

### 3.13. ТРЕБОВАНИЯ К ИННОВАЦИОННОМУ ПРОЕКТУ С УЧЕТОМ ОСОБЕННОСТЕЙ СОВРЕМЕННОГО ЭТАПА РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ

Счисляева Е.Р., д.э.н., профессор, декан  
Международной высшей школы управления,  
зав. кафедрой «Международный бизнес»;  
Романюк А.Б., аспирант кафедры «Международный  
бизнес»

*Санкт-Петербургский государственный  
политехнический университет*

В статье рассмотрены пути совершенствования оценки инновационного проекта за счет интеграции элементов теории заинтересованных сторон и концепции устойчивого развития. Описана специфика построения взаимовыгодных отношений с окружением организации.

Современный этап развития экономики характеризуется значительным ростом объемов международной торговли. По данным Всемирного банка, в 2010 г. соотношение мирового импорта к мировому валовому внутреннему продукту (ВВП) приближается к 30%, фактически достигнутым до начала кризиса в 2008 г.

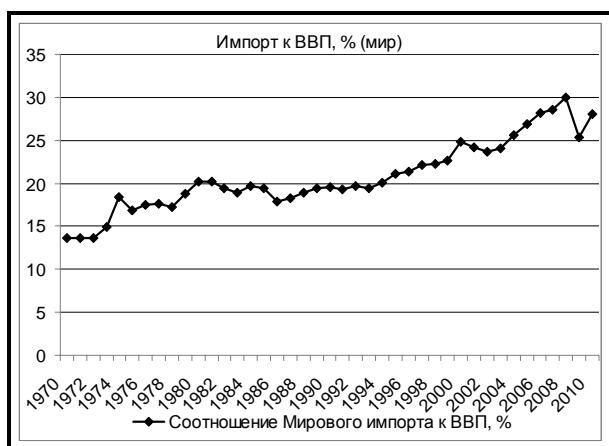


Рис. 1. Соотношение мирового импорта в ВВП [2]

Считается, что внешнеторговый оборот начинает влиять на развитие экономики, если он достигает уровня порядка 25 % к валовому внутреннему продукту (ВВП) [3, с. 16]. Количественный рост экономических связей на наднациональном уровне стал одной из причин изменения их качественных характеристик. Свою роль в трансформации международной торговли сыграли и следующие факторы:

- рост годовых оборотов международных компаний вплоть до объемов, сопоставимых с ВВП отдельных стран;
- развитие международного разделения труда;
- усложнение технологий производства, систем управления, распределения и продвижения;
- развитие информационных технологий.

В результате сформировались предпосылки для функционирования мирового хозяйства как единой закрытой системы. Сложный характер связей между элементами системы и высокая степень их взаимозависимости предопределяют трансфер не только товаров и

услуг, но и сопутствующих культурных ценностей от субъекта к субъекту. Тенденции, характерные для отдельных национальных рынков, распространяются за их пределы через внутрифирменные и межфирменные отношения. Изучение этого свойства позволяет выявить дополнительные, неочевидные требования к инновационным разработкам, определяющие их будущую конкурентоспособность на международном рынке.

С учетом изложенного, перечень факторов, определяющих особенности современного этапа развития международной торговли, можно дополнить тенденциями, характерными в большей степени для развитых стран. К ним относятся:

- рост гражданских свобод;
- становление активной гражданской позиции;
- осознание глобальных экологических и социальных проблем [9, с. 44-61].

Компании, прежде всего наиболее крупные, стали объектом интереса общественности. Интенсификации интереса и объединению заинтересованных лиц способствовало распространение современных информационных технологий, делающих информацию доступной обширной аудитории и предоставляющих возможности для самоорганизации (например, через социальные сети или электронные ресурсы общественных организаций).

Такие изменения сделали возможным восприятие организации как центра интересов широкого круга лиц. Подобный подход к трактовке сущности организации предлагается в рамках теории заинтересованных сторон (ТЗС). Согласно определению одного из родоначальников ТЗС Э. Фримена (в интерпретации М.А. Петрова) заинтересованной стороной является любая группа или индивид, которые могут повлиять или на которые влияет достижение целей организации [5, с. 53].

Помимо ТЗС анализ взаимодействия организации и ее окружения проводится и в рамках других концепций. Среди них можно выделить концепцию устойчивого развития, рассматривающую зависимость успеха компании в долгосрочной перспективе от последствий ее деятельности для окружающей среды (в первую очередь, ресурсной базы) и общества, являющихся основой ее совокупного капитала в широком определении.

Активная позиция заинтересованных сторон, или стейкхолдеров, изменила среду функционирования организации. Помимо финансового результата повышенное внимание уделяется экологическим и социальным последствиям ее деятельности.

Интерес проявляется не только через общественные организации, оказывающие давление при принятии отдельных управленческих решений. Более существенным является изменение потребительских предпочтений.

Потребительная ценность, помимо удовлетворенности собственно товаром или услугой, определяется также оценкой процесса их создания. При принятии решения о покупке потребитель своими деньгами может поддержать или осудить политику компании. В связи со сложностью такой оценки, востребованы специальные консультационные компании, предоставляющие доступ к базам данных о социальной и экологической ответственности компаний, например, EthicScan.

Поскольку выбор потребителей напрямую влияет на формирование финансового результата, подобная оценка также популярна среди инвесторов. По данным сайта Форума устойчивого и ответственного инвестирования в США на долю инвестирования в социально и экологически ответственный бизнес по данным за 2010

г. приходится порядка 3 трлн. долл., или 12% от общего объема инвестиций, в Европе – около 5 трлн. евро [6].

Относительно характера зависимости доходности от соблюдения компаниями принципов устойчивого развития существуют различные мнения. Сторонники концепции ссылаются на превышение доходности над средними показателями [9, с. 57]. Независимые исследования показывают, что статистически значимых различий в доходности социально и экологически ответственных и прочих компаний не наблюдается [8]. В частности, отдельно акцентируется отсутствие отрицательного влияния экологически и социально ответственной политики компаний на их финансовый результат.

Таким образом, в отсутствие отрицательного экономического эффекта для инвесторов и с учетом возможности создания привлекательного образа для потребителя и общества в целом, востребованными для организаций оказываются методы управления и оценки, направленные на построение открытых и эффективных отношений с окружением (создание «отношенческих» активов [1, с. 154]). Они позволяют идентифицировать дополнительные риски и возможности бизнеса, зависящие от взаимоотношений с заинтересованными сторонами.

Одним из способов создания привлекательного образа является декларация и подтверждение своей положительной для окружения роли путем участия в профильной организации или системе отчетности. По популярности таких организаций, а также по территориальному и отраслевому распределению их участников можно косвенно судить о распространении описанных тенденций и их влиянии на те, или иные рынки.

Исходя из анализа данных по участникам Глобальной инициативы по отчетности (Global Reporting Initiative) и Всемирного делового совета по устойчивому развитию (World business council for sustainable development), наибольшее распространение практика устойчивого управления получила в странах Европы, преимущественно членов Европейского союза. На их долю приходится около 45% зарегистрированных компаний. Также можно отметить достаточно высокое число компаний, зарегистрированных в Северной Америке (в среднем – 17%) и Японии (5%). Внутри указанных регионов число компаний по странам распределено достаточно равномерно [7, 10].

Таблица 1

**РАСПРЕДЕЛЕНИЕ КОМПАНИЙ ПО РЕГИОНАМ [7, 10]**

Регион	Глобальная инициатива по отчетности	Всемирный деловой совет по устойчивому развитию	Среднее число участников
Африка	3	2	3
Азия	20	23	21
Европа	44	45	44
Лат. Америка	15	7	11
Сев. Америка	14	20	17
Океания	5	4	4

Распределение компаний-участников по регионам по каждой организации и в среднем представлено в табл. 1. Указанные организации были выбраны как обладающие наиболее широким профилем деятельности, охватывающим весь спектр экологических, экономических и социальных вопросов. Наряду с ними функционирует множество более узкоспециализиро-

ванных объединений, охватывающих большую аудиторию, однако для целей настоящего исследования наибольший интерес представляет комплексный подход во взаимодействии с окружением.

Для других регионов картина распределения неоднородна. Страны-лидеры по числу компаний-участников сравниваются со странами Европы и Северной Америки по доле в общем числе участников, остальные представлены незначительно. Для объяснения этого различия первоначально были изучены соотношения некоторых показателей, характеризующих экономическое и социальное развитие по странам (по методике Организации Объединенных Наций – далее ООН), и их число участников в Глобальной инициативе по отчетности (предоставляет возможность выбрать статистику по каждой стране).

В табл. 2 представлены данные, соответственно, по статистике ООН и Глобальной инициативы по отчетности. В отсутствие актуальных данных на момент проведения расчетов, статистика ООН представлена за 2010 год. Данные Глобальной инициативы по отчетности приведены по состоянию на конец 2011 г., так как их анализ возможен только в разрезе текущего состояния. Анализ динамики изменения доли компаний-участников аналогичных организаций по регионам за 2010-2011 г. показал незначительные изменения структуры, что позволяет считать приведенные данные применимыми для целей данного исследования.

Таблица 2

**СОЦИАЛЬНЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ СТРАН МИРА, НАИБОЛЕЕ ШИРОКО ПРЕДСТАВЛЕННЫХ В ОРГАНИЗАЦИИ «ГЛОБАЛЬНАЯ ИНИЦИАТИВА ПО ОТЧЕТНОСТИ» [4, 7]**

Страна	Индекс образования	Индекс неравенства полов	Индекс здравоохранения	Индекс человеческого развития	ВВП / душа	ВВП (трлн. долл. США)	Число участников в Глобальной инициативе по отчетности
Австралия	0,981	0,136	0,976	0,929	57,1	0,92	165
Австрия	0,858	0,131	0,96	0,885	45,2	0,38	85
Бельгия	0,882	0,114	0,947	0,886	43,8	0,47	33
Бразилия	0,663	0,449	0,844	0,718	10,7	2,09	184
Канада	0,927	0,14	0,962	0,908	46,3	1,57	100
Китай	0,623	0,209	0,843	0,687	4,3	5,88	118
Финляндия	0,877	0,075	0,946	0,882	44,5	0,24	45
Франция	0,87	0,106	0,971	0,884	39,5	2,56	56
Германия	0,928	0,085	0,953	0,905	39,9	3,31	137
Греция	0,861	0,162	0,945	0,861	26,5	0,3	58
Венгрия	0,866	0,237	0,858	0,816	12,9	0,13	62
Индия	0,45	0,617	0,717	0,547	1,4	1,73	46
Израиль	0,907	0,145	0,972	0,888	29,3	0,22	35
Италия	0,856	0,124	0,976	0,874	33,9	2,05	67
Япония	0,883	0,123	1	0,901	43,1	5,5	160
Республика Корея	0,934	0,111	0,956	0,897	21,1	1,01	109
Нидерланды	0,931	0,052	0,958	0,91	46,9	0,78	110
Польша	0,822	0,164	0,885	0,813	12,3	0,47	17
Россия	0,784	0,338	0,77	0,755	10,4	1,48	25
Сингапур	0,751	0,086	0,964	0,866	43,9	0,22	16
Испания	0,874	0,117	0,969	0,878	30,5	1,41	310

Страна	Индекс образования	Индекс неравенства полов	Индекс здравоохранения	Индекс человеческого развития	ВВП / душа	ВВП (трлн. долл. США)	Число участников в Глобальной инициативе по отчетности
Таиланд	0,597	0,382	0,854	0,682	4,6	0,32	28
ОАЭ	0,741	0,234	0,892	0,846	39,6	0,23	23
Великобритания	0,815	0,209	0,949	0,863	36,3	2,25	129
США	0,939	0,299	0,923	0,91	46,5	14,58	373
Коэффициент корреляции	0,29	0,01	0,22	0,25	0,24	0,71	-

Анализ приведенных данных показывает, что число компаний, декларирующих свою приверженность принципам устойчивого развития, возрастает пропорционально ВВП. Иначе говоря, доля ответственного бизнеса возрастает симметрично общему объему производимых товаров и услуг. При этом на сегодняшний день она недостаточна, чтобы повлиять на изменение социальных параметров государства в целом. И, напротив, по уровню социального развития в целом или по отдельным показателям нельзя однозначно судить о развитии ответственности бизнеса и тенденциях в его взаимоотношениях с внешней средой.

Таким образом, в отсутствие высокой корреляции между уровнем жизни и распространением принципов устойчивого развития, можно судить о сложном характере системы предпосылок, влияющих на выбор организацией модели взаимодействия с окружением. Они тесно связаны с культурными и историческими особенностями стран и в полной мере не отражаются в рамках существующих статистических данных.

Для их отражения необходимо рассмотреть также обратную сторону ответственного (устойчивого) ведения бизнеса – ответственное инвестирование. Оно предполагает учет ценностных предпочтений инвестора при формировании инвестиционного портфеля и принимает во внимание влияние принимаемых решений на общество и окружающую среду. Свыше десяти лет существуют соответствующие некоммерческие организации в таких странах как: Франция, Германия, Италия, Нидерланды, Великобритания, Бельгия, Испания, Швеция, США, Канада, Австралия, Япония [6].

Их можно условно обозначить как группу высокого уровня вовлеченности, где управление отношениями с окружением с учетом ценностных предпочтений стейкхолдеров может нести существенные выгоды для организации, а пренебрежение их интересами может породить риски вплоть до неприятия рынком. В зависимости от конкретного мотива компании в странах данной группы могут быть условно подразделены на тех, кто пытается извлечь дополнительный выигрыш через гармонизацию отношений со стейкхолдерами, и тех, для кого соответствие их ожиданиям является мерой вынужденной.

Несмотря на то, что потребители непосредственно соприкасается только с компанией, предлагающей товар или услугу, возникает необходимость обеспечения соответствия его ценностным предпочтениям всей логистической цепи. Это подтверждается статистикой профильных организаций: следующими по количеству представителей являются страны, компании-резиденты

которых осуществляют поставки в страны первой группы вовлеченности. Наибольшим количеством организаций представлены:

- из стран Азии – Китай и Республика Корея;
- из Южной Америки – Бразилия (по 4-6%) [7, 10].

Они составляют группу среднего уровня вовлеченности, где внутренние потребители и другие стейкхолдеры не претендуют на участие в принятии отдельных управленческих решений, однако торговые связи со странами первой группы формируют необходимость в опережающей ориентации на устойчивое развитие.

В РФ можно наблюдать ту же тенденцию, хотя и в меньшем масштабе. Основные участники профильных организаций – экспортно-ориентированные компании, в первую очередь, сырьевые. Сегмент поставки энергоресурсов и полезных ископаемых, подверженный рискам как в силу зависимости от исчерпаемых ресурсов, так и через ценностные ориентации зарубежных потребителей, занимает значительное место в существующей структуре экономики России. Однако он не способствует распространению требований устойчивого развития на широкий диапазон отраслей. Экспортируемая продукция, как правило, находится в самом начале цепочки создания добавочной стоимости и не подвергается значительной обработке. Соответственно, нет непосредственной необходимости в интеграции остальных отраслей российской экономики в систему ценностей, востребованных при международных поставках в страны первой группы.

Таким образом, на текущий момент РФ находится на границе групп второго и третьего уровня вовлеченности (нет широкой зависимости от окружения в национальных границах и при международных операциях). Сводная классификация стран по влиянию окружения на принятие решений внутри организации представлена на рис. 2.

Опосредованное влияние	+	2	1
	-	3	1
		-	+
Внутренняя потребность (активная позиция стейкхолдеров)			

**Рис. 2. Классификация стран по стимулу для компаний-резидентов, ориентирующихся на принципы устойчивого развития (группам вовлеченности)**

Для активного участия в международной торговле российским компаниям необходимо опережающее внедрение современных методик управления, направленных на гармонизацию отношений с окружением.

Хотя, как правило, рассматривается сквозное применение соответствующих практик по всей логистической цепи, необходимо отметить важность их внедрения на самых ранних стадиях жизненного цикла продукта. Снижение рисков неприятия международным рынком инновационной продукции требует внедрения элементов управления отношениями с окружением уже на стадии разработки и оценки инновационного проекта. Необходимо расширение существующих методов оценки инновационных проектов за счет интеграции элементов теории заинтересованных сторон и концепции устойчивого развития.

## Литература

1. Благов Ю.Е. Бизнес и общество: новая парадигма исследований [Текст] : рецензия на книгу: Post J.E., Preston L.E., Sachs S. Redefining the Corporation: Stakeholder Management and Organizational Wealth. Stanford, 2002. // Российский журнал менеджмента. – 2003. – №2. – С. 151-159.
2. Всемирный банк [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://data.worldbank.org>
3. Ломакин В.К. Мировая экономика [Текст] / В.К. Ломакин. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 735 с.
4. Организация Объединенных Наций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://data.un.org>
5. Петров М.А. Теория заинтересованных сторон: пути практического применения [Текст] / М.А. Петров // Вестник СПбГУ. – 2004. – №16. – С. 51-68.
6. EUROSIF. European SRI study 2010. – URL: <http://www.eurosif.org/research/eurosif-sri-study/2010>
7. Global reporting initiative. – URL: <https://www.globalreporting.org>
8. Lobe S. Vice vs. Virtue Investing – URL: <http://ssrn.com/abstract=1089827>
9. Savitz A.W. The triple bottom line: how today's best-run companies are achieving economic, social, and environmental success — and how you can too / San Francisco: Jossey-Bass, 2006. – P. 300.
10. World business council for sustainable development. – URL:<http://www.wbcsd.org>

## Ключевые слова

Система; устойчивость; инновации; заинтересованные стороны; международная торговля.

*Счисляева Елена Ростиславовна*

*Романюк Анастасия Борисовна*

## РЕЦЕНЗИЯ

Статья Романюк Анастасии Борисовны «Требования к инновационному проекту с учетом особенностей современного этапа развития международной торговли», представленная на рецензию, подготовлена на кафедре «Международный бизнес» Санкт-Петербургского Государственного Политехнического университета. В статье рассматриваются требования к инновационным разработкам с целью повышения их будущей конкурентоспособности на международном рынке в рамках современной модели функционирования общемировой экономики.

Заслуживает внимание особенности влияния внешней среды компании на инновационные проекты. В частности, изменение потребительских предпочтений приводит компании к необходимости обеспечения соответствия этим предпочтениям всей логистической цепи, начиная с самых ранних стадий жизненного цикла продукта.

Автор акцентирует внимание на такой стороне устойчивого ведения бизнеса, как ответственное инвестирование, предполагающее учет ценностных предпочтений инвестора при формировании инвестиционного портфеля. Следует признать актуальным вывод о необходимости расширения существующих методов оценки инновационных проектов, в частности для российских компаний.

Заслуживает внимание тезис автора о положительном эффекте для проекта создания «отношенческих» активов, под которыми можно понимать открытые и эффективные отношения с окружением компании, что позволяет идентифицировать дополнительные риски и возможности бизнеса, зависящие от взаимоотношений с заинтересованными сторонами.

Статья Романюк Анастасии Борисовны «Требования к инновационному проекту с учетом особенностей современного этапа развития международной торговли» полностью отвечает требованиям, предъявляемым к научной публикации, и может быть рекомендована к опубликованию в журнале «Аудит и финансовый анализ».

*Барыкина Т.С., к.э.н., факультет «Финансы и кредит» Санкт-Петербургского государственного университета экономики и финансов*

## 3.14. METHODOLOGICAL FOUNDATIONS OF ANALYSIS OF COMPANY BUSINESS UNDER MARKET ADJUSTMENT

V.V. Syroizhko, Ph.D. in Economics, Professor of Accounting and Business Analysis Chair of the State Educational Institution of Higher Professional Education All-Russian Correspondence Finance and Economics Institute, Voronezh Branch;

A.A. Syroizhko, Economist of the Audit and Financial, Credit and Budget Policy Inspection Department of the State Institution Voronezh Region Finance and Budget Management Bureau

The development of methodology of market adjustment of a company is considered as a complex research task, the accomplishment of which should ensure correlation and clear sequence of methodology elements: laws, approaches, principles, functions and methods. Based on the above premise, this article suggests a general pattern of methodology of analysis of company business under market adjustment. Among the most important are system, complex, integration, marketing, functional, subject-matter, dynamic, reproduction, process, normative and quantitative approaches. During the development of methodology of analysis of company business it is substantiated that business analysis should be considered not only as a method of study of economic phenomena and processes in a company, but also as an economic instrument of company's adjustment. Business analysis methodology should provide a company with overall vision of prospects of strategic development of those lines of activity which in retrospective had higher positive dynamics, ensured company's competitiveness growth and resulted in company's more efficient functioning in the market environment.

## Literature

1. Business Management Automation / V.V. Baronov and others – M.: INFRA-M, 2010. – 239 p.
2. Economic Encyclopedia . – M.: EXMO, 2007. – 816 p.
3. Dictionary of Foreign Words. – M.: YUNVES, 2010. – 784 p.
4. Complex Economic Analysis of Business Activity/A.I. Alekseeva, Y.V. Vasilyev, A.V. Maleeva, L.I. Ushvitsky. – M.: KNORUS, 2007. – 672 p.
5. Abridged Economic Dictionary / Rev. by A.N. Azriliyan. – 3<sup>rd</sup> edition. – M.: Institute of New Economy, 2005. – 1088 p.
6. L.I. Lopatnikov Economic and Mathematical Dictionary: Dictionary of Modern Economics. – 5-e edition, revised and supplemented. – M.: Delo, 2010. – 520 p.
7. N.S. Plaskova. Economic Analysis. – M.: EXMO, 2007. – 704 p.
8. L.V. Popova, T.A. Golovina, I.A. Maslova. Modern Managerial Analysis. Theory and Practice of Controlling. – M.: Publishing house «Delo i Servis», 2011. – 272 p.
9. E.E. Rumyantseva. New Economic Encyclopedia. – M.: INFRA-M, 2005. – U1.– 724 p.
10. R.A. Fatkhutdinov. Strategic Competitiveness. – M.: ZAO «Izdatelstvo «Ekonomika»», 2010. – 504 p.

## Keywords

Methodology of analysis; business analysis; market adjustment; principles; approaches; methods of economic analysis; functions of analysis; features of systematization of analysis methods.