

ISSN 0042-8779



ВОПРОСЫ ИСТОРИИ

2(2)
2022

ВОПРОСЫ ИСТОРИИ

2(2)
2022

ЕЖЕМЕСЯЧНЫЙ ЖУРНАЛ

12+

СОДЕРЖАНИЕ

СТАТЬИ

- Ма Ли, Сунь Ичжи** — Советские и восточноевропейские специалисты в Восточно-Китайском педагогическом университете..... 4
- Н.Э. Демешко, А.А. Ирхин** — США и этнополитические мифы крымских татар как фактор ослабления СССР и РФ на международной арене 20
- А.Б. Оришев, В.М. Магомедханов, А.А. Мамедов, В.В. Кортуннов, Д.В. Котусов** — Красная армия в Иране: между иранским национализмом и курдским сепаратизмом (1941—1946) 30

ИСТОРИЧЕСКИЕ ПОРТРЕТЫ

- О.Б. Островский, А.Р. Демидова, В.Ю. Орляновский** — «Нетрезвый триумвират» (М.И. Глинка — Н.В. Кукольник — К.П. Брюллов в 1836—1844 гг.): психологическая совместимость и уровень общественного признания 43

ЛЮДИ. СОБЫТИЯ. ФАКТЫ.

- Г. Гафгазлы** — Городская жизнь Мараги в XVIII в. (по данным османского пространного реестра Мараги 1728 г.)..... 52
- Д.К. Стожко, О.Т. Ергунова, В.Г. Лизунков** — Социально-экономические взгляды и реформаторская деятельность М.М. Сперанского 57
- И.А. Попп** — «Надо жить среди народа, чтобы видеть весь ужас конокрадства»: к проблеме воровства лошадей в пореформенный период 67

Выходит
с 1926 года
ООО
ЖУРНАЛ
«ВОПРОСЫ
ИСТОРИИ»
Москва

Д.В. Алонцева, О.А. Лаврищева — Церковная реформа в концепции С.Н. Булгакова	81
А.Б. Мокеев — Выпускник Горного института — выдающийся ученый-геолог, академик Павел Иванович Мельников (1908—1994).....	94
В.М. Майоров, Л.В. Стеженская — Волостная администрация и местное самоуправление в современной китайской деревне: от традиций к революциям (конец XIX в. — конец 1970-х гг.).....	104
Э.У. Омакаева, Т.В. Бураева, Г.М. Боваева, Э.О.-Г. Дальдинова, Т.М. Кекеева, С.Д. Китляева, Е.В. Голубева — История развития межрегиональной языковой политики в СССР: роль русского языка в решении национального вопроса	115
Сюй Вэй, Ван Готуань, А.А. Смирная, Чжан Шэньинь (автор, ответственный за переписку) — История китайско-советского обмена в спортивном образовании.....	122
Х. Ашлар — Творческий путь Касымалы Баялинова и художественный анализ его повести «Ажар»	135

СООБЩЕНИЯ

Л.А. Буровкина — Развитие отечественной историко-педагогической науки и поиск мировоззренческих и методологических оснований для исследовательской практики изучения прошлого	140
Т.В. Погодина, О.Е. Устинова, Т.В. Мужжавлева, Н.Л. Удальцова — Развитие предпринимательства на промышленном рынке: исторические аспекты и современные тенденции	147
Е.В. Лукина, Н.М. Семенюк, Д.А. Семёнова, О.И. Бадулина, М.М. Борисова, Н.А. Муртазина — Исторический анализ отраслевого становления педагогической психологии.....	161
Е.В. Полицинская, В.Г. Лизунков, Е.Ю. Ягова, Т.П. Люсева — Особенности трансформации образовательных процессов в высшей школе после Болонского соглашения (2003 г. — н.в.)	167

МЕЖДУНАРОДНОЕ НАУЧНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО

М. Башчилар, Б. Услу-Ак, Дж. Каракайя — Историческая перспектива детского труда в Турции как основной предмет изучения социальных дисциплин.....	180
---	-----

Саба Нуман Рашид — Законные права работников, подвергшихся тепловому удару и производственной травме: история вопроса.....	198
Кумеди Джаафар, Агус Херманто, Ганди Лиорба Индра, Хойруддин Насутион — Создание экологической среды домохозяйств в условиях пандемии COVID-19 в контексте правовой концепции Макасид аш-Шариа	210
Л.М. Альмомани, Н. Халяльших, Х. Аль-Дреаби, Л. Аль-Хайяри, Р. Аль-Кураан — Влияние дистанционного обучения на навыки самостоятельного обучения студентов и их мотивацию в условиях пандемии COVID-19	222

НАРОДЫ РОССИИ

Ю.М. Гусейнов — Трансформация роли кумыкской женщины в динамично развивающихся общественно-экономических формациях (вторая половина XIX — первая половина XX в.)	237
И.Н. Колесников, К.В. Каспарян, Т.В. Мухортова, Е.М. Шевченко — Исламские общины Северной Осетии и советские административные структуры: специфика взаимоотношений в 1920—1991 гг.	244

ИСТОРИЯ И ПРАВО

Т.Я. Хабриева — Технологические революции и их проекция в праве.....	256
---	-----

ИСТОРИОГРАФИЯ

Ю.А. Борисенок — Основные тенденции развития современной белорусской историографии (на примере польской проблематики XX в.)	271
Р.С. Айриян, А.В. Лепков — Американская и отечественная историография курдского вопроса в конце XX — начале XXI в.	279

Развитие предпринимательства на промышленном рынке: исторические аспекты и современные тенденции

Т.В. Погодина, О.Е. Устинова, Т.В. Мужжавлева,
Н.Л. Удальцова

Аннотация. В статье рассматриваются исторические и современные тенденции поведения предпринимателей на рынке промышленных товаров в условиях трансформационных процессов на примере российской экономики. На основе изучения исторических аспектов и современных направлений развития предпринимательства выявлены институциональные факторы, влияющие на предпринимательские намерения. Исследована роль различных отраслей промышленности в становлении и переходе к более высоким технологическим укладам. Изучены преимущества российских металлургических предприятий с позиции развития предпринимательства.

Ключевые слова: предпринимательство, промышленные рынки, предпринимательские намерения, технологическое развитие.

Abstract. The purpose of the work is to identify historical trends and current trends in the behavior of entrepreneurs in the market of industrial goods in the conditions of transformational processes on the example of the Russian economy. Based on the study of historical aspects and modern directions of entrepreneurship development, the article identifies institutional factors influencing entrepreneurial intentions. The role of various industries in the formation and transition to higher technological structures is investigated. The article examines the advantages of Russian metallurgical enterprises from the perspective of entrepreneurship development.

Key words: entrepreneurship, industrial markets, entrepreneurial intentions, technological development.

В настоящее время предпринимательство и инновации признаны одними из ключевых элементов процесса экономического развития и жизненно важными для способности национальной экономики поддерживать конкурентоспособность. Заинтересованность правительства в предпринимательстве и инновациях обусловлена желанием сохранить экономический рост и создание рабочих мест. Глобальный финансовый кризис (GFC) 2007—2009 гг., как и Великая депрессия 1929—1939 гг., затронул большинство экономик мира, вызвав отрицательный рост ВВП, высокий уровень безработицы, крах компаний и банкротство банков. Наряду с этим, общей тенденцией рубежа XX—XXI вв. стало неуклонное снижение полной занятости в крупных организациях, замена новыми рабочими

местами, создаваемыми самозанятыми, малыми предприятиями, быстро-растущими компаниями.

Другим важным фактором, влияющим на развитие предпринимательства и инновационную деятельность, является Четвертая промышленная революция, или Индустрия 4.0, включающая конвергенцию ряда цифровых технологий в том числе искусственный интеллект (AI), машинное обучение, Интернет вещей (IoT), облачные вычисления, большие данные, блокчейн и др. Эта технологическая революция оказывает серьезное влияние на рынки труда и создает риски для значительного количества рабочих мест.

Важнейшую роль в ответной реакции на потенциальную потерю рабочих мест могут взять на себя развитие предпринимательства и инновации. Не только предпринимательская деятельность, но и долгосрочный экономический рост мировых экономик находятся в сильной зависимости от инноваций в промышленности. Предпринимательские фирмы вносят свой вклад в экономику с точки зрения экономического обновления и позволяют людям войти в общественное и экономическое русло.

По данным Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), предпринимательство и инновации являются важными инструментами для решения многих социальных и экономических проблем в мире. Так, политика по укреплению предпринимательства и увеличению инновационных возможностей малого и среднего предпринимательства (МСП) должна быть одним из основных направлений государственных инновационных стратегий. Кроме того, правительству следует нацелить МСП и предпринимательство как основной потенциальный источник новых рабочих мест в период выхода из рецессии¹. Экономический анализ показывает, что существует сильная и позитивная взаимосвязь между

Погодина Татьяна Витальевна — профессор Департамента финансового и инвестиционного менеджмента Факультета «Высшая школа управления», Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. E-mail: TPogodina@fa.ru; *Устинова Ольга Евгеньевна* — доцент Департамента менеджмента и инноваций Факультета «Высшая школа управления», Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. E-mail: oeustinova@fa.ru; *Мужжжавлева Татьяна Викторовна* — профессор кафедры экономической теории и международных экономических отношений, Чувашский государственный университет им. И.Н. Ульянова. E-mail: csaprdom@mail.ru; *Удальцова Наталья Леонидовна* — доцент Департамента менеджмента и инноваций Факультета «Высшая школа управления», Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. E-mail: NLUdaltsova@fa.ru.

Pogodina Tatiana V. — professor of the Department of Financial and Investment Management Faculty of Higher School of Management, Financial University under the Government of the Russian Federation. E-mail: TPogodina@fa.ru; *Ustinova Olga E.* — associate professor of the Management and Innovation Department, Faculty of Higher School of Management, Financial University under the Government of the Russian Federation. E-mail: oeustinova@fa.ru; *Muzhzhavleva Tatiana V.* — professor in the Department of Economic Theory and International Economic Relations, I.N. Ulianov Chuvash State University. E-mail: csaprdom@mail.ru; *Udaltsova Natalya L.* — associate professor of the Management and Innovation Department, Faculty of Higher School of Management, Financial University under the Government of the Russian Federation. E-mail: NLUdaltsova@fa.ru.

уровнями национальных инвестиций в НИОКР и количеством патентов, генерируемых в экономике, а также уровнем экономического роста и роста занятости ². Предпринимательство выступает как стратегический процесс, начинающийся на индивидуальном уровне и переходящий через организационный уровень в макросреду. Предпринимательство присутствует во всех секторах и во всех организациях. Большинство (70%) новых предприятий предоставляют продукты и услуги на конкурентных существующих рынках с относительно зрелыми технологиями, в то время как 7% новых предпринимателей в случае успеха создают новую рыночную нишу ³.

Методологическая основа исследования включает теории потребительского поведения, стратегического менеджмента, технологизации управления и цифровизации бизнес-моделей. В качестве ведущего метода в статье использован сравнительный анализ, позволивший исследовать критерии и методы формирования наиболее крупных корпораций России. Логический и исторический методы исследования позволили выявить эволюцию ключевых критериев сегментации промышленных компаний. Совместно с коэффициентным и статистическим анализом исследована динамика ключевых показателей промышленного развития России.

С помощью сравнительного анализа выделены сильные и слабые стороны промышленных компаний России по сравнению с другими странами в инновационно-технологическом развитии как важнейший критерий привлечения клиентов к приобретению и использованию товаров производственного назначения. На основе структурного метода выделены методы и инструменты сегментации потребителей в условиях трансформации российской экономики на рынке промышленных товаров.

Исторические аспекты исследования сущности и роли предпринимательства исследованы в мировой экономической литературе. Известно, что предприниматели играют как минимум пять ключевых ролей в экономике ⁴:

- *разрушитель (disrupter)* — предприниматели ищут возможности нарушить рыночное равновесие путем внедрения новых продуктов, процессов и методов маркетинга, выступающих как ключевой фактор инноваций;

- *выявление возможности* — предприниматели обладают настроенностью ⁵, чтобы определить коммерческие возможности, а затем взять на себя задачу вывести их на рынок;

- *рисковый* — предприниматели предполагают готовность создавать новые возможности, которые являются рискованными;

- *переключатель ресурсов* — предприниматели повышают производительность в экономике, определяя новые способы комбинирования ресурсов для достижения превосходного роста и создания богатства ⁶;

- *инноватор-прорыв* — предприниматели, занимающиеся подрывными рыночными инновациями, могут возглавить процесс достижения новых прорывов в технологиях, бизнесе или маркетинговых подходах ⁷.

Рост интереса к предпринимательскому поведению можно проследить до 1970-х гг., когда многие промышленно развитые страны мира

начали испытывать серьезные изменения в своем экономическом состоянии⁸. Новые технологии и укрепление стран-конкурентов, таких как Япония, привели к упадку традиционных обрабатывающих производств во всем развитом мире. Это сокращение в производственном секторе сопровождалось ростом в секторе услуг, в котором было занято большинство рабочих в постиндустриальных экономиках. Многие крупные фирмы начали передавать услуги на аутсорсинг или субподряд более мелким компаниям, и этот процесс ускорился в 1990-х гг. Выкуп управляющих компаний стал более распространенным явлением в корпоративном секторе, как и желание многих сотрудников иметь большую независимость и гибкость в работе. Появление новых информационных технологий с 1980-х гг. также способствовало росту предпринимательства⁹.

Как отмечалось выше, темпы технологических изменений и их способность разрушать существующие отрасли, потенциально уничтожая множество рабочих мест, и создавать возможности для новых отраслей и предприятий являются наиболее значимыми¹⁰.

Уровень предпринимательской активности во всем мире можно измерить в рамках глобального исследования, которое показывает, что 43% взрослого населения, опрошенного в 54 странах, считают, что они нашли хорошие возможности для открытия нового бизнеса в течение следующих шести месяцев. Кроме того, около 70% опрошенных в этих странах высоко оценили роль предпринимателей¹¹. Это варьируется в зависимости от региона: жители Северной Америки более склонны, нежели европейцы, рассматривать самостоятельную занятость или создание новых предприятий как привлекательный вариант карьеры¹². В целом предприниматели получают больше удовлетворения от своей работы, чем люди, которые работают на других. Было также установлено, что самозанятые люди более удовлетворены своей работой¹³.

Ежегодное исследование Глобального мониторинга предпринимательства (Global Entrepreneurship Monitor, GEM) отслеживает уровень предпринимательской активности в 54 странах. Оно классифицирует страны на три типа:

- *факторно-ориентированная экономика* — группа развивающихся стран, в которых большая часть производственной деятельности сосредоточена в сельском хозяйстве, в основном среди сельского населения с высоким уровнем натурального хозяйства;

- *экономика, ориентированная на эффективность* — группа стран, имеющих высокий уровень индустриализации и сильно зависящих от производства в масштабных отраслях;

- *инновационная экономика* — группа стран, имеющих постиндустриальную отраслевую базу, которая больше ориентирована на услуги и наукоемкие предприятия с высоким уровнем инвестиций в НИОКР и инноваций.

В рамках факторно-ориентированной экономики акцент в государственной политике сосредоточен на создании условий, способствующих росту устойчивого бизнеса, с инвестициями в базовое образование и здравоохранение¹⁴. В подобных условиях две трети взрослого населения трудоспособного возраста считают, что предпринимательство яв-

ляется хорошим выбором карьеры, при этом аналогичная доля заявляет, что предприниматели привлекают к себе значительное внимание средств массовой информации. Еще больше людей высоко оценивают эту деятельность: почти три четверти заявляют, что предприниматели имеют высокий статус в своих обществах. Эти результаты показывают, что предприниматели заметны и уважаемы и считаются имеющими хорошую карьеру¹⁵.

В странах, ориентированных на эффективность, акцент смещается на поощрение экономики благодаря масштабу и производительности труда. Как и в предыдущем случае, две трети опрошенных считают, что предпринимательство — хороший выбор карьеры. Однако два других показателя ниже, чем в странах с факторной экономикой. Это говорит о том, что по сравнению с экономикой, управляемой факторами, люди считают, что это хороший вариант работы, даже если предприниматели немного менее заметны и несколько менее уважаемы, чем в мире, управляемом факторами.

Страны, ориентированные на инновации, требуют поддержки для разработки новых продуктов и доступа к рынкам. Эта группа показывает третью модель восприятия предпринимательства. Представители трудоспособного возраста примерно так же склонны думать, что предприниматели имеют высокий статус и положительно представлены в средствах массовой информации, чем представители группы, ориентированной на эффективность. Однако немногим более половины считают начало бизнеса хорошим выбором карьеры. Здесь подразумевается, что другие варианты могут быть более привлекательными, даже если предприниматели получают разумное количество уважения и внимания.

Особый интерес для правительств вызывает способность предпринимательских фирм достигать высоких темпов роста. ОЭСР определяет быстрорастущие фирмы как все предприятия со средним ростом более 20% в год в течение трехлетнего периода и с большим количеством сотрудников, чем в начале периода наблюдения. Таким образом, рост измеряется количеством сотрудников и оборотом. Такие фирмы часто называют газелями, если они не только имеют высокие темпы роста, но и моложе пяти лет. В 1990-е гг. около 4% компаний в США были газелями, и темпы роста продаж превышали 20% в год. Такие быстрорастущие фирмы редки в большинстве стран и более рискованны, чем другие небольшие фирмы, поскольку они полагаются на очень новаторские и ненадежные проекты. Их вклад в экономический рост противоречив и неоднозначен.

В поле интересов многих исследователей по предпринимательству находится один из важных вопросов: почему одни люди становятся предпринимателями, а другие — нет? Поскольку предпринимательские намерения выступают как начальное звено предпринимательского процесса, позволяющего предсказать предпринимательское поведение индивида, они находятся в центре внимания многих ученых. Так, положения теории планового поведения выявляют связь между реальной деятельностью индивидов и их предпринимательскими намерениями.

Специалистами А. Шаперо и Л. Сокол¹⁶ была предложена модель предпринимательского события (Entrepreneurial Event Model, EEM), в со-

ответствии с которой предпринимательские намерения являются продуктом следующих показателей: индивидуального восприятия желательности и восприятия осуществимости и склонности человека действовать в соответствии с возможностями. Вместе с тем указанные выше модели предпринимательских намерений имеют общие черты: так, способность индивида осуществлять предпринимательскую деятельность целесообразно соотносить с такими понятиями, как воспринимаемый контроль над поведением и «возможность» предпринимательского поведения. Также следует отметить сравнимость понятий «отношение к предпринимательскому поведению» и «субъективные нормы» с «желательностью» предпринимательского поведения. Тем не менее К. Шлегель и М. Кениг утверждают, что обе модели предпринимательских намерений довольно хорошо объясняют фактическое предпринимательское поведение индивида¹⁷.

Однако некоторые авторы утверждают, что связь между намерениями и действиями является достаточно слабой. Так, существующие исследования свидетельствуют о приблизительно 30% вариации результирующего показателя (вовлечение в фактические действия), объясняющих наличие восприятия желательности (ценностей) и восприятия осуществимости. Подобные результаты указывают на ситуативную природу трансформации намерений в реальные действия и о существовании факторов, выступающих катализаторами данного процесса. В соответствии с концепцией «встроенности» на поведение индивида существенное влияние оказывает сформированная система социальных отношений, а также контекст включенных в нее. Из этого следует, что вероятность перехода от намерений к реальным действиям индивида по организации бизнеса может зависеть от особенностей его окружения.

Некоторые исследователи рассматривают предпринимательские намерения в качестве конкретных действий индивида, направленных на создание нового бизнеса¹⁸.

Подводя итог, можно сказать, что теории и исследования, лежащие в основе изучения предпринимательского намерения, подчеркивают, почему предпринимательское намерение важно для понимания поведения предпринимателей. Поскольку предпринимательское поведение, как правило, является целенаправленной деятельностью, намерение имеет значение. Однако, несмотря на то что существует широкий спектр форм поведения, связанных с открытием бизнеса (например, формирование команды, мобилизация ресурсов), в литературе о предпринимательских намерениях основное внимание уделяется их роли в объяснении узкого диапазона предпринимательского поведения, такого как начало деятельности, бизнес. Учитывая изложенное, можно утверждать, что предпринимательское намерение представляет собой определенное состояние индивида, направляющего его внимание, опыт и действия на достижение поставленных целей в части создания новой фирмы или новых ценностей в существующей организации.

На предпринимательские намерения влияют как формальные, так и неформальные институциональные факторы (рис. 1).

К формальным факторам относятся организационные факторы, корпоративное (предпринимательское) образование и формы государствен-

ной и негосударственной поддержки, оказывающие влияние на намерения. Рассмотрим две альтернативные ситуации: рабочую среду, которая поддерживает инновации, творчество и личностное развитие и способствует появлению у некоторых сотрудников чувства удовлетворения от работы, и, напротив, рабочую среду, которая подавляет инновации и творчество и приводит к низкому чувству удовлетворенности работой. Связан ли один из этих контекстов с повышением предпринимательской активности, или оба этих контекста усиливают предпринимательские намерения? Организационный контекст может обеспечить доступ к информации, который сигнализирует о возможностях; может повысить самооффективность, предоставляя возможности в определенных организационных ролях (например, в ролях, ориентированных на клиента), и может способствовать развитию сетей. Напротив, условия работы, препятствующие инновациям, также могут оказаться катализаторами для усиления предпринимательских намерений²⁰.

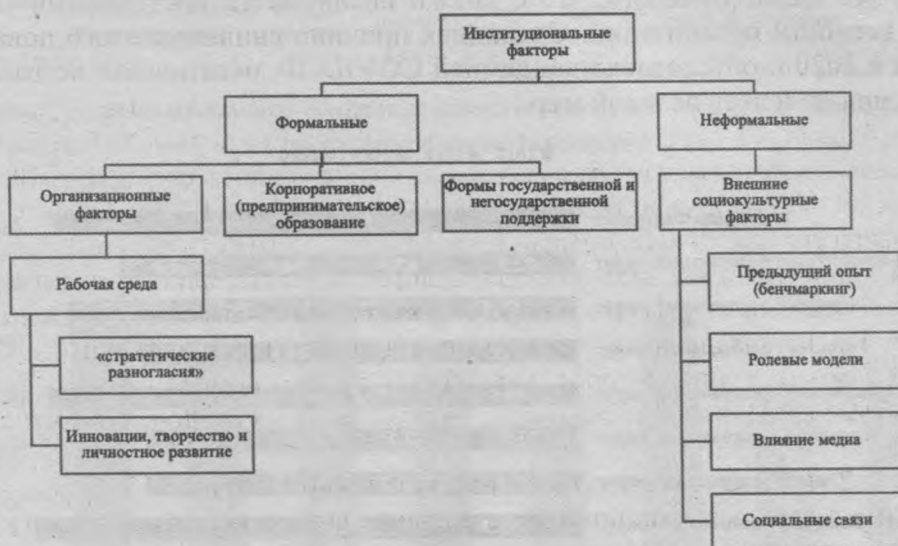


Рис. 1. Институциональные факторы, влияющие на предпринимательские намерения¹⁹

Среди факторов внешней среды, влияющих на предпринимательские намерения, также следует отметить социальные связи, влияние средств массовой информации, образование в сфере предпринимательства, поддержку²¹.

Корпоративное образование преследует несколько целей, включая развитие предпринимательских намерений, которые приведут к предпринимательскому поведению. Таким образом, исследователи в области предпринимательского образования изучили, как образовательные вмешательства могут привести к изменению предпринимательских намерений участников, поскольку они предполагают, что повышенное намерение ведет к усилению предпринимательского поведения. Обучение предпринимательству может способствовать развитию различных форм предпринимательского поведения и результатов, включая развитие навыков, знаний и отношения к предпринимательству, изменения (как по-

ложительные, так и отрицательные) в предпринимательском отношении и намерениях и открытие бизнеса.

Неформальные институциональные факторы подчеркивают важность внешних социокультурных факторов для предпринимательского процесса. Они могут влиять на оценку индивидуумом как желательности, так и осуществимости предпринимательства, и такое субъективное индивидуальное восприятие влияет на предпринимательскую активность.

Особое внимание следует уделить экономическим характеристикам, влияющим на формирование предпринимательских намерений, среди которых — уровень экономического развития страны, уровень занятости, конкуренция, степень налоговой нагрузки и др. Анализ макроэкономических показателей свидетельствует о наличии их влияния на фактические действия индивидов относительно создания своего бизнеса. На рис. 2 представлены данные коэффициента возникновения (рождаемости) организаций в Российской Федерации, а также в разрезе ее федеральных округов. Стоит отметить, что с 2017 г. наблюдается постепенный спад рождаемости организаций. Очевидная причина снижения этого показателя в 2020 г. обусловлена пандемией COVID-19, охвативший не только Россию, но и весь деловой мир.



Рис. 2. Динамика коэффициента возникновения (рождаемости) организаций в Российской Федерации ²²

Корреляционный анализ показателя размера внутреннего валового продукта на рождаемость организаций не выявил существенной зависимости и составил 0,3953. Вместе с тем другие показатели, наоборот, выявляют эту зависимость. Так, состояние конкурентной среды, в частности снижение уровня недобросовестной конкуренции (рис. 3), показывает существенную зависимость реального создания бизнеса от состояния конкуренции в целом по Российской Федерации и в частности в Центральном федеральном округе (0,8568 и 0,8594 соответственно). В остальных регионах наблюдается постепенное снижение этой зависимости, обусловленное отчасти количеством самих организаций, расположенных на той или иной территории.

Другой показатель — уровень занятости населения — свидетельствует о наличии такой зависимости практически на всей территории

Российской Федерации, включая ее федеральные округа (рис. 4). Наиболее высокий показатель наблюдается в Северо-Западном федеральном округе с коэффициентом 0,9697.

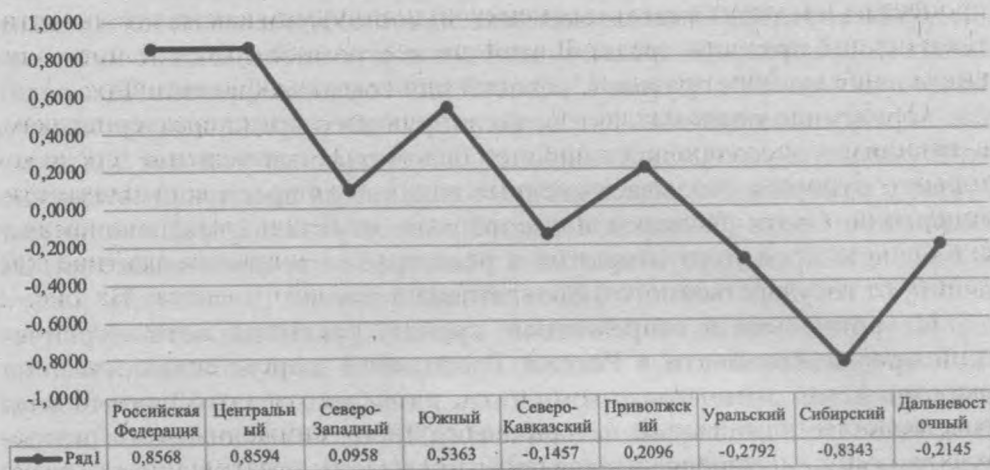


Рис. 3. Корреляционный анализ влияния состояния конкурентной среды на рождаемость организаций ²³

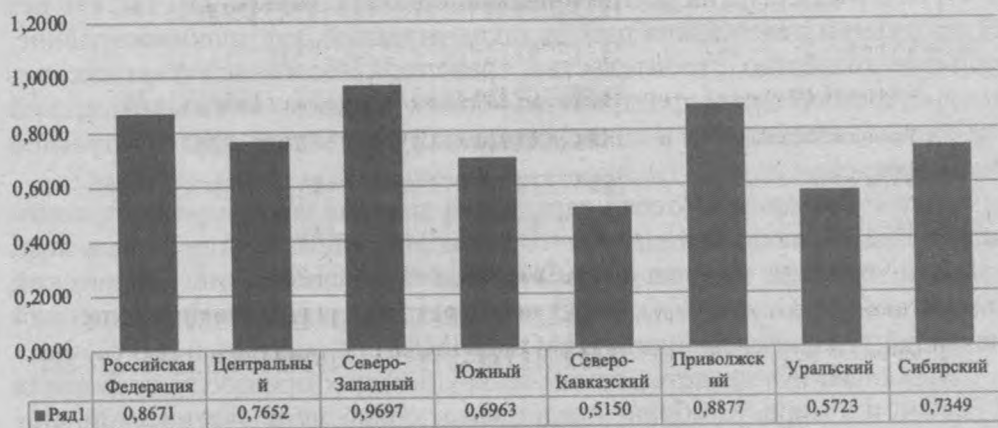


Рис. 4. Корреляционный анализ влияния уровня занятости на коэффициент рождаемости организаций ²⁴

Немаловажным фактором, оказывающим влияние на предпринимательские намерения и их воплощение в создании бизнеса, является степень налоговой нагрузки на деятельность будущих предпринимателей. Стоит отметить, что данный показатель в России по сравнению с другими странами находится на приемлемом уровне и позволяет предпринимателям осуществлять свою деятельность, выбирая наиболее благоприятные режимы налогообложения.

Предпринимательские экономические условия в стране могут влиять на создание новых фирм. В ходе исследования подтверждена как позитивная, так и негативная взаимосвязь между экономическим ростом и темпами развития предпринимательства. В странах с высоким уровнем дохода

отмечается позитивная корреляция между темпами развития предпринимательства и экономическим развитием, в то время как в странах с низким и средним уровнем дохода эти корреляции, как правило, являются отрицательными²⁵.

Любая предпринимательская деятельность осуществляется в рамках выстроенной правовой среды. В этой связи огромное значение имеет наличие необходимых правовых условий для создания бизнеса. Так, наличие нормативно-правовых актов, регулирующих предпринимательскую деятельность и создающих наиболее благоприятные условия для дальнейшего развития, оказывает внешнее влияние на предпринимательские намерения. Среди факторов целесообразно отметить упрощенную или ускоренную процедуру открытия и регистрации предпринимателей, их защиту от государственного бюрократизма и другие.

Исторические и современные тренды развития металлургической промышленности в России. Рассмотрим данную взаимосвязь на примере металлургического комплекса, развитие которого характеризуется наиболее длительным историческим трендом в России. Значительную динамику металлургическая промышленность получила при Петре I. В этот период открылись металлургические предприятия на Урале. С развитием металлургического производства Россия не только избавилась от импорта, но и стала крупнейшим производителем, экспортером железа и чугуна. Металлургия всегда являлась основой экономики, так как без ее продукции невозможна работа таких отраслей, как машиностроение, сельское хозяйство, строительство, транспорт, оборонный комплекс, освоение космического пространства. Таким образом, металлургический комплекс способствует и технологическому развитию других отраслей и комплексов.

Для современной России характерна высокая концентрация и доминирование крупных металлургических корпораций. Крупнейшими компаниями отрасли являются ПАО «Магнитогорский металлургический комбинат» (ПАО «ММК»), ПАО «Северсталь» и ПАО «Новолипецкий металлургический комбинат» (ПАО «НЛМК»).

ПАО «ММК» является одним из крупнейших производителей стали в России и в мире. Комбинат представляет собой металлургический комплекс с полным производственным циклом, от подготовки железорудного сырья до глубокой переработки черных металлов. ПАО «ММК» в 2019 г. обновило рекорд реализации оцинкованного проката, поставив в адрес потребителей свыше 1,3 млн т. Доля поставок ПАО «ММК» в видимом потреблении в России составила по итогам прошлого года 35% по оцинкованному прокату и 22% — по прокату с полимерным покрытием. В современных условиях компания осуществляет широкую диверсификацию рынков сбыта и максимально гибкую сбытовую политику, оперативно реагирующую на любые изменения конъюнктуры как внутренних, так и внешних рынков. Благоприятное географическое положение позволяет ПАО «ММК» с одинаковой эффективностью работать практически на всех экспортных рынках. В компании функционирует интернет-магазин, где можно приобретать металлопродукцию и прочую продукцию ее производства²⁶.

ПАО «Северсталь» — крупнейшая вертикально интегрированная горнодобывающая и сталелитейная компания. Она разделена на два сег-

мента: «Северсталь Российская Сталь» и «Северсталь Ресурс». Первый дивизион специализируется на листовом прокате с высокой добавленной стоимостью, а также на производстве метизной продукции, второй занимается управлением всеми горнодобывающими активами ПАО «Северсталь» в России и за рубежом. Основными рынками сбыта предприятия являются Россия и США, при этом дивизион «Северсталь Российская Сталь» экспортирует порядка 40% своей продукции во многие страны мира. Ассортимент закупаемых материалов и оборудования составляет около 150 тыс. номенклатурных позиций, из которых регулярно закупается около 40 тыс. номенклатур. Многие материалы, оборудование и услуги закупаются централизованно для нескольких активов группы компаний «Северсталь». База поставщиков, с которыми работает ПАО «Северсталь», насчитывает более 2 500 организаций ²⁷.

ПАО «Новолипецкий металлургический комбинат» — крупнейший в России производитель металлопродукции с высокой добавленной стоимостью, одна из самых эффективных металлургических компаний мира с активами в России, ЕС и США. Мощности по производству стали компании превышают 17 млн т в год. По уровню технической оснащенности НЛМК — лидер среди предприятий отрасли. 80% стали производится конвертерным способом, который является наиболее низкокзатратным и экологически чистым. В России НЛМК занимает около 18% (12 млн т стали в 2019 г.) в российском производстве стали ²⁸.

Основным потребителем продукции ПАО «НЛМК» в России является сектор строительства и инфраструктуры. Большая часть продукции поставляется на внутренний рынок (около 40%), около 17% — в Европу, оставшаяся часть — в США, Восточную Азию и на Ближний Восток.

Трансформация бизнес-процессов оказывает влияние на предпринимательское поведение на рынке промышленных товаров. Крупные металлургические компании России активно используют современные технологии в работе со своими поставщиками и клиентами. Наиболее активно металлургические компании используют цифровые технологии. В работу с клиентами и поставщиками активно проникают конференции, позволяющие осуществлять обмен информацией и обсуждение вопросов взаимодействия со стратегическими партнерами.

Инновационные тенденции деятельности российских промышленных компаний. Исторически именно промышленные компании задавали тренд в технологическом развитии и переходе к более высокому технологическому укладу. Первый технологический уклад, зародившись во второй половине XVIII в., основывался на развитии и механизации текстильной промышленности, второй — на железнодорожном транспорте и металлургической промышленности, третий — на машиностроении, четвертый — на автомобилестроении, пятый — на микроэлектронике, шестой — на нанотехнологиях и ядерной энергетике.

В процессе трансформации поведения потребителей важнейшим критерием сегментации потребителей на промышленных рынках выступает тип осуществляемых инноваций, среди которых приоритетное значение для взаимодействия с потребителями, поставщиками товаров и услуг имеют маркетинговые, организационные, технологические и экологические инновации. Рассмотрим динамику доли организаций, осу-

шествующих различные типы инноваций в промышленных компаниях, и представим результаты в табл. 1.

Таблица 1

**Динамика осуществления различных типов инноваций
в организациях в 2017—2019 гг. в России ²⁹**

Организации	2017 г.	2018 г.	2019 г.	Отклонение 2019 г. от 2017 г.
Объем инновационных товаров работ услуг в процентах к общему объ- ему отгруженной продукции, проценты				
Всего	7,2	6,5	5,3	-1,9
Добыча полезных ископа- емых	3,9	3,6	3,8	-0,9
Обрабатывающие произ- водства	8,6	7,7	7,7	-0,9
Доля организаций, осуществляющих технологические инновации, проценты				
Всего	20,8	19,8	21,6	0,8
Добыча полезных ископа- емых	9,5	9,0	9,7	0,2
Обрабатывающие произ- водства	28,8	27,9	28,0	-0,8
Уровень инновационной активности организаций, проценты				
Всего	14,6	12,8	9,1	
Добыча полезных ископа- емых	3,1	3,4	4,3	1,2
Обрабатывающие произ- водства	26,2	23,2	20,5	-5,7

К сожалению, промышленные компании России незначительно используют организационные, маркетинговые и экологические инновации — менее 3%. Наиболее активно осуществляются технологические инновации, что можно назвать ключевым мировым трендом современного развития промышленных компаний.

Однако в России доля инновационной продукции в 2019 г. составила менее 6%. Более того, по преобладающему количеству показателей инновационной деятельности в промышленных компаниях в 2017—2019 гг. отмечена отрицательная динамика, что свидетельствует о том, что критерий классификации предпринимательской активности по типу инноваций реально используется незначительно, несмотря на его высокую социально-экономическую значимость для национальной экономики в целом, обеспечения высоких темпов развития промышленного сектора экономики России и достижения глобального лидерства.

Качественные изменения в процессах производства и потребления товаров, сегментации потребителей на промышленных рынках включают интеллектуализацию, технологизацию, сервисизацию, экологизацию,

этичность, конкуренцию, целеполагание, этичность, территориальность и виртуальность.

В результате анализа определено, что исторически именно промышленные компании задавали тренд в технологическом развитии и способствовали переходу к более высокому технологическому укладу. Следовательно, именно промышленный комплекс является ключевым звеном стимулирования развития национальной экономики и предпринимательства.

Однако промышленному комплексу России нужны поддержка и механизмы стимулирования предпринимательской активности в инновационной сфере. Наиболее активно осуществляются технологические инновации, что можно назвать ключевым мировым трендом современного развития промышленных компаний. В то же время не менее важное значение имеют организационные, маркетинговые и экологические инновации, которые пока не распространены у российских производителей промышленной продукции.

Примечания

1. OECD. SMEs, Entrepreneurship and Innovation. Paris: Organisation for Economic Cooperation and Development. 2010.
2. Ibidem.
3. HINDLE K., RUSHWORTH S. GEM — Global Entrepreneurship Monitor, a Study of Australian Entrepreneurship in 2003, Westpac GEM. Australia. 2004.
4. OECD. SMEs, Entrepreneurship and Innovation...
5. KIRZNER I. Entrepreneurial Discovery and the Competitive Market Process: An Austrian Approach. — Journal of Economic Literature. 1997. No. 35 (1), p. 60—85.
6. DRUCKER P. Innovation and Entrepreneurship. Oxford. 1985.
7. BAUMOL W.J. Entrepreneurship in Economic Theory. — American Economic Review. 1968. No. 58 (2), p. 64—71.
8. GIBB A. The Enterprise Culture: Threat or Opportunity? — Management Decision, 1988. No. 26 (4), 5—12.
9. DRUCKER P. The Discipline of Innovation. — Harvard Business Review. 2002. No. 80 (8), p. 95—106.
10. SCHWAB K. The Fourth Industrial Revolution. London: Portfolio Penguin. 2016; URL: www.weforum.org
11. GEM. Global Entrepreneurship Monitor: Global Report 2017/18. Regents Park, London: Global Entrepreneurship Research Association (GERA), London Business School. 2018.
12. KURATKO D., HODGETTS R. Entrepreneurship: Theory, Process, Practice (6th ed.). Thomson South-Western: Mason Ohio. 2004.
13. HINDLE K., RUSHWORTH S. Op. cit.
14. BOSMA N., & LEVIE J. Global Entrepreneurship Monitor: 2009 Executive Report. Babson Park/Santiago: Babson College and Universidad del Desarrollo. 2010.
15. KELLEY D., SINGER S., HERRINGTON M. GEM 2015/16 Global Report, GEM Global Entrepreneurship Monitor, Babson College, Universidad del Desarrollo, Universiti Tun Abdul Razak, Tecnológico de Monterrey, International Council for Small Business (ICSB): GEM Consortium. 2016.
16. SHAPERO A., SOKOL L. The Social Dimensions of Entrepreneurship. In: Encyclopaedia of Entrepreneurship, ed. C. Kent, L. Sexton, and K. Vesper, 72—90. Englewood Cliffs: Prentice Hall. 1982.
17. KRUEGER NORRIS F. JR., REILLY M.D., CARSRUD A.L. Competing Models of Entrepreneurial Intentions. — Journal of Business Venturing. 2000. No. 15(5—6): 411—432; SCHLAEGEL C., KOENIG M. Determinants of Entrepreneurial Intent: A Meta-Analytic Test

- and Integration of Competing Models. — *Entrepreneurship Theory and Practice*. Vol. 38 (2), p. 291—332.
18. GRANOVETTER M. Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. — *American Journal of Sociology*. 1985. Vol. 91 (November), p. 481—510; FINI R., GRIMALDI R., SOBRERO M. Factors Fostering Academics to Start up New Ventures: an Assessment of Italian Founders' Incentives. — *Journal of Technology Transfer*. 2009.
 19. Составлено авторами на основе: DOUGLAS E.J., SHEPHERD D.A. Self-Employment as a Career Choice: Attitudes, Entrepreneurial Intentions, and Utility Maximization. — *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2002. No. 26 (3), p. 81—90.
 20. AUDIA P.G., CHRISTOPHER I., RIDER C.I. A Garage and an Idea: What More Does an Entrepreneur Need? — *California Management Review*. 2005. No. 48 (1), p. 6—28.
 21. RAIJMAN R. Determinants of Entrepreneurial Intentions: Mexican Immigrants in Chicago. — *Journal of Socio-Economics*. 2001. Vol. 30. No. 5, p. 393—411; BOYLE R., MAGOR M. A Nation of Entrepreneurs? Television Social Change and the Rise of the Entrepreneur. — *International Journal of Media and Cultural Politics*. 2008. Vol. 4. No. 2, p. 125—144.
 22. Составлено авторами на основе данных Росстата: URL: <https://online.gks.ru/online/>
 23. Составлено авторами на основе данных Росстата: URL: <https://online.gks.ru/online/>
 24. Составлено авторами на основе данных Росстата: URL: <https://online.gks.ru/online/>
 25. ALDRICH H., FIOLE C. Many Are Called, but Few Are Chosen: an Evolutionary Perspective for the Study of Entrepreneurship. — *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2001. Vol. 25, p. 41—57.
 26. URL: <http://mmk.ru/about/>
 27. URL: <https://www.severstal.com/rus/about/>
 28. URL: <https://lipetsk.nlmk.com/ru/about/>
 29. Разработано авторами на основе данных Росстата: URL: <https://online.gks.ru/online/>