

На правах рукописи



Ильин Андрей Борисович

**ВЛИЯНИЕ ГЛОБАЛЬНЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР
В СФЕРЕ ЗРЕЛИЩНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
НА РАЗВИТИЕ НАЦИОНАЛЬНЫХ ЭКОНОМИК**

Специальность: 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством
(экономика предпринимательства)

Автореферат диссертации на соискание ученой степени
доктора экономических наук

Москва – 2021

Работа выполнена на кафедре инновационного предпринимательства федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Московский государственный технический университет имени Н.Э. Баумана (национальный исследовательский университет)»

Научный консультант доктор экономических наук, доцент
Абаев Алан Лазаревич

Официальные оппоненты: **Каленская Наталья Валерьевна**
доктор экономических наук, профессор,
ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский)
федеральный университет»,
заведующий кафедрой маркетинга
института управления, экономики и
финансов

Дашков Леонид Павлович
доктор экономических наук, профессор,
АНОО ВО Центросоюза Российской
Федерации «Российский университет
кооперации»,
профессор кафедры менеджмента и
торгового дела

Решетов Константин Юрьевич
доктор экономических наук, доцент,
АНО ВО «Национальный институт
бизнеса»,
заведующий кафедрой финансов и
бухгалтерского учета

Ведущая организация образовательное учреждение профсоюзов
высшего образования «Академия труда и
социальных отношений»

Защита состоится 02 марта 2022 г. в 13:30 на заседании диссертационного совета Д 212.196.13 на базе ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова» по адресу: 117997 г. Москва, Стремянный переулок, дом 36, корпус 3, ауд. 353.

С диссертацией можно ознакомиться в Научно-информационном библиотечном центре имени академика Л.И. Абалкина ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова» по адресу: 117997, Москва, ул. Зацепа, д. 43 и на сайте организации: <http://ords.rea.ru/>

Автореферат разослан «___» _____ 202_ г.

Ученый секретарь

диссертационного совета Д 212.196.13,
кандидат экономических наук, доцент



Ирина Владимировна Шарова

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Развитие предпринимательства в России связано с использованием различных возможностей и сфер приложения предпринимательской активности для получения предпринимательского дохода. Мотивирующие факторы могут действовать изнутри экономики: государственная система поддержки, инвестиционный климат, изменения налогового законодательства и т. п. При этом существующая система законодательства в Российской Федерации (в частности, Федеральный закон от 26 июля 2019 г. № 245-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации») содержит указания лишь для небольшой части важного экономического сегмента предпринимательства, например для социальных предприятий.

Кроме того, с 2000-х годов российское предпринимательство начинает ощущать воздействие крупных международных предпринимательских структур в сфере зрелищного предпринимательства, которые готовы использовать национальный рынок для продвижения уникальных услуг через привлечение ресурсов предпринимательской активности для своего глобального развития. С одной стороны, наблюдается рост валового регионального продукта в тех регионах, где создаются подобные предпринимательские структуры. Иностранные инвестиции способствуют внедрению новых технологий, выпуску новых видов продукции, реализации накопленного зарубежного опыта. С другой стороны, национальные ресурсы, которые могли бы быть использованы российскими предпринимательскими структурами, экономически эксплуатируются глобальными предпринимательскими структурами. Как следствие, происходит экспансия зрелищного сектора национальных экономик иностранными франшизами, усиление экономической зависимости российских предпринимательских структур, перераспределение ресурсов в пользу международных предпринимательских структур. В российской практике по-прежнему отсутствуют самостоятельно выработанные бизнес-модели управления собственным бизнесом, предприниматели ориентируются на зарубежную экономическую конъюнктуру, которая, в большинстве случаев, не способна имплементироваться в современные реалии российской экономики. Это обосновывает проблему исследования и создает прецедент для постановки вопроса о разработке национальных бизнес-моделей и концепций развития глобальных предпринимательских структур регионального типа в сфере зрелищного предпринимательства.

Развитию глобальных предпринимательских структур способствует спрос потребителей на уникальные мероприятия предпринимательских структур зрелищного предпринимательства. Трансформация экономики, компетенций, пространственного и временного континуума привели к индивидуальной персонализации и клиентоориентированности бизнес-результатов предпринимательских структур по производству товаров, выполнению работ, оказанию услуг. При этом в реализации зрелищных мероприятий на уровне национальных экономик принимает участие не только общество, но и

государство с целью поддержания и накопления политического имиджа национальной экономики (например, строительство «Сочи Автодром» за счет бюджетных средств с целью организации зрелищного мероприятия глобальной предпринимательской структуры «Формула-1»). Однако механизмы взаимодействия глобальных предпринимательских структур с руководством национальных экономик до конца не исследованы и не проработаны.

Взаимосвязи и противоречия между функциональным назначением национальной экономики, которое выражается в поддержании собственного устойчивого роста, и бизнес-результатами предпринимательских структур, которыми выступают обеспечение условий для продолжения собственного устойчивого развития и накопление предпринимательского дохода, ставят перед исследователями новые задачи по определению степени влияния глобальных предпринимательских структур на развитие национальных экономик. Кроме того, отнесение глобальных предпринимательских структур в особый класс предпринимательских структур ранее не было осуществлено, а зрелищное предпринимательство не было выделено в самостоятельную категорию видов предпринимательской деятельности, что и определило актуальность данного исследования.

Степень научной разработанности проблемы. Методология и теоретические аспекты глобализации предпринимательских структур по масштабу предпринимательской деятельности были рассмотрены ранее в трудах Б. Бади, Р. Вернона, Дж. Даннинга, В. П. Колесова, Н. И. Кондратьева, Т. Левитта, Дж. У Лу, А. Г. Марининой, Д. Ж. Марковича, О. Ю. Мичуриной, М. Н. Осьмовой, Ю. К. Перского, В. В. Перской, К. Поланьи, О. В. Сагиновой, Т. В. Цукановой, В. И. Черенкова, Х. Этамада. В их работах предпринимательские структуры рассматриваются через призму процессов глобализации и интернационализации как стратегии деятельности предпринимательских структур, но не выделяются в особый класс глобальных предпринимательских структур.

Теоретические подходы к типологии крупных предпринимательских структур представлены такими авторами, как С. Н. Дилигул, С. А. Дятлов, Ж.-П. Жаннэ, В. П. Марьяненко, С. Паливода, Н. Н. Попович, Ю. В. Семёнова, А. К. Субботин, Лю Сяомэй, А. А. Хорошавин, Д. Хэннесси. Все они сводятся к классификации международных предпринимательских структур на транснациональные корпорации и международные компании. Однако в отечественной и зарубежной литературе отсутствует выделение класса глобальных предпринимательских структур как особого типа организаций.

Направления воздействия предпринимательских структур на национальные экономики определяли такие авторы как: О. В. Братимов, А. В. Бузгалин, О. Н. Быкова, Ю. М. Горский, М. Г. Делягин, У. Деминг, С. И. Долгов, А. И. Колганов, Д. Медоуз, М. Пенг, К. Ю. Решетов, В. Р. Скотт, В. А. Умнов и другие. Они исследовали, как правило, институциональные условия для глобализации национальных компаний, но никто из них не определял воздействие на национальные экономики именно глобальных

предпринимательских структур, поскольку до настоящего времени они не были выделены в особый класс предпринимательских структур.

Принципы формирования бизнес-моделей сформулированы ранее О. Гассманом, М. Н. Дудиным, Г. Линцем, Н. В. Лясниковым, Г. Мюллер-Стивенсом, А. Остервальдером, Е. Петровым, И. Пинье, Ю. Б. Рубиным, К. Франкенбергером, П. Хейгом, А. Циммерманом, М. Шиком. Данные принципы базируются на ценностном предложении и внутренней среде предпринимательской структуры. Однако авторы не рассматривают характерную для глобальных предпринимательских структур бизнес-модель ресурсного донорства.

Зрелищное предпринимательство рассматривается большинством авторов не как отдельная отрасль предпринимательской деятельности и не с точки зрения экономических процессов, а с точки зрения поведенческой экономики. Виды зрелищности и ее особенности рассматривали ранее такие авторы, как А. Л. Абаев, С. В. Алтухов, Г. А. Бунич, Дж. Гилмор, А. А. Гончарик, Л. П. Дашков, Н. В. Каленская, В. А. Леднев, С. А. Лочан, Л. Н. Орлова, Дж. Пайн, Р. Талер, О. Н. Терлеева, В. С. Шкарина, Дж. Элленберг. Генезис децентрализации глобальных предпринимательских структур, а также деятельность национальных предпринимательских структур в области зрелищного предпринимательства ранее не были представлены в научной литературе. Поскольку объемы деятельности зрелищного предпринимательства становятся все масштабнее, возникает необходимость рассмотреть степень влияния данной отрасли на развитие национальных экономик.

Научная гипотеза исследования заключается в предположении о том, что проникновение глобальных предпринимательских структур в национальные экономики посредством проведения глобальных масштабных уникальных зрелищных мероприятий влияет на развитие национальных экономик за счет мультипликации предпринимательских фрактальных связей глобальных, национальных и локальных предпринимательских структур посредством вовлечения региональных структур в сферу своего влияния.

Цель и основные задачи исследования. Целью исследования является решение крупной народнохозяйственной проблемы на основе формирования методологии выявления сущности, роли и места глобальных предпринимательских структур зрелищного предпринимательства и их влияния на национальные экономики (специфические механизмы масштабирования, использование донорских ресурсов как источников формирования предпринимательского дохода, механизмы снижения собственных предпринимательских рисков, интегрирование хозяйствующих субъектов малого и среднего бизнеса для решения задач собственного развития) и определения практических направлений использования потенциала глобальных предпринимательских структур в области зрелищного предпринимательства на примере регионов России.

В связи с многозначностью данного направления исследования автор счел необходимым сгруппировать **задачи**, благодаря решению которых будет

раскрыта структура, содержание и место глобальных предпринимательских структур в экономике предпринимательства в четыре группы:

- методологические;
- теоретические;
- методические;
- прикладные.

1. Методологические задачи:

- сформулировать методологические принципы определения сущности глобальных предпринимательских структур;
- предложить параметрический подход к выявлению специфики глобальных предпринимательских структур по сравнению с существующими и описанными в научных исследованиях типами крупных предпринимательских структур;
- обосновать методологический подход к экономическому донорству как способу ресурсной эксплуатации национальных экономик.

2. Теоретические задачи:

- определить теоретические принципы формирования бизнес-моделей глобальных предпринимательских структур, их взаимодействие и адаптивность к предпринимательским структурам национальных экономик;
- проанализировать и систематизировать причины преимущественного развития глобальных предпринимательских структур в сфере зрелищного предпринимательства;
- оценить предпринимательские риски, возникающие при взаимодействии глобальных предпринимательских структур с национальными и локальными предпринимательскими структурами.

3. Методические задачи:

- внести содержательные дополнения в категорию «структура капитала глобальных предпринимательских структур» в виде составляющей «донорский капитал»;
- сформулировать основные признаки децентрализации деятельности глобальных предпринимательских структур в отличие от других видов децентрализации (региональной, промышленной и других);
- выявить источники формирования предпринимательского дохода в глобальных предпринимательских структурах в категории «зрелищное предпринимательство».

4. Прикладные задачи:

- определить объективные и субъективные факторы, влияющие на развитие фрактальных отношений на уровне национальных экономик между предпринимательскими структурами в категории «зрелищное предпринимательство»;
- определить эффекты, возникающие при масштабировании уникальной бизнес-идеи «Формула-1» на уровне национальных и локальных предпринимательских структур и выявить предпринимательское и индустриальное ядро национального промоутера глобальной

предпринимательской структуры за счет формирования региональных предпринимательских кластеров.

Тезаурус и научный аппарат исследования: глобальные предпринимательские структуры; национальные предпринимательские структуры; локальные предпринимательские структуры; интернационализация бизнеса; глобализация бизнеса; национальная экономика; ресурсное донорство; предпринимательские риски (b2b, b2c, b2g, b2w); интрапренерская конкуренция; зрелищное предпринимательство; предпринимательская пластичность; предпринимательское ивент-ядро; ивент-бренд; уникальная бизнес-идея; имаджинер; технологические инновации; художественные инновации; инсайт-бренды; зрелищное мероприятие; донорский капитал; предпринимательский доход; децентрализация предпринимательских структур; фрактальные отношения I, II, III уровней / фрактальное развитие / фрактальные связи; предпринимательское ядро / индустриальное ядро; региональные предпринимательские кластеры; дестинация; национальный промоутер глобальной предпринимательской структуры; национальный оператор; мультипликационность эффектов; рефрешмент.

Объектом исследования выступают глобальные и национальные предпринимательские структуры в сфере зрелищного предпринимательства.

Предметом исследования являются организационно-управленческие отношения, возникающие в результате влияния на национальные экономики глобальных предпринимательских структур, работающих в категории «зрелищное предпринимательство».

Теоретическая, методологическая и эмпирическая база.

Теоретико-методологическую основу исследования составляют:

- существующие фундаментальные концепции формирования международных предпринимательских структур, их устойчивого развития, управления ими, проникновения на национальные предпринимательские рынки;
- общенаучный уровень методологии исследования основан на системном подходе, позволившем определить интеграционные взаимодействия между стейкхолдерами разных уровней;
- институциональный подход позволил глубинно изучить интернационализацию и экономическую глобализацию предпринимательства, выявить формальные и неформальные особенности взаимодействия глобальных предпринимательских структур с руководством национальных экономик;
- исторический уровень методологии исследования опирается на принципы генезиса, позволившие выявить коммерческий потенциал глобальных предпринимательских структур как за рубежом, так и при их проникновении в национальную экономику России;
- идиографический подход позволил интерпретировать деятельность национальных промоутеров глобальных предпринимательских структур в сфере зрелищного предпринимательства национальных экономик России, США, Германии, Сингапура, Китая, Азербайджана и других стран;

Для решения поставленной цели и задач использовались:

- теоретические методы систематизации, анализа и синтеза, конкретизации и обобщения, метод аналогий, сравнительный анализ, методы группировки и классификации, а также научной абстракции, индукции и дедукции, абстрагирование, аддитивный метод; теория заинтересованных лиц (стейкхолдеров) Э. Фримана;
- научные методики М. Барнслея, Х.-Ю. Варнеке, Дж. Кейнса, П. Кругмана, Х. Лавьера, Б. Мандельброта, Дж. Мюрдаля, Дж. Хаткинсона;
- элементы обеих сторон дилеммы при сходном противопоставлении ценностей зрелищного предпринимательства (индивидуальное против группового, объективное против субъективного, логическое против творческого, аналитическое против интуитивного, формальное против неформального, правила против исключений и так далее);
- эмпирические методы (сбор информации, наблюдение, социологический опрос, метод экспертных оценок, метод измерения, личная оценка автора);
- экономико-статистические методы (индексный метод, факторный анализ, анализ финансовых документов, анализ макроэкономических показателей);
- номотический подход к выявлению объективно существующих простых явлений и закономерностей с помощью эмпирических методов и математического описания;
- экспериментальное моделирование;
- графические и табличные методы;
- фрактальный подход;
- модель индустриального ядра «центр – периферия»;
- метод Монте-Карло (Monte Carlo Analysis – МСА).

Научная новизна результатов исследования состоит в обосновании степени воздействия глобальных предпринимательских структур в сфере зрелищного предпринимательства на развитие национальных экономик за счет формирования долгосрочного мультипликативного эффекта интеграции, обеспечивающей повышение предпринимательской активности локальных предпринимательских структур в сопряженных сферах и отраслях деятельности.

Основные положения, выносимые на защиту:

- сформулированы методологические принципы определения сущности глобальных предпринимательских структур посредством использования фрактального подхода, что позволило отнести глобальные предпринимательские структуры в особый класс предпринимательских структур;
- предложен параметрический подход к определению специфики глобальных предпринимательских структур по сравнению с уже выявленными и описанными в научных исследованиях других авторов типами крупных предпринимательских структур;

– выявлена сущность экономического донорства как способа ресурсной эксплуатации глобальными предпринимательскими структурами национальных экономик, что позволило определить направления их воздействия и эксплуатации наиболее уязвимых сфер, сопряженных с интересами влияния глобальных предпринимательских структур;

– детерминированы причины преимущественного развития глобальных предпринимательских структур в сфере зрелищного предпринимательства, что позволило выявить сущность эффекта сопричастности как базы устойчивого потребительского спроса на продукцию и услуги глобальных предпринимательских структур или их фрактальных агентов, основанный на мультипликации и возможностях получения аналогичного продукта/услуги при значительной экономии транзакционных издержек;

– внесено содержательное дополнение в структуру капитала глобальных предпринимательских структур в виде составляющей донорского капитала как капитала, существующего вне внутренней структуры глобальной предпринимательской структуры, формально принадлежащего другому агенту, но при этом по всем характеристикам и уровню доходности соответствующего интересам глобальной предпринимательской структуры;

– сформулированы основные признаки децентрализации деятельности глобальных предпринимательских структур в отличие от других видов децентрализации (региональной, промышленной и др.), что позволило обобщить и выделить критерии при развитии квазифраншизных отношений с потенциальными партнерами-донорами, используемые глобальными предпринимательскими структурами;

– выявлены природа и источники формирования предпринимательского дохода глобальных предпринимательских структур, в основу которого заложено использование бесплатных партнерских и донорских ресурсов, эксплуатация статуса бренда компании;

– определены эффекты от масштабируемой бизнес-идеи глобальных предпринимательских структур в сфере зрелищного предпринимательства в национальные экономики на уровне национальных и локальных предпринимательских структур фрактального и кластерного типа, что позволило оценить степень их влияния на макро-, мезо- и микроуровень национальной экономики;

– разработана универсальная модель защиты ресурсов национальной экономики на региональном уровне от их эксплуатации глобальными предпринимательскими структурами за счет создания многофункциональных автоспортивных комплексов как ядра регионального предпринимательского кластера. Авторские обоснования учтены при разработке государственных программ региональными органами исполнительной власти и хозяйствующими субъектами в процессе операционной деятельности.

Обоснованность и достоверность результатов исследования: представленное исследование направлено на решение крупной

народнохозяйственной проблемы – оценки степени влияния глобальных предпринимательских структур на развитие целых регионов за счет построения системы фрактальных связей и получения предпринимательского дохода на основе ресурсной эксплуатации национальных предпринимательских структур.

Соответствие диссертации паспорту научной специальности: работа выполнена в соответствии с п. 8.1. Развитие методологии и теории предпринимательства; разработка методики организации предпринимательской деятельности в различных формах предпринимательства; п. 8.6. Становление и развитие различных форм предпринимательства: организационно-правовых; по масштабу предпринимательской деятельности (малое, среднее, крупное предпринимательство); по сферам предпринимательской деятельности (производство, торгово-финансовая, посредническая и др.), по бизнес-функциям; п. 8.14. Организация системы взаимодействия крупного и малого предпринимательства. Формирование и развитие предпринимательских сетей с учетом их экономической целесообразности; п. 8.19. Многокритериальные оценки эффективности предпринимательской деятельности паспорта специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (экономика предпринимательства).

Теоретическая и практическая значимость работы.

Теоретическая значимость работы заключается в развитии теории экономики предпринимательства за счет выявления и отнесения глобальных предпринимательских структур в особый класс предпринимательских структур и определения: их специфических особенностей посредством авторского методологического параметрического подхода, структуры капитала, составляющих предпринимательского дохода, основных признаков децентрализации деятельности в национальных экономиках, модели защиты интересов национальных предпринимательских структур от эксплуатации ими ресурсного потенциала национальных экономик.

Практическая значимость результатов исследования состоит в возможности их применения:

- национальными и локальными предпринимательскими структурами при фрактальном взаимодействии с глобальными предпринимательскими структурами в качестве сервисных организаций;
- федеральными и региональными органами исполнительной власти при создании многофункциональных автоспортивных комплексов;
- инвесторами при определении эффектов от капиталовложений в масштабируемые проекты предпринимательских структур в сфере зрелищного предпринимательства;
- стейкхолдерами автоспорта при стратегическом развитии направлений автоспортивной деятельности, предложенных автором.

Апробация и реализация результатов исследования. Результаты исследования были представлены на ведущих международных и российских научных и научно-практических конференциях: Cross-Cultural Business Conference (Austria, 2020); Annual Conference United States Association for Small Business and Entrepreneurship (USA, 2019); Международная научно-

практическая конференция факультета Менеджмента РЭУ им. Г.В. Плеханова «Теория и практика управления» (Москва, 2016, 2019); VI Международный форум Финансового университета «Рост или рецессия: к чему готовиться» (Москва, 2019); Международная конференция по истории управленческой мысли и бизнеса (Москва, 2017, 2018, 2019); IV Международный политэкономический конгресс в рамках Московского академического экономического форума (Москва, 2019); Международная научно-практическая конференция Национальной ассоциации обучения предпринимательству «Современное предпринимательское образование» (Москва, 2017, 2018, 2019); Международная научная конференция «Ломоносовские чтения» (Москва, 2016, 2018); IX Международная научно-практическая конференция «Современная экономика: концепции и модели инновационного развития» (Москва, 2018); Russian Motorsport Forum: маркетинг и менеджмент технических видов спорта (Москва, 2016, 2017); Международная научно-практическая конференция «Предпринимательство как ресурс развития России» (Москва, 2017); Московский экономический форум (Москва, 2017); XI Международный научный конгресс «Роль бизнеса в трансформации общества» (Москва, 2016); VIII Международная научно-практическая конференция «Современная экономика: концепции и модели инновационного развития. От рецессии к стабилизации и экономическому росту» (Москва, 2016); Образовательная программа от профильных вузов и российских автогонщиков в рамках городского фестиваля автоспорта «Формула Студент» (Москва, 2015); II Научная конференция «Управленческие науки в современном мире» (Москва, 2014).

Результаты исследования были учтены при разработке государственных программ Правительством Удмуртской Республики; в хозяйственной деятельности АНО «Ассоциация развития технических видов спорта Удмуртской Республики», ООО АСК «Нижегородское кольцо» (Нижегородская область), что подтверждено актами о внедрении результатов исследования; одобрены дирекцией программы «РМ Спорт» промышленно-производственной предпринимательской структуры АО «Русская механика» (Ярославская область), ОО «Российская автомобильная федерация» (РАФ).

Результаты исследования были апробированы в рамках стратегической сессии «ЧЕКЕРИЛ-2030», посвященной разработке дорожной карты по созданию и наполнению спортивно-туристического кластера в Завьяловском районе г. Ижевска (Удмуртская Республика, март 2021 г.).

Результаты исследования внедрены в учебный процесс НИУ ВШЭ в качестве образовательной программы профессиональной переподготовки «Менеджмент и предпринимательство в автоспорте» (реализуется с 2020 года); в учебный процесс вузов в рамках следующих дисциплин: «Предпринимательский практикум», «Коммерциализация инноваций и венчурный бизнес» (МГТУ имени Н.Э. Баумана), «Методы оценки стоимости бренда» (РГГУ).

Результаты исследования представлены в учебных изданиях: Ильин А.Б. Организация предпринимательской деятельности: учебник / А.Б. Ильин,

Л.С. Леонтьева. – Москва: КНОРУС, 2019. – 342 с. – (Бакалавриат); Ильин А.Б. Организация предпринимательской деятельности: учебник / А.Б. Ильин, Л.С. Леонтьева. – Москва: ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова», 2016. – 304 с.

Публикации по теме диссертации. По теме диссертации автором опубликовано 43 научных работы, в том числе 23 статьи в рецензируемых научных изданиях, две статьи в изданиях из международной базы данных Scopus, три монографии. Общий объем опубликованных научных работ по теме диссертации составляет 61,1 печ. л. (41,7 печ. л. – авторские), из них научные статьи в рецензируемых научных изданиях – 12,9 печ. л. (8,6 печ. л. – авторские), научные статьи в изданиях из международной базы данных Scopus – 2,0 печ. л. (1,0 печ. л. – авторские), монографии – 31,8 печ. л. (26,8 печ. л. – авторские). Рукопись диссертации частично депонирована в Российской государственной библиотеке (РГБ).

Структура работы. Работа изложена на 390 страницах и состоит из введения, четырех глав, заключения, списка литературы, включающего 454 источника, девяти приложений. Основной текст диссертации содержит 74 рисунка, 40 таблиц.

Во введении изложены: актуальность темы исследования, степень научной разработанности проблемы, научная гипотеза, цель и основные задачи исследования, объект исследования, предмет исследования, теоретическая и методологическая база исследования, научная новизна результатов исследования, теоретическая и практическая значимость работы.

В первой главе «Методологические подходы к определению сущности глобальных предпринимательских структур и их влияния на развитие национальных экономик» представлены: методология определения основных признаков глобальных предпринимательских структур как особого класса предпринимательских структур; подходы к параметризации глобальных предпринимательских структур; определение направлений воздействия глобальных предпринимательских структур на национальные экономики.

Во второй главе «Теоретическое обоснование особенностей глобальных предпринимательских структур» представлены: принципы формирования бизнес-моделей в глобальных предпринимательских структурах и их взаимодействие с предпринимательскими структурами на локальных рынках; обоснование причин преимущественного развития глобальных предпринимательских структур в сфере зрелищного предпринимательства; предпринимательские риски глобальных предпринимательских структур в зрелищном предпринимательстве.

В третьей главе «Генезис децентрализации глобальных предпринимательских структур в зрелищном предпринимательстве на основе донорства ресурсов национальных экономик» изложены: этапы формирования глобальных предпринимательских структур в зрелищном предпринимательстве на основе уникальной бизнес-идеи; управленческие действия глобальных предпринимательских структур в зрелищном предпринимательстве по децентрализации предпринимательской деятельности; уникальные

инструменты формирования предпринимательского дохода глобальных предпринимательских структур в зрелищном предпринимательстве.

В четвертой главе «Фрактальное развитие глобальных предпринимательских структур в зрелищном предпринимательстве на уровне национальных экономик (на примере глобальной предпринимательской структуры «Формула-1» и национальной предпринимательской структуры «Сочи Автодром»))» представлены: объективные и субъективные факторы, влияющие на фрактальное развитие глобальных предпринимательских структур в зрелищном предпринимательстве на уровне национальных экономик; выявление эффектов от проникновения глобальных предпринимательских структур в зрелищном предпринимательстве на уровень национальных и локальных предпринимательских структур; масштабирование достигнутых результатов зрелищного предпринимательства через создание многофункциональных автоспортивных комплексов.

В заключении изложены итоги исследования, даны рекомендации и обозначены перспективы дальнейшей разработки темы.

В обязательных приложениях представлены: авторская концепция развития автомобильного спорта в России и экономическая модель предпринимательских доходов и операционных расходов многофункционального автоспортивного комплекса, которая может быть масштабирована и использована в ряде регионов России.

II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

1. Сформулированы методологические принципы определения сущности глобальных предпринимательских структур посредством использования фрактального подхода.

Методологические подходы к классификации предпринимательских структур, масштабирующих свой бизнес на территории других государств, на настоящий момент не разработаны. С одной стороны, у ряда ученых сформировалась традиционная точка зрения, что в данном случае речь идет о многонациональных корпорациях, транснациональных корпорациях (ТНК), глобальных компаниях, которые активизировались при глобализации мировой экономики. С другой стороны, глобализация рассматривается как важный стратегический шаг компаний, являющийся одной из форм проявления предпринимательства. Помимо этого, деятельность предпринимательских структур, вышедших за рамки локального рынка, ассоциируется, как правило, с международной предпринимательской деятельностью. Однако, изучив бизнес-процессы исследуемых компаний через призму интернационализации и глобализации, автор утверждает, что данная точка зрения не является верной.

Так, главной причиной интернационализации глобальных предпринимательских структур является их конкурентное преимущество, которое выражается в уникальности масштабируемой бизнес-идеи. Масштабирование глобальных предпринимательских структур в рамках экономической глобализации предполагает размещение отдельных бизнес-процессов на территориях различных национальных экономик. Глобальные предпринимательские структуры осуществляют предпринимательскую

деятельность на основе принципа переноса производства уникальных услуг в национальные экономики различных стран на основании соглашения (лицензии) с национальными предпринимательскими структурами (рисунок 1). Стратегия глобальных предпринимательских структур определяет развитие других предпринимательских структур на микро-, мезо- и макроуровнях.

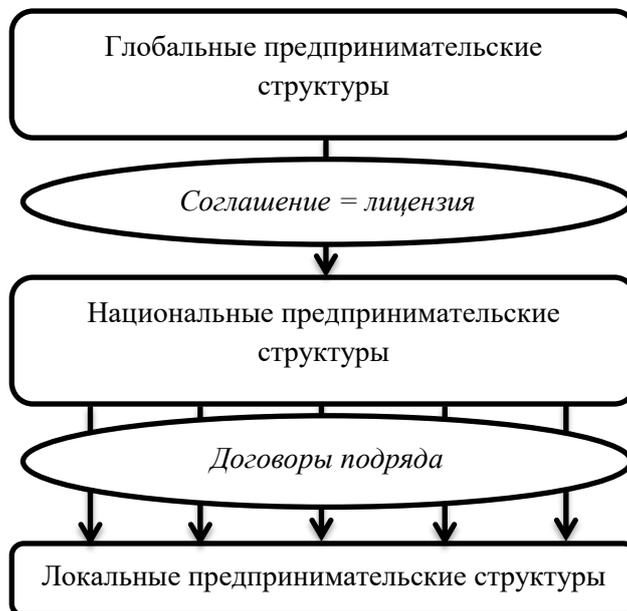


Рисунок 1 – Взаимодействие между глобальными, национальными и локальными предпринимательскими структурами по типу сотрудничества
Источник: составлено автором.

Подобного рода перенос производства уникальных услуг глобальных предпринимательских структур в национальные экономики различных стран организован по фрактальному принципу.

Автором использован фрактальный подход к формированию методологии анализа базовых и вариативных принципов глобальных предпринимательских структур. *Обоснование выбора методологии фракталов:* фрактальный подход позволяет показать объективную взаимосвязь между стейкхолдерами единой бизнес-среды: глобальной, национальной, региональной экономиками; предпринимательскими структурами глобального, национального и локального уровней; различными видами экономической деятельности; штаб-квартирами и управляющими организациями. Методология фракталов основывается, прежде всего, на необходимости в осмыслении фрактальности и хаотичности зрелищного ивент-мероприятия как единого целостного процесса формирования фрактальной парадигмы и фрактального предпринимательства. Автор выделяет фракталы I, II, III уровня.

I фрактальный уровень: национальные предпринимательские структуры образуют вокруг себя фракталы в качестве взаимодействующих локальных предпринимательских структур (ЛПС) на основе принципа обеспечения сервисизацией (С) реализуемой и масштабируемой бизнес-идеи глобальной предпринимательской структуры. К ним относятся: ресторанный и гостиничный бизнес, сервисные компании по обеспечению транспортом, связью, ивент-услугами и другие.

II фрактальный уровень: глобальные предпринимательские структуры образуют вокруг себя фракталы национальных предпринимательских структур (НПС), действующих на принципах использования бесплатных донорских партнерских ресурсов (Р) национальных экономик. К ним, в частности, можно отнести: недвижимое имущество, трудовые ресурсы, капитал.

III фрактальный уровень: фракталы действуют внутри глобальной предпринимательской структуры. Глобальная предпринимательская структура состоит из множества фракталов, центральным из которых является бизнес-идея (БИ ГПС). Окружающие бизнес-идею фракталы (Ф) образуют архетипы глобальной предпринимательской структуры: капитал, персонал, бизнес-модель, производство ценностного предложения и другие.

Переменные сферы на локальном уровне подобным образом относятся к целому и являются его копиями – микрокосмами в пределах макрокосмов. Схематично фрактальный подход к деятельности глобальных предпринимательских структур и их взаимосвязи с национальными экономиками представлен на рисунке 2. Схема состоит из фракталов, которые можно наблюдать в повторении самоподобных форм – повторяющихся элементов развивающейся по спирали структуры, более близкой по своему строению к кристаллической – ядро-связующие элементы и система более тонких взаимосвязей, реагирующая на внутренние и внешние процессы системы. Развитие структуры идет от локальной локализации через национальную систему к глобальной.

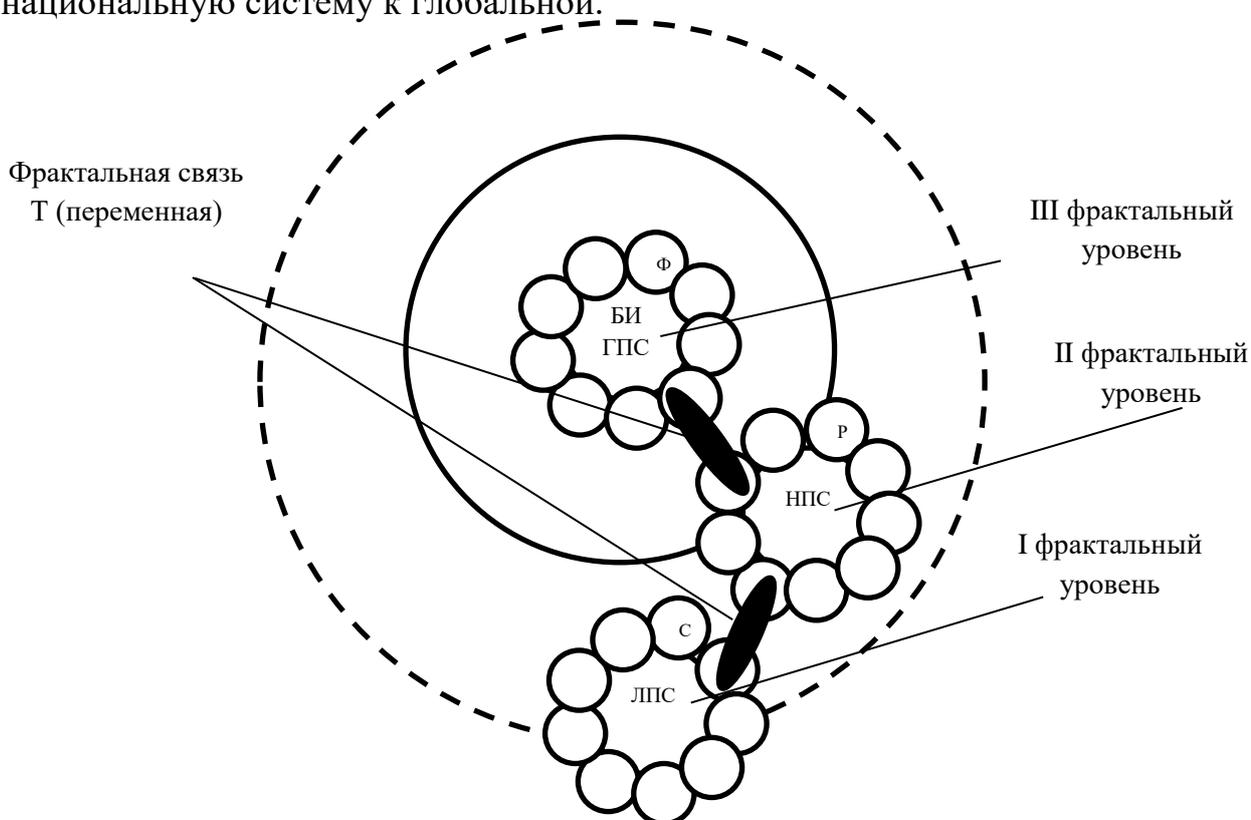


Рисунок 2 – Фрактальный подход к деятельности глобальных предпринимательских структур

Источник: составлено автором.

Глобальные предпринимательские структуры аккумулируют вокруг себя достаточное количество фракталов – ресурсов и предпринимательских структур. На основе фрактальных принципов самоорганизации могут быть выстроены гигантские, разнообразные технологии, физические структуры, организации и культуры.

Фрактальное состояние на уровне глобальных предпринимательских структур обеспечивает ей устойчивое функционирование в национальной бизнес-среде. Эта фрактальная связь носит временный (переменный) характер (Т) до тех пор, пока они распоряжаются ресурсами национальных экономик для обеспечения собственной предпринимательской деятельности, при этом обладая необходимой степенью свободы для осуществления конкурентных действий и принятия управленческих решений.

Принципы действий между фракталами определяются их взаимоотношениями на разных уровнях, где регулярно пересматриваются цели и результаты деятельности глобальных предпринимательских структур в зависимости от приспособления национального рынка к фракталам. На основе принципов фрактализации между глобальными, национальными и локальными предпринимательскими структурами могут быть выстроены разнообразные устойчивые фрактальные связи.

Таким образом, фрактальный подход позволил автору сделать вывод о том, что глобальные предпринимательские структуры осуществляют свою деятельность на основе многоуровневых принципов. Предпринимательским ядром глобальной предпринимательской структуры является ее уникальная бизнес-идея, а для ее реализации задействованы бизнес-ресурсы «материнской» компании и захватываемые ею донорские (материальные, интеллектуальные, трудовые) ресурсы национальных экономик.

2. Предложен параметрический подход к определению специфики глобальных предпринимательских структур по сравнению с уже выявленными и описанными в научных исследованиях других авторов типами крупных предпринимательских структур.

Деятельность глобальных предпринимательских структур – это свободное экономическое хозяйствование крупных, частных, некорпоративных компаний в глобальной экономической системе в особых сферах деятельности, позволяющих получать предпринимательский доход от эксплуатации своего особого положения, которое, в первую очередь, связано с эффективным использованием всех ресурсов в целях обеспечения экономического роста. Эти отличительные особенности глобальных предпринимательских структур осуществляются одновременно со всей совокупностью организационных, экономических и социальных хозяйственных отношений, характерных для разных типов предпринимательских структур. С целью идентификации и отнесения глобальных предпринимательских структур к особому типу крупных предпринимательских структур, автором выделены существующие методологические подходы к классификации предпринимательских структур:

– по масштабу предпринимательской деятельности: малое, среднее, крупное предпринимательство;

– по формам интеграции: согласно данной классификации глобальные предпринимательские структуры являются компаниями холдингового типа интеграции;

– по разделению на компании-импортеры и компании-экспортеры: глобальные предпринимательские структуры, согласно данному подходу, автор относит к сервисным компаниям-экспортерам, представляющим собой любую основную или дополнительную деятельность, которая не приводит непосредственно к производству материального товара, то есть является не вещной, но неотъемлемой частью каждой транзакции между потребителем и поставщиком;

– по типам международных корпораций, где автор выявляет отличия между многонациональными, глобальными, международными, транснациональными компаниями;

– по сущности организационной структуры на основе таких критериев, как размер компании и принципиальные возможности масштабирования управленческих функций, степень централизации менеджмента компании, централизация / автономизация.

Подробный анализ методологических подходов к параметризации крупных предпринимательских структур показал, что отсутствует единое понимание сущности глобальных предпринимательских структур. В этой связи с целью выявления специфики глобальных предпринимательских структур по сравнению с существующими и описанными в научных исследованиях типами крупных предпринимательских структур автором предложен методологический подход, который основан на параметризации и дает оценку таким параметрам, как: рынок, организационная основа, капитал, ресурсы, внутренняя среда, операционная среда, формы нахождения в глобальной предпринимательской системе (таблица 1).

Таблица 1 – Отличительные свойства крупных предпринимательских структур

Параметр	Тип предпринимательской структуры		
	<i>Глобальная предпринимательская структура</i>	<i>Многонациональная компания/корпорация</i>	<i>Транснациональная корпорация</i>
Рынок	Рассматривает любую часть мирового сообщества как потенциальный рынок	Функционирование компании осуществляется как внутри страны, так и за ее пределами	Страна базирования и филиалы, представительства и дочерние компании в других странах
Организационная основа	Предпринимательская структура, которая интегрирует воедино хозяйственную деятельность, осуществляемую в разных странах	Корпорации; некоммерческие организации; общественные организации (например, Международный олимпийский комитет, Международный Красный Крест)	Крупное объединение

Продолжение таблицы 1

Параметр	Тип предпринимательской структуры		
	<i>Глобальная предпринимательская структура</i>	<i>Многонациональная компания/корпорация</i>	<i>Транснациональная корпорация</i>
Капитал	Вкладывает капитал в целях изменения способа доведения до клиента результата предпринимательской деятельности на всем глобальном рынке	Осуществляет прямые зарубежные инвестиции	Собственность в стране базирования; минимум доли иностранных операций в доходах или продажах корпорации (как правило, 25%)
Ресурсы	Привлекает ресурсы независимо от места расположения своей страны, то есть из других национальных экономик	Размещение производства; они покупают ресурсы и производят товары и/или услуги во многих странах, а затем продают эти товары и услуги потребителям в разные страны мира	Формирование и развитие производственно-сбытового, торгового и финансового комплекса с единым центром принятия решений
Внутренняя среда	Местонахождение штаб-квартиры (головного офиса) большого значения не имеет; установление собственных норм поведения и их инкорпорация в деятельность других национальных компаний	Координируют свою деятельность через свои штаб-квартиры, однако они могут предоставлять своим аффилированным и дочерним компаниям, действующих на иностранных рынках, значительную свободу действий в вопросах адаптации своей деятельности к местным условиям	Возглавляется гражданами одной страны; централизованное руководство с определенной степенью самостоятельности входящих в нее и находящихся в разных странах юридических лиц и структурных подразделений
Операционная среда	Создание цепочек «производитель-поставщик-потребитель» в различных сферах экономики других стран, независимо от их географического местоположения; осуществление контроля над своими операциями в планетарном масштабе	Контролирует процесс создания ценности на зарубежных предприятиях	Контроль за операционными мощностями корпорации
Форма нахождения в глобальной предпринимательской системе	Сам результат предпринимательской деятельности/ масштабирование бизнес-идеи	Владеет предприятиями, расположенными в зарубежных странах	Филиалы, представительства, дочерние компании

Источник: составлено автором.

Таким образом, выделенный автором тип глобальных предпринимательских структур обладает следующими ключевыми признаками предпринимательской деятельности:

– это холдинговая нечистомультидивизионная предпринимательская структура директивного типа с централизованным принятием управленческих решений по типу макропирамиды, которая локализуется с учетом измерений макросреды принимающей страны, что предполагает адекватное включение «компаний-пришельца» в мезосреду рыночного места, и собственно глобализации, которая позволяет воспользоваться теми преимуществами, которые достигаются в результате всемирного масштаба операций глобальной предпринимательской структуры;

– это предпринимательская структура, которая не перемещает собственные ресурсы и капитал в рамках международного экономического пространства; ее глобальным ресурсом является уникальная бизнес-идея, которую она продвигает и эксплуатирует, создавая всемирно узнаваемый зрелищный и ивент-бренд, и осуществляя его мультипликацию за счет партнерских ресурсов;

– глобальные предпринимательские структуры отличаются от многонациональных (транснациональных) тем, что следуют своей специфически глобальной стратегии, применимой во всемирном масштабе, и, как правило, не проводят разработку и адаптацию отдельных стратегий для национальных экономик как постранных базисов;

– глобальная предпринимательская структура не имеет зарубежных подразделений как таковых; штаб-квартира взаимодействует с национальными предпринимательскими структурами через промоутера либо оператора, которые обязаны придерживаться стратегии глобальной предпринимательской структуры;

– глобальные предпринимательские структуры рассматривают весь мировой рынок как нечто целое и перемещают капитал, производство услуг и персонал в любые точки планеты, где в результате такого перемещения возможно образование конкурентного преимущества на основе масштабирования уникальной бизнес-идеи.

3. Выявлена сущность экономического донорства как способа ресурсной эксплуатации глобальными предпринимательскими структурами национальных экономик, что позволило определить направления воздействия и эксплуатации наиболее уязвимых сфер, сопряженных с векторами интересов их влияния.

В процессе исследования установлено, что для осуществления предпринимательской деятельности глобальные предпринимательские структуры привлекают ресурсы национальных экономик независимо от места расположения страны и объекта экономического донорства. Отношения подобного рода строятся по принципу циркулярности (экономики замкнутого цикла): деятельность глобальной предпринимательской структуры является развивающейся и строится на привлечении и использовании партнерских донорских ресурсов. В отличие от других крупных предпринимательских

структур, глобальные предпринимательские структуры при воздействии на национальные экономики являются дизруптирующими предпринимательскими структурами. Это происходит по объективным и субъективным причинам.

Объективные причины:

- на уровне регионов в национальных экономиках возникает дефицит стимулирующих факторов развития предпринимательства. Приход глобальных предпринимательских структур в этом случае рассматривается как дизрапт;

- глобальная предпринимательская структура в большинстве случаев является пассивной стороной в агентских отношениях по поводу использования инфраструктуры и «излишних» ресурсов. Как правило, инициатором развития экономических отношений с глобальными предпринимательскими структурами являются властные структуры национальных государств.

Субъективные причины:

- глобальная предпринимательская структура при выборе предпринимательских структур – национальных доноров ориентируется на собственные долгосрочные финансовые интересы. Если региональная предпринимательская структура-донор, создавшая или модернизировавшая объекты инфраструктуры под осуществление совместной деятельности с глобальной предпринимательской структурой, перестает удовлетворять ее целям по объему и динамике поступления доходов, то наступает момент дизрапта;

- интересы региональных предпринимательских структур-доноров, как правило, представляет государство, которое обладает определенными правами собственности на данные структуры, контролирует деятельность хозяйствующих субъектов, обеспечивая устойчивость управления и финансовую стабильность. Национальные государства выступают гарантами извлечения прибыли предпринимательской структурой-донором; именно государства создают правовое обеспечение экономических связей между глобальной предпринимательской структурой и национальной / региональной предпринимательской структурой-донором.

Экономические связи между элементами глобальных экономических систем и национальных экономик объективно отражают совокупность их элементов, ключевым звеном которых выступают потребители бизнес-результата глобальных предпринимательских структур. Как глобальные предпринимательские структуры, так и национальные предпринимательские структуры при взаимосвязи с локальными предпринимательскими структурами, с одной стороны, имеют ключевой объект воздействия (потребителя). С другой стороны, преследуя собственные интересы по извлечению предпринимательского дохода, национальные и локальные предпринимательские структуры работают на реализацию стратегии глобальной предпринимательской структуры. Схематично данный процесс представлен на рисунке 3.

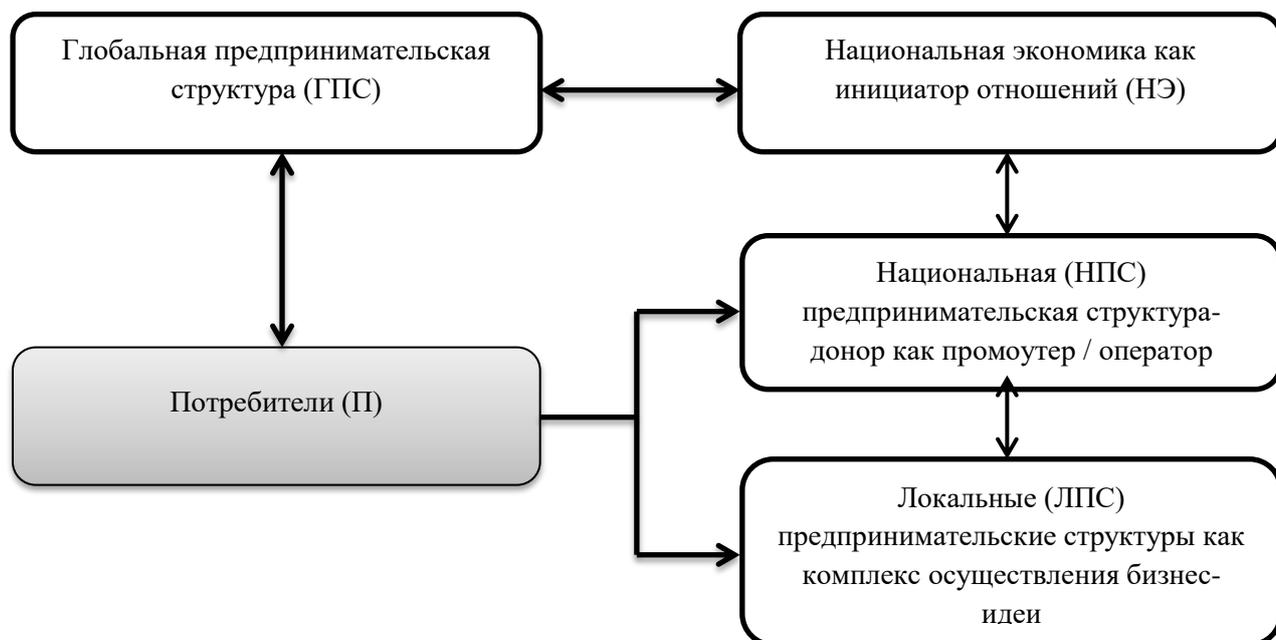


Рисунок 3 – Совокупность элементов и экономических связей между глобальными предпринимательскими структурами и национальными экономиками

Источник: составлено автором.

На национальном уровне вокруг предпринимательской структуры-донора (НПС) образуется фрактальная взаимосвязь I уровня с:

- субъектами малого и среднего предпринимательства (ЛПС), которые осуществляют сопутствующие сервисные услуги;
- органами власти, которые представляют интересы национальных экономик (НЭ) перед глобальными предпринимательскими структурами и которые часто выступают инициаторами экономических отношений с глобальными предпринимательскими структурами (ГПС);
- с рынком труда, предоставляющего квалифицированные кадры для создания, развития и ведения бизнеса предпринимательской структурой-донором (НПС, ЛПС);
- с медиахолдингами, которые осуществляют продвижение ценностного предложения глобальных предпринимательских структур и предпринимательских структур национального уровня (ГПС, НПС, ЛПС);
- с общественными организациями, регламентирующими протокол и безопасность проведения мероприятий (ЛПС);
- с представителями шоу-бизнеса, массовой культуры, искусства для проведения сопутствующих основной деятельности глобальных предпринимательских структур ивент-мероприятий (ЛПС).

Принципиальное отличие глобальных предпринимательских структур от других типов хозяйствующих субъектов заключается в том, что они изначально рассчитывают на адаптацию своих продуктов и услуг под требования и финансовые возможности потребителей национальных экономик и при этом объединяют свои действия единой глобальной корпоративной стратегией.

Элементы экспансии глобальных предпринимательских структур на уровне национальных экономик будут следующими: предпринимательская деятельность национальных экономик; рынок труда; национальные ресурсы; профессиональные компетенции менеджеров национальных и локальных предпринимательских структур; инфраструктура и институциональная среда национальных экономик; политический имидж государства; спрос и предложение потребительского сегмента; промышленно-производственное развитие национальных экономик; кросс-культурные традиции.

Ключевым фактором проникновения глобальных предпринимательских структур в национальные экономики является экономическое партнерское донорство ресурсов. Земельные ресурсы, недвижимость, сопутствующая инфраструктура используются глобальными предпринимательскими структурами бесплатно. К подготовке и реализации бизнес-идеи глобальных предпринимательских структур привлекаются, как правило, трудовые ресурсы национальных экономик, то есть затраты на исполнение ими трудовых функций также осуществляются за счет бюджета национальных экономик. Таким образом, глобальные предпринимательские структуры осуществляют экономическое донорство как способ ресурсной эксплуатации национальных экономик, в свою очередь, не неся предпринимательских рисков (рисунок 4).



Рисунок 4 – Риски глобальных предпринимательских структур

Источник: составлено автором.

4. Детерминированы причины преимущественного развития глобальных предпринимательских структур в сфере зрелищного предпринимательства, что позволило выявить сущность эффекта сопричастности как базы устойчивого потребительского спроса на продукцию и услуги глобальных предпринимательских структур или их фрактальных агентов, основанный на мультипликации и возможностях получения аналогичного продукта/услуги при значительной экономии транзакционных издержек.

Автором исследованы пять взаимосвязанных систем: экономика восприятий, поведение систем, поведенческая экономика, экономика впечатлений, экономика предложения. В результате определены причины преимущественного развития глобальных предпринимательских структур в сфере зрелищного предпринимательства:

- поведение потребителя ценностного предложения глобальных предпринимательских структур строится на основе эффекта сопричастности (рисунок 5) с высокодоходными предпринимательскими структурами, их высокооплачиваемыми амбассадорами, дорогими брендами-участниками;
- отношения потребителя и поставщика зрелищных услуг основаны на желании физификации полученных впечатлений и восприятий.



Рисунок 5 – Эффект сопричастности в зрелищном предпринимательстве
 Источник: составлено автором.

Сопричастность потребителей с глобальными предпринимательскими структурами выстраивается на основе следующих составляющих: высокий статус мероприятия; зрелищность; возможность проектирования восприятий; сопутствующие ивент-мероприятия. Сопричастность придает уникальность коммерческому продукту, добавляет антураж эксклюзивности, увеличивает эмоциональное восприятие продукта, что является основанием для лояльности потребителей к брендам глобальных предпринимательских структур.

Автор заключает, что выявленные им причины преимущественного развития глобальных предпринимательских структур позволяют выделить особую категорию в классификаторе видов экономической деятельности – зрелищное предпринимательство. Под зрелищным предпринимательством автор понимает сферу предпринимательской деятельности, которая базируется на эффекте сопричастности потребителей с предпринимательским ивент-ядром компании. В его основу заложено самостоятельное проектирование восприятий

и впечатлений от потребления высокостатусных уникальных мероприятий по принципу предпринимательской пластичности (рисунок 6).

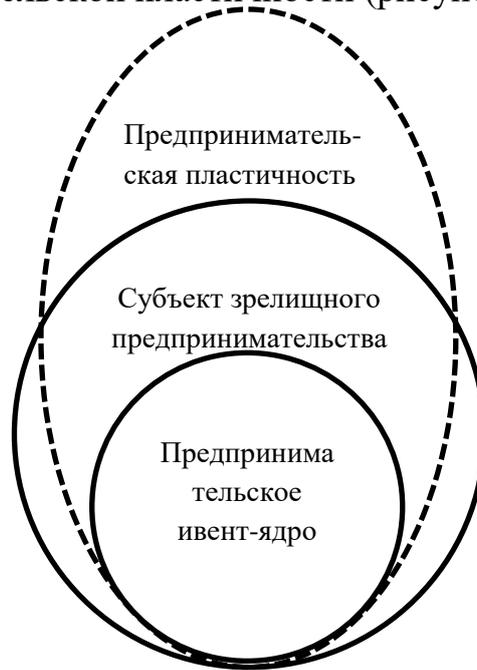


Рисунок 6 – Предпринимательская пластичность зрелищного предпринимательства

Источник: составлено автором.

Рисунок 6 показывает, что предпринимательская пластичность непосредственно связана с сущностью субъекта зрелищного предпринимательства – предпринимательским ивент-ядром. Ивент-ядро представляет собой уникальную бизнес-идею, на основе которой построен коммерчески выгодный проект компании. Помимо этого, предпринимательская пластичность выходит за рамки предпринимательской структуры, поскольку формирование потребителей отрасли происходит, в том числе, под влиянием внешних стейкхолдеров, и подвержена предпринимательским рискам в условиях национальных экономик.

В результате исследования принципов формирования бизнес-моделей в глобальных предпринимательских структурах через призму: структуры бизнес-модели, построенной на сервисизации и продуктивизации; бизнес-модели, ориентированной на охват транзакции и адаптации предложения; инновационного преобразования бизнес-модели; бизнес-модели «стратегии голубого океана»; бизнес-модели «синей экономики»; бизнес-модели «зеленой экономики»; бизнес-модели франчайзинга автором доказано, что они используют бизнес-модель ресурсного донорства национальных и локальных рынков за счет предпринимательского ядра, в основе которого заложено ценностное предложение в виде уникального зрелищного предпринимательского продукта.

На рисунке 7 представлены ключевые составляющие бизнес-модели, на основе которых формируется единство глобальной предпринимательской структуры как уникальной крупной организации.

1. бизнес-идея и ее уникальность с целью масштабирования;	2. клиентское ценностное предложение – это предложение глобальной предпринимательской структуры в адрес своих клиентов;	3. система действий – действия глобальной предпринимательской структуры по созданию ценности (впечатления);
4. управление – бизнес-процессы взаимодействия штаб-квартиры (офиса) глобальной предпринимательской структуры с предпринимательскими структурами на уровне национальных экономик (промоутерами и операторами);	5. уникальные ресурсы как источник конкурентного преимущества глобальной предпринимательской структуры и снижения предпринимательских рисков;	6. механизмы монетизации – способы увеличения предпринимательского дохода глобальной предпринимательской структуры.

Рисунок 7 – Ключевые составляющие бизнес-модели глобальных предпринимательских структур

Источник: составлено автором.

Автором выявлено, что деятельность глобальных предпринимательских структур базируется на таких факторах роста, как техническое совершенство, константная конкуренция, компетентностный рост и развитие сотрудников, коммерческая синергия; построена на технологических и художественных инновациях.

5. Обоснована и представлена роль донорского капитала как содержательное дополнение при определении состава капитала глобальных предпринимательских структур.

Состав капитала глобальных предпринимательских структур отражает совокупность источников финансирования, внутренних и внешних ресурсов компании, формирующих предпринимательский доход. Аккумуляция предпринимательского дохода в глобальных предпринимательских структурах имеет свою специфику, связанную с особенностями сферы зрелищного предпринимательства. *На макроуровне* развития экономики предпринимательский доход формируется за счет ресурсного донорства национальных экономик. Территория под организацию бизнеса глобальных предпринимательских структур предоставляется бесплатно. *На мезоуровне* определяется развитие отдельных регионов и отраслей за счет предпринимательской деятельности национальных предпринимательских структур, реализующих уникальную бизнес-идею глобальных предпринимательских структур. Предпринимательский доход здесь формируется за счет реализации развлекательной составляющей бизнеса и масштабирования нематериальных ресурсов компании. *На микроуровне* предпринимательский доход в рамках одной национальной экономики минимален для глобальной предпринимательской структуры, однако он влияет на модель поведения национальных промоутеров и операторов, стратегии и тактики ведения предпринимательской деятельности в регионе (рисунок 8).

Подобного рода развитие экономических отношений на макро-, мезо- и микроуровне основывается на принципах сетевой экономики: рост предпринимательского дохода обеспечивается пространственным масштабированием.

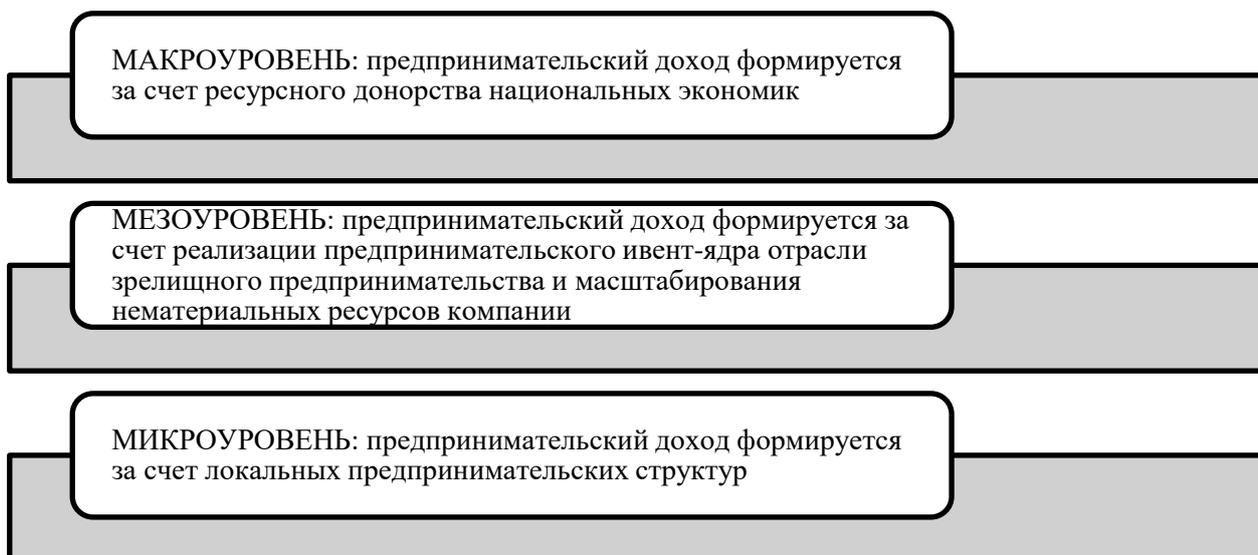


Рисунок 8 – Формирование предпринимательского дохода глобальных предпринимательских структур на макро-, мезо- и микроуровнях развития экономики

Источник: составлено автором.

Таким образом, деятельность глобальных предпринимательских структур обеспечивается за счет ресурсов национальных экономик и национальных / локальных предпринимательских структур. Донорский капитал – это капитал, существующий вне внутренней структуры глобальной предпринимательской структуры, формально принадлежащий другому агенту, однако по всем характеристикам и уровню доходности удовлетворяющий интересы глобальной предпринимательской структуры.

6. Сформулированы основные признаки децентрализации деятельности глобальных предпринимательских структур в отличие от других видов децентрализации (региональной, промышленной и др.), что позволило выделить уровни развития квазифраншизных отношений с потенциальными партнерами-донорами, используемые глобальными предпринимательскими структурами.

Предпринимательские функции глобальных предпринимательских структур осуществляются как самим хозяйствующим субъектом, так и национальными промоутерами и операторами, реализующими уникальную бизнес-идею глобальных предпринимательских структур. Подобного рода перераспределение и рассеивание функций и ресурсов от управляющих компаний к национальным предпринимательским структурам будет основываться на принципах децентрализации.

К числу заинтересованных акторов децентрализации могут относиться:

- сама глобальная предпринимательская структура, поставившая новую стратегическую цель по проникновению в новый географический регион, освоению выгодного национального экономического пространства;
- национальные предпринимательские структуры двух типов:
 - национальные промоутеры и операторы глобальных предпринимательских структур, определяющие основным

направлением своей деятельности сферу интересов глобальных предпринимательских структур: спецификацию инфраструктуры и недвижимости, подготовку специалистов под бизнес-модель глобальной предпринимательской структуры;

- компании, фокусирующие свою предпринимательскую активность в сфере разнообразных сервисов для потребителей товаров и услуг основного вида деятельности глобальных предпринимательских структур;

– профессиональные и общественные организации, координирующие на национальном уровне нормы, правила, стандарты со стандартами осуществляемой предпринимательской деятельности в рамках бизнес-проекта глобальной предпринимательской структуры.

Децентрализация глобальных предпринимательских структур представляет собой делегирование управленческих действий национальным промоутерам и операторам по масштабированию уникальной бизнес-идеи глобальной предпринимательской структуры с учетом их усилий по адаптации национальных норм и правил к требованиям глобальных предпринимательских структур.

В результате исследования управленческих действий, осуществляемых штаб-квартирами глобальных предпринимательских структур «Формула-1», «Уолт Дисней Компани», «Международное бюро выставок», автором определены принципы децентрализации глобальных предпринимательских структур:

– *новые потенциальные рынки сбыта*: поскольку внутренние рынки со временем становятся сформированными, глобальные предпринимательские структуры выходят за рамки государственных границ в качестве экспортера своей продукции либо услуг;

– *выгодные правовые и налоговые условия ведения предпринимательской деятельности*: глобальные предпринимательские структуры стремятся выходить в те национальные экономики, которые предоставляют им льготные налоговые и таможенные режимы;

– *получение доступа к более дешевым и бесплатным ресурсам*: глобальные предпринимательские структуры стремятся к источникам снижения затрат, в том числе к источникам ресурсов.

– *продвижение уникальных услуг*: поскольку бизнес-идея глобальных предпринимательских структур, как правило, уникальна, их управленческие решения связаны с поиском новых клиентов не только в собственной стране, где данные бренды становятся общественным признанием, а с масштабированием бизнес-идеи за рамки государственных границ;

– *отсутствие конкуренции для масштабирования бизнес-идеи в национальных экономиках*: деятельность глобальных предпринимательских структур в сфере зрелищного предпринимательства не имеет прямых аналогов, а косвенные конкуренты обладают меньшим спросом, предложением и количеством потребителей зрелищных услуг;

– *удобное географическое положение*: поскольку для глобальных предпринимательских структур важен высокий спрос и предпринимательский доход, организация и проведение зрелищных мероприятий осуществляется, как правило, в экономически выгодных районах с высокой платежеспособностью населения;

– *наличие компетентных кадров и соответствующей инфраструктуры для масштабирования уникальной бизнес-идеи*: штаб-квартиры глобальных предпринимательских структур обладают соответствующей инфраструктурой для принятия управленческих решений; персонал национальных предпринимательских структур масштабирует бизнес-идею в соответствии с децентрализацией управленческих полномочий глобальных предпринимательских структур.

Децентрализацию глобальных предпринимательских структур на уровень национальных экономик автор систематизирует методом аналогии применения аппарата математической теории множеств с использованием понятий входа и выхода (рисунок 9).



Рисунок 9 – Децентрализация глобальных предпринимательских структур методом аналогии применения аппарата математической теории множеств с использованием понятий входа и выхода

Источник: составлено автором.

Так, система $S = \beta \{X, Y\}$, где β – это функция децентрализации, X – совокупность элементов, входящих в систему, а Y – совокупность элементов, выходящих из системы.

Система управления глобальной предпринимательской структурой включает в себя субъект управления (управляющий элемент системы, принимающий решения и оказывающий управленческое воздействие = руководитель глобальной предпринимательской структуры) и объект управления (управляемый элемент системы, на который направлено управленческое воздействие, который либо сам должен измениться, либо

передать воздействие на другие элементы = тематические парки, автодромы, выставочные павильоны).

В целом, в систему управления глобальными предпринимательскими структурами также входят управленческие процессы: сбор, накопление, обработка и передача информации, разработка и принятие управляющих решений и воздействий, механизм прямой и обратной связи. Обязательным элементом являются внешние границы, предполагающие вход и выход системы во внешнюю среду, то есть децентрализацию предпринимательских структур, выходящих за рамки внутренних рынков в национальные экономики.

7. Выявлены природа и источники формирования предпринимательского дохода глобальных предпринимательских структур за счет использования бесплатных партнерских и донорских ресурсов и эксплуатации статуса бренда компании.

Для определения элементов предпринимательского дохода глобальных предпринимательских структур автор применил матричный метод анализа факторов, влияющих на величину предпринимательского дохода (таблица 2). Он основан на использовании модели, элементы которой отражают взаимосвязь разнородных, но и взаимозависимых экономических показателей.

Таблица 2 – Матрица элементов предпринимательского дохода глобальных предпринимательских структур

Структура капитала	Элементы предпринимательского дохода
Донорский капитал национальных экономик (ΔДК)	Сохраненные финансовые средства от использования земли (ΔЗ)
	Сохраненные финансовые средства от льготного налогообложения (ΔН)
Нематериальные активы (ΔНА)	Гудвилл глобальных предпринимательских структур (ΔГ)
	Использование логотипа глобальных предпринимательских структур (ΔЛ)
	Масштабирование амбассадоров по лицензионным соглашениям (мерчендайз) (ΔМ)
Предпринимательское инвент-ядро (ΔПЯ)	Доходы от реализуемой развлекательной составляющей (ΔР)
	Телевизионные трансляции (ΔТ)
	VIP-услуги (ΔУ)
Маркетинговая составляющая (ΔМС)	Спонсоры (ΔС)
	Партнеры (ΔП)
	Реклама (ΔР)
Дивидендная составляющая (ΔДС)	Акции (ΔА)
	Облигации (ΔО)
	Ценные бумаги (ΔЦ)
	Офшорные транзакции (ΔОф)

Источник: составлено автором.

Кроме вышеуказанных, к элементам предпринимательского дохода будут относиться денежные поступления (ΔДП) и выбытия средств организации (ΔВС). Количественная модель элементов предпринимательского дохода глобальных предпринимательских структур выглядит следующим образом:

$$\text{ПД} = \Delta\text{ДК} (\Delta\text{З} \pm \Delta\text{Н}) \pm \Delta\text{НА} (\Delta\text{Г} \pm \Delta\text{Л} \pm \Delta\text{М}) \pm \Delta\text{ПЯ} (\Delta\text{Р} \pm \Delta\text{Т} \pm \Delta\text{У}) \pm \Delta\text{МС} (\Delta\text{С} \pm \Delta\text{П} \pm \Delta\text{Р}) \pm \Delta\text{ДС} (\Delta\text{А} \pm \Delta\text{О} \pm \Delta\text{Ц} \pm \Delta\text{Оф}) \pm \Delta\text{ДП} \pm \Delta\text{ВС} \quad (1)$$

8. Определены эффекты от масштабируемой бизнес-идеи глобальных предпринимательских структур в сфере зрелищного предпринимательства в национальные экономики на уровне национальных и локальных предпринимательских структур фрактального и кластерного типа.

Фрактальное развитие глобальных предпринимательских структур затрагивает различные уровни развития экономики: отраслей и предпринимательских кластеров. Проведенный автором анализ проникновения глобальной предпринимательской структуры «Формула-1» на уровень национальных экономик позволяет сделать вывод о том, что эффекты от масштабирования уникальной бизнес-идеи направлены на развитие фрактальных связей микроуровня (внутри глобальной предпринимательской структуры «Формула-1»), мезоуровня (развитие предпринимательских кластеров: автомобильная промышленность, топливная промышленность, текстильная промышленность, автомобильный спорт, ресторанно-гостиничный бизнес, туризм и т.д.) и макроуровня (развитие национальных экономик).

Рисунок 10 показывает, что бизнес-процессы глобальной предпринимательской структуры «Формула-1» характеризуются возможностью повышения экономической эффективности (отношение между достигнутым результатом и использованными для этого партнерскими ресурсами), поскольку она использует бесплатные ресурсы других стран в обмен на имиджевую эффективность и повышение привлекательности конкретной территории, стимулируя, тем самым, развитие сопутствующих отраслей и сервисов. При этом фрактальные связи будут формироваться не только на макро-, мезо- и микроуровнях развития экономики, но и в качестве сопутствующих элементов предпринимательской деятельности глобальных, национальных и локальных предпринимательских структур.

Выявлено, что фрактальные отношения возникают между различными экономическими акторами как на политическом, экономическом, институциональном, ментальном уровнях (Ma1 – Ma8), так и вокруг сопутствующих отраслей, сервисов и кластеров (Me1 – Me8), а также среди партнерских донорских ресурсов (Mi1 – Mi6). Строительство автодромов на территории национальных экономик будет являться доминирующим фактором развития глобальной предпринимательской структуры «Формула-1» при эксплуатации и экономической экспансии территорий национальных экономик (Mi1). Фрактальные связи с медиахолдингами (Mi2), уникальными потребителями мегасобытия на трибунах (Mi6) и контракты со спонсорами и партнерами (Mi5) будут обеспечивать глобальную предпринимательскую структуру предпринимательским доходом за счет масштабирования уникальной бизнес-идеи. Фрактальные связи также устанавливаются с автомобильными производителями – непосредственными участниками автомобильных соревнований (Mi3) и профессиональными специализированными организациями (Mi4).

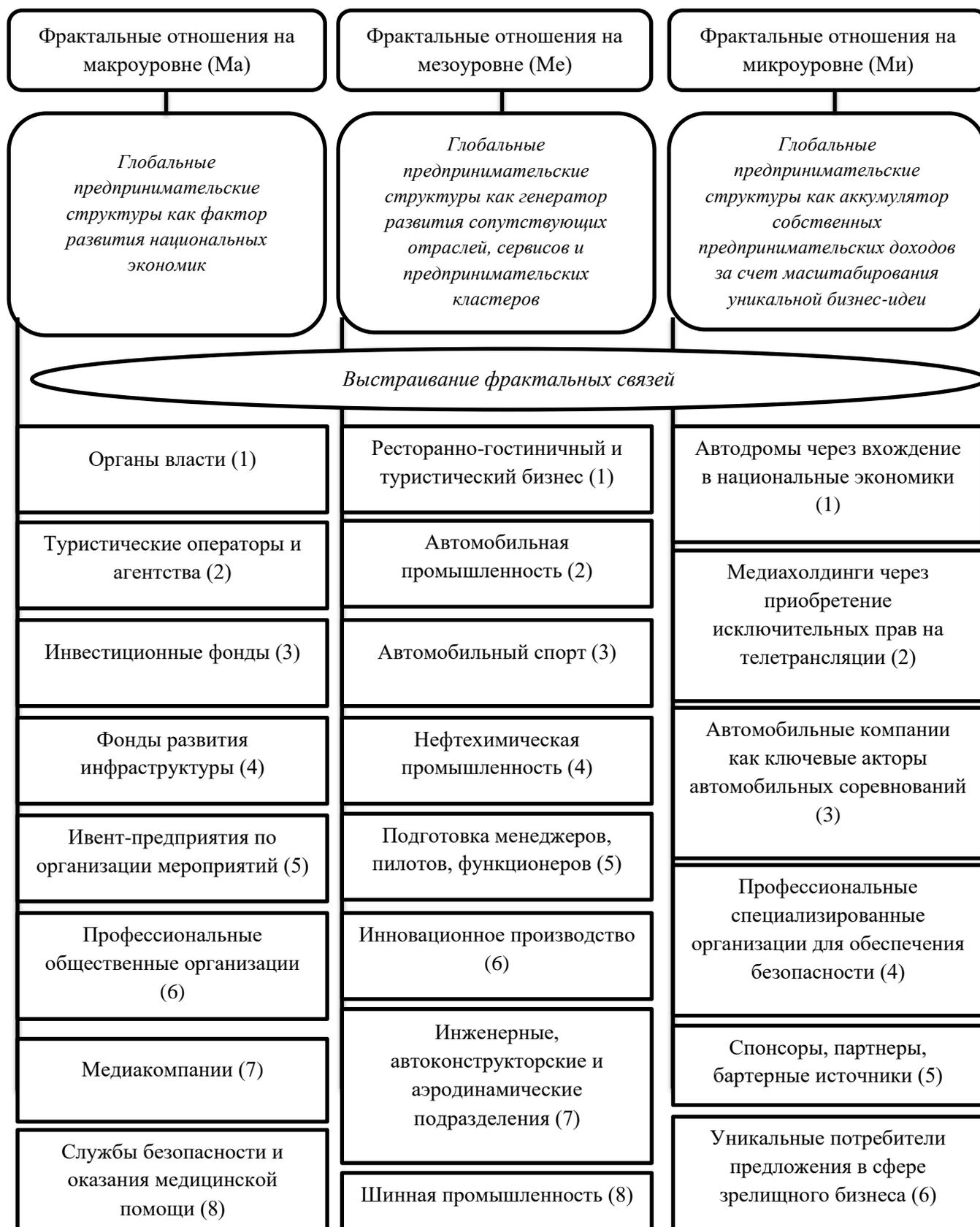


Рисунок 10 – Ключевые фракталы «Формулы-1» в национальных экономиках
 Источник: составлено автором.

В результате фрактальных отношений формируется мультипликативный эффект, связанный с использованием уникальной бизнес-идеи и сформированного бренда. Мультипликативность будет базироваться на следующих эффектах (рисунок 11):

- *имиджевый эффект*: «Формула-1» – это имиджевое мероприятие, имеющее большое значение для узнаваемости государства и региона;
- *социальный эффект*: привлечение трудовых ресурсов для организации мероприятия; повышение автомобильной культуры, как следствие, безопасности на дорогах общего пользования; популяризация автомобильного спорта на уровне национальных экономик;
- *экономический эффект*: билетная выручка, сувенирная продукция, коммерческая деятельность автодрома; повышение инвестиционного климата;
- *промышленно-производственный эффект*: развитие сопутствующих отраслей промышленного производства; апробация инноваций крупных автопроизводителей;
- *инфраструктурный эффект*: рефрешмент постолимпийского наследия Сочи;
- *инвестиционный эффект*: прямые инвестиции в автодром; инвестиции в развитие инфраструктуры; инвестиции муниципальных предприятий;
- *интеграционный эффект*: в организации мероприятия принимают участие стейкхолдеры разной отраслевой направленности; интеграционное взаимодействие обуславливает развитие отечественных предпринимательских структур с точки зрения накопления опыта проведения мероприятий.

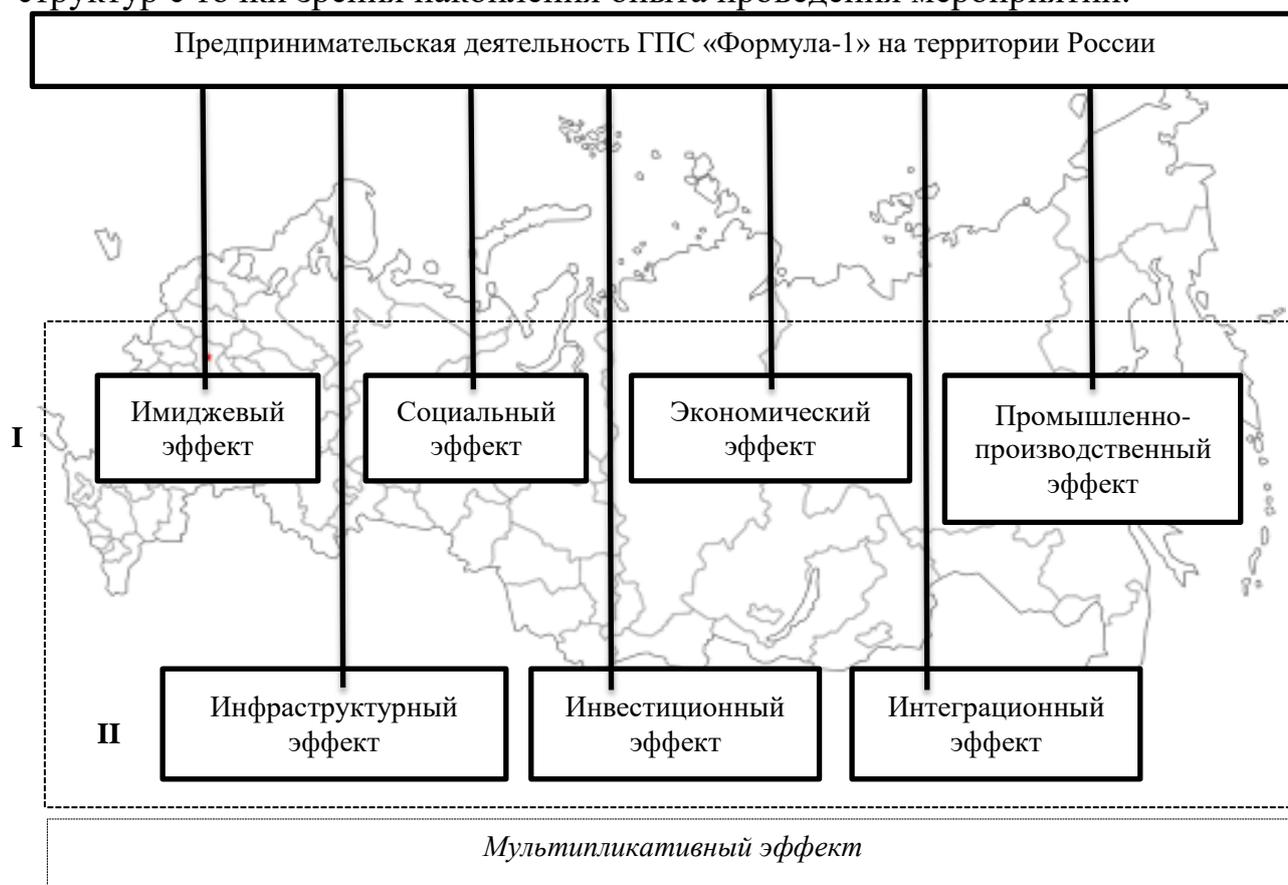


Рисунок 11 – Формирование эффектов от проведения «Формулы-1» на национальном (I) и локальном (II) уровнях

Источник: составлено автором.

С учетом специфики развития глобальных предпринимательских структур, объединяющих отдельные бизнес-единицы по фрактальному типу, автором проведен анализ организационных процессов с помощью инструментов формальной логики / булевой алгебры. Пересечение ($Z = x \wedge y$, где Z – произведение событий x и y) в «Формуле-1» происходит относительно коммерческих интересов обеих сторон. Дополнением $Z = Cx$ (Z и x – противоположные события) и одновременно симметрической разностью элементов ($Z = |x - y|$ – симметрическая разность элементов) выступает разнонаправленность векторов коммерческих интересов. Сторона x получает доходы от взноса страны-организатора гонки, от телевизионной трансляции, брендированной продукции команд «Формулы-1», спонсоров, реализованных билетов в паддок-клуб. Сторона y получает доходы от реализованных билетов на трибуны и в зону свободного размещения, а также от брендированной продукции с товарными знаками автодрома.

9. Разработана универсальная модель защиты ресурсов национальной экономики на региональном уровне от потенциальной эксплуатации глобальными предпринимательскими структурами за счет создания многофункциональных автоспортивных комплексов как ядра регионального предпринимательского кластера.

Пример фрактального развития «Сочи Автодром» и его влияния на формирование мультипликативных эффектов для Краснодарского края и национальной экономики в целом, способствуют созданию и эксплуатации многофункциональных автоспортивных комплексов в других регионах России. Они становятся ядром развития зрелищного предпринимательства посредством эффекта сопричастности с автомобильным спортом. Эффект сопричастности представляет собой реализацию бизнес-идей субъектов зрелищного предпринимательства регионального спортивно-туристического кластера, ключевой целью которого является формирование лояльности потребителей к предоставляемой ценности оператора и связанных с ним стейкхолдеров.

Авторские рекомендации направлены на создание и функционирование многофункционального автоспортивного комплекса через вовлеченность государства, предпринимательских структур и общества как ключевых акторов в регионе на примере Удмуртской Республики:

- определены эффекты для региона в процессе реализации бизнес-проекта многофункционального автоспортивного комплекса;
- предложена «дорожная карта» по созданию и наполнению спортивно-туристического кластера в Завьяловском районе г. Ижевска вокруг спортивного курорта «Чекерил» с наполнением инфраструктуры для реализации проектов по развитию спорта, активного отдыха, туризма;
- рекомендовано использование метода Монте-Карло (Monte Carlo Analysis – MCA) применительно к анализу рисков расписания с целью установления взаимозависимости между операциями проекта и идентификации критического пути;

- предложена модель инвестиций в проект по типу концессии ВОО (Build – Own – Operate) – «строительство – владение – управление» в рамках трех сценариев финансирования: создание автономной некоммерческой организации (АНО); государственно-частное партнерство; бенефициарный владелец;
- изложен проект развития территории через систему «Условия зрелищности У17 – Матрица эффектов 28Э – Бизнес-среда Б65»;
- представлена экономическая модель многофункциональных автоспортивных комплексов (смета предпринимательских доходов и эксплуатационных расходов), которая может быть масштабирована на разные регионы России.

III. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Выделенные автором в особый класс глобальные предпринимательские структуры оказывают значительное влияние на развитие национальных экономик. Реализация посредством национальных промоутеров уникальных бизнес-идей глобальных предпринимательских структур в качестве зрелищных мероприятий на территории национальных экономик оказывают имиджевое, социальное, экономическое, промышленно-производственное, инфраструктурное, инвестиционное, интеграционное влияние как на национальные и региональные экономики, так и на функционирующие в них предпринимательские структуры.

Одновременно с этим, глобальные предпринимательские структуры бесплатно эксплуатируют ресурсы национальных экономик. Однако через систему отношений между потребителями и амбассадорами глобальных предпринимательских структур формируется эффект сопричастности, что определяет возможности для разработки национальных бизнес-моделей и программ развития предпринимательских структур регионального типа в сфере зрелищного предпринимательства.

В качестве защиты ресурсов национальной экономики от их эксплуатации глобальными предпринимательскими структурами могут выступать национальные предпринимательские зрелищные структуры, взяв за основу уникальные бизнес-идеи глобальных предпринимательских структур. Это, в том числе, будет способствовать развитию категории зрелищного предпринимательства на уровне национальных экономик.

Автором предложено масштабирование достигнутых результатов в сфере зрелищного предпринимательства через создание многофункциональных автоспортивных комплексов. С одной стороны, они будут осуществлять самостоятельную предпринимательскую деятельность как национальные операторы зрелищных мероприятий в регионе, формируя социальный эффект – обеспечение безопасности на дорогах общего пользования за счет повышения уровня автомобильной культуры; промышленно-производственный эффект – апробация технологических инноваций автомобильной индустрии. С другой стороны, многофункциональные автоспортивные комплексы могут выступать национальными промоутерами зрелищных мероприятий глобальных

предпринимательских структур, повышая имиджевый эффект региона и национальной экономики.

Организация зрелищных мероприятий национального, а впоследствии международного масштаба станет основой для расширения географии туризма региона, притока финансовых ресурсов, трудовой занятости, технического образования населения, опыта организации ивентов с целью масштабирования мультипликативного эффекта от эксплуатации предпринимательского ивент-ядра и развития национальной экономики в целом.

Идея многофункционального автоспортивного комплекса как фрактала национального уровня, направленного на защиту интересов национальных и локальных предпринимательских структур, поддерживающих организацию зрелищного предпринимательства в автомобильном спорте, и стимулирующих формирование региональной дестинации как сбалансированной предпринимательской ассоциации по типу авторизованной бизнес-модели «Формула-1», апробирована в Удмуртской Республике и будет масштабироваться на другие регионы России.

IV. СПИСОК РАБОТ, ОПУБЛИКОВАННЫХ АВТОРОМ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

Научные статьи в рецензируемых научных изданиях:

1. Ильин, А.Б. E-Sports Global Market: Contemporary Trends / А.Б. Ильин, Ю.С. Сизова, С.Д. Сизов, Ю.Д. Пономарева // Международная торговля и торговая политика. – 2021. – №2 (26). – С. 47–61.
2. Ильин, А.Б. Фрактальное развитие глобальных предпринимательских структур на уровне национальных экономик / А.Б. Ильин // Интеллект. Инновации. Инвестиции. – 2020. – №3. – С.53–60.
3. Ильин, А.Б. Предпринимательская культура спортивного бизнеса / А.Б. Ильин, Ю.С. Сизова // Вопросы региональной экономики. – 2020. – №3. – С. 62–68.
4. Ilin, A.V. Entrepreneurial Culture of Sports Business / A.V. Ilin, Y.S. Sizova // Интеллект. Инновации. Инвестиции. – 2020. – №4. – С. 45–51.
5. Ильин, А.Б. Оценка деятельности глобальной компании «Формула-1» в странах СНГ с использованием специфических методов формальной логики / А.Б. Ильин // Интеллект. Инновации. Инвестиции. – 2019. – №7. – С. 36–42.
6. Ильин, А.Б. Риски взаимодействия международных предпринимательских структур спортивной отрасли с национальными экономическими системами / А.Б. Ильин // Современная конкуренция. – 2019. – № 3. – С. 114–124.
7. Ильин, А.Б. Концепция развития автомобильного спорта в России / А.Б. Ильин // Мир новой экономики. – 2019 – Т. 13 Вып. 1. – С. 48–66.
8. Ильин, А.Б. Компетентностные характеристики предпринимательского труда как ресурса повышения конкурентных

преимуществ бизнес-единицы / Л.С. Леонтьева, А.Б. Ильин // Современная конкуренция. – 2019. – № 1. – С. 65–72.

9. Ильин, А.Б. Предпринимательская этика и дух цифровой экономики / А.А. Розанова, А.Б. Ильин, Ю.С. Сизова // Современная конкуренция. – 2018. – № 4-5. – С. 122–132.

10. Ильин, А.Б. Индустрия спорта: государственное регулирование, предпринимательская деятельность или государственно-частное партнерство / Л.Н. Орлова, А.Б. Ильин, С.А. Остроухов // Современная конкуренция. – 2018. – № 2-3. – С. 115–125.

11. Ильин, А.Б. Развитие предпринимательского потенциала Postevent-использования масштабных объектов недвижимости / А.Б. Ильин, Л.С. Леонтьева // Вопросы новой экономики. – 2017. – №3. – С. 80–84.

12. Ильин, А.Б. Кумулятивный эффект от организации международных автомобильных гонок для развития предпринимательства в регионе на примере Краснодарского края / А.Б. Ильин // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). – 2017. – Т. 8. № 4. – С. 574–584.

13. Ильин, А.Б. Национальная предпринимательская культура в России: институциональные механизмы формирования / Л.С. Леонтьева, А.Б. Ильин, Ю.С. Сизова // Современная конкуренция. – 2017. – Том 11. – № 4. – С. 82–92.

14. Ильин, А.Б. Формирование компетенций в отрасли российского автоспорта как фактор развития социального предпринимательства / А.Б. Ильин // Современная конкуренция. – 2017. – Том 11. – № 4. – С. 28–44.

15. Ильин, А.Б. Глобальное предпринимательство в автоспорте как стимул развития национальной автомобильной промышленности / А.Б. Ильин // Современная конкуренция. – 2017. – Том 11. – № 3. – С. 53–64.

16. Ильин, А.Б. Ресурсный комплекс устойчивого развития экономических систем / Л.С. Леонтьева, А.С. Воронов, А.Б. Ильин // Вестник Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова. – 2017. – №3. – С. 162–167.

17. Ильин, А.Б. Ресурсы комплексного развития предпринимательских компетенций / Л.С. Леонтьева, А.Б. Ильин // Современная конкуренция. – 2017. – Том 11. – № 1. – С. 21–29.

18. Ильин, А.Б. Развитие семейного предпринимательства как синергии предпринимательских компетенций / Д.А. Волков, А.Б. Ильин // Российское предпринимательство. – 2017. – Том 18. – № 3. – С. 439–450.

19. Ильин, А.Б. Об оценке вклада предпринимательских структур автоспорта в формирование привлекательного имиджа территории / А.Б. Ильин // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). – 2016. – Т. 7. № 4. – С. 180–184.

20. Ильин, А.Б. Международное предпринимательство в автомобильном спорте / А.Б. Ильин // Экономика и предпринимательство. – 2016. – №10 (ч.2). – С. 285–289.

21. Ильин, А.Б. Экономическая интерпретация понятия «коммерциализация» и практикоориентированная составляющая коммерциализации в мировом автоспорте / А.Б. Ильин // Научное обозрение. – 2016. – №1. – С. 201–205.

22. Ильин, А.Б. Региональный кластер как механизм формирования инновационного потенциала и устойчивого развития территории: часть 1 / Л.С. Леонтьева, А.Б. Ильин, Д.А. Шпилев // Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО. Научно-практический журнал. – 2012. – № 1. – С. 40–43.

23. Ильин, А.Б. Региональный кластер как механизм формирования инновационного потенциала и устойчивого развития территории: часть 2 / Л.С. Леонтьева, А.Б. Ильин, Д.А. Шпилев // Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО. Научно-практический журнал. – 2012. – № 2. – С. 44–47.

Научные статьи в изданиях из международной базы данных SCOPUS:

24. Ilin, A.B. Institutional support of small and medium-sized businesses at various stages of development: Evidence from Russia / L.S. Leontieva, A.B. Ilin, Y.S. Sizova // ESPACIOS. Vol. 39 (24). – 2018. – p. 17.

25. Ilyin, A.B. International Practices to Improve Economic Security / A.B. Ilyin, M.N. Dudin, I. Ju. Fedorova, L.A. Ploticina, T.M. Tokmurzin, M.V. Belyaeva // European Research Studies Journal. – Volume XXI, Issue 1, 2018. – pp. 459–467.

Монографии:

26. Ильин, А.Б. «Формула-1» как международная предпринимательская структура и ее влияние на развитие национальных экономик: монография / А.Б. Ильин. – М.: ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова», 2017. – 276 с.

27. Ильин, А.Б. Коммерциализация бизнес-идей предпринимательскими структурами: монография / А.Б. Ильин, Л.С. Леонтьева. – М.: ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова», 2016. – 164 с.

28. Конкурентоспособность предпринимательских структур в условиях информационного общества: монография / Ю.И. Башкатова, А.О. Бебрис, А.С. Воронов, С.Н. Гапонова, А.Б. Ильин, В.И. Кузнецов, Е.Л. Морева, Л.Н. Орлова, М.М. Романова, И.Б. Хмелев; под ред. Л.С. Леонтьевой. – М.: МЭСИ, 2015. – 155 с.

Публикации в журналах и сборниках научных трудов:

29. Ильин, А.Б. Трансформация организационно-управленческих инноваций предпринимательских структур при коммерциализации бизнес-идей / А.Б. Ильин // Стратегия формирования экономики знаний и инноваций в России: сборник статей, включающий материалы круглого стола в рамках V Московского экономического форума (30–31 марта 2017 г.) / под ред. М.В. Кудиной. – М.: ФГБОУ ВО «МГУ имени М. В. Ломоносова», 2017. – С. 33–40.

30. Ильин, А.Б. Характеристика предпринимательских эффектов осуществления международных спортивных мероприятий на примере «Формулы-1» в КНР / А.Б. Ильин, Юй И / Направления социально-экономического развития региональной экономики: материалы международного научно-практического круглого стола (Калужский филиал Финансового университета, 20 марта 2017 г.) – М.: Изд-во ООО «ТРП», 2017. – С. 16–23.

31. Ильин, А.Б. Ментальные особенности проникновения глобальной компании «Формула-1» на национальные рынки / А.Б. Ильин // Россия в период трансформации: общие ценности в России и Европе: материалы одиннадцатой международной научно-практической конференции (Ярославль, 10-11 апреля 2017 года). – Ярославль, 2017. – С. 73–75.

32. Ильин, А.Б. Популяризация автомобильного спорта в России как ключевой фактор его устойчивого развития / А.Б. Ильин // IV Международная научно-практическая конференция «Устойчивое развитие российской экономики». Сборник трудов конференции. – М.: МГУ им. М.В. Ломоносова, 2017. – С. 188–192.

33. Ильин, А.Б. Особенности функционирования предпринимательских структур Китая в сфере гостеприимства / А.Б. Ильин, Юй И // IV Международная научно-практическая конференция «Устойчивое развитие российской экономики». Сборник трудов конференции. – М.: МГУ им. М.В. Ломоносова, 2017. – С. 323–330.

34. Ильин, А.Б. Интернационализация экономической поддержки и развития профессионального автомобильного спорта / А.Б. Ильин // Международная научная конференция «Ломоносовские чтения-2016». «Экономическая наука и развитие университетских научных школ» (к 75-летию экономического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова): Сборник тезисов выступлений. – М.: Экономический факультет МГУ им. М.В. Ломоносова, 2016. – С. 387.

35. Ильин, А.Б. Влияние результатов профессионального автомобильного спорта на устойчивое развитие автомобилестроения / А.Б. Ильин / Устойчивое развитие российской экономики: материалы III Международной научно-практической конференции (15-17 марта 2016 г.) – М.: ФГБОУ ВО "РЭУ им. Г.В. Плеханова", 2016. – С. 52–57.

36. Ильин, А.Б. Анализ систем управления профессиональными автомобильными соревнованиями / А.Б. Ильин // Направления социально-экономического развития региональной экономики: материалы международного научно-практического круглого стола (Калужский филиал Финуниверситета, 15 марта 2016 г.) – Калуга: изд-во Эйдос, 2016. – С. 233–238.

37. Ильин, А.Б. Институциональные механизмы развития российского автомобильного спорта / А.Б. Ильин // Современная экономика: концепции и модели инновационного развития: материалы VIII Международной научно-практической конференции. 19-20 февраля 2016 г.: в 3 кн. – М.: ФГБОУ ВО "РЭУ им. Г.В. Плеханова", 2016. – С. 58–61.

38. Ильин, А.Б. "Формула-1" как трансконтинентальная бизнес-империя / А.Б. Ильин // Устойчивое развитие российской экономики: материалы II Всероссийской научно-практической конференции (9-10 ноября 2015 г.) – М.: ФГБОУ ВО "РЭУ им. Г.В. Плеханова", 2015. – С. 42–47.

39. Ильин, А.Б. Предпринимательская деятельность как ресурс развития экономики / А.Б. Ильин // Молодежь. Образование. Экономика. Сборник научных статей XVI Всероссийской научно-практической

конференции молодых ученых, студентов и аспирантов. – Ярославль: ЯФ МЭСИ, 2015. – С. 49–51.

40. Ильин, А.Б. Последние законодательные изменения в сфере ведения предпринимательской деятельности / А.Б. Ильин // Устойчивое развитие российской экономики. Международная научно-практическая конференция: сборник статей. – М.: МЭСИ, 2015. – С. 28–31.

41. Ильин, А.Б. Анализ эффективности внедрения японского менеджмента в российскую систему управления / А.Б. Ильин, А.В. Ткачев // Устойчивое развитие российской экономики. Международная научно-практическая конференция: сборник статей. – М.: МЭСИ, 2015. – С. 32–36.

42. Ильин, А.Б. Анализ сферы консалтинговых услуг в России / А.Б. Ильин, А.А. Юрченков // Устойчивое развитие российской экономики. Международная научно-практическая конференция: сборник статей. – М.: МЭСИ, 2015. – С. 36–40.

43. Ильин, А.Б. Кооперация власти, бизнеса и образования как основа формирования регионального развития региона / А.Б. Ильин, Д.А. Шпилев // Сборник материалов Международного форума «Инновации. Бизнес. Образование-2011». – Ярославль: МУБиНТ, 2011. – С. 131–132.

