2. Повышение роли активных и интерактивных форм обучения [1].
3. Формирование клипового мышления.
4. Снижение роли академического компонента содержания образования и повышение роли деятельностного (практико-ориентированного) содержания образования.
5. Горизонтальная (межпрофессиональная) и вертикальная (межуровневая) конвергенция образовательных программ.
6. Рост количества образовательных платформ и расширение требований к ним [2].

Эффективная имплементация цифрового обучения в образовательную среду учебной организации сталкивается с рядом проблем, возникающих при переходе к цифровому образованию у целевых групп в процессе обучения (обучающихся, педагогов, родителей, иных лиц, принимающих решения):

1. В настоящее время очень мало образовательных систем (даже среди самых высококлассных), имеющих хорошую техническую поддержку для быстрого перехода к дистанционному обучению.

2. Переход на дистанционное обучение требует существенных затрат. Безусловно, важно обеспечить инфраструктурный потенциал. Но гораздо больший вызов представляет собой поддержка педагогов; предоставление высококачественных и актуальных цифровых учебных материалов; развитие у учеников цифровых навыков для эффективного использования технологий в целях обучения; внедрение вспомогательных систем управления данными и информацией.

3. Переход к дистанционному образованию приводит к социальной стратификации. Это выражается в том, что обучающиеся с более высоким социальным статусом получают от онлайн-образования непропорционально большую пользу по сравнению с иными стратами учащихся. Данное обстоятельство обусловлено тем, что цифровая трансформация образования в процессе реализации приводит к цифровому неравенству, которое неизбежно перерастает в неравенство социальное.

4. При переходе на дистанционное обучение нужно иметь в виду, что обучающиеся будут показывать более слабые результаты по сравнению с традиционной формой образования. Это объясняется психологией всех субъектов образовательного процесса, слабой мотивацией, дефицитом опыта взаимодействия с инструментами и процессами обучения, недостатком благоприятных условий для онлайн-обучения на дому.

5. Далеко не все преподаватели в состоянии быстро и эффективно освоить технологию электронного обучения на качественном уровне, так как процессы дистанционного обучения и обучения в аудиториях существенно отличаются друг от друга. В этой связи преподавателям потребуется дополнительная поддержка и обучение [3].

6. В условиях дистанционного обучения родители играют ключевую роль в поддержке детей. Даже при самых благоприятных обстоятельствах большинство родителей плохо подготовлены к оказанию эффективной поддержки. Особенно в случаях, если они сами не обладают достаточными техническими навыками. Кроме того, у родителей может быть несколько детей, посещающих учебные заведения. Поэтому они столкнутся с проблемой распределения доступных гаджетов между ними (например, в семье

из пяти человек может быть всего два компьютера, которые одновременно необходимы как для удаленной работы обоим родителям, так и обучающимся).

7. Поскольку онлайн-обучение идет непосредственно через гаджеты, то, в отличие от классической формы обучения, при полном онлайн-обучении мозг обучающегося подвержен дополнительному воздействию электромагнитных полей минимум шесть учебных часов в день. Возникают определенные риски для здоровья обучающихся при длительном воздействии электромагнитного излучения в радиочастотном диапазоне от беспроводных устройств, сетей и гаджетов [4].

8. Клиповое мышление, которое вырабатывается при использовании цифровых технологий во всех сферах деятельности, в том числе и в образовании, негативно воздействует на восприятие окружающего мира. Педагоги отмечают, что обучающиеся утрачивают способность воспринимать большие тексты, что вследствие цифрового обучения у них ослабляется память и вырабатывается клиповое мышление, которое ведет к постепенной деградации мыслительного процесса.

Проблема повышения эффективности и качества образовательных услуг на основе цифровых технологий особенно актуальна на данном этапе становления общества. Можно определить две основные траектории развития в этом направлении: во-первых, повышение качества образовательного контента, во-вторых, разработка эффективного инструментария, т. е. современной образовательной онлайн-платформы. Рассмотрим подробнее эти направления.

Качество образовательных услуг зависит от того, насколько актуальной и обновляемой является предоставляемая для изучения информация. Наличие электронной библиотеки ускоряет ее получение и повышает значимость образовательного контента. Для повышения эффективности и качества образовательных услуг на основе цифровых технологий необходимо прежде всего сформулировать общую проблему разработки эффективной образовательной онлайн-платформы: она рассматривается в контексте решения четырех объектно ориентированных подпроблем:

1. Повышение эффективности усвоения учебного контента в процессе дистанционного обучения:

- необходимо предусмотреть пять вариантов транслирования информации обучающемуся (текстовая информация, видеоинформация, аудиоинформация, дополненная реальность, виртуальная реальность);
- для максимального комфорта пользователей и повышения эффективности работы платформы необходимо предусмотреть применение интерактивного виртуального помощника, использующего актуальную базу знаний;
- обучение на ошибках — при неправильном ответе в тестовом задании обучающийся сразу должен получать сообщение об этом с описанием правильного ответа, а при следующей попытке пересдачи состав вопросов теста должен изменяться.

2. Повышение мотивации обучающихся:

- необходимо предусмотреть возможность формирования индивидуальной образовательной траектории, т. е. помимо общеобразовательного обязательного блока следует предусмотреть возможность самостоятельно выбирать модули из вариативной части без уменьшения объема зачетных единиц;
- необходимо предусмотреть широкое использование игровых технологий в дистанционном обучении.

3. Повышение качества дистанционного образования:

- должна осуществляться перманентная модернизация образовательного контента модулей;
- должна быть реализована возможность изучения обучающимся дополнительного материала (источников) с помощью доступа к электронным базам знаний по тематике курса;
- необходимо предусмотреть широкое использование человеко-машинного интерфейса с элементами искусственного интеллекта.

4. Доступность:

- образовательная онлайн-платформа должна обладать свойством универсальности для использования ее на всех ступенях образования в условиях усиления конвергенции в образовательных уровнях;
- должно быть предусмотрено максимальное удобство пользования образовательной онлайн-платформой для всех ключевых субъектов: преподавателя, обучающихся и администратора платформы;
- необходимо дополнить образовательную онлайн-платформу мобильным приложением, которое обеспечило бы доступ к ней с любого вида гаджетов [5–11].

Таким образом, нами определены ведущие тенденции развития цифрового образования, обозначен ряд проблем, возникающих при переходе к цифровому образованию у целевых групп в процессе обучения, а также предложены пути повышения эффективности и качества образовательных услуг на основе цифровых технологий. Новый подход к решению проблем развития образования для всех, образования в течение всей жизни, образования как фундамента устойчивого развития общества находится в русле применения информационно-коммуникационных технологий для реализации формата дистанционного обучения.

Литература

1. *Блинов В. И.*, *Дулинов М. В.*, *Есенина Е. Ю.*, *Сергеев И. С.* Проект дидактической концепции цифрового профессионального образования и обучения. М.: Перо, 2019. 72 с.
2. *Красовский И. Н.*, *Пилявский П. В.*, *Игнатьева Т. А.* Перспективы развития онлайн-образования на рынке образовательных услуг // Стратегии и инструменты управления экономикой: отраслевой и региональный аспект: материалы VIII Междунар. науч.-практ. конф. / под общ. ред. В. Л. Василёнка. СПб.: Университет ИТМО, 2019. С. 567–570.
3. *Агранович М.* С переходом в онлайн нагрузка на преподавателей вузов увеличилась // Российская газета. 2020. 20 мая. URL: https://rg.ru/2020/05/20/s-perehodom-v-onlajn-nagruzka-na-prepodavatelej-vuzov-uvelichilas.html (дата обращения: 15.08.2020).
4. *Самойдюк А.* Насколько гаджеты вредны детям? Вот что говорят последние исследования [Электронный ресурс] // RB.ru. 2019. 18 апреля. URL: https://rb.ru/story/are-screens-bad-for-kids/ (дата обращения: 15.08.2020).
5. *Васильева Е. В.*, *Дмитриев В. Я.*, *Жолдасов В. В.*, *Пилявский В. П.* Трансформация образовательных услуг в экономике знаний // Вестник Национальной академии туризма. 2015. № 2 (34). С. 66–68.
6. *Сапрыкина Д. И.*, *Волохович А. А.* Проблемы перехода на дистанционное обучение в Российской Федерации глазами учителей. М.: Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 2020. 32 с.
7. *Вольчик В. В.*, *Ширяев И. М.* Дистанционное высшее образование в условиях самоизоляции и проблема институциональных ловушек // Актуальные проблемы экономики и права. 2020. Т. 14. № 2. С. 235–248. DOI: 10.21202/1993-047X.14.2020.2.235-248
8. *Кувшинова Е. Е.* Дистанционное обучение в условиях кризиса 2020 (на примере Финансового университета при Правительства РФ) // Современное педагогическое образование. 2020. № 4. С. 8–15.
9. *Свищёв А. В.*, *Казарян М. А.* Эффективность внедрения в учебный процесс дистанционного образования с применением информационных систем и технологий // Colloquium-journal. 2020. № 10-2 (62). С. 116–118. DOI: 10.24411/2520-6990-2020-11709
10. *Щадная М. А.* Дистанционное обучение в современной реальности // Наука, техника и образование. 2020. № 5 (69). С. 74–76.
11. *Korepanova N. V.*, *Starodubova E. A.* Дистанционное обучение: проблемы и перспективы // Cross – Cultural Studies: Education and Science. 2020. Vol. 5. No. 2. С. 139–149. DOI: 10.24411/2470-1262-2020-10086

References

1. Blinov V.I., Dulinov M.V., Esenina E.Yu., Sergeev I.S. Draft didactic concept for digital vocational education and training. Moscow: Pero; 2019. 72 p. (In Russ.).
2. Krasovskii I.N., Pilyavskii P.V., Ignat'eva T.A. Prospects for the development of online education in the educational services market. In: Economic management strategies and tools: Sectoral and regional aspects. Proc. 8th Int. sci.-pract. conf. St. Petersburg: ITMO University; 2019:567-570. (In Russ.).
3. Agranovich M. With the transition to online, the load on university teachers has increased. Rossiiskaya gazeta. May 20, 2020. URL: https://rg.ru/2020/05/20/s-perehodom-v-onlajn-nagruzka-na-prepodavatelej-vuzov-uvelichilas.html (accessed on 15.08.2020). (In Russ.).
4. Samoidyuk A. How harmful are gadgets to children? Here's what recent research shows. RusBase. Apr. 18, 2019. URL: https://rb.ru/story/are-screens-bad-for-kids/ (accessed on 15.08.2020). (In Russ.).
5. Vasil'eva E.V., Dmitriev V.Ya., Zholdasov V.V., Pilyavskii V.P. Transformation of educational services in the knowledge economy. *Vestnik natsional'noi akademii turizma = Vestnik of National Tourism Academy*. 2015;(2):66-68. (In Russ.).
6. Saprykina D.I., Volokhovich A.A. Problems of transition to distance learning in the Russian Federation through the eyes of teachers. Moscow: NRU HSE; 2020. 32 p. (In Russ.).
7. Vol'chik V.V., Shiryaev I.M. Distance higher education in conditions of self-isolation and the problem of institutional traps. *Aktual'nye problemy ekonomiki i prava = Actual Problems of Economics and Law*. 2020;14(2):235-248. (In Russ.). DOI: 10.21202/1993-047X.14.2020.2.235-248
8. Kuvshinova E.E. Distance learning in the crisis of 2020 (on the example of the Financial University under the Government of the Russian Federation). *Sovremennoe pedagogicheskoe obrazovanie = Modern Pedagogical Education*. 2020;(4):8-15. (In Russ.).
9. Svishchev A.V., Kazaryan M.A. Effectiveness of introducing distance education into the educational process using information systems and technologies. *Colloquium-journal*. 2020;(10-2):116-118. (In Russ.). DOI: 10.24411/2520-6990-2020-11709
10. Shchadnaya M.A. Distance learning in modern reality. *Nauka, tekhnika i obrazovanie = Science, Technology and Education*. 2020;(5):74-76. (In Russ.).
11. Korepanova N.V., Starodubova E.A. Distance learning: Challenges and prospects. *Cross-Cultural Studies: Education and Science*. 2020;5(2):139-149. (In Russ.). DOI: 10.24411/2470-1262-2020-10086

Сведения об авторах

Дмитриев Владимир Яковлевич

кандидат экономических наук, проректор по внешним связям и работе с абитуриентами

Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики

190103, Санкт-Петербург, Лермонтовский пр., д. 44а, Россия

(✉) e-mail: dmitriev.zaks@mail.ru

Игнатьева Татьяна Александровна

аспирант

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

191023, Санкт-Петербург, Набережная канала Грибоедова, д. 30-32, Россия

Иванова Анастасия Олеговна

магистрант

Национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики (Университет ИТМО)

197101, Санкт-Петербург, Кронверкский пр., д. 49, Россия

Пилявский Валерий Павлович

доктор экономических наук, профессор, ректор

Санкт-Петербургский институт бизнеса и инноваций

199106, Санкт-Петербург, Гаванская ул., д. 3, Россия

(✉) e-mail: pil2@mail.ru

Поступила в редакцию 21.08.2020
Подписана в печать 14.09.2020

Information about Authors

Vladimir Ya. Dmitriev

Candidate of Sciences (Economics), Vice-Rector for Social Relations and Applicants Affairs

St. Petersburg University of Management Technologies and Economics

44/A Lermontovskiy Ave, St. Petersburg, 190103, Russia

(✉) e-mail: dmitriev.zaks@mail.ru

Tat'yana A. Ignat'eva

Postgraduate Student

St. Petersburg State University of Economics

30/32 Naberezhnaya Kanala Griboedova, St. Petersburg, 191023, Russia

Anastasiya O. Ivanova

Master's Degree Student

National Research University of Information Technologies, Mechanics and Optics (ITMO University)

49/A Kronverkskiy Ave., St. Petersburg, 197101, Russia

Valeriy P. Pilyavskiy

Doctor of Sciences (Economics), Professor, Rector

St. Petersburg Institute of Business and Innovation

3, Politekhnicheskaya Str., St. Petersburg, 199106, Russia

(✉) e-mail: pil2@mail.ru

Received 21.08.2020
Accepted 14.09.2020

УДК 37:004 http://doi.org/10.35854/1998-1627-2020-9-1026-1042

Развитие стратегического предпринимательства в компаниях малого и среднего бизнеса в сфере туризма: роль сотрудничества с конкурентами (“coopetition”)

Муханад Хасан Ага[1]
[1] *Дальневосточный федеральный университет, г. Владивосток, Россия*

Цель. Оценка возможности сотрудничества с конкурентами (“coopetition”) в качестве дополнительной стратегии к созданию интегрированной модели управления стратегическим предпринимательством в сфере туризма.

Задачи. Определить концепцию стратегического предпринимательства; выявить и проанализировать концепцию сотрудничества с конкурентами (“coopetition”); сформулировать понятие стратегического предпринимательства в сфере туризма; представить результаты качественного исследования об определении наиболее важных форм сотрудничества туристских компаний.

Методология. Статья является концептуальной и в значительной степени опирается на изученную литературу, рассмотренные теоретические причины, вследствие которых необходимо применять стратегическое предпринимательство и сотрудничество с конкурентами (“coopetition”) в туристских компаниях, а также на проведенное качественное исследование с целью выявления содержательных направлений сотрудничества с конкурентами.

Результаты. Стратегическое предпринимательство — новая область, построенная на интеграции предпринимательства и стратегического управления. Его применение руководством компаний может привести к высоким результатам деятельности. Однако в малых и средних туристских компаниях критически важные ресурсы, как правило, ограничены. Вследствие этого им приходится вступать в сотрудничество с конкурентами для получения доступа к дополнительным активам и возможностям. Для предоставления недостающих ресурсов и содействия инновациям, которые приводят к удовлетворению потребностей туристов, применяется сотрудничество с конкурентами (“coopetition”) как часть стратегической деятельности туристских компаний.

Выводы. Сотрудничество с конкурентами (“coopetition”) в качестве дополнительной стратегии улучшит стратегическую модель предпринимательства и поможет туристским компаниям достичь наилучших результатов деятельности.

Ключевые слова: *стратегическое предпринимательство*, *стратегическое управление*, *предпринимательство*, *сотрудничество с конкурентами* (“*coopetition*”), *модель управления*, *результаты деятельности компании*, *индустрия туризма.*

Для цитирования: Хасан Ага М. Развитие стратегического предпринимательства в компаниях малого и среднего бизнеса в сфере туризма: роль сотрудничества с конкурентами (“coopetition”) // *Экономика и управление.* 2020. Т. 26. № 9. С. 1026–1042. http://doi.org/10.35854/1998-1627-2020-9-1026-1042

Development of Strategic Entrepreneurship in Small and Medium-Sized Tourism Enterprises: The Role of Coopetition

Muhanad Hasan Agha[1]
[1] *Far Eastern Federal University, Vladivostok, Russia*

Aim. The presented study aims to assess the potential of coopetition as an additional strategy to creating an integrated model for managing strategic entrepreneurship in the tourism sector.

Tasks. The authors define the concept of strategic entrepreneurship; determine and analyze the concept of coopetition; formulate the concept of strategic entrepreneurship in tourism; present the results of a qualitative study aimed at determining the most important forms of cooperation between tourism companies.

Methods. This conceptual study relies heavily on the examined literature, on theoretical reasons for using strategic entrepreneurship and coopetition in tourism enterprises, and on a qualitative study aimed at identifying meaningful areas of cooperation with competitors.

Results. Strategic entrepreneurship is a new field based on the integration of entrepreneurship and strategic management. If used by the management, it can significantly boost the company's performance. However, in small and medium-sized tourism enterprises, critical resources are usually limited. As a result, they have to cooperate with competitors to gain access to additional assets and opportunities. Coopetition is used as part of the strategic activities of tourism enterprises to provide the missing resources and promote innovations that could help satisfy the needs of tourists.

Conclusions. Ccoopetition as an additional strategy will improve the strategic model of entrepreneurship, helping tourism enterprises achieve better performance.

Keywords: *strategic entrepreneurship*, *strategic management*, *entrepreneurship*, *coopetition*, *management model*, *company performance*, *tourism industry*.

For citation: Hasan Agha M. Development of Strategic Entrepreneurship in Small and Medium-Sized Tourism Enterprises: The Role of Coopetition. *Ekonomika i upravlenie = Economics and Management.* 2020;26(9):1026-1042 (In Russ.). http://doi.org/10.35854/1998-1627-2020-9-1026-1042

Введение

Индустрия туризма — ключевой двигатель экономического прогресса в ряде стран, поскольку опережает темпы роста многих других отраслей даже в условиях экономических потрясений [1]. В частности, малые и средние туристские компании играют все более важную роль в формировании туристских продуктов, создании рабочих мест, экономических стимулах, в создании имиджа и комплексном развитии дестинаций [2].

Вместе с тем такие компании сталкиваются с проблемами получения финансирования, доступом к различным ресурсам и характеризуются отсутствием управленческого опыта, что является препятствием для получения устойчивых результатов деятельности и дальнейшего развития [3]. Одним из направлений решения проблем малых и средних компаний в сфере туризма служит совершенствование подходов в управлении, которые способствуют привлечению и использованию всех видов ресурсов, что позволяет добиться максимальной производительности в условиях их ограниченности.

Сочетание инструментов предпринимательства и стратегического управления давно признано в качестве важного пути для достижения результатов и роста компаний [4; 5; 6]. Концепция стратегического предпринимательства представляет собой основу, объединяющую две эти области. Следовательно, ее использование руководством малых и средних туристских компаний может привести к превосходным результатам как в компаниях, так и в туристской дестинации в целом.

Тем не менее, основываясь на современной теории менеджмента, исследователи утверждают, что часть превосходства в производительности является результатом синергии добавленных стоимостей, возникающих в результате отношений, сложившихся между отдельными организациями [7]. Однако в малых и средних туристских компаниях критически важные ресурсы (деньги, навыки и т. д.), как правило, ограничены. В итоге малые и средние туристские компании часто вступают в сотрудничество даже с конкурентами, чтобы воспользоваться дополнительными активами и возможностями [8]. В процессе исследований подтверждено, что межорганизационное сотрудничество помогает туристским организациям преодолевать нехватку отдельных ресурсов и, таким образом, оставаться конкурентоспособными [9].

Кроме того, туристы в основном воспринимают туристскую дестинацию как единое целое, несмотря на то, что она состоит из множества независимых организаций [3]. Очевидно, что малые и средние туристские компании заинтересованы в развитии туристской дестинации, а значит, вынуждены сотрудничать друг с другом, концентрируясь на ее общих преимуществах [10].

В этом случае с точки зрения стратегического управления малым и средним туристским компаниям необходимо выстраивать сотрудничество в нескольких областях, таких как планирование и развитие туристской дестинации [11], а также в объединении их ограниченных маркетинговых ресурсов для привлечения туристов [12]. Вследствие этого сотрудничества повышается конкурентоспособность дестинации (в том числе в части качества совокупного туристского продукта) относительно других, имеющих альтернативные продукты туризма и отдыха, нейтрализуется влияние факторов, снижающих прибыльность компании или уменьшающих ее рынок [13]. Итак, в турист-

ских дестинациях малые и средние туристские компании часто сотрудничают и конкурируют одновременно.

Сотрудничество с конкурентами (“coopetition”) фокусируется на одновременном сочетании сотрудничества и конкуренции между компаниями [14], независимо от того, в какой части они возникают (например, цепочки создания стоимости или цепочки поставок) [15]. Посредством стратегии сотрудничества с конкурентами (“coopetition”) компании могут достигать общих целей с партнерами и в то же время конкурировать друг с другом в получении индивидуальных выгод [16]. Поэтому наше исследование направлено прежде всего на раскрытие понятий стратегического предпринимательства и сотрудничества с конкурентами.

На первом этапе исследования проведен обзор источников, включенных в разные базы данных (Scopus, Web of Science, Science Direct и Emerald), для изучения концепции и моделей стратегического предпринимательства, а также концепции сотрудничества с конкурентами (“coopetition”) и ее значения в сфере туризма. На втором этапе — выявлены направления сотрудничества с конкурентами (“coopetition”) в сфере туризма, проведены интервью с руководителями туроператоров города Владивостока. Руководители компаний отобраны на базе результатов проведенного нами ранее количественного исследования [17].

С учетом важности применения стратегического предпринимательства и сотрудничества с конкурентами (“coopetition”) для улучшения результатов деятельности компаний возникает ряд вопросов. В частности, поможет ли применение концепции сотрудничества с конкурентами (“coopetition”) в качестве дополнительной стратегии созданию интегрированной модели стратегического предпринимательства для компаний малого и среднего бизнеса в сфере туризма? Каковы направления и формы сотрудничества для совместного использования ресурсов конкурирующих между собой компаний с целью повышения результатов их деятельности и развития туристкой дестинации?

Литературный обзор

1. Стратегическое предпринимательство

Несмотря на то, что предпринимательство и стратегическое управление развивались независимо друг от друга [18], обе концепции направлены на развитие компаний и создание их финансовой устойчивости [19; 20]. Действительно, рост и создание материальных благ являются определяющими целями предпринимательства [21]. В такой же мере и стратегическое управление связано с пониманием причин различий между созданием благосостояния компаниями в разных странах [22].

С. Венкатараман и С. Д. Сарасвати утверждают, что предпринимательство и стратегия концептуально неразделимы и показывают «две стороны одной медали» [23, с. 651]. Данное утверждение свидетельствует о взаимозависимом или взаимодополняющем характере этих двух понятий. В последние десятилетия XX в. проведено несколько исследований, особенно в области стратегического управления, по итогам которых выявлена взаимосвязь между стратегическим управлением и предпринимательством [5; 24; 25]. С началом нового тысячелетия исследователи начали рассматривать интеграцию обеих концепций. М. А. Хитт и соавторы [2001] ввели понятие стратегического предпринимательства, описанное как успешная интеграция между стратегическим управлением и предпринимательством, т. е. способность реализовывать предпринимательские действия со стратегической точки зрения или совершать стратегические действия с предпринимательским мышлением [18]. С тех пор лишь немногие исследователи изучали и развивали стратегическое предпринимательство от концепции до построения [18; 20; 26; 27; 28].

В своей работе Р. Д. Айрланд и соавторы [2003] признают стратегическое предпринимательство как попытку компании «сочетать эффективное поведение, направленное на поиск возможностей (т. е. следовать основной сущности предпринимательства), с эффективным поведением, направленным на поиск конкурентных преимуществ (т. е. основной задачей стратегического управления)» [20]. Стратегическое управление имеет дело с достижением и поддержкой конкурентного преимущества компании [22], что требует сосредоточенности на конкуренции через использование стратегий позиционирования, сравнительного анализа и поиска редких, ценных, неподражаемых ресурсов и возможностей [29]. И наоборот, предпринимательство — это процесс «креативного разрушения», когда инновации разлагают существующие структуры, открывая и эксплуатируя выгодные возможности, позволяя использовать ресурсы и возможности новыми и уникальными способами в качестве средства развития благосостояния [30].

Стратегическое предпринимательство может объяснить, почему компании, которые выявляют возможности, не способны применять их в достаточной степени и не могут развить необходимые конкурентные преимущества. Как и то, почему компании с конкурентными преимуществами теряют свою способность

Таблица 1

Основные подходы к определениям и концепциям стратегического предпринимательства

Автор	Определение	Характеристика	Характер деятельности	Очередность деятельности	Целевые установки
Hitt, Ireland, Camp, Sexton, 2001 [18, с. 481]	«Стратегическое предпринимательство — это интеграция предпринимательской перспективы (поведения, направленного на поиск бизнес-возможностей) и стратегической перспективы (поведения, направленного на поиск конкурентных преимуществ) в разработке и принятии мер по созданию ценности»	Интеграция перспективы	Интеграция предпринимательской перспективы и стратегической перспективы	–	Создание ценности
Ireland, Hitt, Sirmon, 2003 [20, с. 963]	«Стратегическое предпринимательство включает в себя поведение, направленное на поиск бизнес-возможностей с одновременным поведением, направленным на поиск конкурентных преимуществ, и приводит к превосходным результатам деятельности фирмы»	Поведение	Поведение, направленное на поиск бизнес-возможностей и поведение, направленное на поиск конкурентных преимуществ	Одновременная	Превосходный результат деятельности фирмы
Ireland and Webb, 2007 [26, с. 50]	«Стратегическое предпринимательство — это термин, используемый для описания усилий фирм по одновременному использованию сегодняшних конкурентных преимуществ и поиску инноваций, которые станут основой для завтрашних конкурентных преимуществ»	Термин	Термин, используемый для описания усилий фирм к использованию сегодняшних конкурентных преимуществ и поиску инноваций	Одновременная	–
Kyrgidou, Hughes, 2010 [28, с. 47]	«Стратегическое предпринимательство может быть определено как процесс, который облегчает усилия фирмы по поиску бизнес-возможностей с высоким потенциалом создания ценности с помощью предпринимательского компонента и затем использованию этих бизнес-возможностей с помощью стратегических действий, основанных на ее ресурсной базе»	Процесс	Процесс, который облегчает усилия фирмы по поиску бизнес-возможностей и использованию этих бизнес-возможностей	Последовательная	Создание ценности
Mathews, 2010 [31, с. 224]	«Мы можем определить стратегическое предпринимательство как деятельность, которая приводит к новым направлениям в экономике с помощью рекомбинации ресурсов, действий и рутин фирмами»	Деятельность	Деятельность для рекомбинации ресурсов, действий и рутин фирмами	–	Новое направление в экономике
Agarwal, Audretsch, Sarkar, 2010 [32, с. 271]	«Стратегическое предпринимательство относится к инициативам, основанным на поиске конкурентных преимуществ и ведущим к выходу на новые рынки, созданию новых продуктов и процессов или к технологическим инновациям как действующими, так и новыми компаниями»	Инициативы	Инициативы, основанные на поиске конкурентных преимуществ	–	Выход на новые рынки, создание новых продуктов и процессов или технологических инноваций
Luke, Kearins, Verreynne, 2011 [33, с. 319]	«Стратегическое предпринимательство является особым процессом, основанным на привнесении чего-то нового на рынок; сочетание инноваций, идентификации возможностей и роста»	Процесс	Сочетание инноваций, идентификации возможностей и роста	–	Привнесение чего-то нового на рынок

Автор	Определение	Характеристика	Характер деятельности	Очередность деятельности	Целевые установки
Hitt, Ireland, Sirmon, Trahms, 2011 [19, с. 57]	«Стратегическое предпринимательство включает в себя действия, предпринятые для использования текущих преимуществ при одновременном изучении новых возможностей, которые поддерживают способность организации создавать ценности в ходе времени»	Действия	Действия, предпринятые для использования текущих преимуществ при изучении новых возможностей	Одновременная	Создание ценности
Kraus, Kauranen, Reschke, 2011 [34, с. 59]	«Стратегическое предпринимательство было введено для того, чтобы объяснить усилия фирмы по одновременному использованию существующих конкурентных преимуществ при изучении того, что необходимо сделать в будущем, чтобы оставаться успешным»	Термин	Описание усилий фирмы по использованию существующих конкурентных преимуществ при изучении того, что необходимо сделать в будущем	Одновременная	Успех
Klein, Barney, Foss, 2012 [35, с. 3–4]	«Стратегическое предпринимательство может быть представлено как наука об индивидуумах, основывающих экономические институты для создания ценности в условиях неопределенности по Найту, где традиционные, максимизирующие прибыль критерии принятия решений могут быть заменены другими видами правил принятия решений»	Наука об индивидуумах	Наука об индивидуумах, основывающих экономические институты в условиях неопределенности по Найту	–	Создание ценности
Bjornskov and Foss, 2013 [36, с. 52]	«...действия предприимчивых людей и фирм, которые стремятся превратить возможности в долгосрочные арендные потоки путем создания новых фирм или перестановки комбинаций ресурсов устоявшихся фирм для реализации новых стратегий»	Действия	Действия предприимчивых людей и фирм, которые стремятся превратить возможности в долгосрочные арендные потоки	–	Долгосрочные арендные потоки

Источник: составлено автором.

выявлять новые ценные предпринимательские возможности и могут потерять рыночную позицию, не выдержав конкуренции с течением времени [20].

В таблице 1 представлены основные подходы к определениям и концепциям стратегического предпринимательства.

Стратегическое предпринимательство — это общая концепция, охватывающая широкие аспекты и стратегического управления, и предпринимательства; следовательно, важно понимать основные концепции и положения, принятые в каждой области. П. Г. Кляйн и соавторы [2012] указывают, что «исследователи в области стратегического предпринимательства используют конструкции, теории и методы, хорошо зарекомендовавшие себя в обеих областях» [35, с. 3]. Но существует проблема, заключающаяся в достижении надлежащего баланса между предпринимательской и стратегической деятельностью [26].

В связи с растущим вниманием к важности стратегического предпринимательства как баланса между действиями, направленными на поиск возможностей и поиск преимуществ, нацеленных на создание материальных благ, все больше исследователей стремятся рассматривать стратегическое предпринимательство как процесс. Исследователями предложено несколько моделей стратегического предпринимательства с применением различные комбинаций. В таблице 2 приведены наиболее важные компоненты и характеристики каждой из них.

Итак, стратегическое предпринимательство можно назвать новой, но уже признанной областью, построенной на интеграции предпринимательства и стратегического управления. И предпринимательство, и стратегическое управление являются динамическими процессами, которые учитывают поведение и результаты деятельности компаний [39]. М. Дж. Маззеи [2018] утверждает, что широкая концепция стратегического предпринимательства предоставляет исследователям определенную степень креативного подхода к тому, как они воспринимают разные модели стратегического предпринимательства с развитием различных контекстов и сфер [40].

Предпринимательство способствует развитию деятельности компаний путем поиска возможностей и использования их через инновации рынка, продуктов и процессов [37]. Стратегическое же управление способствует достижению результатов деятельности компаний за счет создания и применения устойчивых конкурентных преимуществ в конкретном контексте. Современный деловой мир требует ориентации на стратегическое предпринимательство. Кроме того, важность применения стратегического предпринимательства состоит в том, чтобы получить превосходные результаты деятельности и создать максимальную ценность [41].

Тем не менее Д. Дж. Кетчен и соавторы [2007] пишут о том, что ограниченные запасы знаний, нехватка ресурсов и рыночная власть сдерживают способность малых предприятий реализовывать конкурентные преимущества, несмотря на то, что их навыки поиска возможностей могут быть сильными [27]. Появляется новая совокупность знаний (например, в литературе по бизнес-маркетингу), в которой рассматривается вопрос о том, как некоторые организации, имеющие ограниченные активы, могут получить новые ресурсы и возможности путем сотрудничества с конкурентами (“coopetition”) [42]. Таким образом, понятие сотрудничества с конкурентами (“coopetition”) подчеркивает взаимосвязь между сотрудничеством и конкуренцией [43].

2. Сотрудничество с конкурентами (“coopetition”)

В неоклассической экономике конкурентные и кооперативные стратегии являются независимыми и оппозиционными — «конкуренция и сотрудничество не смешиваются» [44, с. 71]. Вместе с тем в других потоках исследований, в частности в теории поведения и теории игр, утверждается, что на практике эти стратегии используются компаниями одновременно и обозначаются термином «сотрудничество с конкурентами» (“coopetition”) [45].

Некоторые ученые утверждают, что чистых форм конкуренции и сотрудничества не существует [16; 46]. Исследования экономической взаимозависимости между компаниями продемонстрировали естественное переплетение конкуренции и сотрудничества [47]. Проблемы конкурентоспособности могут возникать в рамках кооперативных отношений, а взаимозависимости между субъектами — в процессе получения конкурентного преимущества [15]. Следовательно, сотрудничество с конкурентами возникает как альтернатива, которая признает твердое поведение, промежуточное между обеими этими стратегиями [48].

Сотрудничество с конкурентами (“coopitition”) часто представляется как наиболее эффективная форма межфирменных отношений [45] и все чаще как лучший стратегический вариант [49]. Идея о том, что сотрудничество и конкуренция могут сосуществовать, привлекла и внимание ученых в области туризма [50]. Индустрия туризма считается подходящим контекстом для сотрудничества по нескольким причинам [51]. Туристские фирмы создают комплексные и плотные сети [52], используют множественные взаимозависимости между друг другом [53], способствующие созданию

Таблица 2

Модели стратегического предпринимательства

Модель	Компоненты	Характеристики
Ireland et al. [2001] [37]	Инновации (создание и реализация идей); наличие сетей (обеспечение доступа к ресурсам); интернационализация (быстрая адаптация и расширение); организационное обучение (передача знаний и развитие ресурсов); рост (стимулирование успеха и изменений); команда топ-менеджеров и лидерство (обеспечение эффективного отбора и реализации стратегий)	Компания, использующая данную модель, может быть классифицирована одновременно как предпринимательская и стратегическая. Тем не менее предпринимательская составляющая недостаточно отражена. Главный акцент сделан на стратегическом управлении, которое превалирует над предпринимательством
Ireland et al. [2003] [20]	Предпринимательское мышление; предпринимательское лидерство и предпринимательская культура; стратегический менеджмент ресурсов; развитие инноваций через творчество	Сочетание этих компонентов приводит к созданию ценности. В модели не хватает простоты и определенности относительно того, как организации могут использовать стратегическое предпринимательство на практике
Kyrgidou and Hughes [2010] [28]	Предпринимательское мышление; предпринимательская культура и предпринимательское лидерство; стратегическое управление ресурсами; применение творчества и инноваций	Объединение этих составляющих приводит к разработке конкурентных преимуществ. Представленная квазилинейная модель основана на модели Р. Д. Айрланда и соавторов [2003], в которую внесена обратная связь для детализации и повышения эффективности отдельных этапов процессов стратегического предпринимательства в течение долгого времени. В ней перечислены шесть элементов внутренней среды, влияющих на успешное практическое применение стратегического предпринимательства: автономность, сотрудничество, вовлеченность сотрудников, поддержка высшего руководства, стратегический контроль и система вознаграждений
Kraus et al. [2011] [34]	Ресурсы; возможности; стратегия; предприниматель; окружающая среда; организационная структура	Использован конфигурационный подход к созданию модели стратегического предпринимательства. При этом основное внимание сосредоточено на идентификации взаимосвязанных областей, составляющих стратегическое предпринимательство
Shirokova, Vega, Sokolova [2013] [38]	Поиск нового (exploration); использование существующего (exploitation)	Объединение этих составляющих приводит к повышению результатов деятельности фирмы. Поиск нового сфокусирован на поиске новых бизнес-возможностей, экспериментировании и вариациях, которые достигаются посредством предпринимательской ориентации и предпринимательской культуры. Использование существующего охватывает такие элементы, как инвестиции во внутренние ресурсы, оценка ресурсов, связанных со знаниями, организационное обучение и переходные организационные изменения, а также организационные изменения, связанные с развитием

Источник: составлено автором.

совместных, модульных и интегрированных туристских продуктов [54]. Поэтому более высокий уровень сотрудничества с конкурентами среди компаний такого типа может сделать туристскую дестинацию более конкурентоспособной [55].

Дж. Х. Дайер и Х. Синг [1998] полагают, что «критические ресурсы фирмы могут выходить за ее пределы и могут быть встроены в межфирменные ресурсы и процедуры» [56, с. 660]. Исследования сотрудничества с конкурентами (“coopetition”) в туристской дестинации показали, что конкуренты развивают сотрудничество в своей маркетинговой и управленческой деятельности на одной и той же территории, конкурируя в некоторых бизнес-процессах в одном и том же бизнес-контексте [9; 10]. Основной причиной сотруд-

ничества с конкурентами среди туристских организаций, особенно малого и среднего звена [57], справедливо считается достижение устойчивого конкурентного преимущества путем объединения их ресурсов или возможностей [58]. При этом происходит обмен знаниями о туризме [55], совместно мобилизуются действия и ресурсы для достижения общих целей [59]. Эти стратегии могут решить проблемы ограниченных производственных средств, нехватки человеческих ресурсов и недостаточных резервов наличности [60].

Ярким примером сотрудничества с конкурентами ("coopetition") в сфере туризма служат совместные рекламные кампании по маркетингу туристской дестинации, организованные представителями конкретной дестинации [10]. Л. Багдонене и Р. Хопениене [2015], исследуя туристский рынок Литвы, приводят другой пример сотрудничества с конкурентами ("coopetition"). Они анализируют ситуацию, когда один туроператор создает нишевые турпродукты и одновременно продает другие турпакеты, подготовленные туроператором-конкурентом, дополняя их в соответствии с пожеланиями клиентов [61].

Еще один пример приводят В. Чакон и К. Чернек-Маршалек [2020] при исследовании гостиничного сектора в Польше. Исследователи утверждают, что формы сотрудничества между конкурирующими отелями варьировались: от отправки гостей в номера отелей друг друга в случае отсутствия у них свободных мест до оказания помощи в аренде конференц-оборудования, такого как столы, стулья, банкетное и ресторанное оборудование и т. п. Кроме того, сотрудничество проявлялось в создании предложений, которые превышают возможности одного отеля [62].

На основании изученных понятий и концепций, описанных ранее, можно понятие стратегического предпринимательства в сфере туризма можно определить следующим образом: «Стратегическое предпринимательство — это процесс, состоящий из одновременных и повторяющихся мер, включающих в себя предпринимательскую деятельность, направленную на поиск и использование предпринимательских возможностей, и стратегическую деятельность, направленную на достижение устойчивого конкурентного преимущества посредством, во-первых, предоставления и управления необходимыми ресурсами, во-вторых, сотрудничества с конкурентами для предоставления недостающих ресурсов и содействия инновациям, которые приводят к удовлетворению потребностей туристов в целостном и индивидуально значимом опыте, целью которого являются превосходные результаты деятельности компании».

Данное определение дополняет существующие формулировки такими акцентами: 1) определение стратегического предпринимательства как процесса, состоящего из повторяющихся мер; 2) добавление сотрудничества с конкурентами как части стратегической деятельности туристской компании в целях предоставления недостающих ресурсов и содействия инновациям, которые приводят к удовлетворению потребностей туристов.

Результаты качественного исследования

Для выявления направлений, более глубокого изучения опыта сотрудничества с конкурентами ("coopetition") в сфере туризма, установления, в каких областях и по каким причинам происходит сотрудничество, нами проведены интервью с руководителями четырех туроператоров города Владивостока.

В итоге обнаружены интересные факты. Компании А и Б, имеющие высокие результаты деятельности, считают, что сотрудничество с конкурентами — значимая часть их стратегии. Главной причиной, по которой они вступают в отношения с конкурентами, является доступ к ресурсам. Основными факторами, по которым они выбирают компании для построения таких отношений, служат личные отношения, доверие и порядочность в выполнении обязательств. Формы сотрудничества между компаниями разнообразные и различаются предоставлением информации друг другу, участием в общих частных рекламных кампаниях, презентующих Приморский край. Наиболее распространенный тип сотрудничества, по сведениям респондентов компаний А, Б, Г, — агентский договор, при условии действия которого они продают своим клиентам услуги других компаний и получают за это процент в случае отсутствия у них таковых.

Компания Б отметила опыт сотрудничества с конкурирующими компаниями в отношении ресурсов: «Мы договорились с двумя другими компаниями о покупке автобуса, и мы использовали его попеременно. Этот опыт сэкономил нам значительную часть расходов, которые мы должны были бы оплатить транспортным компаниям».

Руководитель компании в ходе интервью указал, что у них не было большого опыта сотрудничества с другими компаниями, но они очень позитивно смотрят на такие отношения. Он сообщил и о наличии предстоящего проекта для такого сотрудничества: «У нас не было прямого опыта сотрудничества с другими туроператорами, но сейчас мы по соглашению с четырьмя местными туристскими компаниями изучаем возможность подготовки комплексного тура, чтобы при этом каждая ком-

пания вносила часть своих ресурсов… У нас есть отношения со многими агентствами за пределами Приморского края, которые могут отправлять туристов в наш регион… У одного местного туроператора имеется современный и удобный транспорт… Другая компания имеет квалифицированные кадры в дополнение к переводчикам…».

Руководитель компании Г, имеющей низкие результаты деятельности по итогам опроса (количественного этапа), не считает нужным вступать в партнерские отношения с конкурентами. Он обосновывает это высокой конкуренцией в сфере туризма на территории Приморского края и неготовностью представителей туристских компаний делить клиентов: «Почему я должен делиться своими клиентами с другой компанией? Как я могу быть уверенным, что и они будут делать то же самое?». На вопрос относительно существования у них интереса о совместных маркетинговых кампаниях руководитель ответил: «Я думаю, что в этом нет необходимости… У нас есть туристский информационный центр в Приморском крае, который занимается рекламой… Мы считаем, что он хорошо выполняет эту роль».

В итоге качественное исследование дало нам глубокое понимание причин, по которым ряд компаний сотрудничают с конкурентами, и причин, по которым другие не вступают в такие отношения.

Обсуждение

В индустрии туризма большинство компаний представлены малым и средним бизнесом. С одной стороны, эти компании расположены в одной туристской дестинации и взаимодействуют с присутствующими в ней различными структурами. С другой стороны, туристские компании ограничены в отношении внутренних ресурсов, необходимых для реализации их стратегий. Поэтому они не могут заниматься различными видами деятельности без уверенности в получении положительных результатов. Следовательно, применение стратегического предпринимательства в таких компаниях может улучшить результаты деятельности компании в перспективе.

Предпринимательское мышление фокусируется на творческом подходе и усилиях по обновлению, направленных на выявление и развитие возможностей для нового бизнеса [20]. Это позволит туристским компаниям исследовать новые возможности, предоставляемые туристской дестинацией, в которой они работают, и попытаться использовать их. Инновационная составляющая представляет собой средство, с помощью которого реализуется и применяется креативность в компании. Акт инновационного предпринимательства может помочь компаниям использовать деловые возможности радикальным, прерывистым и разрушительным образом [63].

Стратегическое управление ресурсами включает в себя ряд действий для структурирования, объединения и применения имеющихся у компаний ресурсов для формирования и фильтрации тех возможностей, которые уже имелись [64]. Это позволит туристским компаниям эффективнее использовать свои ресурсы, а следовательно, предлагать больше продуктов и в итоге получать лучшие результаты. Объединение включает в себя стабилизацию и обогащение ресурсов, чтобы сформировать возможности для информирования об использовании предпринимательских возможностей и развития конкурентных преимуществ. Использование включает в себя мобилизацию, координацию и развертывание ресурсов и возможностей для извлечения выгоды из конкретных рыночных возможностей [65]. И наконец, компонент реализации конкурентных преимуществ представляет собой степень, в которой организация способна создать защищаемую позицию над своими конкурентами, используя текущие преимущества в сочетании с новыми связками при поиске возможностей [20].

Сотрудничество с конкурентами (“coopetition”) согласуется с подходом к управлению, основанным на ресурсах, учитывая, что «объединение создает взаимодополняющие факторы, которые развивают рынок, даже если в его делении иногда возникает большая конкуренция» [46, с. 34]. В результате можно предположить, что сотрудничество с конкурентами (“coopetition”) выступает в качестве ключевой стратегии для малых и средних туристских компаний, если речь идет о применении ограниченных ресурсов и удовлетворении потребностей туристов в целостном и индивидуально значимом опыте. Кроме того, стратегия сотрудничества с конкурентами (“coopetition”) предложена в качестве основного фактора, стимулирующего инновации, поскольку она позволяет компаниям разрабатывать новые продукты [66] и инновационные бизнес-модели [67], учиться у партнеров, делиться знаниями [68] и защищать инновации от подражания [69].

Во многих случаях сотрудничество с конкурентами (“coopetition”) представляет собой привлекательную стратегию для повышения конкурентоспособности фирмы и обеспечения успеха радикальных инноваций [68], а соответственно, потенциально предлагает конкурентные преимущества, вытекающие из способности фирмы разрабатывать продукты или услуги, которые компания не сможет разра-

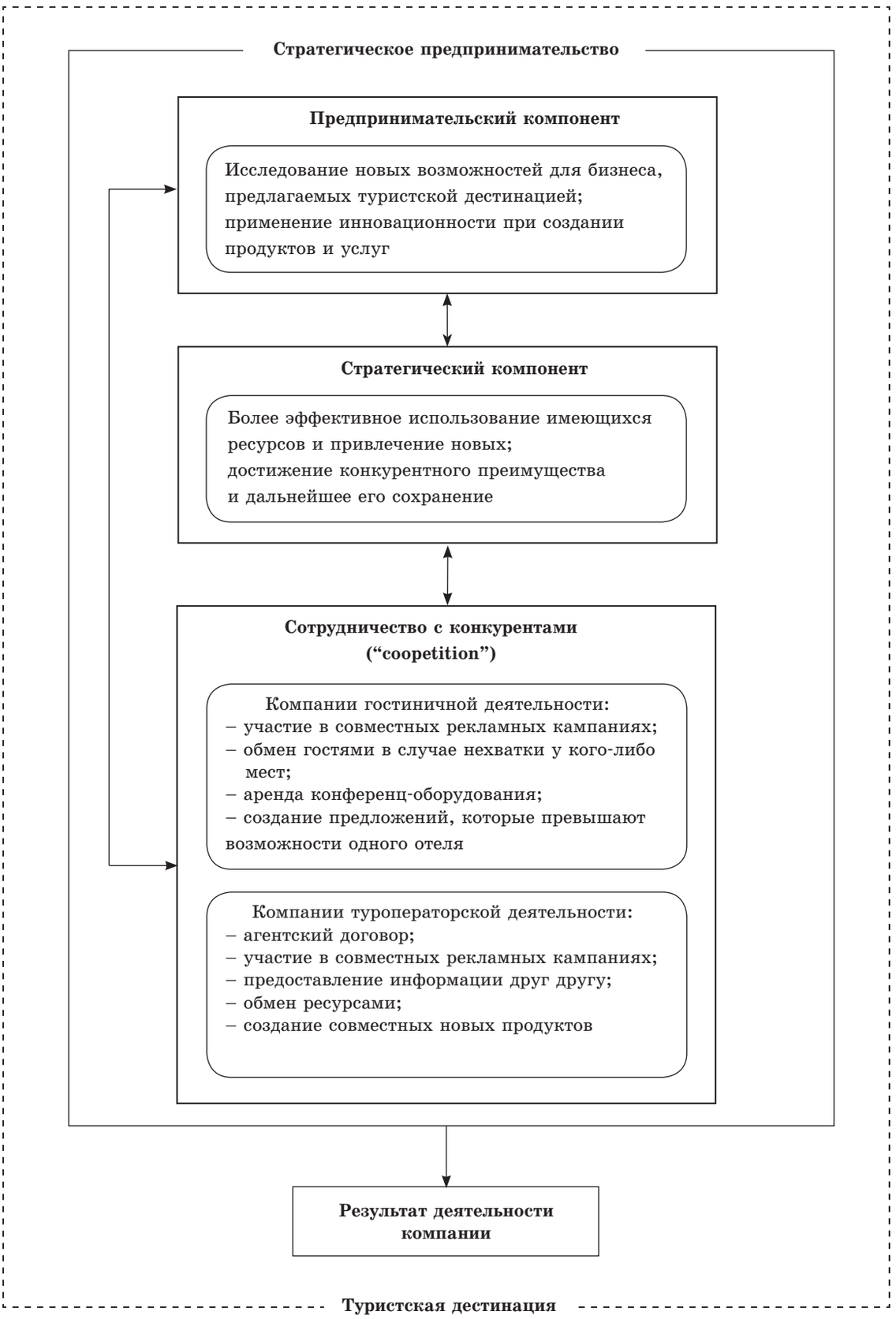

Рис. 1. Процесс стратегического предпринимательства в компаниях сферы туризма внутри туристской дестинации

Источник: составлено автором.

ботать в одиночестве или на это потребуется слишком много времени [45].

Сотрудничество с конкурентами (“coopetition”) дает возможность компаниям повышать эффективность, получать доступ и использовать ресурсы, создавать повышенную ценность, достигать рыночной власти и привлекательности [69], вводить новшества, увеличивать производительность и преобладать в глобальной конкуренции [70]. Можно сделать вывод о том, что сотрудничество с конкурентами (“coopetition”) в качестве дополнительной стратегии улучшит стратегическую модель предпринимательства и поможет компаниям достичь наилучших результатов деятельности.

Заключение

Итак, нами изучено понятие стратегического предпринимательства как перспективной модели управления малыми и средними компаниями в сфере туризма. Рассмотрена концепция сотрудничества с конкурентами (“coopetition”) с точки зрения оценки его как дополнительной стратегии для создания интегрированной модели управления стратегическим предпринимательством в сфере туризма.

При выборе компонентов предпринимательства и стратегического управления в процессе развития стратегического предпринимательства внутри компании сферы туризма руководители должны уделять внимание и работать над развитием элементов предпринимательства. Это может быть достигнуто путем переоценки огромного потенциала, предлагаемого туристской дестинацией, чтобы найти не замеченные ранее возможности и наилучшим образом использовать их. Такие возможности очевидны в условиях поощрения инновационности при создании продуктов и услуг. Наиболее важные результаты нашего исследования отражены на рисунке 1.

Руководители компаний должны уделять внимание и инвестированию в принадлежащие им ресурсы, пытаясь добиться оптимального их использования, чтобы прийти к повышению конкурентного преимущества компании. Руководителям туристских компаний нужно осознавать и ту огромную роль, которую может сыграть сотрудничество с конкурентами (“coopetition”). Реализация этой стратегии в компаниях малого и среднего бизнеса в сфере туризма будет способствовать увеличению объема ресурсов, которыми они владеют, в дополнение к экономии средств и снижению затрат за счет использования ресурсов конкурентов. Кроме того, если туристские компании смогут применять стратегию сотрудничества с конкурентами (“coopetition”), они будут работать вместе, чтобы обеспечить интегрированный туристский продукт, который сможет отвечать пожеланиям туристов. Это повысит конкурентоспособность туристской дестинации, что, в свою очередь, отразится на увеличении количества туристов, приезжающих в регион, приведет к получению большей прибыли для компаний.

Литература

1. *Webster C.*, *Ivanov S.* Transforming competitiveness into economic benefits: Does tourism stimulate economic growth in more competitive destinations? // Tourism Management. 2014. Vol. 40. P. 137–140. DOI: 10.1016/j.tourman.2013.06.003
2. *Hallak R.*, *Assaker G.*, *Lee C.* Tourism entrepreneurship performance: The effects of place identity, self-efficacy, and gender // Journal of Travel Research. 2015. Vol. 54. No. 1. P. 36–51. DOI: 10.1177/0047287513513170
3. *Buhalis D.*, *Cooper C.* Competition or co-operation? Small and Medium sized Tourism Enterprises at the destination // Embracing and Managing Change in Tourism: International Case Studies / Laws E., Faulkner B., Moscardo G., eds. London, New York: Routledge, 1998. P. 329–351.
4. *Ansoff H. I.* Corporate strategy: An analytic approach to business policy for growth and expansion. New York: McGraw-Hill Companies, 1965. 241 p.
5. *Mintzberg H.* Strategy-making in three modes // California management review. 1973. Vol. 16. No. 2. P. 44–53. DOI: 10.2307/41164491
6. *Burgelman R. A.* Corporate entrepreneurship and strategic management: Insights from a process study // Management science. 1983. Vol. 29. No. 12. P. 1349–1364. DOI: 10.1287/mnsc.29.12.1349
7. *Gulati R.*, *Singh H.* The architecture of cooperation: Managing coordination costs and appropriation concerns in strategic alliances // Administrative science quarterly. 1998. Vol. 43. No. 4. P. 781–814. DOI: 10.2307/2393616
8. *Zach F.*, *Racherla P.* Assessing the value of collaborations in tourism networks: A case study of Elkhart County, Indiana // Journal of Travel and Tourism Marketing. 2011. Vol. 28. No. 1. P. 97–110. DOI: 10.1080/10548408.2011.535446
9. *Wang Y.*, *Fesenmaier D. R.* Collaborative destination marketing: A case study of Elkhart county, Indiana // Tourism management. 2007. Vol. 28. No. 3. P. 863–875. DOI: 10.1016/j.tourman.2006.02.007
10. *Wang Y.*, *Krakover S.* Destination marketing: competition, cooperation or coopetition? // International Journal of Contemporary Hospitality Management. 2008. Vol. 20. No. 2. P. 126–141. DOI: 10.1108/09596110810852122

11. *Weidenfeld A.*, *Butler R.*, *Williams A. W.* The role of clustering, cooperation and complementarities in the visitor attraction sector // Current Issues in Tourism. 2011. Vol. 14. No. 7. P. 595–629. DOI: 10.1080/13683500.2010.517312
12. *Kylänen M.*, *Mariani M. M.* Unpacking the temporal dimension of coopetition in tourism destinations: Evidence from Finnish and Italian theme parks // Anatolia. 2012. Vol. 23. No. 1. P. 61–74. DOI: 10.1080/13032917.2011.653632
13. *Hasan Agha M., Gafforova E. B.* Strategic entrepreneurship: A management method for improving the performance of small and medium-sized tourism enterprises (SMTEs) // Управленец. 2019. Т. 10. № 3. С. 25–35. DOI: 10.29141/2218-5003-2019-10-3-3
14. *Luo Y.* A coopetition perspective of global competition // Journal of World Business. 2007. Vol. 42. No. 2. P. 129–144. DOI: 10.1016/j.jwb.2006.08.007
15. *Bengtsson M.*, *Kock S.* "Coopetition" in business Networks—to cooperate and compete simultaneously // Industrial Marketing Management. 2000. Vol. 29. No. 5. P. 411–426. DOI: 10.1016/S0019-8501(99)00067-X
16. *Dagnino G. B.* Coopetition strategy: A new kind of interfirm dynamics for value creation // Coopetition strategy: Theory, experiments and cases / Dagnino G. B., Rocco E., eds. London, New York: Routledge, 2009. P. 25–43. (Routledge Studies in Global Competition. Book 47).
17. *Хасан Ага М., Гаффорова Е. Б.* Результаты деятельности компаний в сфере туризма: роль стратегического предпринимательства // Известия Дальневосточного федерального университета. Экономика и управление. 2020. № 3. С. 72–94.
18. *Hitt M. A.*, *Ireland R. D.*, *Camp S. M.*, *Sexton D. L.* Strategic entrepreneurship: Entrepreneurial strategies for wealth creation // Strategic Management Journal. 2001. Vol. 22. No. 6–7. P. 479–491. DOI: 10.1002/smj.196
19. *Hitt M. A.*, *Ireland R. D.*, *Sirmon D. G.*, *Trahms C. A.* Strategic entrepreneurship: creating value for individuals, organizations, and society // Academy of Management Perspectives. 2011. Vol. 25. No. 2. P. 57–75. DOI: 10.5465/amp.25.2.57
20. *Ireland R. D.*, *Hitt M. A.*, *Sirmon D. G.* A model of strategic entrepreneurship: The construct and its dimensions // Journal of Management. 2003. Vol. 29. No. 6. P. 963–989. DOI: 10.1016/S0149-2063_03_00086-2
21. *Certo S. T.* et al. Wealth and the effects of founder management among IPO-stage new ventures // Strategic Management Journal. 2001. Vol. 22. No. 6–7. P. 641–658. DOI: 10.1002/smj.182
22. *Teece D. J.*, *Pisano G.*, *Shuen A.* Dynamic capabilities and strategic management // Strategic Management Journal. 1997. Vol. 18. No. 7. P. 509–533. DOI: 10.1002/(SICI)1097-0266(199708)18:7<509::AID-SMJ882>3.0.CO;2-Z
23. *Venkataraman S.*, *Sarasvathy S. D.* Strategy and entrepreneurship: Outlines of an untold story // The Blackwell Handbook of Strategic Management / Hitt M. A., Freeman R. E., Harrison J. S., eds. Oxford: Blackwell Publishers Ltd, 2001. P. 650–668.
24. *Covin J. G.*, *Slevin D. P.* Strategic management of small firms in hostile and benign environments // Strategic Management Journal. 1989. Vol. 10. No. 1. P. 75–87. DOI: 10.1002/smj.4250100107
25. *Lumpkin G. T.*, *Dess G. G.* Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance // Academy of Management Review. 1996. Vol. 21. No. 1. P. 135–172. DOI: 10.5465/amr.1996.9602161568
26. *Ireland R. D.*, *Webb J. W.* A multi-theoretic perspective on trust and power in strategic supply chains // Journal of Operations Management. 2007. Vol. 25. No. 2. P. 482–497. DOI: 10.1016/j.jom.2006.05.004
27. *Ketchen D. J.*, *Ireland R. D.*, *Snow C. C.* Strategic entrepreneurship, collaborative innovation, and wealth creation // Strategic Entrepreneurship Journal. 2007. Vol. 1. No. 3-4. P. 371–385. DOI: 10.1002/sej.20
28. *Kyrgidou L. P.*, *Hughes M.* Strategic entrepreneurship: origins, core elements and research directions // European Business Review. 2010. Vol. 22. No. 1. P. 43–63. DOI: 10.1108/09555341011009007
29. *Barney J.* Firm resources and sustained competitive advantage // Journal of Management. 1991. Vol. 17. No. 1. P. 99–120. DOI: 10.1177/014920639101700108
30. *Shane S.*, *Venkataraman S.* The promise of entrepreneurship as a field of research // Entrepreneurship / Cuervo Á., Ribeiro D., Roig S., eds. Entrepreneurship. Berlin, Heidelberg: Springer-Verlag, 2007. P. 171–184.
31. *Mathews J. A.* Lachmannian insights into strategic entrepreneurship: Resources, activities and routines in a disequilibrium world // Organization Studies. 2010. Vol. 31. No. 2. P. 219–244. DOI: 10.1177/0170840609347044
32. *Agarwal R.*, *Audretsch D.*, *Sarkar M. B.* Knowledge spillovers and strategic entrepreneurship // Strategic Entrepreneurship Journal. 2010. Vol. 4. No. 4. P. 271–283. DOI: 10.1002/sej.96
33. *Luke B.*, *Kearins K.*, *Verreynne M. L.* Developing a conceptual framework of strategic entrepreneurship // International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research. 2011. Vol. 17. No. 3. P. 314–337. DOI: 10.1108/13552551111130736
34. *Kraus S.*, *Kauranen I.*, *Reschke C. H.* Identification of domains for a new conceptual model of strategic entrepreneurship using the configuration approach // Management Research Review. 2011. Vol. 34. No. 1. P. 58–74. DOI: 10.1108/01409171111096478
35. *Klein P. G.*, *Barney J. B.*, *Foss N. J.* Strategic entrepreneurship // SSRN Electronic Journal. 2012. DOI: 10.2139/ssrn.2137050

36. *Bjørnskov C.*, *Foss N.* How strategic entrepreneurship and the institutional context drive economic growth // Strategic Entrepreneurship Journal. 2013. Vol. 7. No. 1. P. 50–69. DOI: 10.1002/sej.1148
37. *Ireland R.*, *Hitt M.*, *Camp M.*, *Sexton D.* Integrating entrepreneurship and strategic management actions to create firm wealth // Academy of Management Perspectives. 2001. Vol. 15. No. 1. P. 49–63. DOI: 10.5465/AME.2001.4251393
38. *Shirokova G.*, *Vega G.*, *Sokolova L.* Performance of Russian SMEs: Exploration, exploitation and strategic entrepreneurship // Critical Perspectives on International Business. 2013. Vol. 9. No. 1–2. P. 173–203. DOI: 10.1108/17422041311299941
39. *Messeghem K.* Strategic entrepreneurship and managerial activities in SMEs // International Small Business Journal. 2003. Vol. 21. No. 2. P. 197–212. DOI: 10.1177/0266242603021002004
40. *Mazzei M. J.* Strategic entrepreneurship: Content, process, context, and outcomes // International Entrepreneurship and Management Journal. 2018. Vol. 14. No. 3. P. 657–670. DOI: 10.1007/s11365-018-0512-9
41. *Sirmon D. G.*, *Hitt M. A.* Managing resources: Linking unique resources, management, and wealth creation in family firms // Entrepreneurship Theory and Practice. 2003. Vol. 27. No. 4. P. 339–358. DOI: 10.1111/1540-8520.t01-1-00013
42. *Gnyawali D. R.*, *Charleton T. R.* Nuances in the interplay of competition and cooperation: towards a theory of coopetition // Journal of Management. 2018. Vol. 44. No. 7. P. 2511–2534. DOI: 10.1177/0149206318788945
43. *Granata J.*, *Lasch F.*, *Le Roy F.*, *Dana L.-P.* How do micro-firms manage coopetition? A study of the wine sector in France // International Small Business Journal. 2018. Vol. 36. No. 3. P. 331–355. DOI: 10.1177/0266242617740412
44. *Gomes-Casseres B.* The alliance revolution: The new shape of business rivalry. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1996. 305 p.
45. *Walley K.* Coopetition: an introduction to the subject and an agenda for research // International Studies of Management & Organization. 2007. Vol. 37. No. 2. P. 11–31. DOI: 10.2753/IMO0020-8825370201
46. *Brandenburger A. M.*, *Nalebuff B. J.* Co-opetition: a revolutionary mindset that combines competition and cooperation. The game theory strategy that's changing the game of business New York: Currency Doubleday, 1996. 288 p.
47. *Luo Y.* A coopetition perspective of MNC-host government relations // Journal of International Management. 2004. Vol. 10. No. 4. P. 431–451. DOI: 10.1016/j.intman.2004.08.004
48. *Osarenkhoe A.* A coopetition strategy — a study of inter-firm dynamics between competition and cooperation // Business Strategy Series. 2010. Vol. 11. No. 6. P. 343–362. DOI: 10.1108/17515631011093052
49. *Le Roy F.*, *Czakon W.* Managing coopetition: the missing link between strategy and performance // Industrial Marketing Management. 2016. Vol. 53. P. 3–6. DOI: 10.1016/j.indmarman.2015.11.005
50. *Czakon W.*, *Czernek K.* The role of trust-building mechanisms in entering into network coopetition: The case of tourism networks in Poland // Industrial Marketing Management. 2016. Vol. 57. P. 64–74. DOI: 10.1016/j.indmarman.2016.05.010
51. *Chim-Miki A. F.*, *Batista-Canino R. M.* The coopetition perspective applied to tourism destinations: A literature review // Anatolia. 2017. Vol. 28. No. 3. P. 381–393. DOI: 10.1080/13032917.2017.1322524
52. *Baggio R.* Collaboration and cooperation in a tourism destination: a network science approach // Current Issues in Tourism. 2011. Vol. 14. No. 2. P. 183–189. DOI: 10.1080/13683500.2010.531118
53. *Björk P.*, *Virtanen H.* What tourism project managers need to know about co-operation facilitators // Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism. 2005. Vol. 5. No. 3. P. 212–230. DOI: 10.1080/15022250510014354
54. *Naipaul S.*, *Wang Y.*, *Okumus F.* Regional destination marketing: A collaborative approach // Journal of Travel & Tourism Marketing. 2009. Vol. 26. No. 5–6. P. 462–481. DOI: 10.1080/10548400903162998
55. *Mariani M. M.*, *Buhalis D.*, *Longhi C.*, *Vitouladiti O.* Managing change in tourism destinations: Key issues and current trends // Journal of Destination Marketing & Management. 2014. Vol. 2. No. 4. P. 269–272. DOI: 10.1016/j.jdmm.2013.11.003
56. *Dyer J. H.*, *Singh H.* The relational view: Cooperative strategy and sources of interorganizational competitive advantage // Academy of Management Review. 1998. Vol. 23. No. 4. P. 660–679. DOI: 10.5465/amr.1998.1255632
57. *Gnyawali D. R.*, *He J.*, *Madhavan R.* Impact of co-opetition on firm competitive behavior: An empirical examination // Journal of management. 2006. Vol. 32. No. 4. P. 507–530. DOI: 10.1177/0149206305284550
58. *Fong V. H. I.*, *Wong I. K. A.*, *Hong J. F. L.* Developing institutional logics in the tourism industry through coopetition // Tourism Management. 2018. Vol. 66. P. 244–262. DOI: 10.1016/j.tourman.2017.12.005
59. *Friedrichs Grängsjö Y. von.* Destination Networking — Co-opetition in Peripheral Surroundings // International Journal of Physical Distribution and Logistics Management. 2003. Vol. 33. No. 5. P. 427–448. DOI: 10.1108/09600030310481997
60. *Vernon J.*, *Essex S.*, *Pinder D.*, *Curry K.* Collaborative policymaking: Local sustainable projects // Annals of Tourism research. 2005. Vol. 32. No. 2. P. 325–345. DOI: 10.1016/j.annals.2004.06.005

61. *Bagdoniene L.*, *Hopeniene R.* Coopetition usefulness: what do the agents of Lithuanian travel trade market think? // Procedia-Social and Behavioral Sciences. 2015. Vol. 213. P. 824–829. DOI: 10.1016/j.sbspro.2015.11.484
62. *Czakon W.*, *Czernek-Marszałek K.* Competitor Perceptions in Tourism Coopetition // Journal of Travel Research. 2020. DOI: 10.1177/0047287519896011
63. *Danneels E.* Disruptive technology reconsidered: A critique and research agenda // Journal of Product Innovation Management. 2004. Vol. 21. No. 4. P. 246–258. DOI: 10.1111/j.0737-6782.2004.00076.x
64. *Sirmon D. G.*, *Hitt M. A.*, *Ireland R. D.* Managing firm resources in dynamic environments to create value: Looking inside the black box // Academy of Management Review. 2007. Vol. 32. No. 1. P. 273–292. DOI: 10.5465/AMR.2007.23466005
65. *Kazanjian R. K.*, *Drazin R.*, *Glynn M. A.* Creativity and technological learning: the roles of organization architecture and crisis in large-scale projects // Journal of Engineering and Technology Management. 2000. Vol. 17. No. 3–4. P. 273–298. DOI: 10.1016/S0923-4748(00)00026-6
66. *Estrada I.*, *Faems D.*, *de Faria P.* Coopetition and product innovation performance: The role of internal knowledge sharing mechanisms and formal knowledge protection mechanisms // Industrial Marketing Management. 2016. Vol. 53. P. 56–65. DOI: 10.1016/j.indmarman.2015.11.013
67. *Velu C.* Evolutionary or revolutionary business model innovation through coopetition? The role of dominance in network markets // Industrial Marketing Management. 2016. Vol. 53. P. 124–135. DOI: 10.1016/j.indmarman.2015.11.007
68. *Bouncken R. B.*, *Kraus S.* Innovation in knowledge-intensive industries: The double-edged sword of coopetition // Journal of Business Research. 2013. Vol. 66. No. 10. P. 2060–2070. DOI: 10.1016/j.jbusres.2013.02.032
69. *Ritala P.* Coopetition strategy — when is it successful? Empirical evidence on innovation and market performance // British Journal of Management. 2012. Vol. 23. No. 3. P. 307–324. DOI: 10.1111/j.1467-8551.2011.00741.x
70. *Bouncken R. B.*, *Gast J.*, *Kraus S.*, *Bogers M.* Coopetition: a systematic review, synthesis, and future research directions // Review of Managerial Science. 2015. Vol. 9. No. 3. P. 577–601. DOI: 10.1007/s11846-015-0168-6

References

1. Webster C., Ivanov S. Transforming competitiveness into economic benefits: Does tourism stimulate economic growth in more competitive destinations? *Tourism Management*. 2014;40:137-140. DOI: 10.1016/j.tourman.2013.06.003
2. Hallak R., Assaker G., Lee C. Tourism entrepreneurship performance: The effects of place identity, self-efficacy, and gender. *Journal of Travel Research*. 2015;54(1):36-51. DOI: 10.1177/0047287513513170
3. Buhalis D., Cooper C. Competition or co-operation? Small and medium sized tourism enterprises at the destination. In: Laws E., Faulkner B., Moscardo G., eds. Embracing and managing change in tourism: International case studies. London, New York: Routledge; 1998:329-351.
4. Ansoff H.I. Corporate strategy: An analytic approach to business policy for growth and expansion. New York: McGraw-Hill Book Co.; 1965. 241 p.
5. Mintzberg H. Strategy-making in three modes. *California Management Review*. 1973;16(2):44-53. DOI: 10.2307/41164491
6. Burgelman R.A. Corporate entrepreneurship and strategic management: Insights from a process study. *Management Science*. 1983;29(12):1349-1364. DOI: 10.1287/mnsc.29.12.1349
7. Gulati R., Singh H. The architecture of cooperation: Managing coordination costs and appropriation concerns in strategic alliances. *Administrative Science Quarterly*. 1998;43(4):781-814. DOI: 10.2307/2393616
8. Zach F., Racherla P. Assessing the value of collaborations in tourism networks: A case study of Elkhart County, Indiana. *Journal of Travel and Tourism Marketing*. 2011;28(1):97-110. DOI: 10.1080/10548408.2011.535446
9. Wang Y., Fesenmaier D.R. Collaborative destination marketing: A case study of Elkhart county, Indiana. *Tourism Management*. 2007;28(3):863-875. DOI: 10.1016/j.tourman.2006.02.007
10. Wang Y., Krakover S. Destination marketing: competition, cooperation or coopetition? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 2008;20(2):126-141. DOI: 10.1108/09596110810852122
11. Weidenfeld A., Butler R., Williams A.W. The role of clustering, cooperation and complementarities in the visitor attraction sector. *Current Issues in Tourism*. 2011;14(7):595-629. DOI: 10.1080/13683500.2010.517312
12. Kylänen M., Mariani M.M. Unpacking the temporal dimension of coopetition in tourism destinations: Evidence from Finnish and Italian theme parks. *Anatolia*. 2012;23(1):61-74. DOI: 10.1080/13032917.2011.653632
13. Hasan Agha M., Gafforova E.B. Strategic entrepreneurship: A management method for improving the performance of small and medium-sized tourism enterprises (SMTEs). *Upravlenets = The Manager*. 2019;10(3):25-35. DOI: 10.29141/2218-5003-2019-10-3-3
14. Luo Y. A coopetition perspective of global competition. *Journal of World Business*. 2007;42(2):129-144. DOI: 10.1016/j.jwb.2006.08.007

15. Bengtsson M., Kock S. "Coopetition" in business networks — to cooperate and compete simultaneously. *Industrial Marketing Management*. 2000;29(5):411-426. DOI: 10.1016/S0019-8501(99)00067-X
16. Dagnino G.B. Coopetition strategy: A new kind of interfirm dynamics for value creation. In: Dagnino G.B., Rocco E., eds. Coopetition strategy: Theory, experiments and cases. London, New York: Routledge; 2009:25-43. (Routledge Studies in Global Competition. Book 47).
17. Hasan Agha M., Gafforova E.B. Business performance in tourism: The role of strategic entrepreneurship. *Izvestiya Dal'nevostochnogo federal'nogo universiteta. Ekonomika i upravlenie = The Bulletin of the Far Eastern Federal University. Economics and Management.* 2020;(3):72-94. (In Russ.).
18. Hitt M.A., Ireland R.D., Camp S.M., Sexton D.L. Strategic entrepreneurship: Entrepreneurial strategies for wealth creation. *Strategic Management Journal*. 2001;22(6-7):479-491. DOI: 10.1002/smj.196
19. Hitt M.A., Ireland R.D., Sirmon D.G., Trahms C.A. Strategic entrepreneurship: Creating value for individuals, organizations, and society. *Academy of Management Perspectives*. 2011;25(2):57-75. DOI: 10.5465/amp.25.2.57
20. Ireland R.D., Hitt M.A., Sirmon D.G. A model of strategic entrepreneurship: The construct and its dimensions. *Journal of Management*. 2003;29(6):963-989. DOI: 10.1016/S0149-2063(03)00086-2
21. Certo S.T. et al. Wealth and the effects of founder management among IPO-stage new ventures. *Strategic Management Journal*. 2001;22(6-7):641-658. DOI: 10.1002/smj.182
22. Teece D.J., Pisano G., Shuen A. Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*. 1997;18(7):509-533. DOI: 10.1002/(SICI)1097-0266(199708)18:7<509::AID-SMJ882>3.0.CO;2-Z
23. Venkataraman S., Sarasvathy S.D. Strategy and entrepreneurship: Outlines of an untold story. In: Hitt M.A., Freeman R.E., Harrison J.S., eds. The Blackwell handbook of strategic management. Oxford: Blackwell Publishers Ltd; 2001:650-668.
24. Covin J.G., Slevin D.P. Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic Management Journal*. 1989;10(1):75-87. DOI: 10.1002/smj.4250100107
25. Lumpkin G.T., Dess G.G. Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *The Academy of Management Review*. 1996;21(1):135-172. DOI: 10.5465/amr.1996.9602161568
26. Ireland R.D., Webb J.W. A multi-theoretic perspective on trust and power in strategic supply chains. *Journal of Operations Management*. 2007;25(2):482-497. DOI: 10.1016/j.jom.2006.05.004
27. Ketchen D.J., Ireland R.D., Snow C.C. Strategic entrepreneurship, collaborative innovation, and wealth creation. *Strategic Entrepreneurship Journal*. 2007;1(3-4):371385. DOI: 10.1002/sej.20
28. Kyrgidou L.P., Hughes M. Strategic entrepreneurship: Origins, core elements and research directions. *European Business Review*. 2010;22(1):43-63. DOI: 10.1108/09555341011009007
29. Barney J. Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*. 1991;17(1):99-120. DOI: 10.1177/014920639101700108
30. Shane S., Venkataraman S. The promise of entrepreneurship as a field of research. In: Cuervo Á., Ribeiro D., Roig S., eds. Entrepreneurship. Berlin, Heidelberg: Springer-Verlag; 2007:171-184.
31. Mathews J.A. Lachmannian insights into strategic entrepreneurship: Resources, activities and routines in a disequilibrium world. *Organization Studies*. 2010;31(2):219-244. DOI: 10.1177/0170840609347044
32. Agarwal R., Audretsch D., Sarkar M.B. Knowledge spillovers and strategic entrepreneurship. *Strategic Entrepreneurship Journal*. 2010;4(4):271-283. DOI: 10.1002/sej.96
33. Luke B., Kearins K., Verreynne M.-L. Developing a conceptual framework of strategic entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. 2011;17(3):314-337. DOI: 10.1108/13552551111130736
34. Kraus S., Kauranen I., Reschke C.H. Identification of domains for a new conceptual model of strategic entrepreneurship using the configuration approach. *Management Research Review*. 2011;34(1):58-74. DOI: 10.1108/01409171111096478
35. Klein P.G., Barney J.B., Foss N.J. Strategic entrepreneurship. *SSRN Electronic Journal*. 2012. DOI: 10.2139/ssrn.2137050
36. Bjørnskov C., Foss N. How strategic entrepreneurship and the institutional context drive economic growth. *Strategic Entrepreneurship Journal*. 2013;7(1):50-69. DOI: 10.1002/sej.1148
37. Ireland R., Hitt M., Camp M., Sexton D. Integrating entrepreneurship and strategic management actions to create firm wealth. *The Academy of Management Perspectives*. 2001;15(1):49-63. DOI: 10.5465/AME.2001.4251393
38. Shirokova G., Vega G., Sokolova L. Performance of Russian SMEs: Exploration, exploitation and strategic entrepreneurship. *Critical Perspectives on International Business*. 2013;9(1-2):173-203. DOI: 10.1108/17422041311299941
39. Messeghem K. Strategic entrepreneurship and managerial activities in SMEs. *International Small Business Journal*. 2003;21(2):197-212. DOI: 10.1177/0266242603021002004
40. Mazzei M.J. Strategic entrepreneurship: Content, process, context, and outcomes. *International Entrepreneurship and Management Journal*. 2018;14(3):657-670. DOI: 10.1007/s11365-018-0512-9

41. Sirmon D.G., Hitt M.A. Managing resources: Linking unique resources, management, and wealth creation in family firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2003;27(4):339-358. DOI: 10.1111/1540-8520.t01-1-00013
42. Gnyawali D.R., Charleton T.R. Nuances in the interplay of competition and cooperation: towards a theory of coopetition. *Journal of Management*. 2018;44(7):2511-2534. DOI: 10.1177/0149206318788945
43. Granata J., Lasch F., Le Roy F., Dana L.-P. How do micro-firms manage coopetition? A study of the wine sector in France. *International Small Business Journal*. 2018;36(3):331-355. DOI: 10.1177/0266242617740412
44. Gomes-Casseres B. The alliance revolution: The new shape of business rivalry. Cambridge, MA: Harvard University Press; 1996. 305 p.
45. Walley K. Coopetition: An introduction to the subject and an agenda for research. *International Studies of Management & Organization*. 2007;37(2):11-31. DOI: 10.2753/IMO0020-8825370201
46. Brandenburger A.M., Nalebuff B.J. Co-opetition: A revolutionary mindset that combines competition and cooperation. The game theory strategy that's changing the game of business. New York: Currency Doubleday; 1996. 288 p.
47. Luo Y. A coopetition perspective of MNC-host government relations. *Journal of International Management*. 2004;10(4):431-451. DOI: 10.1016/j.intman.2004.08.004
48. Osarenkhoe A. A coopetition strategy — a study of inter-firm dynamics between competition and cooperation. *Business Strategy Series*. 2010;11(6):343-362. DOI: 10.1108/17515631011093052
49. Le Roy F., Czakon W. Managing coopetition: The missing link between strategy and performance. *Industrial Marketing Management*. 2016;53:3-6. DOI: 10.1016/j.indmarman.2015.11.005
50. Czakon W., Czernek K. The role of trust-building mechanisms in entering into network coopetition: The case of tourism networks in Poland. *Industrial Marketing Management*. 2016;57:64-74. DOI: 10.1016/j.indmarman.2016.05.010
51. Chim-Miki A.F., Batista-Canino R.M. The coopetition perspective applied to tourism destinations: A literature review. *Anatolia*. 2017;28(3):381-393. DOI: 10.1080/13032917.2017.1322524
52. Baggio R. Collaboration and cooperation in a tourism destination: A network science approach. *Current Issues in Tourism*. 2011;14(2):183-189. DOI: 10.1080/13683500.2010.531118
53. Björk P., Virtanen H. What tourism project managers need to know about co-operation facilitators. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. 2005;5(3):212-230. DOI: 10.1080/15022250510014354
54. Naipaul S., Wang Y., Okumus F. Regional destination marketing: A collaborative approach. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. 2009;26(5-6):462-481. DOI: 10.1080/10548400903162998
55. Mariani M.M., Buhalis D., Longhi C., Vitouladiti O. Managing change in tourism destinations: Key issues and current trends. *Journal of Destination Marketing & Management*. 2014;2(4):269-272. DOI: 10.1016/j.jdmm.2013.11.003
56. Dyer J.H., Singh H. The relational view: Cooperative strategy and sources of interorganizational competitive advantage. *Academy of Management Review*. 1998;23(4):660-679. DOI: 10.5465/amr.1998.1255632
57. Gnyawali D.R., He J., Madhavan R. Impact of co-opetition on firm competitive behavior: An empirical examination. *Journal of Management*. 2006;32(4):507-530. DOI: 10.1177/0149206305284550
58. Fong V.H.I., Wong I.K.A., Hong J.F.L. Developing institutional logics in the tourism industry through coopetition. *Tourism Management*. 2018;66:244-262. DOI: 10.1016/j.tourman.2017.12.005
59. Friedrichs Grängsjö Y. von. Destination networking: Co-opetition in peripheral surroundings. *International Journal of Physical Distribution and Logistics Management.* 2003;33(5):427-448. DOI: 10.1108/09600030310481997
60. Vernon J., Essex S., Pinder D., Curry K. Collaborative policymaking: Local sustainable projects. *Annals of Tourism Research*. 2005;32(2):325-345. DOI: 10.1016/j.annals.2004.06.005
61. Bagdoniene L., Hopeniene R. Coopetition usefulness: What do the agents of Lithuanian travel trade market think? *Procedia — Social and Behavioral Sciences*. 2015;213:824-829. DOI: 10.1016/j.sbspro.2015.11.484
62. Czakon W., Czernek-Marszałek K. Competitor perceptions in tourism coopetition. *Journal of Travel Research*. 2020. DOI: 10.1177/0047287519896011
63. Danneels E. Disruptive technology reconsidered: A critique and research agenda. *Journal of Product Innovation Management*. 2004;21(4):246-258. DOI: 10.1111/j.0737-6782.2004.00076.x
64. Sirmon D.G., Hitt M.A., Ireland R.D. Managing firm resources in dynamic environments to create value: Looking inside the black box. *Academy of Management Review*. 2007;32(1):273-292. DOI: 10.5465/AMR.2007.23466005
65. Kazanjian R.K., Drazin R., Glynn M.A. Creativity and technological learning: The roles of organization architecture and crisis in large-scale projects. *Journal of Engineering and Technology Management*. 2000;17(3-4):273-298. DOI: 10.1016/S0923-4748(00)00026-6
66. Estrada I., Faems D., de Faria P. Coopetition and product innovation performance: The role of internal knowledge sharing mechanisms and formal knowledge protection mechanisms. *Industrial Marketing Management*. 2016;53:56-65. DOI: 10.1016/j.indmarman.2015.11.013
67. Velu C. Evolutionary or revolutionary business model innovation through coopetition? The role of dominance in network markets. *Industrial Marketing Management*. 2016;53:124-135. DOI: 10.1016/j.indmarman.2015.11.007
68. Bouncken R.B., Kraus S. Innovation in knowledge-intensive industries: The double-edged sword of coopetition. *Journal of Business Research*. 2013;66(10):2060-2070. DOI: 10.1016/j.jbusres.2013.02.032

69. Ritala P. Coopetition strategy — when is it successful? Empirical evidence on innovation and market performance. *British Journal of Management*. 2012;23(3):307-324. DOI: 10.1111/j.1467-8551.2011.00741.x
70. Bouncken R.B., Gast J., Kraus S., Bogers M. Coopetition: A systematic review, synthesis, and future research directions. *Review of Managerial Science*. 2015;9(3):577-601. DOI: 10.1007/s11846-015-0168-6

Сведения об авторе

Хасан Ага Муханад

аспирант Школы экономики и менеджмента

Дальневосточный федеральный университет

690922, г. Владивосток, о-в Русский, кампус ДВФУ, корпус G, Россия

(✉) e-mail: agha.muhanad@gmail.com

Поступила в редакцию 27.08.2020
Подписана в печать 17.09.2020

Information about Author

Muhanad Hasan Agha

Postgraduate Student of the School of Economics and Management

Far Eastern Federal University

Building G, FEFU Campus, Russian Island, Vladivostok, 690922, Russia

(✉) e-mail: agha.muhanad@gmail.com

Received 27.08.2020
Accepted 17.09.2020

Основные условия и требования к оформлению рукописей научных статей, представляемых в РНЖ «Экономика и управление»

Журнал издается Санкт-Петербургским университетом технологий управления и экономики (СПбУТУиЭ) под научно-методическим руководством Отделения общественных наук Российской академии наук с 1995 г.

Российский научный журнал «Экономика и управление» входит в перечень изданий, публикации в которых учитываются экспертными советами по экономике, а также управлению, вычислительной технике и информатике Высшей аттестационной комиссии (ВАК) Министерства науки и высшего образования РФ при защите диссертаций на соискание ученых степеней кандидата и доктора наук. В 2009 г. РНЖ «Экономика и управление» удостоен высокого звания лауреата всероссийского конкурса журналистов «Экономическое возрождение России» в номинации «Лучшее специализированное информационно-аналитическое издание по инновационной тематике».

Для публикации в журнале «Экономика и управление» принимаются статьи на русском языке, содержащие описание актуальных фундаментальных технологий, результаты научных и научно-методических работ, посвященных проблемам социально-экономического развития, а также отражающие исследования в области экономики, управления, менеджмента и маркетинга. Предлагаемый материал должен быть оригинальным, не публиковаться ранее в других печатных изданиях, тематически соответствовать профилю журнала.

Обязательные требования к содержанию статей, предназначенных для публикации в журнале «Экономика и управление»

Чтобы статья успешно прошла научное рецензирование и была принята для публикации в журнале, она должна иметь следующую структуру.

1. Актуальность проблемы, ее сущность и общественно-научная значимость.
2. Освещение данной проблемы и опыта ее решения в зарубежной и отечественной литературе, анализ законодательства и нормативно-правовой базы (если это в русле авторского замысла).
3. Критический анализ имеющихся в литературе, экономической и управленческой практике подходов к решению проблемы.
4. Научно обоснованные предложения автора по решению проблемы (систематизированное изложение авторской идеи (идей): методов, концептуальных положений, моделей, методик и пр., направленных на разрешение проблемы. Эти взгляды должны быть аргументированы и обоснованы, по возможности подтверждены расчетами, фактами, статистикой и пр. При необходимости в качестве элементов обоснования приводятся формулы, таблицы, графики и др.
5. Краткие выводы, резюмирующие проведенные исследования, отражающие основные их результаты.
6. Научная и практическая значимость материала статьи с изложением рекомендаций (как, где авторские предложения могут быть использованы, что для этого следует сделать) и теоретического развития авторских идей в дальнейшем.

Основные требования к сдаче в издательство рукописей, предназначенных для публикации в журнале «Экономика и управление»

1. Статья должна содержать:
   1.1. Аннотацию (расширенную; в аннотации должны отражаться цель, задачи, методология, результаты, выводы).
   1.2. Ключевые слова (от 5 до 7 слов), разделенные запятой.
   1.3. Сведения об авторе: место работы каждого автора (если таковое имеется) в именительном падеже, его должность и регалии, контактную информацию (почтовый адрес, e-mail).
2. Оформление статьи
   2.1. Объем статьи должен составлять от 0,4 до 1 а.л. (1 а.л. — 40 000 знаков, считая пробелы).
   2.2. В верхнем правом углу первой страницы статьи должна содержаться информация об авторе: Ф.И.О. (полностью), должность, название организации и ее структурного подразделения, адрес. Ученая степень, ученое звание, почетное звание (если таковые имеются).
   2.3. Шрифт — Times New Roman, кегль — 14 пунктов. Поля: 2,5 — левое и по 2 см — остальные, печать текста на одной стороне листа, оборот листа — пустой. Страницы должны быть пронумерованы.
   2.4. Список литературы должен содержать библиографические сведения обо всех публикациях, упоминающихся в статье, расположенные в порядке упоминания в квадратных скобках, и не должен включать в себя работы, на которые в тексте отсутствуют ссылки. Все ссылки в статье, должны быть затекстовыми (расположенными в конце статьи), с указанием в основном тексте порядкового номера источника и упоминаемых страниц. В списке литературы для каждого источника необходимо указывать страницы: в случаях ссылки на публикацию в журнале, газете, сборнике (периодическом издании) — интервал страниц, а в случаях ссылки на монографию, учебник, книгу — общее число страниц в этом издании.
3. Иллюстративный материал
   3.1. Рисунки, диаграммы, таблицы и графики должны быть вставлены в текст статьи на соответствующее им место.
   3.2. Если иллюстрации отрисованы авторами самостоятельно в формате Word или Excel, то не следует заверстывать их в другие программы!
   3.3. Остальные иллюстрации также присылать только в исходном формате:
      - отсканированные с разрешением на 300 dpi иллюстрации в формате .tif либо .jpg вставляются в текст статьи на соответствующее место и дополнительно отправляются отдельными файлами, не вставленными в текст;
      - иллюстрации из сети Интернет вставляются в текст статьи и дополнительно присылаются отдельными файлами в том формате, в котором были скачаны.
   3.4. Размер исходного изображения должен быть не меньше публикуемого.
   3.5. Рекомендованное количество иллюстраций в одной статье — не более трех.

Статья представляется в электронном виде (по электронной почте или на носителе информации) в формате Microsoft Word.

Для получения полной информации о требованиях к публикации просьба обращаться в издательство. Адрес электронной почты издательства СПбУТУиЭ: izdat-ime@yandex.ru; тел.: (812) 449-08-33.

Basic Conditions and Requirements for Research Articles Submitted to the Russian Scientific Journal "Economics and Management"

The Basic Requirements to script submissions for publisher of Economics and Management

1. Contents

- Summary should contain the aim, tasks, methods and results of research. Please find the Summary Guidance on Economics and Management web-site
- List of key words should contain 5 to 7 items separated by semicolon
- Information about the author should contain job position, regalia and location using subjective case together with personal details and contact information

2. Layout

- Size should be not less than 0.4 and not more than 1 author's list
- Personal information should be placed in the top right corner of the front page starting with the name, position, regalia, company name with full address, etc.
- Please use the Times New Roman size 14 with 2.5 cm border on the left and 2 cm on the right, top and bottom sides
- List of references should contain bibliography on all publications mentioned in the article. Please use square brackets for numbers in the order of their appearance in the article. The sources not mentioned in the article should not be used in this list. All the references should be positioned at the very end of the article using numbers shown in square brackets with detailed position in the text. In case you refer to magazine, newspaper or digest you should indicate the page number (s) and the full number of pages in case of monograph, textbook or any other publication

3. Graphics

- All the pictures, diagrams, tables and schedules should be positioned exactly in place they are being mentioned in the article
- Please use .doc or .exe formats in case illustrations were made by the author personally in the same format
- For all the other illustrations please use the original format
- Illustrations scanned in .tif or .jpg using 300 dpi apart from being placed in the text should be sent separately in attached file
- Illustrations copied from Internet should be placed in the text as well as sent separately in attached file using original format
- The picture in the article should be of the same size as it is shown in original source
- Recommended amount of pictures and illustrations should not exceed three items

Please send all the articles printed on A4 paper format together with electronic version using Microsoft Word. Both versions should be identical.

Contact details:
Lermontovskiy Ave 44a, St. Petersburg, Russia, 190103
Publishing and Printing Center
of the Saint-Petersburg University of Management Technologies and Economics.

Tel.:
+7 (812) 449-08-33

E-mail:
izdat-ime@yandex.ru