

На правах рукописи



Осипов Владимир Сергеевич

**ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ КОНКУРЕНТНОГО
ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ**

08.00.01 – Экономическая теория: Общая экономическая теория

**Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
доктора экономических наук**

Москва – 2013

Работа выполнена в Центре Институты государственного регулирования
ФГБУН «Институт экономики РАН».

Научный консультант доктор экономических наук, профессор
Павленко Юрий Григорьевич

Официальные
оппоненты: **Грязнова Алла Георгиевна,**
доктор экономических наук, профессор,
Президент ФГОБУВПО «Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации»

Квасов Александр Сергеевич,
доктор экономических наук, профессор,
ФГБОУ ВПО «Российский экономический университет
имени Г.В. Плеханова»

Мещеров Анатолий Владимирович,
доктор экономических наук, профессор,
Научно-информационный журнал «Экономические
науки», главный редактор

Ведущая организация ФГБУН «Центральный экономико-математический
институт РАН»

Защита состоится 27 марта 2014 г. в 15 часов на заседании диссертационного
совета по защите докторских и кандидатских диссертаций Д 002.009.04 при
Институте экономики РАН по адресу: 117218, Москва, Нахимовский проспект, 32.

С диссертацией можно ознакомиться в Библиотеке ФГБУН «Институт
экономики РАН» по адресу: 117218, Москва, Нахимовский проспект, 32.

Автореферат разослан «___» _____ 2014 года. Объявление о защите
диссертации и автореферат диссертации 26 декабря 2013 года размещены на
официальном сайте Высшей аттестационной комиссии при Министерстве
образования и науки Российской Федерации по адресу: <http://vak.ed.gov.ru>.

Учёный секретарь
диссертационного совета
кандидат экономических наук, доцент



Т.И. Серебренникова

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования

Эволюция конкурентных отношений в ретроспективе свидетельствует о возрастающей конкурентной борьбе, о наступлении периода гиперконкуренции, которая резко обостряет отношения между производителями продуктов. В этих условиях, для обеспечения устойчивых конкурентных преимуществ производители продуктов вынуждены вступать в более тесное взаимодействие друг с другом для повышения конкурентоспособности своей продукции по отношению к отдельным хозяйствующим субъектам.

В рамках диссертации выдвигается научная гипотеза о возникновении в рамках современной рыночной экономики новой системы отношений между хозяйствующими субъектами, включающей не только взаимное согласование действий для совместной выгоды, но и специфические организационно-экономические контакты между участниками таких отношений. Данное взаимодействие превращает жесткую гиперконкурентную борьбу в конкурентное взаимодействие, когда сетевые бизнес-структуры (например, кластеры) создают дополнительную добавленную стоимость и производят ее справедливый раздел на основе достигнутых договоренностей. Конкурентное взаимодействие – это процесс, в котором независимые участники сетевых структур кооперируются посредством формальных и неформальных правил, совместно создавая дополнительную добавленную стоимость, и договариваясь о ее разделе на взаимовыгодных условиях. Конкурентное взаимодействие хозяйствующих субъектов это процесс комплементарного (взаимодополняемого) соединения кооперативных начал в создании дополнительной добавленной стоимости совместными усилиями хозяйствующих субъектов сетевой структуры и конкурентных начал в разделе этой дополнительной добавленной стоимости между участниками сетевой структуры.

Две указанные тенденции (кооперации и конкуренции), по нашему мнению, не только не противоречат друг другу, но сходятся в фокальной точке – опыте потребителя от обращения к продукту, создают предпосылки к более вовлеченному участию потребителя в управлении цепочкой ценности.

Расширение образованности, рост информированности потребителя о способах, методах, компонентах производства, вынуждают производителя более внимательно относиться к нуждам потребителя и допустить его в процесс создания продукта путем учета в технико-технологическом процессе уточненных требований потребителя. Нередко потребитель оказывается значительно более осведомленным о способах удовлетворения своих потребностей, чем технологи или инженеры фирм-производителей. Этот факт, по нашему мнению, может превратиться в устойчивое конкурентное преимущество за счет включения потребителя в управление воспроизводственным процессом и цепочкой ценности. Существуют разночтения и разное понимание категорий цепочки ценности и цепочки стоимости. Эта проблема носит глубинный характер и разрешается на протяжении многих веков, как показано в диссертации. Однако существует, на наш взгляд, необходимость в более тесном дополняющем взаимодействии категорий стоимости и ценности для сведения двух указанных глобальных тенденций в концепцию совместного создания ценности, так как такое взаимодействие позволит сблизить интересы потребителя и производителя продукта.

Общеизвестно, что первые попытки исследовать процесс формирования стоимости были предприняты еще древнегреческими учеными, в частности Аристотелем. Все школы экономической теории придавали большое значение разрешению проблемы формирования стоимости продукта. Наиболее полное исследование этих проблем содержится в трудах представителей классической школы экономической теории.

К. Маркс внес наибольший вклад в развитие и обоснование трудовой теории стоимости. Австрийская школа предложила альтернативную теорию предельной полезности благ. Возникло «великое противостояние» двух теорий, представители каждой из которых критиковали своих оппонентов.

Безусловно признавая достижения российских и зарубежных ученых, экономических школ и направлений по проблемам стоимости и ценности, считаем, тем не менее, что дореволюционная российская школа сделала существенный вклад в решение задачи примирения двух теорий.

Выдающийся русский ученый М.И. Туган–Барановский диалектически объединил понятия «стоимость» и «ценность». По М.И. Туган–Барановскому, «...всякая хозяйственная деятельность стремится согласоваться с обоими требованиями хозяйственного принципа, в котором находят себе отражение две основных логических категории хозяйства – стоимости (затраты) и ценности (получки)»¹. Он пришел к выводу о том, что стоимость – это затраты организации, а ценность – удовлетворение потребностей потребителя («получки»). М.И. Туган–Барановский определил, что ценность имеет непосредственное отношение к способности предметов удовлетворять потребности, то есть к полезности предметов. «Под стоимостью какого-либо хозяйственного предмета нужно понимать хозяйственную затрату, совершенную для приобретения этого хозяйственного предмета»². Другой российский дореволюционный политэконом, Л.К. Бух, отмечал: «Нам кажется, что и А. Смит и К. Маркс, равно и последователи их, впали в грубую ошибку, выводя идею о ценности из процесса обмена товаров; нам кажется, что идея о стоимости и идея о ценности, которые они смешивают, заключают в себе понятия совершенно отдельные друг от друга, – что ценность и стоимость товаров никогда не может совпадать, как они думают, а, напротив, ценность всегда выше стоимости товара и это условие – «sine qua non» капиталистического производства»³.

Следует отметить, что современные зарубежные ученые, признавая правильность теории предельной полезности благ и отказывая в признании трудовой теории стоимости, сосредоточили свое внимание на прикладных аспектах теории. Так, М. Портер, к теории которого мы будем обращаться в диссертации, предложил рассматривать деятельность фирмы как цепочку ценности, то есть совокупность видов деятельности, создающих ценность для потребителя продукта.

Академик Л.И. Абалкин отмечал, что: «рост производственных и технологических возможностей во всем мире, всеобщность потребительских

¹ Туган-Барановский М.И. Основы политической экономии. Петроград: Издание Юридического книжного склада «ПРАВО», 1915. С. 43.

² Там же, с. 59.

³ Бух Л.К. Теория ценности. СПб.: Типография А.С. Суворина, 1889. С. 13.

и ресурсных рынков требуют глобальной организации действий. Фирма ... должна иметь глобальную стратегию, которая позволяет действовать в ряде стран на любой стадии цепочки по созданию добавленной стоимости ... Предприятие вовсе не обязательно должно иметь полный набор предпринимательской деятельности – от научных исследований и опытно-конструкторских разработок до маркетинга и распределения. Фирмы будут заключать договоры с другими фирмами для выполнения определенных функций посредством перераспределения ресурсов или создания стратегических союзов. Покупатели и поставщики также будут являться частью этой сети»⁴. Мы согласны с академиком Л.И. Абалкиным и считаем, что для российской науки он заложил основы для развития теории конкурентного взаимодействия. Следует отметить, что выдающийся ученый определил ряд факторов экономического развития, характерных для настоящего и будущего, среди которых наиболее существенные: сетевой характер организации бизнеса, формирование цепочек создания добавленной стоимости, а также непосредственное участие покупателя в сетевой структуре. Основываясь на этих важнейших позициях, выдвинутых Л.И. Абалкиным, мы решили раскрыть и развить теорию и методологию конкурентного взаимодействия хозяйствующих субъектов.

Для обоснования актуальности наших исследований, кроме теоретических посылок, мы провели статистическое исследование влияния разрыва межотраслевых и внутриотраслевых связей на эффективность и конкурентоспособность национальной экономики, кроме того, мы определили тесноту связи между производством сырьевых товаров и готовых продуктов из них.

В приведенных в диссертации графиках на примере ряда отраслей видно, как происходило падение производства. Главным фактором такого падения, по нашему мнению, выступили разрывы интеграционных связей в воспроизводственном процессе и деградации производственных отношений в нем. Помимо разрыва межотраслевых и внутриотраслевых связей на падение объемов производства оказало влияние падение конечного потребления.

⁴ Абалкин Л.И. Российская экономическая мысль: история и современность. М.: Институт экономики РАН, 2008. С. 263.

Анализ статистических данных за период 1990–2012 гг. позволил сделать вывод о том, что разрыв межхозяйственных, внутриотраслевых и межотраслевых связей, обусловленный приватизацией государственной собственности без учета отраслевой специфики, привел к резкому сокращению уровня глубины переработки сырья в готовый продукт, что существенно отразилось на снижении совокупного спроса, с одной стороны, и конкурентоспособности отечественных товаров, бизнеса, регионов и страны в целом, с другой стороны. На основе анализа статистического материала видна ярко выраженная тенденция роста сырьевой направленности российской экономики с одновременным подавлением отраслей и секторов, производящих продукты глубокой переработки и высокой добавленной стоимости. Отсюда возникает проблема, решению которой посвящена конструктивная часть работы.

Степень разработанности проблемы

В диссертации с целью определения направлений развития конкурентных отношений и на их основании разработки механизма трансформации таких отношений в отношения конкурентного взаимодействия в сетевых структурах юридически независимых хозяйствующих субъектов в территориальных локализованных экономических системах были рассмотрены научные труды, посвященные изучению: институциональной теории, теории конкуренции; концептуальные подходы к исследованию конкуренции и конкурентоспособности территориально локализованных групп фирм-участников сетевых структур для выявления тенденций повышения конкурентоспособности продукции.

Изучению институциональной теории и теории конкуренции в различных аспектах посвящено значительное количество исследований, что объясняется значимостью проблемы для развития экономических отношений.

Теоретические основы сущности, форм и способов ведения конкурентной борьбы были заложены в работах А. Маршалла, Л. фон Мизеса, Д. Рикардо, Дж. Робинсон, П. Самуэльсона, А. Смита, Ж.-Б. Сэя, Ф.А. фон Хайека, Э. Чемберлина, Й.А. Шумпетера. Зарубежные теоретические и практические разработки, а также мировой опыт управления

конкурентоспособностью представлены в трудах Дж. Бекаттини, Б. Гарретта, В. Говиндараджана, П. Дюссожа, Г. Ицковица, Р. Каплински, И.М. Кирцнера, Л. Лейдесдорффа, К. Прахалада, М. Портера, В. Рамасвами, А.А. Томпсона, А. Дж. Стрикленда, Г. Хэмела, Дж. Чампи, Дж. Шанка. Существенный вклад в развитие теории конкуренции и конкурентоспособности был сделан в работах современных ученых: Л.И. Абалкина, Г.Д. Антонова, А.Е. Городецкого, Т.М. Ворожейкиной, М.И. Воейкова, Р.С. Гринберга, А.Г. Грязновой, И.П. Данилова, А.Г. Зельднера, Н.И. Ивановой, И.В. Караваевой, А.С. Квасова, Э.Н. Крылатых, И.Р. Курнышевой, В.И. Маевского, А.В. Мещерова, Б.З. Мильнера, Р.М. Нуреева, Ю.Г. Павленко, А.А. Пороховского, А.Я. Рубинштейна, С.Н. Сильвестрова, В.М. Тумина, А.Е. Шаститко, М.Ю. Шерешевой, Г.И. Шмелева, А.Ю. Юданова, Г.А. Яшевой и др.

Тем не менее, следует отметить, что практически отсутствуют исследования по выявлению направлений развития конкуренции в ситуации вынужденного взаимодействия фирм в силу гиперконкурентной борьбы. При этом участием конечного потребителя продукта придается совсем незначительное внимание, подчас, ограничиваясь констатацией факта необходимости обеспечения спроса.

Так как работа в существенной части опиралась на разработку теории управления цепочкой ценности, перед автором встала задача терминологического определения понятий стоимости и ценности, а также доказательства функциональной зависимости между ними. Наиболее существенный вклад в развитие теории ценности и стоимости внесли ученые-экономисты А.Смит, Д. Рикардо, К.Маркс, Дж.С.Милль, К. Менгер, О. Бём-Баверк, У. Джевонс, А. Маршалл, А. Пигу, Дж. Хикс, Р. Штольцман и др.

Следует отметить, что российские экономисты дореволюционного периода уделяли большое внимание взаимосвязи стоимости и ценности, среди которых В. Богров, Н.Х. Бунге, Л.К. Бух, В. Гиршфельд, Н.Ф. Даниэльсон, В.К. Дмитриев, В.Ф. Залеский, В.Я. Железнов, А.Ф. Кон, А.А. Мануилов, Р.М. Орженцкий, Н.А. Столяров, П.Б. Струве, М.И. Туган-Барановский и др.

В последнее время отдельные аспекты данной проблемы рассматривались современными учеными: Л.И.Абалкиным, И.Г.Блюминым,

М.И. Воейковым, С.А. Выгодским, В.В. Новожиловым, А.Д.Некипеловым, Ф.Ф. Стерликовым, С.С. Шаталиным, Н.С. Шуховым, Я.С. Ядгаровым и др.

Научные подходы к разработке теории институционализма, механизмов взаимодействия фирм, в том числе в части кооперации и взаимодействия освещены: Р. Акоффом, В.С. Балабановым, А.Д. Билимовичем, Г.С. Беккером, В.П. Воронцовым, М. Грановеттером, А. Грейфом, Г. Джереффи, Р. Каплински, Г.Б. Клейнером, Дж. Коммонсом, Ж.-Ж. Лаффоном, Р.М. Локке, В.И.Маевским, В.Л. Макаровым, Э.С. Маскиным, Б.З. Мильнером, Д. Нортон, Р.М. Нуреевым, Э. Остром, В.В. Радаевым, П.А. Самуэльсоном, Н.В.Смородинской, П. Сраффой, В.Л. Тамбовцевым, Ж. Тиролем, И. Толенадо, В.П. Третьяком, Х. Уайтом, О. Уильямсоном, Н. Флигстиным, Т. Шеллингом, К. Эйзенхардтом, М. Энрайтом, Ю. Эльстером и др.

При этом в части разработки механизма конкурентного взаимодействия в сетевых структурах на территориальном локализованном уровне экономических систем, имеется ряд нерешенных вопросов. Недостаточно разработан механизм формирования конкуренции в процессе взаимодействия фирм-участников сетевых структур, в том числе на региональном уровне, в частности для кластеров, особых экономических зон, проектов государственно-частного партнерства и др. Дополнительная разработка этого аспекта позволит расширить спектр исследований по проблемам конкурентоспособности продуктов, хозяйствующих субъектов, регионов.

На наш взгляд, требуются дополнительные исследования по теоретическому обоснованию механизма взаимодействия хозяйствующих субъектов как с точки зрения вертикальных и горизонтальных взаимоотношений, так и стратегии управления окружающей средой бизнеса.

Недостаточно полно и неоднозначно освещены в теоретико-методологическом плане аспекты образования сетевых структур, инфраструктуры их развития, а также конкурентного положения сетевых структур во внешней среде. Например, понятие «кластер», как наиболее яркого вида сетевых структур, до сих пор не устоялось как терминологическая единица, от чего имеется широкий спектр понятий от условно классического определения, данного М. Портером, до определения,

приведенного в действующем законодательстве России. Особо следует отметить практическое отсутствие в отечественной экономической практике разработок организационных структур управления сетевыми структурами.

Таким образом, актуальность и недостаточная разработанность в теоретико-методологическом плане ряда вопросов современного этапа конкуренции и конкурентного взаимодействия определили выбор темы диссертационного исследования и послужили основой формирования его цели и основных задач.

Цель исследования

Целью исследования является разработка концепции конкурентного взаимодействия хозяйствующих субъектов, включающей теоретические и методологические положения и практические рекомендации по формированию сетевых структур на основе диалектического единства кооперации и конкуренции хозяйствующих субъектов с высоким конечным эффектом. В рамках сформулированной цели в диссертации выделены подцели исследования с соответствующими им задачами:

Подцель 1 – обоснование трансформации конкурентной и гиперконкурентной борьбы в конкурентное взаимодействие на основе инструмента стратегического управления – цепочки ценности:

- разработка механизма трансформации классического способа производства в механизм совместного создания ценности;
- выявление функциональной зависимости между стоимостью и ценностью продукта, посредством введения новых терминологических единиц и экономических категорий «труд производства» и «труд потребления».

Подцель 2 – развитие теории управления цепочкой ценности:

- дополнение теории управления цепочкой ценности;
- исследование процесса превращения гиперконкуренции в конкурентное взаимодействие под влиянием формирования цепочки ценности.

Подцель 3 – разработка механизма формирования сетевых бизнес-структур разных уровней управления экономическими системами:

- анализ факторов образования сетевых структур и их исчезновения;

- анализ влияния конфигурации цепочки ценности на конкурентоспособность сетевой бизнес-структуры.

Подцель 4 – разработка системы управления сетевой бизнес-структуры:

- анализ природы управления сетевой структурой как сложной экономической системой;
- разработка методологии формирования системы управления сетевой структурой.

Объектом исследования выступает воспроизводственный процесс, охватывающий воспроизводство производственных отношений и трансформирующийся под влиянием сетевых взаимоотношений территориально локализованных хозяйствующих субъектов как юридически независимых экономических агентов.

Предмет исследования экономические отношения конкурентного взаимодействия фирм-участников сетевых структур.

Рабочая гипотеза исследования

Концепция конкурентного взаимодействия хозяйствующих субъектов, основанная на совместном создании ценности и ориентированная на опыт потребителя от обращения к продукту, может дать новый импульс развития российской промышленности. Такой импульс может быть воспринят сетевыми структурами, которые на основе диалектического единства кооперации и конкуренции повышают кумулятивную конкурентоспособность совокупности участников сетевой структуры и конечного продукта.

Теоретическая и методологическая основа

Теоретической и методологической основой исследования выступили институциональная теория, теория конкуренции, трудовая теория стоимости, теория предельной полезности, другие разделы экономической теории ее фундаментальные положения о закономерностях экономического развития, труды дореволюционных, советских, российских и зарубежных ученых в области экономики, менеджмента, права; современные экономические концепции, локальные, региональные, федеральные и международные нормативно-правовые акты и методические рекомендации, регламентирующие деятельность хозяйствующих субъектов и регионов и

развитие рыночных отношений в Российской Федерации, а также результаты полевых исследований.

Полученные в работе результаты исследования основаны на использовании общенаучных и специальных методов: анализ и синтез, индукция и дедукция, абстрактно-логический, системный, монографический, экономико-статистический, экономико-математический, экспертные оценки.

Исследование выполнено с использованием данных Федеральной службы государственной статистики, нормативно-правовых актов Российской Федерации, Минэкономразвития России, ОАО «Россия. Особые экономические зоны», информационно-справочных систем «Консультант Плюс» и «Гарант», публикаций российских и зарубежных авторов по тематике исследования, информационных ресурсов сети Интернет.

Область исследований

Диссертация выполнена в соответствии с п. 1.1. Политическая экономия: структура и закономерности развития экономических отношений; фазы общественного воспроизводства, взаимосвязь его материально-вещественных и стоимостных факторов; взаимодействие производительных сил, экономических форм, методов хозяйствования и институциональных структур, п. 1.2. Микроэкономическая теория: теория организации рынков; теория конкуренции, п. 1.3. Макроэкономическая теория: теория управления экономическими системами, п. 1.4. Институциональная и эволюционная экономическая теория: институциональная теория фирмы. Развитие хозяйственного механизма в постиндустриальном обществе Паспорта специальности 08.00.01 – Экономическая теория (Экономические науки).

Основные результаты исследования и их научная новизна заключаются в разработке совокупности теоретических, методологических и методических положений формирования и управления сетевыми структурами на основе инструмента управления цепочкой ценности, позволяющих придать импульс развитию территориально локализованных хозяйствующих субъектов, как «точек роста».

В результате проведенного диссертационного исследования сформулированы и обоснованы следующие научные положения, которые отвечают требованиям научной новизны и выносятся на защиту:

1. Концепция конкурентного взаимодействия хозяйствующих субъектов позволила теоретически обосновать трансформацию конкурентной и гиперконкурентной борьбы, характерной для конца XX – начала XXI века в конкурентное взаимодействие на основе соединения начал кооперации и конкуренции. В результате, распространив идею цепочки ценности на группу формально независимых хозяйствующих субъектов, обеспечивающих воспроизводственный процесс, удалось показать изменение конкурентных отношений и их превращение в конкурентное взаимодействие. Показано диалектическое единство кооперации и конкуренции, как концептуального основания для повышения конкурентоспособности хозяйствующих субъектов. Данное диалектическое единство характеризуется процессом, в котором независимые участники сетевых структур кооперируются посредством формальных и неформальных правил, совместно создавая дополнительную добавленную стоимость и договариваясь о ее разделе на взаимовыгодных условиях. Показано диалектическое единство категорий «стоимость» и «ценность» на основе подразделения труда работника на «труд производства» и «труд потребления», их качественного сходства и количественного различия (08.00.01, п.1.1);

2. Распространены идея и действие цепочки ценности на весь воспроизводственный процесс, включающий участников сети, как основополагающий элемент формирования сетевых бизнес-структур разных уровней управления экономическими системами. Выявлены особенности процесса реконфигурации цепочки ценности для повышения эффективности воспроизводственного процесса, заключающиеся в формировании более тесных взаимоотношений производителей друг с другом и с потребителем благ (08.00.01, п.1.2);

3. Сформирована модель обеспечения конкурентоспособности на основе конкурентного взаимодействия – модель «Колесо конкурентного взаимодействия», обеспечивающая устойчивые конкурентные характеристики сетевых структур на разных уровнях управления. Показано, что расширение конкурентоспособности хозяйствующих субъектов – участников сетевой структуры возможно за счет использования таких факторов как: «удовлетворение потребностей потребителя», «совместное

создание ценности», «корпоративная социальная ответственность», «культурные традиции», «совместное управление» в их взаимосвязи и взаимодействии (08.00.01, п.1.2);

4. Выявлена зависимость между типом производства, характерным для групп продуктов и эластичностью спроса по цене. Показано влияние эластичности спроса по цене на трансформацию типа производства от массового и серийного к мелкосерийному и единичному и соответствующее изменение конфигурации цепочки ценности. Данное изменение конфигурации ценностных ориентиров способствует более полному удовлетворению потребностей потребителя за счет дифференциации продукта и включения потребителя в воспроизводственный процесс на его более ранних фазах (08.00.01, п.1.2);

5. Предложена методология формирования сетевой структуры, которая включает в себя факторы, механизмы, методику создания сетевой структуры и характеристику стадий ее жизненного цикла. Разработана система управления сетевой структуры, в которой выделены постоянные звенья управления (совет сетевой структуры, менеджер сетевой структуры и медиатор сетевой структуры) и определена их компетенция в рамках данной сетевой структуры (08.00.01, п.1.3);

6. Разработан на основе элементов теории игр механизм формирования внутрисетевых связей территориально локализованной сетевой бизнес-структуры. Показана возможность использования механизма кооперативных игр для определения способа раздела добавленной стоимости внутри сетевой структуры, а также определены ограничивающие факторы для ее справедливого раздела. В рамках проведенного исследования определено, что такими ограничивающими факторами являются сила якорного предприятия сетевой структуры, конкурирование по цене между предприятиями-производителями неуникальных операций, инновационный характер деятельности якорного предприятия, государственная экономическая политика и реконфигурация производственного процесса (08.00.01, п.1.4).

Теоретическая и практическая значимость диссертационной работы состоит в том, что основные положения исследования вносят определенный

вклад в развитие теории конкуренции, институциональной теории (и ее сетевого направления) и методологии стимулирования «точек» промышленного развития в локализованных территориальных образованиях.

Теоретические и методологические положения диссертации могут быть положены в основу дальнейших экономико-теоретических исследований в области анализа территориального развития, конкурентного взаимодействия внутри сетевых структур, конкурентоспособности, развития теоретических и методических принципов обоснования механизмов взаимодействия компаний в рыночных условиях и определения направлений государственного регулирования территориального и внутриотраслевого (межотраслевого) развития. Выявленные в диссертационном исследовании характерные особенности конкурентного взаимодействия могут послужить основой дальнейшего развития теоретических и методологических подходов в области конкуренции и конкурентоспособности российских компаний. По нашему мнению, математическое описание взаимоотношений ценности и стоимости как ключевых категорий экономической теории, помогут обосновать необходимость более широкого распространения опыта управления цепочкой ценности для повышения конкурентоспособности российского бизнеса.

Основные положения, выводы и рекомендации диссертации ориентированы на повышение конкурентоспособности российского бизнеса на основе концепции конкурентного взаимодействия сетевых структур.

Отдельное практическое значение имеют разработанные модели стратегического управления: «Колесо конкурентного взаимодействия», «5 сил конкуренции сетевой бизнес-структуры».

Выявленная функциональная зависимость ценности продукта от его стоимости позволяет в дальнейшем разработать инструментарий принятия управленческих решений на этой основе.

Результаты исследования могут быть использованы в качестве методологической основы:

- в научной работе, в том числе при подготовке диссертационных исследований, публикаций (статей и монографических изданий) по теории конкурентных отношений и институциональной теории;

- в качестве рекомендаций по подготовке методических материалов по стимулированию «точек» промышленного развития в локальных территориальных образованиях;
- в подготовке кадров, в преподавании дисциплин «Экономическая теория», «Макроэкономика», «Управление конкурентоспособностью» и др. в вузах РФ.

Апробация и внедрение результатов исследования. Основные результаты диссертационного исследования представлены на 9 международных и всероссийских научно-практических конференциях, в том числе на I Международной научно-практической «Современное общество: взгляд изнутри» (Санкт-Петербург, Россия, Научно-издательский центр «Открытие», 2012), Всероссийской научно-практической конференции с международным участием «Инновационное предпринимательство: российская и мировая практика» (Казань, Россия, НОУ ВПО «Московская академия предпринимательства при Правительстве Москвы» (Казанский филиал), 2012), XXIV Международной научно-практической конференции «Актуальные вопросы экономических наук» (Новосибирск, Россия, Центр развития научного сотрудничества, 2012), VII Международной научно-практической конференции «Дни науки – 2012» (Прага, Чехия, Научно-издательский дом «Education and Science», 2012), III Международной научно-практической конференции преподавателей «Теория и практика управления развитием социально-экономических систем» (Москва, Россия, ФГБОУ ВПО «Государственный университет Министерства финансов Российской Федерации», 2012), III Международной научно-практической конференции «Актуальные вопросы государственного стратегического управления» (Москва, Россия, ФГБОУ ВПО «Государственный университет Министерства финансов Российской Федерации», 2012), Международной научно-практической конференции «Современные направления развития гуманитарных, юридических и экономических наук» (Халкидики, Греция, ФГБОУ ВПО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», 2012), III Всероссийской научно-практической конференции «Региональные проблемы преобразования экономики: междисциплинарный подход к формированию

механизма стимулирования развития» (Махачкала, Россия, Правительство Республики Дагестан, Дагестанский научный центр РАН, Дагестанский государственный университет, 2012), Международной научно-практической конференции «Проблемные аспекты экономического развития России» (Ганновер, Германия, Министерство образования и науки РФ, Европейская Академия Естественных Наук, Европейское Научное Общество, Кубанский государственный университет, 2012), Международной научно-практической конференции «Проблемы и перспективы развития предприятий в условиях мировой экономической интеграции» (Харьков, Украина, Министерство образования, науки, молодежи и спорта Украины, 2012).

Публикации

Основные положения диссертации нашли отражение в 36 публикациях общим объемом 60,05 п.л., (весь объем авторский), в том числе 4 авторские монографии общим объемом 46,25 п.л., в 20 изданиях и журналах, определенных ВАК Минобрнауки России общим объемом 9,2 п.л. и 1 статье в журнале, входящем в международную систему цитирования SCOPUS объемом 0,40 п.л.

Структура и объем работы

Диссертационная работа изложена на 276 страницах машинописного текста, состоит из введения, двух разделов, четырех глав, заключения, библиографического списка из 253 наименований, содержит 13 рисунков.

Во **введении** обоснована актуальность темы диссертационного исследования, излагается степень научной новизны, сформированы цель и подцели, объект и предмет исследования, информационная база, методы исследования, теоретическая и практическая значимость, а также апробация результатов.

В первом разделе работы «**Эволюционный политэкономический анализ сетевых структур**» рассматриваются теоретические вопросы эволюции конкуренции и взаимодействия хозяйствующих субъектов, а также анализ влияния разрывов связей на эффективность и конкурентоспособность. Раздел I состоит из двух глав.

В первой главе «**Эволюция взаимоотношений хозяйствующих субъектов в экономической теории конкуренции**» раскрыты формы и

особенности развития конкуренции в связи с ее эволюцией под влиянием информационных технологий, расширения рынков сбыта продуктов и превращения в гиперконкуренцию. «Под гиперконкуренцией мы предлагаем понимать такое состояние динамичной и агрессивной конкурентной борьбы, когда субъекты хозяйствования сталкиваются с комплексным воздействием ранее изолированных факторов конкуренции в быстроменяющихся условиях»⁵. Раскрыто авторское понимание термина «ценность» и функционального соотношения стоимости и ценности для сближения интересов потребителя и производителя продукта в цепочке ценности.

Во второй главе **«Анализ тенденций развития и современного состояния межотраслевых и внутриотраслевых связей»** проведен анализ статистических данных за период 1990–2012 гг., который позволил сделать выводы о том, что разрыв межхозяйственных, внутриотраслевых и межотраслевых связей в связи с приватизацией государственной собственности без учета отраслевой специфики, привел к резкому снижению глубины переработки сырья в готовый продукт, что существенно отразилось на снижении конкурентоспособности отечественных товаров, бизнеса, регионов и страны в целом.

Второй раздел работы **«Концепция конкурентного взаимодействия хозяйствующих субъектов»** также состоит из двух глав. Раскрывающих методологию формирования отношений конкурентного взаимодействия и системы управления сетевой структурой.

В третьей главе **«Методология формирования отношений конкурентного взаимодействия»** изложена авторская трактовка функционального взаимодействия стоимости и ценности благ, а также его влияние на механизм конкурентного взаимодействия хозяйствующих субъектов сетевой бизнес-структуры.

В четвертой главе **«Формирование системы управления сетевой бизнес-структурой»** разработаны методология формирования и модель системы управления сетевой структурой как сложной экономической

⁵ Осипов В.С. Модель сил конкуренции сетевой бизнес-структуры (на примере кластера) // Инновации и инвестиции. № 6. 2013. С. 176.

системой, а также раскрыт механизм формирования взаимоотношений участников сетевой структуры на основе теории кооперативных игр.

В заключении представлены основные теоретические и практические выводы и предложения.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

В диссертации отражена постановка и решение четырех групп задач, направленных на развитие теоретических положений конкурентного взаимодействия хозяйствующих субъектов.

Первая группа проблем связана с обоснованием трансформации гиперконкуренции в конкурентное взаимодействие на основе управления цепочкой ценности.

Эволюция теории конкуренции проходила в сложных условиях становления рыночной экономики и сопровождала ее как неотъемлемый и основополагающий институт. Однако следует отметить, что под конкуренцией в ее сущностном смысле ученые в сменяющиеся исторические эпохи признавали несколько измененные проявления рыночной экономики и придавали конкуренции разную роль и степень влияния на экономические процессы, в частности, на формирование территориально локализованных образований. В результате проведенного теоретического анализа, сделан вывод о разрушительности современного этапа конкуренции – гиперконкуренции и необходимости перехода к конкурентному взаимодействию независимых хозяйствующих субъектов.

Так, широкое развитие информационных технологий, формирование интернет-зависимых рынков, расширение рынков сбыта продуктов влечет за собой расширение инструментария конкурентной борьбы. Если для конкуренции, характерной для конца XX века было возможно соревнование между фирмами по цене, или качеству, или иному параметру, то современные фирмы вынуждены конкурировать по всему ряду параметров (и цене, и качеству, и другим параметрам), что существенно ужесточает конкуренцию и превращает ее в гиперконкуренцию. Однако как менеджер не в состоянии быть специалистом высокого уровня во всех вопросах управления, также и компания не в состоянии конкурировать по всему

спектру параметров конкурентоспособности, что со всей необходимостью толкает ее к сотрудничеству с теми компаниями, которые обладают недостающими параметрами конкурентоспособности в данной отрасли. Так формируются сетевые структуры независимых юридических лиц, охватывающих весь технологический цикл на основе концепции управления цепочкой ценности.

«Под конкурентным взаимодействием мы предлагаем понимать производственные отношения, сочетающие в себе элементы конкуренции и сотрудничества»⁶.

В работе рассмотрен эволюционный переход от гиперконкуренции к конкурентному взаимодействию как важному этапу изменения производственных отношений в воспроизводственном процессе, при котором в результате взаимодействия независимых хозяйствующих субъектов создается дополнительная добавленная стоимость за счет согласования операций технологического цикла и более полноценного учета требований потребителя к продукту. Одновременно возникает конкуренция за раздел этой дополнительной добавленной стоимости.

Следует отметить, что на современном этапе развития производственных отношений, целью деятельности хозяйствующих субъектов становится уже не создание ценности для потребителя, а стимулирование потребителя к включению в процесс самостоятельного создания ценности в рамках предложенных производителем возможностей.

В «Капитале» К. Маркса воспроизводство рассматривается как единый процесс воспроизводства материальных благ, воспроизводства рабочей силы и воспроизводства производственных отношений «...капиталистический процесс производства, рассматриваемый в общей связи, или как процесс воспроизводства, производит не только товары, не только прибавочную стоимость, он производит и воспроизводит само капиталистическое отношение, – капиталиста на одной стороне, наемного рабочего – на другой»⁷. Здесь Маркс рассматривает одну из частей воспроизводства производственных отношений – отношений капиталиста (производителя) и

⁶ Осипов В.С. Кластеры как инструмент экономической политики государства // Вестник Института экономики РАН. № 6. 2012. С. 92.

⁷ Маркс К. Капитал. М.: Государственное издательство политической литературы, 1963. Т. 1. С. 591.

наемного рабочего. Вопрос, связанный с потреблением товара и удовлетворением потребностей потребителя на первый взгляд остается за рамками процесса воспроизводства производственных отношений. При этом Маркс раскрывает и другую сторону производственных отношений – сферу потребления. «Если бы накопление капитала вызвало повышение заработной платы и, следовательно, возрастание количества средств потребления рабочего, не приводя к увеличенному потреблению рабочей силы капиталом, то добавочный капитал был бы потреблен непроизводительно»⁸. Мы в очередной раз находим подтверждение правильности суждений К. Маркса. В ситуации скудного предложения товаров, способных лишь в малой степени удовлетворить самые насущные потребности потребителя, он смог увидеть общество потребления, когда не только насущные, но даже неосознаваемые потребности потребителя удовлетворяются или могут быть удовлетворены *при желании и/или наличии возможностей потребителя*. К. Маркс раскрывает сущность потребления благ рабочим – как личностью, так и «принадлежностью капитала». Фактически, К. Маркс утверждает, что индивидуальное потребление является лишь моментом в процессе воспроизводства капитала, так как рабочий, потребляя, становится трудоспособной рабочей силой, способной еще и к самовоспроизводству. Принимая во внимание трудовую теорию стоимости К. Маркса, становится понятно, что потребление действительно имеет цель поддержание жизнеспособности трудовой силы.

«Постоянное возобновление рабочей силы и средств производства, а также природных ресурсов означает воспроизводство производительных сил. Вместе с ними воспроизводятся и соответствующие производственные отношения между людьми, как социально-экономические формы производства»⁹. Необходимо рассматривать процесс воспроизводства производственных отношений «между людьми» с точки зрения расширения производственных отношений и их распространения на сферу взаимоотношений между производителем товара и потребителем товара, то есть в фокальной точке – опыте потребителя товара от обращения к товару.

⁸ Там же, с. 586.

⁹ Медведев В.А. и др. Политическая экономия / В.А. Медведев, Л.И. Абалкин. М.: Издательство политической литературы, 1990. С. 67.

Мы установили на основе теоретического анализа работ дореволюционной и современной российской политэкономической школы, зарубежных школ экономической теории, что между стоимостью и ценностью существует тесная связь, которую, как мы отмечали ранее, выявили М.И. Туган-Барановский, его ученики Н. Столяров и В. Гиршфельд, а также ученые Л.К. Бух и А.Ф. Кон.

Вторая группа проблем связана с развитием теории управления цепочкой ценности. Модель цепочки ценности, предложенная М. Портером в 80-х годах прошлого века, претерпела ряд существенных изменений, но в центральном моменте – согласовании взаимосвязанных видов деятельности или операций технологического цикла компании, осталась неизменной. Нами предложена методология управления цепочкой ценности, выходящей за рамки одного юридического лица и распространяющейся на весь технологический цикл от получения сырья до доведения готового продукта конечному потребителю и утилизации остатков продукта. Согласование операций технологического цикла возможно не только внутри одной организации, но и между независимыми хозяйствующими субъектами, причем с условием взаимовыгодного сотрудничества. По нашему мнению, принудительное указание, характерное для интегрированных структур (зависимых и дочерних хозяйственных обществ, образованных в соответствии с нормами статей 105–106 Гражданского кодекса РФ), не может дать того эффекта, который достигается путем согласования независимых юридических лиц. В случае интегрированного образования осуществляется учет интересов одного юридического лица в ущерб другому, в то время как в ситуации независимых юридических лиц может быть достигнуто Парето-эффективное взаимодействие.

Более активное включение потребителя в технологический процесс и управление цепочкой ценности позволяет спрогнозировать некоторые тенденции в развитии воспроизводственного процесса, в частности типа производства в зависимости от поведения потребителя.

Управление цепочкой ценности формируется на основе одной из базовых стратегий – стратегии дифференциации, где концентрируется внимание на потребностях потребителей, для которых цена не является

первостепенным фактором выбора продукта. Здесь важнейшую роль играет максимально возможное удовлетворение потребности потребителя. Потребитель продукта такой цепочки играет более серьезную роль в создании продукта, так как на основе потребностей потребителя формируется ценность. Потребности потребителя выступают решающим фактором реконфигурации цепочки ценности. Максимально возможное удовлетворение потребности потребителя, характерное для стратегии дифференциации может приводить к повышению цены конечного продукта. Эта стратегия управления цепочкой ценности широко используется в следующих отраслях: фармацевтической, косметической, инвестиционной, банковской, аудиторских и бухгалтерских услуг и других.

Следует отметить, что с ростом доходов населения, стратегия дифференциации начинает превалировать среди других базовых стратегий, так как потребитель с ростом его личных доходов становится более требовательным к качеству продукта и сопутствующим условиям его потребления (сервис, дополнительные опции, послепродажное обслуживание и т.д.). Расширение ассортимента продуктов и сегментирование рынков с выделением дорогого сегмента вызывает необходимость подготовки сырья именно требуемого качества, в противном случае закупка не производится. Такая ситуация имеет место быть в отрасли переработки сельскохозяйственного сырья, когда только сырье требуемого качества (требуемых технико-технологических свойств) поступает в переработку.

Потребители, даже с низким доходом заинтересованы в потреблении продуктов, которые максимально удовлетворяют их потребности, но ограничителем для них является уровень дохода. Потребители с низким уровнем дохода идут на компромисс и выбирают продукт, приемлемо удовлетворяющий их потребности по низкой цене, но как только доходы таких потребителей возрастают, они стремятся переключиться на продукты, которые в более полной мере будут удовлетворять их потребности.

Имеют место некоторые ограничения в возможностях производителя, использующего стратегию дифференциации, взаимодействовать с потребителем более тесно, чем в условиях стратегии лидерства по издержкам. Основное ограничение касается объемов производства. Так, в

ситуации единичного заказа (например, ремонта жилого помещения) или серийного производства, удовлетворить потребности конкретного потребителя технически возможно, но вот в процессе массового производства такие возможности производителя могут быть ограничены. Потребитель, в случае обращения к продукту массового производства желает такой же высокой степени удовлетворенности продуктом, как и от продукта единичного или серийного производства. Таким образом, перед производителями массовых товаров встает проблема привлечения потребителя к согласованию решений проблем создания ценности, а также изменения своего производственного процесса в соответствии с установленными потребностями потребителя.

В условиях гиперконкуренции стратегия дифференциации становится все более востребованной и на ней, по нашему мнению, строится будущее конкуренции.

Совершенно неэластичный спрос, как и монополия, развращают производителя и не способствуют улучшению качества продукта, а, следовательно, более глубокому удовлетворению потребностей потребителей.

Гиперконкуренция приводит к обострению борьбы за клиента и качество не только продукта, но и обслуживания (взаимоотношения с клиентом, опыт), следовательно, хотят того производители, или не хотят, в долгосрочной перспективе они будут вынуждены переориентировать массовое производство и дифференцировать продукт, то есть постепенно двигаться к серийному производству, а от него к единичному.

Очевидно, что чем больше на рынке появляется товаров-заменителей, тем эластичнее спрос на такой товар. Эластичность спроса является следствием дифференциации товара, а значит, углубление дифференциации способствует расширению эластичности спроса по цене. Известно также, что чем выше удельный вес товара в бюджете потребителя, тем выше ценовая эластичность спроса для такого потребителя. Спрос на товары-люкс, как правило, эластичен, а на предметы первой необходимости – неэластичен. При этом, чем больше запас товара, тем более эластичен спрос на него. В

долгосрочном периоде неэластичный спрос становится эластичным, так как потребители постепенно заменяют товар другим товаром.

В гиперконкурентной борьбе выиграет тот, у кого добавленная стоимость (внутренние ресурсы, присущие именно этой фирме) выше. Важную роль играют и особенности отрасли, в которой занят производитель. Количество отраслей с неэластичным спросом по цене в силу гиперконкурентной борьбы будет сокращаться. Опять же из-за расширения стратегии дифференциации и роста благосостояния потребителя. Иллюстрацией наших выводов служит приведенная ниже схема.

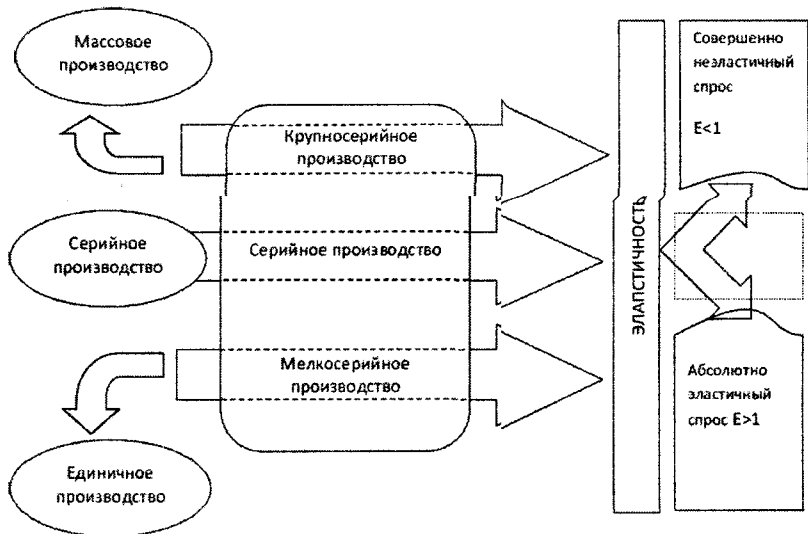


Рисунок 1 – Трансформация типов производства в зависимости от эластичности спроса по цене¹⁰

Третья группа проблем связана с разработкой механизма формирования сетевых бизнес-структур. Оценка эволюции теории конкуренции сводится к поиску путей и возможностей создания таких экономических механизмов, которые обеспечивают устойчивость конкурентных преимуществ экономического субъекта (бизнес, регион,

¹⁰ Осипов В.С. Введение в теорию конкурентного взаимодействия хозяйствующих субъектов // Вестник Института экономики РАН. 2013. № 6. С. 181–190.

страна, континент), а также его стратегические перспективы. Резкое снижение конкурентоспособности, сворачивание производств по большинству отраслей национальной экономики России, делокализация и деиндустриализация экономики производств (переход производств в иные юрисдикции) вызваны в первую очередь дисфункцией системы государственного управления. Это в свою очередь привело к постоянно ухудшающемуся инвестиционному климату, снижению конкурентоспособности, слабости национальных производителей на мировом рынке и т.д.

Национальные производители находятся в постоянном поиске моделей управления экономическими объектами, которые позволят нивелировать негативное действие дисфункций и сделать прорыв в области конкурентоспособности. Разрыв межхозяйственных и межотраслевых связей привел, в том числе к усложнению процесса формирования экономических отношений между производителями продуктов внутри цепочки ценности и технологического цикла. Экономические субъекты (будь то предприятия, выпадающие из единого технологического цикла, регионы страны, как в России на рубеже веков, страны – внутри ЕС) стремятся покинуть систему, переживающую период трансформации, и самостоятельно пережить тяжелые времена.

Система перед лицом кризисов становится уязвимой и либо разрушается окончательно, либо трансформируется в новое состояние. Кризис старой системы влечет за собой формирование новой, более жизнеспособной системы в обновленных внешних условиях. Однако участники новой системы стремятся создать более жизнеспособный механизм, способный противостоять тем угрозам, от которых разрушился прежний механизм. В любом случае, если компоненты системы (даже разрушенной прежним кризисом) смогли пережить сложные времена, то впоследствии они стремятся к интеграции на новых условиях, с помощью новых механизмов.

Данный вывод стал возможным в результате проведенного в работе анализа последствий разрыва межхозяйственных, внутриотраслевых и межотраслевых связей в российской экономике за период 1990–2012 гг. по

отраслям, производящим продукты конечного потребления и по отраслям перерабатывающей промышленности. Мы выявили, что разрыв связей привел к резкому сокращению объемов производства в натуральном выражении, но также и выявили тенденции к росту производства в тех отраслях, где наблюдались объединительные тенденции (как интеграция, так и согласование интересов формально независимых юридических лиц).

Опыт развитых стран Европы также свидетельствует о том факте, что сетевые формы организации бизнеса не только жизнеспособны, но и перспективны. Так, опыт европейских инициатив в области кластерной промышленной политики показал, что насаждение кластеров «сверху» сопровождалось зачастую неудачами, но при этом, он позволил убедиться в том, что кластер может успешно формироваться и развиваться скорее за счет инициативы «снизу» – со стороны самого бизнеса. Этот важный вывод, к сожалению, никак не учитывается в современной российской кластерной промышленной политике.

Следует отметить, что если система не была разрушена ударами кризиса, она привносит в механизм функционирования изменения, которые впоследствии не позволят угрозам того же толка, что и прежним, принести существенный вред системе.

Однако в обоих описанных случаях, совокупность экономических субъектов претерпевает изменения относительно угроз, которые система или совокупность экономических субъектов разрушенной системы ранее пережила. По нашему мнению, формирование нового экономического механизма при условии сознательного согласия всех участников новых экономических отношений соблюдать правила взаимовыгодного сотрудничества, может привести к положительному сдвигу в проблеме кризиса экономической науки и экономической системы.

Предложенная нами концепция конкурентного взаимодействия, объясняет каким образом возможно совместное создание ценности для целей удовлетворения потребностей потребителей и мультипликативно – для повышения конкурентоспособности бизнеса.

Модель конкурентного взаимодействия представлена нами на рисунке 2 - Колесо конкурентного взаимодействия. Первая ступень модели названа

нами «удовлетворение потребностей потребителей». Удовлетворению потребностей потребителя подчинена идея управления цепочкой ценности. Цепочка ценности выстроена таким образом, чтобы максимально возможно удовлетворить потребности потребителя и создать у него положительный опыт от обращения к продукту.

Удовлетворение потребностей потребителя способно, по нашему мнению, стать надежным фундаментом для обеспечения устойчивого спроса и успешного сбыта продукта, так как максимально возможное удовлетворение потребности потребителя создает положительный опыт от обращения к продукту именно данного производителя.

Ранее фирма-производитель сама определяла, какие продукты производить и каким образом они должны удовлетворить потребность потребителя (самому потребителю отводилась роль пассивного и послушного объекта-плательщика).

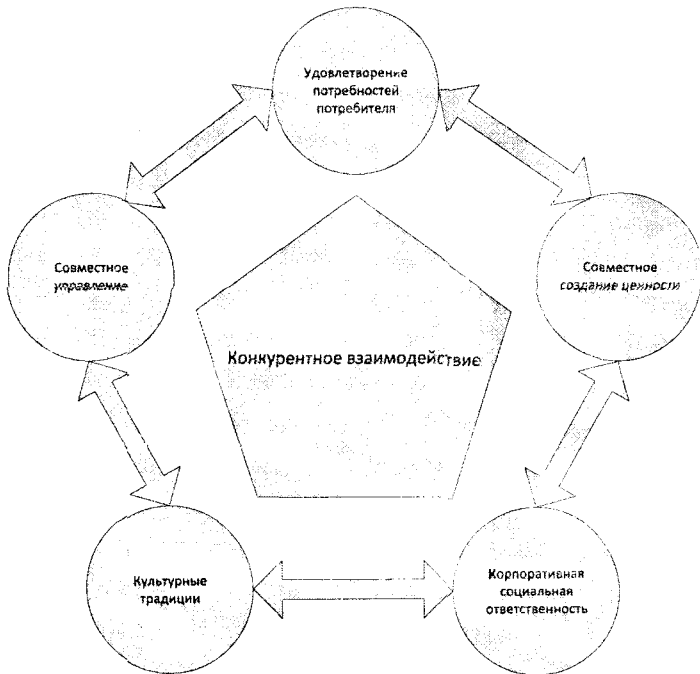


Рисунок 2 – Модель «Колесо конкурентного взаимодействия»¹¹

¹¹ Осипов В.С. Стратегия управления сетевой структурой на основе конкурентного взаимодействия // РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция. 2013. № 4. С. 62–65.

Удовлетворение потребности потребителя возможно при тесном контакте производителя с потребителем. Потребитель должен иметь возможность предъявить свои потребности производителю в таком виде, чтобы производитель имел возможность предпринять все действия, направленные на удовлетворение потребностей потребителя. Отсюда закономерно возникает вторая стадия модели – «совместное создание ценности». Если потребитель заинтересован в продукте определенных качественных характеристик, то производитель вынужден будет подстроиться под требования потребителя и изготовить продукт требуемых качественных параметров.

Закономерно предположить, что потребитель заинтересован довести до производителя свои требования к продукту, но он сможет это сделать только в условиях максимального комфорта, при отсутствии навязчивости производителя. Потребитель имеет рыночную власть над производителем, что характерно в сельскохозяйственной отрасли в отношениях производитель сырья (продавец) – переработчик сырья (потребитель). Однако нельзя ориентироваться только на уровень рыночной власти, как показатель возможности вступления в диалог с потребителем. Как раз наоборот, более сильный участник отношений должен, по нашему мнению, сделать первый шаг навстречу более слабому для формирования отношений совместного создания ценности. Стандартные маркетинговые исследования, опросы фокус-групп, по нашему, мнению не способны дать объективную информацию. Совместное создание ценности предусматривает участие потребителя в процессе создания ценности – продукта, способного максимально удовлетворить потребности данного потребителя. Потребитель предъявляет свои потребности производителю и периодически разясняет способ удовлетворения своих потребностей. Все большее количество производителей предоставляют потребителям право самим определять форму, способ, консистенцию продукта.

Следующая стадия модели «Колесо конкурентного взаимодействия» – корпоративная социальная ответственность бизнеса. Важнейшие наднациональные организации (например, ООН) отмечают важность данного явления. В этой ситуации мы считаем необходимым использовать опыт

наиболее успешных компаний в части корпоративной социальной ответственности, показавших устойчивость перед лицом финансового кризиса. Важно отметить, что европейские биржи отказывают в процедуре листинга тем компаниям, которые не придерживаются требований корпоративной социальной ответственности. Бизнесу, по нашему мнению, значительно выгоднее стать социально ответственным по отношению к потребителям и сотрудникам.

Компании, для которых корпоративная социальная ответственность это норма деятельности, принципиально имеют больше шансов на благоприятное прохождение посткризисного тяжелого времени. Однако при этом, совершенно очевидно, что не во всех странах мира корпоративная социальная ответственность имеет один и тот же уровень важности для формирования стратегии управления компанией, впрочем, как и не все продукты имеют одинаковый спрос или интерес со стороны потребителей.

Следующая ступень модели названа нами «культурные традиции». Учет традиционного фактора или фактора культурных традиций стран и регионов имеет существенное значение для формирования корпоративной стратегии на конкретных рынках. Формирование стратегии управления путем смешивания культурных традиций или кросс-культурного подхода, как в корпорации SAMSUNG, подходит далеко не для всех продуктов. Кроме того, потребитель испытывает неудовлетворенность в силу однообразия предоставляемых продуктов и услуг для удовлетворения его потребностей; проявляются худшие черты стандартизации продукта. Потребитель испытывает потребность в индивидуализации, однако глобализация активно противодействует удовлетворению этого желания. Возможно, именно поэтому потребители испытывают смешанные чувства по поводу процесса глобализации.

Совместное управление цепочкой ценности предполагает партнерские отношения внутри цепочки ценности. Участники цепочки ценности неравноправны, так как значимости операций внутри технологического цикла для конечного продукта неравновелики. Однако выстраивание партнерских отношений и совместное управление цепочкой ценности выгодно и для доминирующего экономического субъекта внутри

технологического цикла (ядра сетевой структуры, то есть центрального предприятия внутри сети).

Следует отметить, что сам доминирующий экономический субъект не обязательно может и имеет экономический интерес выполнять функцию, которую выполняет недоминирующий периферийный экономический субъект (в противном случае последнего просто не было бы в цепочке). Участие последнего обусловлено экономическими факторами – он более эффективно выполняет функцию, добавляет более высокую ценность в продукт для потребителя.

Таким образом, мы получаем группу факторов, которые вместе способны обеспечить устойчивую конкурентоспособность бизнеса в условиях гиперконкуренции.

Четвертая группа проблем связана с методологической разработкой системы управления сетевой структурой.

Следует отметить, что совместное создание дополнительной стоимости для участников сетевой структуры и ценности для потребителя вынуждает участников воспроизводственного процесса научиться договариваться не только о способах выполнения технологических операций, но и о разделе дополнительной добавленной стоимости. Механизм совместного создания ценности и раздела дополнительной добавочной стоимости является определяющим для выявления внутрисетевых связей между независимыми юридическими лицами.

Сетевые структуры формируются в соответствии с технологическим процессом и не ведут ни к монополизации рынка, ни, тем более, к злоупотреблениям монопольным положением на рынке, даже в случае его возникновения, вероятность чего крайне мала. Следует отметить, что предложенные нами механизмы никак не входят в противоречие с антимонопольным законодательством. Во-первых, в результате конкурентного взаимодействия не возникает монополий, а участники сети не получают монопольного положения на рынке, так как связи осуществляются в рамках технологического цикла. Во-вторых, монопольное положение само по себе не является нарушением антимонопольного положения, а лишь

накладывает определенные обязательства по недопущению злоупотреблением своим положением на рынке.

Возникновение связей между фирмами в первую очередь возможно в случае их территориальной локализованности. Даже технологические связи, по нашему мнению, не являются первичным фактором образования сетевой структуры. Они являются дополнением территориальной локализации фирм – будущих участников сетевой структуры. Фирмы, иницирующие процесс формирования сетевой структуры, согласовывают между собой способы осуществления технологических операций и одновременно рассматривают всю технологическую цепочку создания стоимости и цепочку ценности от получения сырья до доведения продукта конечному потребителю и утилизации отходов потребления. Далее следует организовать широкую дискуссию руководителей и специалистов фирм-участников сетевой структуры и потенциальных ее членов, в ходе которой обсуждаются стратегические вопросы взаимовыгодного сотрудничества и механизм управления сетевой структурой: выборы высшего органа управления, например, совета, исполнительного органа – менеджера сетевой структуры, медиатора для разрешения возможных споров между участниками сети. Проблема может быть разрешена созданием специального Третейского суда. Немаловажным элементом в формировании сетевой структуры, по нашему мнению, является согласование процессов с органами региональной и федеральной власти. Этот этап необходим как для получения возможной поддержки инициативы, так и для обеспечения снижения бюрократических препятствий в реализации проекта. Здесь следует особо остановиться на изменении роли правительства в проведении экономической и промышленной политики.

Сетевые структуры формируют также новые подходы в осуществлении деятельности правительства. Проведение правильной макроэкономической политики, стимулирующей конкурентоспособность, находит все большее понимание, однако одного понимания недостаточно. Решающее влияние правительства оказывается на микроэкономическом уровне. Приоритетным направлением должно стать устранение препятствий для роста и

совершенствования существующих сетевых структур, а также поддержка процесса их возникновения.

Правительства практически всех стран показывают стремление к реализации кластерной политики. Но эти действия не всегда приводят к искомому результату, что является следствием несогласованности политик различных органов федеральной и региональной власти на фоне борьбы групп влияния за распределение бюджетных ресурсов. В этих условиях следует обратить внимание именно на фактор формирования связей внутри сетевого образования.

В условиях естественного государства, характеризующегося неустойчивым институциональным полем, большое значение принимают сущностные аспекты координации деятельности самими хозяйствующими субъектами. Тем большее влияние на процессы координации могут оказывать группы фирм (*сетевые бизнес-структуры*), ориентированные через цепочку ценности на совместное создание ценности с потребителем.

Рассмотрим способности участников сетевой структуры к договорным отношениям в институциональном контексте. Дело в том, что сетевая структура это не только и не столько совокупность хозяйствующих субъектов. Это еще и совокупность технологически взаимосвязанных хозяйствующих субъектов, что влечет за собой возникновение специфического фактора успешной деятельности сетевой структуры – механизма внутрисетевых связей. На наш взгляд, наиболее ярко механизм внутрисетевых связей описывает теория кооперативных (неантагонистических) игр. Возникает ситуация равновесия и устойчивого совместного решения в повторяющихся играх. Фактически, если сетевая структура носит неинновационный характер, то есть большая часть ее продукта не является уникальной, а носит серийный или массовый характер, то мы имеем повторяющуюся игру, в которой устойчивое совместное решение дает равновесие интересов участников игры. В связи с тем, что стратегии отдельных участников могут носить ожесточенный характер «до победного конца», игра может не состояться. В диссертационном исследовании обосновано использование механизма арбитражной схемы, при которой некоторое независимое лицо возьмет на себя функции арбитра с

четкими этическими установками. Навыки переговорного процесса участников сетевой структуры и способности достигать внутрисетевого взаимодействия на всех уровнях сотрудничества являются фактором повышения конкурентоспособности.

Каждая сетевая структура уникальна по составу участников, способу формирования, аспектам управления, формам конкурентного взаимодействия и т.д. Тем не менее, искусственное создание сетевой структуры (например, кластера) возможно, но оно происходит в обратной последовательности, которая характерна для саморегулирующихся сетевых структур.

Теория игр предлагает аналитический аппарат, с помощью которого мы можем понять поведение участников сетевых структур в задачах взаимодействия между ними, обмена информацией, установления правил поведения участников сетевой структуры, то есть координации их деятельности в рамках сетевой структуры. Необходимо отметить, что проблема координации действий участников сетевой структуры обостряется, когда в ней отсутствует или слабо выражено ядерное или якорное предприятие, то есть когда возникает игра, неразрешимая по доминированию.

В диссертации обосновано, что теория кооперативных игр разрешает проблему координации, то есть применения санкций и распределения дополнительной добавленной стоимости от продукта, причем в разрезе того, кто и по отношению к кому принимает решения о применении этих санкций или способов раздела дополнительной добавленной стоимости. При этом учитывается, что равновесие в повторяющихся играх может быть множественным. Фактически, теория игр позволяет участникам сетевой структуры сформировать механизм их конкурентного взаимодействия внутри сетевой структуры и во вне – с третьими лицами, что в последствии, при повторяющихся действиях, приводит к формированию устойчивого институционального поля. А поскольку поведение участников сетевой структуры соответствует институционализированным правилам поведения, возникает устойчивость механизма конкурентного взаимодействия в сетевой структуре. Эта устойчивость позволяет даже при изменении внешней среды, на которое сетевая структура будет вынуждена отреагировать изменением

внутренней среды не позволит институциональному полю разрушиться, в силу действия зависимости от ранее избранного пути (path dependence) или «эффект колеи». Конечно, последнее действует в ситуации, когда внешнее воздействие не носит характера абсолютного разрушения. В исследовании показано, что изменения институционального поля влияют на механизм принятия стратегических решений участниками сетевой структуры.

Следует также отметить, что стабильные отношения и редкие смены контрагентов ведут к возникновению правил лояльности и эксклюзивности. Эта ситуация также закрепляет институциональное поле и согласованные правила поведения участников сетевых структур, что обеспечивает предсказуемость поведения участников цепочки ценности. Критики, конечно же, отметят, что некая образующаяся «неподвижность» в сетевой структуре способна стать слабой стороной сетевой структуры, однако, в ближайшей перспективе такие явления не наблюдаемы, тем более что сетевая структура не может находиться в «постоянно стабильном состоянии», так как реконфигурация цепочки ценности и координация деятельности ее участников всегда направлены на эффективность и конкурентоспособность.

Распределение доходов внутри цепочки ценности, как мы уже отмечали, может быть основано на теории кооперативных игр, предложенной О.Н. Бондаренко и Л. Шепли. Тем не менее, есть несколько позиций, которые нуждаются в уточнении, так как, по нашему мнению, они являются ограничивающими факторами для справедливого раздела дополнительной добавленной стоимости и установления конкурентного равновесия.

Как мы уже отмечали, под влиянием глобализации наблюдается процесс неравномерного распределения доходов между странами, регионами, городами, компаниями, отраслями и т.д. Сам процесс носит сложный характер и его еще предстоит исследовать на основе более широкого массива данных для определения тенденций развития. Однако уже сейчас мы можем выявить ограничивающие факторы для справедливого раздела дополнительной добавленной стоимости в цепочке ценности.

- Участники цепочки ценности далеко не всегда равновелики по своему участию в создании конечного продукта, отсюда первое ограничение для справедливого раздела дополнительной добавленной стоимости.

Очевидно, что якорное предприятие или просто более сильный игрок за счет патентов или иных монопольных ограничений имеет возможность оказывать давление на иных участников сетевой структуры для получения большей части дополнительной добавленной стоимости, чем ему предполагалось при справедливом разделе. Однако якорное предприятие не имеет возможность присваивать всю дополнительную добавленную стоимость, так как в этом случае иные участники-предприятия потеряют интерес к участию в такой сетевой структуре. Тем не менее, предприятие-инноватор даже в безъядерной структуре будет претендовать на большую часть дополнительной добавленной стоимости, чем ему причиталось бы при справедливом разделе и иные участники с таким положением смирятся, так как именно инновация создала устойчивое конкурентное преимущество продукту, цепочке ценности, а значит и всем участникам сетевой структуры.

- Участники цепочки ценности, которые осуществляют неуникальные виды операций, вынуждены конкурировать с теми предприятиями, которые заняты тем же видом деятельности, но не являются участниками цепочки ценности. За счет неуникальности операции такие предприятия имеют единственную возможность для конкуренции – это снижение цены на свои услуги или продукты. Отсюда возникает еще одно ограничение для справедливого раздела дополнительной добавленной стоимости. Такие предприятия получают меньшую часть дополнительной добавленной стоимости по сравнению с частью, на которую они могли бы претендовать при отсутствии конкуренции на свой вид продукта или услуги, то есть из-за отсутствия конкурентного давления. По нашему мнению, такие предприятия будут всегда иметь тенденцию к сокращению своей прибыли. Именно в таком качестве следует рассматривать «отверточные» производства и именно поэтому, они, по нашему мнению, в контексте конкурентоспособности бесперспективны и лишь решают краткосрочную задачу обеспечения занятости трудоспособного, но безработного населения. Однако в стратегическом плане, открытие отверточных производств губительно для национальной экономики, так как снижает степень давления на правительство и бизнес в части развития наукоемких и инновационных производств.

- Как следствие первых двух позиций, по нашему мнению, инновационные секторы сетевых структур и цепочек ценности, а также якорные предприятия (обычно крупные) имеют тенденцию к усилению давления на других участников сетей для осуществления более несправедливого раздела дополнительной добавленной стоимости в свою пользу и в ущерб неуникальным производствам.

- Четвертая позиция заключается в государственной политике по отношению к сетевым структурам. Понятно, что формирование институционального поля благоприятного для развития производства, однако, формы осуществления такой политики могут быть различными. Например, правительство может преследовать цель обеспечения населения рабочими местами (при избыточном факторе «труд»), тогда будут проводиться реформы, связанные с защитой отечественного производства с соответствующими последствиями для потребителя (низкое качество и высокая цена). Если цель правительства в обеспечении притока прямых инвестиций, то институциональное поле будет формироваться иначе. Отсюда понятно, что государственная экономическая политика оказывается также фактором, оказывающим воздействие на способы раздела добавленной стоимости в цепочке ценности.

- В диссертационном исследовании показано, что акторы осуществляют свои действия на рынке на основе наблюдений за поведением друг друга. Отсюда поведение производителей на рынке формируется под влиянием друг друга. Здесь мы обнаруживаем еще один фактор, обеспечивающий конкурентное взаимодействие производителей продуктов, так как поведение одного производителя (инноватора в сетевой структуре) может оказать влияние на поведение других производителей (неуникальных производителей продуктов) в части реконфигурации производственного процесса, процесса поставок или иных параметров.

Мы полагаем, что пока еще экономическая наука имеет недостаточное представление о динамике взаимоотношений внутри сетевых структур и способах формирования таких отношений. Именно этой проблеме мы посвятили наши исследования конкурентного взаимодействия хозяйствующих субъектов.

В заключение приведем **основные выводы** исследования, выполненного в рамках диссертационной работы.

1. Трансформация России в открытую экономическую систему, облегченный режим доступа на российские рынки иностранных компаний-конкурентов, вступление России в ВТО на фоне глобализации мирового рынка, отсутствие конкурентной среды, вызывают необходимость научного обоснования обеспечения конкурентоспособности российской экономики, позволили обосновать концепцию конкурентного взаимодействия хозяйствующих субъектов, включающую нижеследующее. Поиск новых вариантов обеспечения конкурентоспособности за счет комбинации имеющихся факторов производства, а также за счет трансформации воспроизводственного процесса и его важнейшей части – воспроизводства производственных отношений. Воспроизводство производственных отношений затрагивает две основные, зачастую взаимосвязанные совокупности отношений – между владельцем производственных факторов и работником, а также между производителями факторов производства, смежных по технологической цепочке. Именно в качестве воспроизводства производственных отношений кроется новый, еще не достаточно востребованный фактор повышения конкурентоспособности деятельности российских хозяйствующих субъектов.

2. В результате исследования эволюции взаимосвязей хозяйствующих субъектов в работе обосновано, что не только фактически, как показывает практика, но и теоретически прослеживается тенденция к уплотнению взаимосвязей хозяйствующих субъектов перед лицом вызовов гиперконкурентной борьбы. Исследование эволюции теории конкуренции также выявило ряд особенностей и характеристик, которые свидетельствует об изменении качества конкурентных отношений и расширения базы для конкуренции (от одного параметра к целому спектру) и переходу к гиперконкурентным отношениям, которые губительны для экономики. Этот вывод сделал возможным доказательство необходимости перехода от гиперконкуренции к более гуманному способу соревнования между участниками воспроизводственного процесса за его результаты. Этот качественно новый вариант соревнования по нашему мнению должен

строиться на базе механизма трансформации классического способа производства в механизм совместного создания ценности.

3. Автор предложил углубленное понимание функциональной зависимости ценности продукта и его стоимости как экономических категорий, показал роль российской дореволюционной политэкономической школы в развитии этих категорий. Именно достижения российской школы могут помочь в реализации качественно нового этапа производственных отношений между производителем продукта и его потребителем. Были введены две новые терминологические единицы и экономические категории «труд производства» и «труд потребления». Труд производства является элементом стоимости, а труд приобретения (элемент ценности). Выявлено, что они тождественны по качеству, но различаются по количеству общественно необходимого рабочего времени. Взаимовлияние стоимости и ценности как экономических категорий позволило раскрыть сущность цепочки стоимости и цепочки ценности, а также доказать их взаимодействие в воспроизводственном процессе.

4. Анализ статистических данных производства ряда сырьевых товаров и продуктов их переработки показал, что разрыв межотраслевых и внутриотраслевых связей привел к сокращению глубины переработки на фоне общего снижения уровня материального производства в натуральных показателях. Кроме того, в пользу наших выводов говорит и тот факт, что между производством сырьевых товаров и продуктов их переработки существует теснейшая связь. В результате исследования выявлена взаимозависимость цепочки ценности и цепочки стоимости в воспроизводственном процессе, а также решена проблема использования этих экономических категорий при описании свойств воспроизводственного процесса.

5. В работе проанализирован процесс формирования сетевых структур, выделены факторы их образования: усиление конкуренции и особенности технологического процесса. Доказано, что включение потребителя в цепочку ценности, за счет более полного исследования механизмов удовлетворения его потребностей. Установлено, что

положительный опыт потребителя от обращения к продукту является новым существенным фактором конкурентоспособности хозяйствующих субъектов.

6. В диссертации предложена концепция конкурентного взаимодействия как механизм обеспечения эволюции конкуренции на современном этапе. Механизм конкурентного взаимодействия раскрывается через диалектическое соединение кооперации и конкуренции в конкурентное взаимодействие. Конкурентное взаимодействие – это процесс, в котором независимые участники сетевых структур кооперируются посредством формальных и неофициальных правил, совместно создавая дополнительную добавленную стоимость и договариваясь о ее разделе на взаимовыгодных условиях. Конкурентное взаимодействие хозяйствующих субъектов это процесс комплементарного (взаимодополняемого) соединения кооперативных начал в создании дополнительной добавленной стоимости совместными усилиями хозяйствующих субъектов сетевой структуры и конкурентных начал в разделе этой дополнительной добавленной стоимости между участниками сетевой структуры.

7. Кооперативное начало в деятельности, по нашему мнению, обязательно приведет к образованию дополнительной добавленной стоимости за счет согласования или реконфигурации операций технологического цикла и окажет заметное влияние на воспроизводственный процесс. После создания дополнительной добавленной стоимости, очевидно, должен произойти ее раздел, который будет в некоторый степени справедливым, то есть удовлетворит ожидания участников сетевой структуры и позволит этой структуре функционировать достаточно продолжительное время. Такой раздел дополнительной добавленной стоимости мы предлагаем осуществлять на основе моделей теории кооперативных игр. Основная проблема в процессе конкурентного взаимодействия хозяйствующих субъектов заключается в выработке механизма принятия решений о разделе дополнительной добавленной стоимости между участниками сетевой структуры и доверии друг к другу.

Совместное управление цепочкой ценности предполагает партнерские отношения внутри цепочки ценности. О равноправии участников цепочки ценности говорить довольно сложно, так как экономические объекты внутри

технологических циклов не обязательно и не всегда равноправны и равновелики по возможностям. Выстраивание партнерских отношений и совместное управление цепочкой ценности выгодно и для доминирующего экономического объекта внутри технологического процесса. Для реализации указанных концептуальных предложений разработана система управления сетевой структурой, учитывающей механизмы раздела дополнительной добавленной стоимости.

Реализация предлагаемой концепции обеспечения конкурентоспособности хозяйствующих субъектов в сетевых структурах позволит преодолеть противоречия гиперконкурентной борьбы, выйти на новый эволюционный уровень сотрудничества и взаимодействия хозяйствующих субъектов, а, следовательно, поможет решить задачи повышения эффективности и конкурентоспособности субъектов экономики России.

ПУБЛИКАЦИИ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

По теме исследования опубликовано 36 работ общим объемом 60,05 п.л., (весь объем авторский).

Монографии:

1. Осипов, В.С. Теория конкурентного взаимодействия хозяйствующих субъектов: монография / В.С. Осипов. – М.: Палеотип, 2013. – 180 с. (11,25 п.л.).
2. Осипов, В.С. Управление цепочкой ценности: монография / В.С. Осипов. – М.: ИПКГосслужбы, 2011.– 337 с. (19,5 п.л.).
3. Осипов, В.С. Правовое положение акционерных обществ в современной России: монография / В.С. Осипов. – М.: ИПКГосслужбы, 2004. – 144 с. (9,0 п.л.).
4. Осипов, В.С. Операционный менеджмент: монография / В.С. Осипов.– М.: ИПКГосслужбы, 2003.– 104 с. (6,5 п.л.).

**Статьи в журналах и изданиях Перечня, определенного ВАК
Минобрнауки России:**

5. Осипов, В.С. Введение в теорию конкурентного взаимодействия хозяйствующих субъектов / В.С. Осипов // Вестник Института экономики РАН. – 2013. – № 6. – С. 181–190 (0,6 п.л.).
6. Осипов, В.С. Стратегия управления сетевой структурой на основе конкурентного взаимодействия / В.С. Осипов // РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция. – 2013. – № 4. – С. 62–65 (0,4 п.л.).
7. Осипов, В.С. Институциональное поле взаимодействующих хозяйствующих субъектов / В.С. Осипов // Экономика и предпринимательство. – 2013. – № 12 – 4 (41 – 4). – С. 405–409 (0,7 п.л.).
8. Осипов, В.С. О формировании системы управления кластера / В.С. Осипов // Научное мнение. – 2013. – № 12. – С. 23–28 (0,3 п.л.).
9. Осипов, В.С. Влияние разрывов внутриотраслевых и межотраслевых связей на снижение национальной конкурентоспособности / В.С. Осипов // Экономика и предпринимательство. – 2013. – № 12 – 3 (41 – 3). – С. 19–25 (0,65 п.л.).
10. Осипов, В.С. Дореволюционная российская наука о соотношении ценности и стоимости / В.С. Осипов // Экономика и предпринимательство. – 2013. – № 12 – 2 (41 – 2). – С. 60–65 (0,5 п.л.).
11. Осипов, В.С. Методологическое определение цепочки ценности и цепочки стоимости в воспроизводственном процессе / В.С. Осипов // Экономика и предпринимательство. – 2013. – № 12 – 1 (41). – С. 574–579 (0,5 п.л.).
12. Осипов, В.С. Жизненный цикл продукта, созданного на основе концепции управления цепочкой ценности / В.С. Осипов // Научное мнение. – 2013. – № 11. – С. 323–326 (0,3 п.л.).

13. Осипов, В.С. Приложение теории игр к исследованию конкурентного взаимодействия / В.С. Осипов // Наука и бизнес: пути развития. – 2013. – № 11. – С. 87–89 (0,4 п.л.).
14. Осипов, В.С. О единстве цепочки ценности и цепочки стоимости / В.С. Осипов // Глобальный научный потенциал. – 2013. – № 10 (31). – С. 121–125 (0,45 п.л.).
15. Осипов, В.С. Управление цепочкой ценности в реализации проектов государственно-частного партнерства / В.С. Осипов // Наука и бизнес: пути развития. – 2013. – №10. – С. 123–127 (0,3 п.л.).
16. Осипов, В.С. Конкуренция, основанная на совместном создании ценности в отрасли сельскохозяйственного машиностроения / В.С. Осипов // Перспективы науки. – 2013. – № 10. – С. 188–191 (0,3 п.л.).
17. Осипов, В.С. Разрывы внутриотраслевых и межотраслевых связей в агропродовольственном секторе экономики Российской Федерации / В.С. Осипов // Вестник ФГОУ ВПО МГАУ. – 2013. – № 3(59). – С. 72–76 (0,5 п.л.).
18. Осипов, В.С. Колесо коонкуренции как новый инструмент стратегического управления фирмой / В.С. Осипов // Вопросы экономики и права. – 2013. – № 8. – С. 57–60 (0,4 п.л.).
19. Осипов, В.С. О функциональной зависимости между стоимостью и ценностью / В.С. Осипов // Экономические науки. – 2013. – № 7 (104). – С. 19–22 (0,4 п.л.).
20. Осипов, В.С. Модель сил конкуренции сетевой бизнес-структуры (на примере кластера) / В.С. Осипов // Инновации и инвестиции. – 2013. – № 6. – С. 176–180 (0,5 п.л.).
21. Осипов, В.С. Затраты и полезность versus стоимость и ценность (к проблеме единства экономической науки) / В.С. Осипов // Вопросы экономики и права. – 2013. – № 4. – С. 85–89 (0,5 п.л.).
22. Осипов, В.С. Экономико-теоретические подходы к определению цепочки ценности и стоимости / В.С. Осипов // Экономические науки. – 2012. – № 12 (97). – С. 55–59 (0,4 п.л.).

23. Осипов, В.С. Многоуровневые экономические механизмы совместного создания ценности в воспроизводственном процессе/ В.С. Осипов // Вопросы экономики и права. – 2012. – № 12. – С. 89–93 (0,4 п.л.).

24. Осипов, В.С. Кластеры как инструмент экономической политики государства / В.С. Осипов // Вестник Института экономики РАН. – 2012. – № 6. – С. 87–94 (0,65 п.л.).

Публикации в ведущих зарубежных научных журналах и изданиях, входящих в систему цитирования «SCOPUS»

25. Osipov, V.S. The Wheel of Coompetition as a New Instrument of Strategic Management / V.S. Osipov // World Applied Sciences Journal (WASJ). – 2013. – 27 (8). – P. 1083–1086 (0,4 п.л.).

Публикации в других научных журналах и изданиях:

26. Осипов, В.С. Соотношение понятий «управление цепочкой поставок» и «управление цепочкой ценности» / В.С. Осипов // Актуальные вопросы экономических наук: сборник материалов XXIV Международной научно-практической конференции / Под общ. ред. Ж.А. Мингалевой, С.С. Чернова. – Новосибирск: Издательство НГТУ, 2012.– С. 76–79 (0,3 п.л.).

27. Осипов, В.С. Удовлетворение потребностей потребителя как ключевой фактор конкурентоспособности современного бизнеса / В.С. Осипов // Современное общество: взгляд изнутри: материалы I Международной научно-практической конференции. – Петрозаводск: Научно-издательский центр «Открытие», 2012. – С. 10–12 (0,3 п.л.).

28. Осипов, В.С. Создание ценности для потребителя /В.С. Осипов //Теория и практика управления развитием социально-экономических систем: сборник материалов по итогам III Международной научно-практической конференции преподавателей, молодых ученых и аспирантов. – М.: ФГОБУ ВПО «Государственный университет Министерства финансов Российской Федерации, 2012. – С. 15–21 (0,4 п.л.).

29. Осипов, В.С. Жизненный цикл бизнеса, созданного на основе концепции управления цепочкой ценности / В.С. Осипов // Dnyvedy–2012: materialy VIII Mezinarodni vedecko-prakticka konference. Praha: Publishing House “Education and Science” s.r.o., 2012. – С. 11–14 (0,3 п.л.).
30. Осипов, В.С. Конкуренция, основанная на совместном создании ценности / В.С. Осипов // Актуальные вопросы государственного стратегического управления: сборник материалов Международной научно-практической конференции. – М.: ФГОБУ ВПО «Государственный университет Министерства финансов Российской Федерации, 2012. – С. 78–81 (0,4 п.л.).
31. Осипов, В.С. Совершенствование форм экономических отношений на предприятиях потребительской сферы / В.С. Осипов // Проблемы и перспективы развития предприятий в условиях мировой экономической интеграции: сборник материалов Международной научно-практической конференции. – Харьков, 2012. – С. 96–98 (0,2 п.л.).
32. Осипов, В.С. Формирование ценности для потребителя / В.С. Осипов // Современные направления развития гуманитарных, юридических и экономических наук: материалы Международной научно-практической конференции – Греция, Халкидики: Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (РАНХиГС), 2012. – С. 181–183 (0,2 п.л.).
33. Осипов, В.С. Межрегиональная конкуренция и потребитель / В.С. Осипов // Региональные проблемы преобразования экономики: междисциплинарный подход к формированию механизма стимулирования развития: сборник материалов III Всероссийской научно-практической конференции. – Махачкала: Издательство «Наука – Дагестан», 2012. – С. 362–368 (0,32 п.л.).
34. Осипов, В.С. Зависимость типа производства от эластичности спроса по цене и создание ценности для потребителя / В.С. Осипов // Инженерные, экологические, экономико-правовые и управленческие аспекты развития национальной экономики: проблемы, поиски, решения: материалы Международной научно-практической конференции. – Германия, Ганновер,

2012. – С. 345–353 (0,33 п.л.).

35. Осипов, В.С. Инновации и управление цепочкой ценности / В.С. Осипов // Инновационное предпринимательство: российская и мировая практика: сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. – Казань, 2012. – С. 15–18. (0,2 п.л.).

36. Осипов, В.С. Операционный менеджмент и управление цепочкой ценности / В.С. Осипов // Проблемы управления развитием организации. Вып. 1; под ред. С.Е. Чернова. – М.: ИПКГосслужбы, 2004. – С. 28–51 (1,25 п.л.).