

Библиографическая ссылка:

Лищук А. А., Обухов О. В., Трефилова И. Н. Устойчивое развитие предпринимательских структур: стратегическое планирование и критерий эффективности // Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера: Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. 2015. - №4.- С. 1-14.

УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР: СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ И КРИТЕРИЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ

**BUSINESSSUSTAINABLEDEVELOPMENT:
STRATEGICPLANNINGANDPERFORMANCEINDICATOR**

Лищук А.А., Обухов О.В., Трефилова И.Н.

Lischuk A.A., Obukhov O.V., Trefilova I.N.

В статье рассматриваются проблемы стратегического планирования устойчивого развития предпринимательских структур. Авторы анализируют эволюцию теории конкурентных преимуществ во взаимосвязи с развитием теории стратегического менеджмента, что позволяет доказать в качестве конкурентного преимущества способность компании к стратегическому планированию устойчивого развития. Авторы предлагают новый критерий эффективности устойчивого развития – экономическую добавленную ценность для покупателя и подход к увязке стратегий устойчивого развития на всех уровнях экономики.

In the article the problems of strategic planning of sustainable development of entrepreneurial structures. The authors analyze the evolution of the theory of competitive advantages in conjunction with the development of the theory of strategic management that allows to prove as a competitive advantage a company's ability to strategic planning for sustainable development. The authors propose a new criterion for the effectiveness of sustainable development – economic added value for the buyer and the approach to linking sustainable development strategies at all levels of the economy.

Ключевые слова: устойчивое развитие, стратегическое планирование, экономическая ценность для покупателя, конкурентные преимущества, предпринимательство

Keywords: sustainable development, strategic planning, economic value to the buyer competitive advantages, business

Введение

Начиная с 90-х годов прошлого века, когда на уровне ООН была сформулирована концепция устойчивого развития, в теории и практике бизнеса стали возникать новые подходы к развитию компании на принципах устойчивости. Но наибольшее применение в бизнесе эта концепция

получает в наше время, когда устойчивое развитие декларируется в качестве необходимого элемента стратегии компании.

Чаще всего под устойчивым развитием понимается стабильное финансовое состояние или наращивание рыночной стоимости компании (см., например, Шихвердиев и др., 2015) [9]. В рамках данной статьи речь пойдет о стратегии устойчивого развития как конкурентном преимуществе компании в условиях инновационной экономики.

Несмотря на непрекращающиеся дискуссии по поводу пригодности формального планирования, стратегическое планирование признано наиболее мощным инструментом управления устойчивым развитием и эффективностью отдельной компании. В ежегодном международном опросе руководителей высшего звена, проведенном Bain&Company's, 76% респондентов ответили, что они рассматривают стратегическое планирование в качестве основного инструмента высшего менеджмента, призванного как повысить результативность в долгосрочной перспективе, так и укрепить внутреннюю структуру самой организации [13]. Это обоснованно, поскольку стратегия компании должна не только определить цель ее развития, но и сформировать необходимую структуру компании и конфигурацию ресурсов. Однако переход к устойчивому развитию требует некоторой трансформации системы управления на всех уровнях экономики – глобальном, макро, микро, мезо и даже нано (уровень каждого человека).

Эволюция теории конкурентных преимуществ во взаимосвязи с отношением к стратегическому планированию

Отвечая на ожидания мирового сообщества, современная наука об управлении, а также поддерживающие ее теории (теория предпринимательства, теории формирования конкурентных преимуществ и т.п.) уже длительное время пытаются предложить ряд концепций, которые можно рассматривать как основу для появления новой теории устойчивого развития предпринимательских структур, которая могла бы стать частью общей теории устойчивого развития. Проблемой такой теории является ее объект – предпринимательство, который сущностно никак не согласуется с устойчивым развитием, поскольку является разрушителем устойчивости за счет предпринимательской инновационной активности.

Есть и еще проблемы и более серьезного характера. Так, практически никак не откликается на поддержку новой парадигмы устойчивого развития экономическая теория. Нет новых концепций и идей по модернизации экономического мейнстрима в направлении поддержки концепции устойчивого развития.

Анализ базовой литературы по экономической теории, а также работ российских исследователей, обобщающих ее эволюцию [2,3,4,5,8], позволяет сделать вывод о доминировании до настоящего времени трех основных направлений: монетаризма, неокейнсианства и неоинституционализма. Другими словами, мы наблюдаем достаточно длительное постоянство взглядов на экономику и ее регулирование, что не позволяет принципиально изменить подходы, чего требует практика перехода на устойчивое развитие.

Классическая и неоклассическая экономическая теория рассматривают фирму как организацию по трансформации ресурсов в готовый продукт (ресурсный или технологический подходы). В рамках таких подходов решить проблему устойчивости принципиально невозможно, поскольку принятие концепции устойчивого развития приведет к падению объемов производства и сбыта, а, значит, и доходов бизнеса.

Институционализм подходит к определению фирмы через институты, рассматривая ее как «пучки контрактов». Контракты - это те же самые институты, поскольку они устанавливают определенные права и обязанности между сторонами. Внутри фирмы существуют внутренние институты, упорядочивающие ее внутренние бизнес-процессы: организационные структуры, процессы принятия решений, информационные системы и системы документооборота и т.п. Существует также множество внешних институтов, которые влияют на устойчивость фирмы – институт права, институт государственного регулирования, институт культуры и этики бизнеса, современный институт КСО и т.п. Институты специально создаются людьми для упорядочивания их совместной деятельности.

Институционализм вполне подходит для включения в него принципов устойчивого развития, поскольку сама его методология ориентирована на формирование устойчивости экономики за счет лучшего упорядочивания совместной деятельности с использованием внешних и внутренних институтов (норм, правил, формальных организаций, государства и т.п.).

Однако и кейнсианство, и монетаризм, и институционализм в качестве основы стимулирования развития экономики рассматривают индивидуальное потребление, что приводит к постоянному его стимулированию различными экономическими способами.

Следует отметить, что совсем недавно появились работы в области анализа избыточного предложения в экономике, в которых подчеркивается противоречие между наращиванием индивидуального потребления и экономическим прогрессом [5]. В связи с этим, Е.В. Писарева отмечает, что развитие экономики постоянно подхлестывается стимулированием индивидуального потребления, что идет вразрез с общественными потребностями в устойчивом развитии [5, с.161]. Таким образом, основы современной экономической теории противоречат требованиям практики. Это противоречие не является диалектическим, оно антогонистическое, поскольку проблема излишка не может быть решена в рамках предлагаемых экономических инструментов регулирования «свободного рынка».

Отсюда мы снова приходим к выводу о невозможности решения проблемы устойчивого развития без появления новых идей и концепций экономического роста.

Доминирующие экономические теории определяют развитие теории предпринимательства и конкурентных преимуществ (табл.1). В 80-90-е гг. теория конкурентных преимуществ обогатилась концепциями цепочки ценности [20],самообучающейся организации [22], компетенций [15], межфирменных сетей [6,7,10] и др.

Таблица 1

Эволюция теории формирования конкурентных преимуществ предпринимательских структур

Периоды Характеристики	До 60-х гг.	60-70-е гг.
Формация	Индустриальная экономика	Индустриальная / сервисная экономика
Доминирующие экономические концепции / теории	Неоклассическая экон. теория (монетаризм) Кейнсианство	Монетаризм, Неокейнсианство, Институциональная теория
Доминирующие концепции конкурентных преимуществ	Источник КП – <u>внутрифирменные факторы</u> . Ключевая концепция: модель Ансоффа (портфельные стратегии)	Источник КП – <u>внешние факторы (структура отрасли)</u> . Ключевая концепция: модель 5-ти конкурентных сил Портера
Инструменты формирования КП	Предпринимательская инициатива и инновации	План, стратегическое планирование
Отношение к планированию в теории предпринимательства	Стратегическое планирование как элемент военной стратегии	Доминирование формального подхода к планированию. Сценарное планирование

Таблица 2

(продолжение)

Периоды Характеристики	80-90-е гг.	С 2000-х гг. по н/вр
Формация	Индустриальная / сервисная экономика	Постиндустриальная/ знаниевая/ сетевая экономика
Доминирующие экономические концепции / теории	Неоинституциональная теория	Неокейнсианство, неоинституционализм и монетаризм
Доминирующие концепции конкурентных преимуществ	Источники КП – <u>эффективная организация внутренних и внешних (сетевых) ресурсов на основе ИТ (КИС)</u> . Концепции: компетенций, динамических способностей, интеллектуального капитала, цепочки ценности, межфирменных сетей, самообучающейся организации,	Источник КП – <u>умение предсказывать будущее на основе форсайтов и бизнес-аналитики (BI)</u> . Концепции: сети ценности и деловой эконо-системы, бизнес-моделирования (интеграция стратегии и ИТ), КСО, стейкхолдер-менеджмента, сетевого потенциала

	технология дорожного планирования, ССП	взаимодействия, устойчивого развития предпринимательских структур
Инструменты формирования КП	Стратегический анализ внешней и внутренней среды для поиска КП, внедрение ИТ и формирование КИС, гибкие оргструктуры, сети	Стратегическое видение, форсайты, сетевые стратегии, КСО, бизнес-аналитика (BI), стратегии устойчивого развития, дорожные карты
Отношение к стратегическому планированию в теории предпринимательства	Сочетание формализованного и спонтанного подходов к планированию. Разработка планов, программ. Внедрение управления проектами	Интегрированный подход к планированию в зависимости от места компании в сети ценности, планирование устойчивого развития. Разработка планов, программ, проектов, стратегических инициатив.

В 2000-х гг. появились новые концепции формирования конкурентных преимуществ - концепция динамических способностей [24], концепция цепочки ценности переросла в концепцию сети ценности, стала очень популярной концепция бизнес-моделирования (интеграции стратегии и информационных технологий) [18,10], окончательно оформилась концепция корпоративной и социальной ответственности (КСО) и стейкхолдер-менеджмента.

Инаконец, современный этап развития теории конкурентных преимуществ связан со становлением концепции деловой эко-системы в бизнес-моделировании, интеграцией технологического и стратегического менеджмента, а также поиском методов интеграции концепции устойчивого развития в стратегии компаний (табл.2).

Развитие инструментов формирования конкурентных преимуществ полностью соответствовало вышеназванным концепциям. Что же касается отношения к стратегическому планированию, то все больше продвигается идея о том, что в условиях ориентации на устойчивое развитие доминирует формальное стратегическое планирование, основанное на форсайтах и дорожных картах.

Помимо этого, с 90-х гг. в практику планирования как его результата вошли проекты, а методология управления проектами стала ведущей методологией стратегического планирования. Появились также стратегические инициативы как дополнение к традиционным планам, программам и проектам, которые позволяют лучше добиваться ключевых показателей эффективности (KPI).

Обобщая выделенные этапы теории КП, отметим, что если на первом и втором этапах источниками КП считались внутренние и внешние факторы соответственно, то на третьем этапе в качестве основы формирования КП выступала эффективная организация внутренних и внешних (сетевых) ресурсов на основе внедрения информационных технологий в виде корпоративных информационных систем (КИС), способных обеспечивать быструю обратную связь для принятия управленческих решений. Четвертый этап формирования КП связан с ориентацией на стратегическое планирование

устойчивого развития, основанное на умении предсказывать будущее за счет самостоятельно разрабатываемых форсайтов и моделей принятия решений (систем бизнес-аналитики - BI).

Инструменты формирования КП также изменились. Если в 80-90-е гг. основным инструментом поиска КП выступал стратегический анализ факторов внешней и внутренней среды (SWOT, PEST-анализ и т.п.), то в XXI веке на первый план выходят стратегическое видение, форсайты, сетевые стратегии и стратегии устойчивого развития. Что касается отношения к стратегическому планированию, то в XXI веке его роль усиливается, снова доминирует формальный стиль стратегического планирования устойчивого развития. И чем выше ориентация на устойчивое развитие, тем больше доминирует формализованный стиль планирования.

Поиск нового критерия устойчивого развития предпринимательской структуры

Современный этап развития общества и рост влияния глобальных проблем заставляет по-новому взглянуть на проблему устойчивого развития предпринимательских структур, а именно с позиций общественной пользы, которую может приносить субъект предпринимательства.

Авторами предлагается новая трактовка понятия «устойчивое развитие предпринимательской структуры», под которой понимается ее способность к созданию большего общественного блага (общественной пользы) при меньших затратах ресурсов во времени или:

$$\left\{ \begin{array}{l} \text{ОБ (общественное благо)} \rightarrow \max \\ \text{З (затраты)} \rightarrow \min \end{array} \right.$$

Под общественным благом понимается потребительская ценность, создаваемая компанией. Отсюда основным условием устойчивого развития предпринимательской структуры является постоянное внедрение новых технологий и производство более эффективных продуктов (инноваций), способных обеспечивать более высокий совокупный потребительский эффект при меньших совокупных затратах на производство и потребление этих товаров.

Экономическим отражением (критерием эффективности) устойчивого развития предпринимательской структуры предлагается рассматривать показатель сравнительной совокупной стоимости владения (ТСО – totalcostofownership) основным продуктом, который производит предпринимательская структура, в сравнении с ТСО основного конкурента.

TotalCostofOwnership, ТСО или совокупная стоимость владения – это совокупные издержки покупателя, связанные с покупкой и эксплуатацией продукта [11].

Структура ТСО состоит из цены товара (цена покупки или приобретения), первоначальных расходов, связанных с установкой товара; послепродажных расходов (расходы на сервисное обслуживание); операционных издержек за весь период эксплуатации продукта (его жизненного цикла) – включают расходы на оплату труда, электроэнергию, сырье и материалы и т.п.; расходов на утилизацию продукта [11].

ТСО продукта включает все затраты, связанные с его приобретением и потреблением и может быть пересчитана на единицу производительности продукта, что и будет отражать общественный эффект (благо).

Авторами предлагается учитывать в расчете ТСО также ущерб, который наносит потребление продукта окружающей среде:

$$ТСО = Ц + ПР + ППР + ОИ + У + ЭСУ,$$

где Ц – цена покупки или приобретения товара, руб.

ПР – первоначальные расходы, связанные с установкой товара (доставка, установка, затраты на обучение персонала, возможные издержки падения объемов производства и т.п.), руб.;

ППР – послепродажные расходы (расходы на сервисное обслуживание, заработная плата и т.п.), руб.;

ОИ – операционные издержки за весь период эксплуатации продукта, руб.;

У – расходы на утилизацию продукта, руб.;

ЭСУ – экологический и социальный ущерб, наносимый использованием продукта экосреде и социуму, руб.

В качестве обобщающего индикатора эффективности устойчивого развития можно рассматривать показатель экономической ценности для покупателя EVC (economicvalueforcustomer), который отражает общую экономию покупателя от использования инновационных продуктов/технологий поставщика за весь период его жизненного цикла в сравнении с предыдущими продуктами/технологиями, предлагаемыми этим же поставщиком.

Показатель EVC можно использовать как обобщающий индикатор устойчивого развития компании, поскольку он отражает не только интересы покупателей в сокращении затрат на средства производства, но и интересы общества в ресурсосбережении и использовании менее энергоемких и материалоемких, но более эффективных с точки зрения их полезности технологий.

На основе использования концепции EVC можно рассчитывать три взаимосвязанных показателя, характеризующих вклад компании в устойчивое развитие:

$$1) EVC = TCO_0 - TCO_1,$$

где EVC – экономическая прибыль для покупателя;

TCO_0 – совокупная стоимость владения традиционным продуктом/технологией за весь период его эксплуатации (ЖЦ), предлагаемым компанией в прошлом периоде;

TCO_1 – совокупная стоимость владения инновационным продуктом/технологией за весь период его эксплуатации (ЖЦ), выводимым или предлагаемым компанией в отчетный период.

$$2) \text{УЗ} = \frac{\text{ТСО}}{C},$$

где УЗ – удельные затраты на единицу полезности продукта/технологии, руб./ед. полезности

C – потребительская ценность/полезность продукта, производимого компанией, измеряемая в единицах его полезности для покупателя (совокупная мощность, производительность и т.п. за период эксплуатации).

Показатель отражает эффект падения затрат на единицу полезности, которую обеспечивает продукт.

3) Совокупная экономическая прибыль для покупателя всех продуктов компании, предлагаемых в отчетном периоде:

$$\sum_{i=1}^n EVC i.$$

Включение этих показателей в отчетность об устойчивом развитии обеспечит согласование интересов компании с интересами потребителей, общества (со всеми стейкхолдерами) и интересами устойчивого развития в глобальном контексте.

Иерархия уровней стратегического планирования

Обсуждая проблемы устойчивого развития предпринимательских структур, нельзя рассматривать их в отрыве от стратегии развития национальной экономики и государственного регулирования экономики, соответствующего этой стратегии. Так, если на уровне государства отсутствует четкая постановка целей, стратегий и механизмов развития экономики, то предпринимательство лишается ориентиров более высокого порядка, которые задают основной вектор развития.

Р.С. Гринберг и Д.Е. Сорокин отмечают, что «...постановка ориентиров на долгосрочную перспективу – исходное условие устойчивого экономического развития. Обеспечивая последовательность государственной экономической политики, они тем самым способствуют росту частнопредпринимательской активности [1]. Однако, далее отмечают авторы, для успеха такого развития задаваемые ориентиры должны мотивировать всю нацию, включая предпринимательский сектор, на достижение значимых социально-экономических целей.

Помимо этого, важнейшее значение имеет четкое распределение сфер государственного регулирования – определение кластеров и отраслей, где государственное регулирование носит более очевидный и практически прямой характер, и сфер, где вмешательство государство практически не ощущается. В противовес этому в России все наоборот – зарегулирована сфера малого и среднего предпринимательства и недостаток государственного вмешательства и инвестиций в инфраструктурные сферы, обеспечивающие потенциал развития экономики.

Действительно фактически полный отказ от планирования, произошедший в 90-е гг., не создал эффективного рыночного пространства в стране, а стимулировал только хаос. Гайдаровские

реформы привели к фактическому краху социалистического хозяйства и не создали никаких предпосылок формирования новой рыночной экономики.

А в это время другие страны активно использовали планирование как на самом высоком государственном уровне, так и на уровне предприятий и особенно крупных корпораций.

Таким образом, практика сама доказала дееспособность методологии планирования в разных формах с ориентацией на контекст, в котором находится субъект планирования.

Современный контекст развития требует не только восстановления системы государственного планирования, но и активизации включения всех хозяйствующих субъектов в процесс планирования устойчивого развития, поскольку нагрузка на биосферу достигла своих пределов и без прямого регулирования хозяйственной деятельности экологических катастроф уже не избежать.

Концепция устойчивого развития привлекательна, однако остается вопрос ее интеграции в процесс стратегического планирования предпринимательской деятельности. Исходя из данных посылок предлагается инновации рассматривать основным источником устойчивости и устойчивого развития предпринимательских структур всех размеров и форм собственности.

И это правильно, поскольку рост влияния глобализации и технологических изменений на будущее развитие предпринимательских структур, увеличение конкуренции среди компаний, стран и регионов мира заставляют рассматривать технологии и инновационный менеджмент как основную предпосылку выживания компании, ее развития, а значит, и как основу для выработки и принятия стратегических решений на уровне корпораций и отдельных компаний.

Другими словами, будущее компании напрямую связано с используемыми ею технологиями, их инновационностью и эффективностью. По мнению исследователей, становится все более необходимым установление четкого отношения между технологическими возможностями предпринимательской структуры и ее корпоративными целями [21]. В то же время решения, которые не включают технологическое обоснование развития инноваций, не признаются устойчивыми [12].

Для решения этой проблемы используется технология дорожного планирования, которая была разработана в компании Motorola, чтобы улучшить согласованность между технической и инновационной стратегией [26]. Ее применение стало популярным буквально в течение последнего десятилетия (с 2000-х гг.) как на уровне компаний, так и правительств и других учреждений [19].

Технология дорожного планирования включает в себя два основных компонента, а именно: саму технологию (т.е. процесс дорожного планирования) и результат ее применения (обычно карту, известную как «дорожная карта»). Таким образом, понятие «дорожная карта» представляет собой обобщение или выжимку из научного и технологического планов в виде карт, а процесс построения дорожных карт – это разработка этой дорожной карты [17].

Временная перспектива планирования в этом виде анализа зависит от вида промышленности и горизонта планирования. Д. Гроссман отмечает, что для организации более важными являются возникающий в процессе планирования диалог между ключевыми сотрудниками и связи, а не

финальный план [14]. Каппель подчеркивает, что технология дорожного планирования, скорее всего, более эффективна в ситуации, когда четко сформулированы угрозы [16].

Количество научных публикаций, касающихся использования технологии построения дорожных карт за последние несколько лет, резко возросло. Как правило, результаты исследований представлены в виде кейсов.

Очевидно, что российские компании, ориентированные на устойчивое развитие должны использовать технологию построения дорожных карт для достижения согласованности между технологическими возможностями и корпоративными целями и стратегиями.

Обобщая вышесказанное, можно смоделировать современный подход к разработке стратегии устойчивого развития с позиций глобальной ответственности компании перед обществом. Прежде всего отметим, что переход российских предпринимательских структур на стратегическое планирование устойчивого развития невозможен без предварительного перехода на устойчивое развитие всей государственной системы (макроуровень), поскольку на глобальном уровне такой переход уже осуществлен (рис.1). Помимо государства, регионы и отраслевые министерства (мезоуровень среды) также должны перейти к стратегическому планированию устойчивого развития. Помимо этого, показанная на рис.1 интеграция и взаимопроникновение идей и информации между иерархическими уровнями среды являются объективным условием устойчивого развития общества.

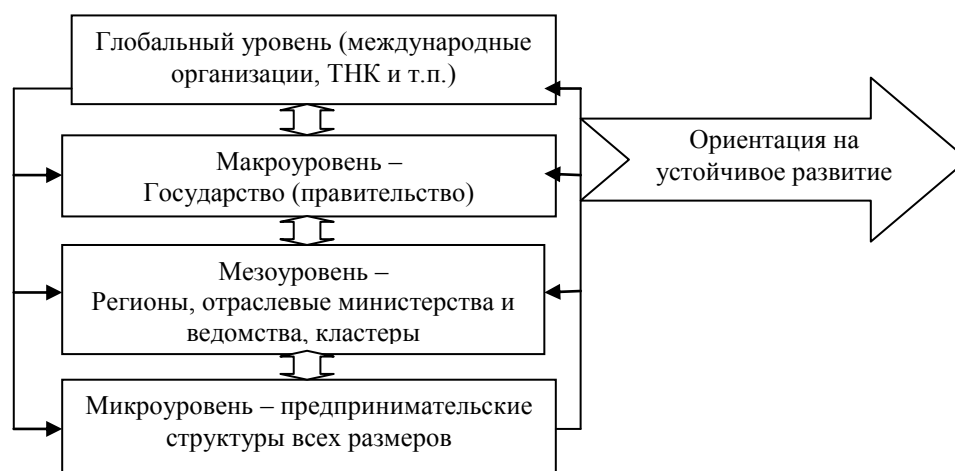


Рис. 1. Иерархия уровней стратегического планирования

На рис. 1 следует рассматривать все иерархические уровни как вложенные, т. е. имеющие между собой как вертикальные, так и горизонтальные связи. Задавать ориентиры и вектор на устойчивое развитие должно государство, используя различные институты и создавая соответствующую институциональную среду. Базовой методологией здесь будет институционализм, согласно которому посредством учреждения формальных и неформальных институтов можно упорядочивать совместную деятельность экономических субъектов и снижать неопределенность и риски внешней среды.

Государству принадлежит ведущая роль в формировании и управлении институциональной средой, которая во многом определяет будущие сценарии развития экономики и рынков. Поэтому переход на управление устойчивым развитием прежде всего должно осуществить государство, создавая новые параметры порядка будущей среды, в которой будет развиваться бизнес, которая будет стимулировать его ориентироваться на устойчивое развитие, а не на получение сиюминутных текущих выгод.

Заключение

Изменение общественного сознания и активное влияние общества на предпринимательские структуры через государство и законодательство, общественные организации (экологические общества, отраслевые ассоциации, ассоциации предпринимателей, потребителей и т.п.) заставляют компании пересматривать нормы своей социальной ответственности, включать концепцию устойчивого развития в систему стратегического планирования и разрабатывать стратегии устойчивого развития с учетом их долгосрочного влияния на будущее всего мирового сообщества. В рамках статьи предложен ряд идей, способных помочь переходу предпринимательства к стратегиям устойчивого развития, а именно изменения в системе государственного стратегического планирования и новый критерий эффективности устойчивого развития. Очевидно, что одних идей недостаточно для осуществления такого перехода, а значит проблематика поиска новых механизмов и инструментов устойчивого развития предпринимательских структур должна стать ведущей и наиболее актуальной исследовательской тематикой на ближайшие сто лет (а возможно, и больше).

Список литературы:

1. Гринберг Р.С., Сорокин Д.Е. Опасный пессимизм // *Российская газета*. №6287 (15), 2014
2. История экономических учений (современный этап) / под общ.ред. А.Г.Худокормова. М.: ИНФРА-М, 2002.
3. Институциональная экономика. Новая институциональная экономическая теория: учебник / под общей ред. А. А. Аузана. М.: ИНФРА-М, 2005.
4. Институциональная экономическая теория: учебник / под общ.ред. А.Олейника. – М.: ИНФРА-М, 2005.
5. Писарева Е.В. Влияние экономической мысли на процесс становления экономики избытка // *Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ)*. 2014. №2(46).С.158-165.
6. Попова Ю.Ф. Роль международных сетей в интернационализации российского бизнеса // *Проблемы современной экономики*. 2008. №4. С. 137-140.
7. Попова Ю. Ф. Сетевая концепция организации рыночной деятельности: новая модель эффективного управления // *Новости маркетинга*. 2005. №5. С.9
8. Филонович В.В., Ревунов Р.В. Экологически устойчивое развитие экономики: предметно-сущностное содержание, эволюционные критерии, классические и неоклассические направления исследований // *Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ)*. 2010. №1 (30). С.21-29.
9. Шихвердиев А.П., Большаков С.Н., Рауш Е.А. Управление рыночной стоимостью компаний в концепции устойчивого развития // *Корпоративное управление и инновационное развитие*

- экономики Севера: Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. 2015. №1. С. 97-115.
10. Юлдашева О.У., Орехов Д.Б. Методология бизнес-моделирования: построение стратегических сетей // Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера: Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. 2014. №1. С.78-91.
11. Юлдашева О.У., Шубаева В.Г., Орехов Д.Б. Методология измерения и оценки потребительской ценности: дифференциация подходов //Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера: Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. 2014. №3.С.198-210.
12. Carvalho, M.M., Fleury, A., Lopes, A.P. An overview of the literature on technology roadmapping (TRM): Contributions and trends. *Technological Forecasting & Social Change*. 80. 2013. pp.1418–1437.
13. Darell K. Rigby, *Management Tools 2001 Global Results* (Boston: Bain & Company, Inc., 2012).
14. Grossman, D.S. Putting technology on the road, *Res. Technol. Manag*, 47 (2), 2004, pp.41–46.
15. Hamel, G., Prahalad, C. *Competing for the Future*. Harvard Business School Press, Boston, 1994.
16. Kappel, T.A. Perspectives on roadmaps: how organizations talk about the future. *Journal of Product Innovation Management*, 18 (1), 2001, pp.39–50.
17. Kostoff, R.N., Schaller, R.R. Science and technology roadmaps, *IEEE Transaction Engineering Management*, no. 48 (2), 2001, pp.132–143.
18. Osterwalder, A.. *The Business Model Ontology - A Proposition In A Design Science Approach*. Business Model Generation, A. Osterwalder, Yves Pigneur, Alan Smith, and 470 practitioners from 45 countries, self published, 2010.
19. Phaal, R., Farrukh, C.J.P., Probert, D.R. Visualizing strategy: a classification of graphical roadmap forms. *International Journal of Technological Management*, no. 47 (4), 2009, pp.286–305.
20. Porter, M.E. *Competitive Advantage*, Free Press, New York, 1985.
21. Probert, D.R., Farrukh, C.J.P., Phaal, R. Technology roadmapping - developing a practical approach for linking resources to strategic goals, *Proceedings of the Institution of Mechanical Engineers*, no. 217 (9), 2003, pp.1183–1195.
22. Senge, Peter M., *The Fifth Discipline*, Doubleday/Currency, 1990
23. Rigby, Darell K. *Management Tools 2001 Global Results*. Boston: Bain & Company, Inc., 2012.
24. Teece, David J. Explicating Dynamic Capabilities: The Nature and Microfoundations of (Sustainable) Enterprise Performance. *Strategic Management Journal*, 2007, no. 28 (13), pp.1319–1350.
25. Wells, R., Phaal, R., Farrukh, C.J.P., Probert, D.R., *Technology roadmapping for a service organization*, *Research-Technology Management*, 2004, no. 47 (2), pp.46–51.
26. Willyard, C.M., McCless, C.W. Motorola's technology roadmap process, *Research-Technology Management*, no. 30 (5). 1987, pp.13–19.

References

1. Grinberg R.S., Sorokin D.E. *Opasnyj pessimism [Dangerous pessimism]*. *Rossijskajagazeta*, 2014, no. 6287 (15).
2. *Istorijaj ekonomicheskijh uchenij (sovremennyj etap) [History of economical research]* Pod obshej red. A.G.Hudokormova. Moscow, INFRA-MPul., 2002.

3. *Institucional'najaj ekonomika. Novaja institucional'najaj ekonomicheskaja teorija* [Institutional economics. New institutional theory]. Pod obshej red. A.A.Auzana. Moscow, INFRA-M Publ., 2005.
4. *Institucional'najaj ekonomicheskaja teorija* [Institutional economical theory]. Pod obshej red. A.Olejnika. Moscow, INFRA-M Publ., 2005.
5. Pisareva E.V. *Vlijaniej ekonomicheskoy mysli na process stanovlenijaj ekonomiki izbytkaj* [Influence of economical thinks on the process of formation of the excess economy]. *Vestnik Rostovskogo gosudarstvennogo jekonomicheskogo universiteta (RINH)*, 2014, no. 2(46), pp.158-165.
6. Popova Ju.F. *Rol' mezhdunarodnyh setej v internacionalizacii rossijskogo biznesa* [Role of international networks in the internationalization of Russian business]. *Problemy sovremennoj ekonomiki*, 2008, no. 4, pp. 137-140.
7. Popova Ju. F. *Setevaja koncepcija organizacii rynochnoj dejatel'nosti: novaja model' jeffektivnogo upravlenija* [Network concept of market activity: new model of effective management]. *Novosti marketinga*, 2005, no. 5, pp.9
8. Filonovich V.V., Revunov R.V. *Jekologicheskij ustojchivoje razvitie jekonomiki: predmetno-sushhnostnoe sodержание, jevoljucionnye kriterii, klassicheskie i neoklassicheskie napravlenija issledovanij* [Ecologically sustainable economic development: nature, evolution criterion, classic and neoclassic research]. *Vestnik Rostovskogo gosudarstvennogo jekonomicheskogo universiteta (RINH)*, 2010, no. 1 (30), pp.21-29.
9. Shihverdiev A.P., Bol'shakov S.N., Raush E.A. *Upravlenie rynochnoj stoimost'ju kompanij v koncepcii ustojchivogo razvitija* [Management of company's market value in the concept of sustanaible development]. *Korporativnoe upravlenie i innovacionnoe razvitie ekonomiki Severa: Vestnik Nauchno-issledovatel'skogo centra korporativnogo prava, upravlenija i venchurnogo investirovanija Syktyvkarskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2015, no. 1, pp. 97-115.
10. Juldashaeva O.U., Orehov D.B. *Metodologija biznes-modelirovanija: postroenie strategicheskikh setej* [Methodology of business-modelling: strategic networks configuration]. *Korporativnoe upravlenie i innovacionnoe razvitie ekonomiki Severa: Vestnik Nauchno-issledovatel'skogo centra korporativnogo prava, upravlenija i venchurnogo investirovanija Syktyvkarskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2014, no. 1, pp.78-91
11. Juldashaeva O.U., Shubaeva V.G., Orehov D.B. *Metodologija izmerenijai ocenki potrebitel'skoj cennosti: differenciacija podhodov* [Methodology of measuring and assessment consumer value]. *Korporativnoe upravlenie i innovacionnoe razvitie ekonomiki Severa: Vestnik Nauchno-issledovatel'skogo centra korporativnogo prava, upravlenija i venchurnogo investirovanija Syktyvkarskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2014, no. 3, pp. 198-210.
12. Carvalho, M.M., Fleury, A., Lopes, A.P. An overview of the literature on technology roadmapping (TRM): Contributions and trends. *Technological Forecasting & Social Change*, 2013, no. 80, pp.1418–1437.
13. Darell K. Rigby, *Management Tools 2001 Global Results*, Boston: Bain & Company, Inc., 2012.
14. Grossman, D.S. Putting technology on the road, *Res. Technol. Manag.*, no. 47 (2), 2004, pp.41–46.
15. Hamel, G., Prahalad, C. *Competing for the Future*. Harvard Business School Press, Boston, 1994.
16. Kappel, T.A. Perspectives on roadmaps: how organizations talk about the future. *Journal of Product Innovation Management*, 2001, no. 18 (1), pp.39–50.
17. Kostoff, R.N., Schaller, R.R. Science and technology roadmaps, *IEEE Transaction Engineering Management*, 2001, no. 48 (2), pp.132–143.

18. Osterwalder, A. (2004). The Business Model Ontology - A Proposition In A Design Science Approach. Business Model Generation, A. Osterwalder, Yves Pigneur, Alan Smith, and 470 practitioners from 45 countries, self published, 2010.
19. Phaal, R., Farrukh, C.J.P., Probert, D.R. Visualizing strategy: a classification of graphical roadmap forms. International Journal of Technological Management, 2009, no. 47 (4), pp.286–305.
20. Porter, M.E. Competitive Advantage, Free Press, New York, 1985.
21. Probert, D.R., Farrukh, C.J.P., Phaal, R. Technology roadmapping - developing a practical approach for linking resources to strategic goals, Proceedings of the Institution of Mechanical Engineers, 2003, no. 217 (9), pp.1183–1195.
22. Senge, Peter M., The Fifth Discipline, Doubleday/Currency, 1990
23. Rigby, Darell K. Management Tools 2001: Global Results. Boston: Bain & Company, Inc., 2012.
24. Teece, David J. Explicating Dynamic Capabilities: The Nature and Microfoundations of (Sustainable) Enterprise Performance. Strategic Management Journal, 2007, no. 28 (13), pp. 1319–1350.
25. Wells, R., Phaal, R., Farrukh, C.J.P., Probert, D.R., Technology roadmapping for a service organization, Research-Technology Management, 2004, no. 47 (2), pp.46–51.
26. Willyard, C.M., McCless, C.W. Motorola's technology roadmap process, Research-Technology Management, 1987, 30 (5), pp.13–19.