

УДК 378.14.015

Обоснование создания корпоративных формирований высшей ШКОЛЫ (ВШ) – латеральных кластеров

Канд. экон. наук, доцент **Безукладова Е.Ю.** bezukladova@yandex.ru

Александров Соболев-Кабалевский В.И. Dobro-Pitera@mail.ru

Санкт-Петербургский государственный технологический институт (СПбГТИ(ТУ))
190013, Россия, Санкт-Петербург, пр. Московский, 26

В статье описывается характеристика создания корпоративных формирований высшей школы (ВШ) – латеральных кластеров, объединяющих учебные заведения, предприятия и организации различного профиля, осуществляющих единую общую цель – выпуск, в кризисных условиях страны, с учётом информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), соответствующих высококачественных специалистов, согласно требованиям их потребителей в стране. Планирование и организация взаимодействия между субъектами предпринимательства университетами, организациями, предприятиями, объединёнными в корпорации ВШ – (латеральные кластеры), связано с интеграционным поведением данных субъектов. Эти процессы формируются, на сущности предпринимательской деятельности в условиях внешней среды. Государственное высшее учебное учреждение является некоммерческой организацией, и главной его целью является достижение определенного социального эффекта – повышение образовательного уровня населения. Для финансирования деятельности по достижению этой цели организация может реализовывать коммерческие проекты. Поэтому предпосылками формирования корпораций ВШ (латеральных кластеров) являются: эффективное налаживание кооперативных связей, входящих в корпорации, проведение единой производственно-технологической, технической и сбытовой политики для реализации инновационных проектов и повышения научно-технического потенциала страны и экономики в целом.

Ключевые слова: латеральные кластеры; высшая школа; условия их эффективного развития в России в рыночных условиях и системного кризиса; информационно-коммуникационные технологии; инновации.

DOI:10.17586/2310-1172-2017-10-1-78-88

Justification of creation of corporate formations the higher school (HS) – lateral clusters

Ph.D. **Bezukladova E.Yu.** bezukladova@yandex.ru

Aleksandrov-Sobolev-Kabalevskiy V.I. Dobro-Pitera@mail

Saint-Petersburg State Institute of Technology (Technical University)

190013, Russia, Saint-Petersburg, Moskovskiy prospect, 26

In article describes the characteristic of creation of corporate forming of the higher school (HS) – the lateral clusters uniting educational institutions, the entities and the organizations of various profile, performing a single common goal – release, in crisis conditions of the country, taking into account the information and communication technologies (ICT), the corresponding high-quality specialists, according to requirements of their consumers in the country is described. Planning and organization of interaction between subjects of an entrepreneurship by the universities, the organizations, the entities united in HS corporations – (lateral clusters), is connected with integration behavior of these subjects. These processes are created, on essence of business activity in environmental conditions. The public higher educational institution is non-profit organization, and its main goal is achievement of a certain social effect – increase in educational level of the population. For financing of activities for achievement of this purpose the organization can realize commercial projects. In modern conditions the higher education institutions and the organizations which were earlier relying generally on the existing traditions and public financing are forced to consider the changes happening in the environment. Therefore prerequisites of forming of HS corporations (lateral clusters) are: effective establishing the cooperative communications entering into corporations, carrying out single production and technological, technical and sales policy for implementation of innovative projects and increase in scientific and technical capacity of the country and economy in general.

Keywords: the lateral clusters; high school; conditions for their effective development in Russia in market conditions and the systemic crisis; information and communication technologies; innovations.

С развитием в стране и в мире, информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) (Networked Readiness Index), общество России, как и все экономически развитые общества, становится информационным и требует развития инноваций, повышения производительности и конкурентоспособности, диверсификации и эффективности экономики. Это достигается, в первую очередь, созданием корпоративных формирований высшей школы (ВШ) – *латеральных кластеров*, объединяющих учебные заведения, предприятия и организации различного профиля, осуществляющих единую общую цель – выпуск, с учётом ИКТ, соответствующих высококачественных специалистов, согласно требованиям их потребителей в стране. По показателю ИКТ в первую десятку вошли: Дания, Швеция, Соединенные Штаты, Сингапур, Швейцария, Финляндия, Исландия, Норвегия, Нидерланды и Канада [7, 12]. Китай, имеющий 46 место в рейтинге – поднялся за последние 8 лет на 11 позиций и впервые стал лидером в группе стран БРИК, Индия имеет 54 место, Бразилия – 59-ое, а, Россия только 74-ое, или – аутсайдер. Для общего технически-технологического и экономического развития, созданием таких корпоративных формирований ВШ, соответствующего информационному обществу, России понадобится резкое развитие организации системы образования, что требует:

- осознания необходимости ускоренного перехода к информационному обществу как национальной идеи;
- обновления форм, методов создания, содержания и управления латеральными кластерами, на которых происходит процесс получения глубокого и объёмного знания и эффективность его применения.

В настоящее время, бурное развитие получают не те страны, которые создают знания, а те, кто их использует. Примером служит развитие Финляндии, Южной Кореи, Сингапура и других, которые получающие быстрое развитие за счет использования знаний [2]. Поэтому задача организаций высшей школы (институтов, университетов) все более состоит в том, чтобы не только давать студентам такие новые знания, но и эффективно их применять. А для этого необходимо сращивание учебной, научной и опытно-промышленной сторон деятельности организаций высшей школы с организациями и предприятиями, воспитание молодежи, стимулирование ее интереса к науке и творчеству, развитие ее способностей на основе ИКТ.

Превращение знания в инновацию в информационном обществе не требует многолетних усилий и сотенных коллективов. Из стен организаций высшей школы должен выходить специалист со своим делом. Пройдя через новые составляющие организации высшей школы, (его корпорацию – технопарк, кластер), студент выходит теоретически и практически подготовленным к жизни. Корпорация ВШ или *латеральный кластер*: объединяющая учебные заведения, предприятия и организации различного профиля (ЛК); (или инновационно-территориальный латеральный кластер (ИЛТК), учит студента капитализировать свои знания, продавать их, знать, как образуются цены, знать механизмы обращения знаний в деньги, знать электронную коммерцию, иметь качественное образование и уметь эффективно работать.

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

Планирование и организация взаимодействия между субъектами предпринимательства университетами, организациями, предприятиями, объединёнными в корпорации ВШ – (латеральные кластеры), связано с интеграционным поведением данных субъектов. Эти процессы формируются, на сущности предпринимательской деятельности в условиях внешней среды. Так, исследования проблемы формирования хозяйственных связей в российской экономике проводилось С.А. Авдашевой [3]. Функционирующие в новых условиях корпорации ВШ используют вертикальные связи, которые оказывают влияние друг на друга, особенно на рынках продукции высшего образования с высокой концентрацией производства, где конкурентоспособность достигается не только масштабными инвестициями, в результате повышения качества самой учебно-научно-технической подготовки высшего образования, но и повышением качества и практических способностей обучаемых специалистов.

Автор считает, что при выборе различных форм вертикальной интеграции необходимо учитывать риск хозяйственных отношений, снижающий эффективность интеграции по сравнению с вертикальной интегрированной формой. Анализ тенденции развития корпораций ВШ России, проведённый Т. Долгопятовой [8], показывает, что около 70 % таких организаций (из числа опрошенных) тесно взаимодействовали со своими партнерами, а 90 % производителей различных видов такой продукции хотели бы войти в отраслевое, наиболее сильное, учебно-научно-производственное объединение ВШ – (латеральный кластер).

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

заинтересованности всех партнеров в успешном сотрудничестве на основе «разделение прибыли». Авторы считают целесообразным создание латеральных кластеров – объединений на базе корпораций ВШ (мелких и средних и крупных), которые могут образовать гибкую сеть структур, обеспечивающих достижение разнообразных поставленных экономико-хозяйственных целей.

Создание и развитие крупных инновационно-интегрированных структур ВШ в России, основанных, на слиянии, поглощении рассмотрено А.А. Турчак, Л.С. Барютиным и др. в [15]. Такие хозяйственные объединения (корпорации ВШ), полностью интегрируют инновационную деятельность отдельных организаций и предприятий, т. е. превращают их в единый, укрупненный субъект хозяйствования. По мнению А.И. Майзеля и И.С. Пивоварова [11], длительное и эффективное взаимодействие предприятий в виде холдинга позволяет разрабатывать общую оптимальную стратегию, решать инновационные проблемы и снижать управленческие риски, увеличивать его потенциал. У такой корпорации ВШ появляется возможность привлечения инновационных ресурсов со стороны и снижения общей потребности в инвестициях благодаря углублению кооперации её участников. Отрицательной стороной вхождения организаций и предприятий в корпоративное формирование является снижение гибкости. Создание холдинга «сверху» ведет к скупке акций организаций и предприятий и их поглощению. Создание холдинга «снизу» на основе объединения юридически независимых организаций и предприятий комплекса ВШ с учреждением ассоциации, подходит для равновесных объектов, заинтересованных в сохранении определённой самостоятельности и независимости и в тоже время желающих установить длительное и эффективное взаимодействие с другими объектами. В работе «Корпоративный бизнес» Е.В. Ленский [10], анализируя межфирменную интеграцию, выделяет её формы: «жесткие» – трест, концерн (холдинг); «мягкие» – ассоциации, консорциумы, стратегические альянсы. Последние позволяют вести совместную работу при сохранении юридической и хозяйственной самостоятельности отдельных объектов, входящих в корпорацию. В рамках корпорации ВШ возникает возможность использования преимущества мощной корпоративной структуры при сохранении инновационной, хозяйственной обособленности членов. Считается, что малый и средний бизнес должен преимущественно развиваться, опираясь на крупный бизнес. Малые и средние организации и предприятия либо стремятся занять свои ниши рынка, невыгодные для внедрения труда крупных корпораций ВШ, либо ими финансируются инновационные разработки, рискованные для корпорации. Так Одинцов М.В. и Ежкин Л.В. [13] рассматривают вхождение организаций и предприятий в объединения ВШ, консорциумы без создания юридического лица, когда, каждая организация координирует свою деятельность с другими партнерами. Автор считает, что российским организациям и предприятиям соответствует корпоративная форма развития бизнеса ВШ – (латеральные кластеры).

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

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

Принцип репрезентативности принимает во внимание всю совокупность факторов, влияющих на уровень конкурентного преимущества субъекта бизнеса, таких, как: деловая деятельность корпорации ВШ и его конкурентов; анализ отрасли и рынков одноименных товаров (выпускников одной специальности); международные отраслевые и межотраслевые сопоставления.

Конкурентное преимущество корпорации ВШ (латерального кластера) существует, если её достижения, соответствуют ожиданиям его клиентов и контрагентов.

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

– корпорация ВШ обладает большей ценностью, чем составляющие её отдельные организации и предприятия;

– пребывание в цепочке ценностей рассматривается как ценное конкурентное преимущество корпорации ВШ, чем её индивидуальные достижения, что обеспечивает перспективы повышения ее потребительской ценности в будущем;

– корпорации ВШ обладают серьезными инновационными перспективами; успешно осваивают новые рынки и рыночные ниши, новые технологии;

– корпорации ВШ имеют высокий уровень конкурентного потенциала, поэтому их окружение должно быть постоянно готово к наращиванию уже достигнутого ими конкурентного преимущества.

Проведённый авторами анализ стратегий инновационного развития корпоративных формирований ВШ (латерального кластера) выявил, что важнейшим фактором оптимизации процесса планирования и определения целей, является решение, принятое в условиях ограниченности ресурсов корпорации в зависимости от её размеров. Причём, если целью корпорации является текущая деятельность, ей придётся отказаться от

стратегической диверсификации, и наоборот. Поэтому основная задача выбора эффективной стратегий инновационного развития корпоративных формирований ВШ, состоит в определении ресурсов, создающих наилучшие возможности для достижения её целей.

Управленческие решения связаны со структурированием ресурсов корпорации ВШ и направлены на увеличение использования ее потенциала и со структурированием самой организации: распределением полномочий и обязанностей персонала, построением производственных и информационных потоков, каналами распределения и продвижения товара и оптимизации использования ресурсов. В табл. 1 приведены виды решений.

Таблица 1

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

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

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

- 1) внедрение анализа, позволяющего сформулировать новую стратегию корпорации, то есть её стратегическое планирование;
- 2) разработка организационной структуры управления, соответствующей новой стратегии корпорации;
- 3) обеспечение перехода от существующей стратегии и административной структуры к новым видам.

В настоящее время в стране исчерпан потенциал первичного импортозамещения. Доля импорта в обороте продукции корпорации ВШ практически постоянна. Следовательно, стратегия отечественных корпораций ВШ – лидерство по издержкам, – практически исчезла, так как, такая стратегия устойчива только при условии роста производительности в 3–5 раз в долгосрочной перспективе. Поэтому целью многих корпораций ВШ (латерального кластера) становится не разработка стратегии завоевания больших долей рынка, а, достижение качества продукции (обучения) и её надёжности, создания комфортных внутренних условий. До настоящего времени корпорации ВШ – (латеральные кластеры) в основном решали местные задачи (переоснащения или модернизации производства, повышения качества продукта (обучения) и т.п.) и не рассматривали долгосрочные стратегии. Но в сложившихся в комплексе ВШ страны условиях жесткой конкуренции, необходима разработка долгосрочных стратегий и выбор оптимальных управленческих решений т.п. Все эти факторы должны учитываться в планировании и организации совместной деятельности организаций и предприятий, превращения их в корпорации ВШ при разработке стратегических решений. Попытки копирования зарубежного опыта никогда не приводили к успеху, так как, то, что успешно работает за рубежом у одних, не всегда даёт те же результаты в наших условиях, потому что, обычно внедряется то, что требует минимальных усилий и затрат. В результате, внедряя передовые технологии, корпорации ВШ перестают определять новые варианты стратегий.

Необходимо отметить, что задача заключается не только в создании эффективной стратегии, но и в её практическом воплощении. Проведенные автором в 2012–2015 годах исследования анализируемых корпораций ВШ с целью выявления их корпоративных стратегий, выявили, что у корпораций разработанные стратегические цели достаточно расплывчаты. Понятие стратегии представляет собой не долгосрочный план развития корпорации ВШ, а, только указания на наиболее важные для стратегических решений направления в долгосрочной перспективе: на каких рынках и в каких регионах корпорация будет работать, по какому пути пойдёт: диверсификации или, специализации, каковы важнейшие конкурентные преимущества данной корпорации и насколько они устойчивы. В результате разработка генеральных стратегий для многих корпораций ВШ – (латеральных кластеров) остается не осуществлённой с точки зрения их конкурентоспособности.

Корпорации ВШ (латеральные кластеры) ставят вопрос о повышении капитализации до определенного уровня и достижения определённой доли рынка (в 50–60 %). Однако рынки постоянно изменяются, что влечёт за собой изменение целей корпораций. Поэтому можно прогнозировать, что это даёт корпорации ВШ, только в коротком или среднем периодах. Сегодня в российском бизнесе существуют два подхода стратегического развития таких кластеров (корпораций ВШ). Очень многие корпорации рассматривают вопрос: повышать ли свою стоимость, для увеличения её бренда (или её продажи), или обеспечить её рост, и стать лидером в своей отрасли? При этом достаточно сильная сторона многих корпораций ВШ – это правильные обоснования или выбор сегментов рынков и их изменения спроса. Можно расширять бизнес, если расширение сопровождается соответствующими положительными изменениями в управлении корпораций ВШ – (латеральных кластеров) децентрализацией, переходом от линейной организационной структуры, к более прогрессивной и эффективной для данной корпорации ВШ структуре. Важнейшим стратегическим вопросом становится определение конкурентных преимуществ корпорации ВШ за счет развития её организационных способностей - поиска оптимального сочетания внутренних и внешних ресурсов. Все элементы стратегии – и цель, и способы ее реализации, важны и ценны тогда когда, они уникальны и эффективны. Только в этом случае, они дадут синергетический эффект создания и развития корпоративных формирования на основе освоения и внедрения инноваций.

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

Проведенный автором анализ, выявил, что, только постоянно обновляя изделия, расширяя товарные линии, корпорация ВШ – (латеральный кластер), имеет возможность в течение длительного времени обеспечивать лидерство на рынке. Однако эффективная деятельность такой корпорации, требует соответствующих механизмов в стратегическом управлении развития её деятельности и её организационной структуры. «Благоприятные возможности для развития создаются изменениями внешней рыночной среды, появлением новых потребностей или новых способов удовлетворения уже существующего спроса» [9].

В настоящее время изменения внешней среды создают условия для осуществления инноваций в новых условиях обучения, производства, технологии, приводят к появлению нового спроса, определяют появление инноваций в виде новых организационных и управленческих форм и методов более эффективного решения этих задач корпорации ВШ. Так, способность управлять большими объемами информации даёт возможность корпорациям ВШ создавать все более эффективные продукты и услуги, снижая их себестоимость и улучшая качество, что способствуют превращению корпораций в лидеров. Оптимизация стратегий, производственной структуры ради роста прибыли, адаптации корпорации, снижения её издержек идет даже в консервативных корпорациях ВШ, которые отказываются от вертикальной интеграции в пользу аутсорсинга, что позволяет глобальным корпорациям высвободить капитал для инноваций, новой продукции, сократить издержки массового учебного производства (подготовки специалистов) и лучше приспосабливаться к изменениям конъюнктуры. При этом корпорации ВШ (латеральные кластеры) могут сосредотачиваться на управлении брендом, разработке новейших форм подготовки специалистов, с учётом научно-исследовательской деятельностью и опытно-конструкторскими разработками (НИОКР), технологий, организации производства и её эффективностью.

Следовательно, существует последовательность действий: одни учебные заведения (объекты) корпорации ВШ (латерального кластера) под своей маркой нащупывают новые рынки, другие объекты разрабатывают необходимость роста спроса, на этих рынках, третьи занимаются научной разработкой увеличения качества обучения, четвертые производят подготовку специалистов с учётом деятельности всех объектов, входящих в корпорацию ВШ (латеральный кластер). В результате под данной маркой на рынок выходит новая продукция (качественно подготовленные специалисты, необходимые на рынках и т.п.). При этом главное – это эффективная деятельность по всей цепи, что позволяет оперативно управлять отношениями с клиентами, поставщиками и внутренней эффективностью. При планировании развития корпорации ВШ – (латерального кластера), необходимо выделять главные экономические, социальные и технологические изменения, а также определять их значение (как в положительном, так и в отрицательном плане) для потребителей, конкурентов и для самой корпорации. Такие стратегии умело используют быстро развивающиеся страны, прежде всего Китай, Южная Корея, Тайвань, Индия, увеличивая свою долю рынка в развитых странах в различных отраслях.

В условиях рынка происходит процесс взаимодействия объектов в корпоративные формирования (корпорации) ВШ на основе сотрудничества – делового партнерства (в виде ассоциации, союза и т.п.), предполагающего совместные исследования, обмен технологиями, использование производственных мощностей, продвижение на рынок продукции друг друга. Такое сотрудничество возникает при объединении предприятий, организаций, объектов высшей школы, чтобы сообща действовать против остальных или против «внутренней конкуренции», а их совместные действия ограничиваются совместным решением задач, которое координируется как бы «за пределами конкуренции» К.Д. Шмид [15]. Однако, такая стратегия не обеспечивает лидерство корпорации ВШ, так как, она не может полагаться на другую аналогичную компанию в отношении её конкурентных преимуществ в России [12].

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

Таблица 2

Классификация форм взаимодействия объектов корпорации ВШ (латерального кластера)

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

Выбор конкретной формы зависит от возможностей объекта, его целей и задач. При создании инновационных корпораций ВШ (латерального кластера) происходит обязательное их укрупнение. Формируются филиалы, дочерние и зависимые организации, предприятия. При этом необходимость принятия самостоятельных решений, усиливает сложность управления такими сложными хозяйственными объектами. Интегрирующие корпорации ВШ в процессе преобразования вышестоящих органов управления организуются в холдинги, группы компаний, имеющие ряд общих свойств (латеральный кластер). При этом обязательно встаёт вопрос об эффективности организации управления самостоятельными хозяйственными подразделениями (предприятиями, организациями), что резко усложняет процесс управления таким хозяйственным объектом. Взаимодействие на договорных условиях организаций, предприятий на основе существующих связей происходит когда, государственная политика направлена на достижение социально-экономического роста учреждения высшего образования. В результате создаются группировки объектов одной отрасли, что увеличивает рост конкурентоспособности всех участников этой группировки (корпорации).

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

1. Вертикальная интеграция, то есть, совокупность объектов (организаций, предприятий), которые взаимодействуют между собой для производства конечного продукта (услуги) – подготовки высшего образования корпорациями (высшими школами) – как полного технологического цикла [14]. При этом, каждый объект является частью совокупности, как единого целого, при осуществлении процесса управления.

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

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

Таблица 3

Теснота связи предпринимательских структур корпорации ВШ (латерального кластера)

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

Поэтому, при организации взаимодействия очень важно учитывать степень планируемого сотрудничества и тесноту связи, каждого из вышеуказанных рассмотренных направлений.

Государственное высшее учебное учреждение является некоммерческой организацией, и главной его целью является достижение определенного социального эффекта – повышение образовательного уровня населения. Для финансирования деятельности по достижению этой цели организация может реализовывать коммерческие проекты. В современных условиях вузы и организации, ранее опиравшиеся в основном на существующие традиции и государственное финансирование, вынуждены учитывать изменения, происходящие в окружающей среде.

Вузы не только конкурируют друг с другом, стремясь привлечь студентов, но и все больше зависят в финансировании своей деятельности от дифференциации и диверсификации предлагаемых продуктов и услуг [13, с. 11]. Двойственный характер деятельности вузов налицо: социальные цели всё в большей степени

достигаются за счет коммерческой деятельности. Исходя из этого, экономическую устойчивость вуза должны характеризовать показатели конкурентоспособности, финансовой эффективности и экономического потенциала.

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

Учебное заведение работает одновременно на двух рынках. Вуз предоставляет обществу образовательные услуги определенного вида, потребителями которых являются учащиеся и студенты, и одновременно представляет результаты своей деятельности на рынке труда, потребителями которых являются предприятия и организации различных отраслей экономики. Эта двойственная природа деятельности вуза вносит определенные сложности в определение его продуктов, целевых рынков сбыта и групп потребителей.

Действуя одновременно на двух связанных и взаимозависимых рынках – рынке образовательных продуктов и услуг и рынке труда, вуз, тем не менее, имеет один продукт, с которым он выходит на оба рынка – *образовательная программа* по данной специальности, включающая содержание, организацию учебного процесса, систему управления и систему его методического, материального и кадрового обеспечения.

Образовательная программа – это комплекс образовательных услуг, нацеленный на изменение образовательного уровня и профессиональной подготовки потребителя и обеспеченный соответствующими ресурсами образовательной организации. Именно она является инновационным продуктом вуза, который может создаваться или трансформироваться в соответствии с требованиями рынка.

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

В литературе приведены различные способы расчета показателя конкурентоспособности развития высшей школы в РФ [5, 6, 7]. Основной их принцип – сравнение эффективности анализируемой программы с программой-эталон (Гостом), с программой конкурентов, с более совершенной программой, появление которой ожидается в ближайшем будущем.

Конкурентоспособность образовательных услуг складывается из конкурентоспособности самого образовательного учреждения, которая, в свою очередь, складывается из конкурентоспособности всех предоставляемых образовательных программ и имиджа вуза. В условиях развитого рынка, когда на нем присутствует ряд конкурентов, выпускающих товары, близкие или практически аналогичные по качеству и цене, характер конкуренции тяготеет к использованию преимуществ, предоставляемых имиджем объектов корпорации. [8, с. 127].

Так имидж (бренд) Вуза, (корпорации ВШ) включает несколько компонентов: качество, ассортимент, инновационность, цену, социальную престижность образовательных услуг корпорации вуза; удобство места расположения вуза; социальный статус его клиентуры; привлекательность рекламы и разнообразие методов стимулирования сбыта; способы организации процесса предоставления образовательных услуг; участие корпорации вуза в решении социально значимых проблем.

Итак, при оценке конкурентоспособности корпорации вуза используются две составляющие:

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

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

В Европе при слиянии высшей школы (ВШ) с её предприятиями, (то есть при создании латерального кластера), также действуют две тенденции:

1. Использование эффекта масштаба, за счёт укрупнения учебных организаций, и усиления их конкурентоспособности.

2. Рост объединений вузов, предприятий и научных организаций в корпорации высшего образования - (латеральных кластеров), которые увеличивают популярность организаций высшего образования, обеспечивая себе будущее, даже фактором «присутствия на рынке», который заставляет такие кластеры заключать договора по всему миру, и, при этом, обеспечивать свое лидерство и преимущества в конкурентной борьбе, то есть их высокую конкурентоспособность [11].

Российский рынок слияний и поглощений организаций высшего образования менее развит, чем в Западной Европе, Японии и Америке, что связано с экономической и нестабильностью в стране. Для роста конкурентоспособности при организации корпорации ВШ, (латерального кластера) требуется привлечение значительных денежных средств, что под силу лишь крупнейшим корпорациям ВШ и её предприятиям, организациям. Слияния корпорации ВШ требуют достаточно больших сроков окупаемости, хотя существующие организации высшей школы обычно имеют кратко и среднесрочные планы развития. Поэтому при организации корпорации ВШ – (латерального кластера), необходимо произвести инвентаризацию прав собственности, существующих контрактов и долговых соглашений, оценку технического состояния активов, учесть все риски, связанные с покупкой данного бизнеса, поскольку они напрямую влияют на инвестиционную стоимость такого кластера и их конкурентоспособность [15]. Если государство, не осуществляет должный контроль над организацией корпорации, или корпорация не имеет контрольного акционера, заинтересованного в надзоре над её менеджерами и владеющего достаточно большой долей акций, то такой процесс не эффективен. Процесс преобразований должен происходить достаточно оперативно и эффективно, повышая интерес к данному виду сделок [1].

Как выяснили авторы, итоги года по сделкам в РФ являются относительно позитивными. Так, в 2012–2015 годах в среднем ежегодно совершалось 528 сделок с российским участием на 64,6 млрд. долл. (в том числе внутренних - 64620,1 млн. долл., трансграничных - 30261,5 млн. долл.), в том числе 68 сделок с организациями ВШ. В табл. 4 представлена сегментация сделок по отраслям.

Таблица 4

Отраслевая сегментация сделок с корпорациями РФ в 2013-2014 годах

Корпорации в РФ в области:	Объем сделок, млн. долл.	Количество сделок	Количество сделок с ВШ
Добычи полезных ископаемых (кроме топливных)	4650,3	21	6
Лесной и целлюлозно-бумажной промышленности	246,5	7	1
Машиностроении	1072,6	22	7
Металлургии	3033,6	25	8
Пищевой промышленности	6783,5	53	6
Производстве электрооборудования	381,2	7	2
Связи	12765,4	39	7
Сельском хозяйстве	436,8	18	2
СМИ	735,6	27	3
Спорте	200,0	1	1
Страховании	294,1	4	–
Строительстве	3034,4	30	3
Торговле	4225,5	62	4
Транспорте	1830,1	27	2
ТЭК	8555,2	29	5
Услугах	1673,4	49	4
Финансовых институтов	2284,3	45	4
Химической и нефте-химической промышленности	9809,4	16	3
Электроэнергетике	1889,2	24	2
Прочих производствах	118,5	4	–
IT-технологиях	600,5	18	–
ИТОГО:	64620,1	528	68

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

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

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

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

Что касается интереса иностранных инвесторов к российским активам, в том числе и к активам ВШ, он оставался сравнительно низким на протяжении 2012 года. Так, на сделки пришлось всего около 15 % общего объема (10 млрд. долл.). [14], причём, на сделки организаций высшего образования, всего 0,4 млрд. долл. (60 сделок).

Из всего вышесказанного следует вывод, что для организаций корпораций высшего образования в России – (латеральных кластеров), характерно упорядочивание и перераспределение активов вместо прежнего хаотичного их приобретения различными группами. Тем не менее, важным является вопрос, насколько эффективны и конкурентоспособны проводимые такими организациями слияния и поглощения. Если организация ВШ приобретает или реализует актив, то на любом рынке в конечном итоге, выигрывает тот, кто осуществил более выгодную сделку. С позиций макроэкономики, рыночная экономика действует по принципу аукциона. Актив в форме корпорации ВШ достается тем организациям и предприятиям, которые, работают в профиле учебной подготовки студентов, которые готовы предложить за него максимальную цену и получить максимальную прибыль и при этом сохранить или увеличить свою конкурентоспособность. Такая организация и будет самым эффективным собственником. Действительно, корпорация ВШ, объединяющая ряд предприятий, научных организаций готовая заплатить максимальную денежную сумму за актив, способна получить наибольший эффект от эксплуатации, при соответствующей подготовке студентов и их специализации и будет наиболее конкурентоспособной эффективной организацией – (латеральным кластером), обеспечивающим полную, и качественную подготовку студентов с превращением их в полноценных отраслевых специалистов.

Литература

1. *Ансофф И.* Новая корпоративная стратегия. СПб.: Питер, 2003
2. *Ансофф И.* Стратегический менеджмент Strategic Management: Классическое издание. Пер. с англ. А.Н. Петрова.– СПб.: Питер, 2009.– 344 с
3. *Авдашева С.Б.* Хозяйственные связи в российской промышленности: проблемы и тенденции последнего десятилетия.– М.: ГУ-ВШЭ, 2015.– 185 с
4. *Викуленко А.Е.* Современное Российское высшее образование и его развитие // «Экономический вектор». 2015. № 2 (01). С. 46–49.
5. *Викуленко А.Е., Александров Соболев-Ковалевский В.И.* Необходимость развития высшей школы России // «Экономический вектор». 2015. № 3(02). С. 62–66.
6. *Викуленко А.Е., Курбанов Д.М., Безукладова Е.Ю.* Прогнозирование устойчивого инновационного роста и развития деятельности кластера // «Экономический вектор». 2016. № 3(06). С. 35–42.
7. *Генске М. А.* Оценки эффективности и неэффективности слияний и поглощений // Менеджмент в России и за рубежом. 2012. № 6.
8. *Долгопятова Т.* Особенности корпоративного управления в условиях интеграции российских компаний // Экономический вестник о вопросах переходной экономики. 2014. № 4.
9. *Дойль П.* Менеджмент: стратегия и тактика. –СПб.: Изд-во «Питер», 2010. 116 с.
10. *Ленский Е.В.* Корпоративный бизнес/ Под ред. О.Н.Сосковца. –Минск: Армита-Маркетинг, Менеджмент, 2015.– 479 с
11. *Одинцов М.В., Ежкин Л.В.* Корпоратизация и реструктуризация как две стороны реформирования предприятия.// Менеджмент в России и за рубежом. 2012. №6.
12. *Портер М.* Конкуренция: Учебное пособие: Пер.с англ.– М.: Вильямс, 2009.- 495 с

13. Розанова В.А. Слияния и поглощения на российском рынке. – М.: «Журнал «Слияния и поглощения», 2009. № 4.
14. Турчак А.А., Барютин Л.С. Теория и практика создания и функционирования новых хозяйственных объединений/ СПбГИЭУ. – СПб: СПбГИЭУ, 2014. – 318 с
15. <http://www.akm.ru/> Бюллетень "Рынок Слияний и Поглощений", 2014.

References

1. Ansoff I. New corporate strategy. SPb.: St. Petersburg, 2003
2. Ansoff I. Strategic management of Strategic Management: Classical edition. The lane with English A. N. Petrova. – SPb.: St. Petersburg, 2009. – 344 with
3. Avdasheva S.B. Economic communications in the Russian industry: problems and tendencies of the last decade. – М.: GU-VSHE, 2015. – 185 with
4. Vikulenko A.E. Modern Russian higher education and its development // «*An economic vector*». 2015. No. 2 (01). P. 46–49.
5. Vikulenko A.E., Alexandrov Sobolev-Kowalewski V.I. Neobkhdimost of development of the higher school of Russia // «*An economic vector*». 2015. No. 3(02). P. 62–66.
6. Vikulenko A.E., Kurbanov D.M., Bezukladova E. Yu. Forecasting of steady innovative growth and development of activity of a cluster // «*An economic vector*». 2016. No. 3(06). P. 35–42.
7. Gensk M.A. Estimates of efficiency and inefficiency of merges and absorption // *Management in Russia and abroad*. 2012. No. 6.
8. Dolgopyatova T. Features of corporate management in the conditions of integration of the Russian companies // *the Economic bulletin about questions of a transitional economy*. 2014. No. 4.
9. Doyle P. Management: strategy and tactics. – SPb.: St. Petersburg publishing house, 2010. 116 p.
10. Lensk E.V. Corporate business / Under the editorship of O. N. Soskovets. – Minsk: Armita-Marketing, Management, 2015. – 479 with
11. Odintsov M.V., Ezhkin L.V. Corporatisation and restructuring as two parties of reforming предприятия // *Management in Russia and abroad*. 2012. No. 6.
12. M malt liquor. Competition: Manual: The lane with English.– М.: Williams, 2009. - 495 with
13. Rozanova V.A. Merges and absorption in the Russian market. – М.: "Merges and Absorption magazine, 2009. No. 4.
14. Турчак А.А., Барютин Л.С. Теория и практика создания и функционирования новых хозяйственных объединений / СПбГИЭУ. – СПб: СПбГИЭУ, 2014. – 318 with
15. <http://www.akm.ru/> Bulletin "Market of Merges and Absorption", 2014.

Статья поступила в редакцию 20.01.2017 г.