

# Роль экологического бизнеса в развитии рынка экопродукции

The Role of Environmental Business in the Development of the Eco-Products Market

УДК



**Казанцева Анна Николаевна**

аспирант Московского государственного университета

им. М. В. Ломоносова

119991, Москва, Ленинские горы, д. 1

**Anna N. Kazantseva**

Postgraduate Student of Lomonosov Moscow State University

Leninskie Gory, Moscow, Russian Federation, 119991

Исследование направлено на комплексный анализ особенностей экологизации бизнеса с позиции адаптации уже существующих видов предпринимательской деятельности экологическим требованиям, предъявляемым изменениями в структуре потребительского спроса, и создания нового экологического («зеленого») бизнеса.

**Цель.** На основе анализа особенностей функционирования бизнеса и изменения качества потребительского спроса в сторону более чистой, экологичной продукции выявить методы государственного стимулирования экологизации производства.

**Задачи.** Провести анализ процесса экологизации как уже существующего бизнеса, так и бизнеса, полностью построенного с нуля на основе соответствия экологическим требованиям, предъявляемым существующим изменениям в структуре потребительского спроса.

**Методология.** В работе с помощью общих методов научного познания (анализ, сопоставление и др.) систематизированы особенности экологизации бизнеса, путем разработки программы внедрения механизма учета экологического фактора в производственный процесс.

**Результаты.** Автором приводится исчерпывающий перечень направлений деятельности экологически ориентированного бизнеса, анализируются этапы развития предприятия с учетом внедрения экологического фактора в производственную деятельность. Предлагается к рассмотрению разработанный примерный план по экологизации уже существующего бизнеса.

**Выводы.** Доказано, что экологизация производства является закономерным этапом развития мирового рынка, в основе которого лежит необходимость учета экологических требований, как решающего фактора, способствующего занятию прочных конкурентных позиций в условиях обострения конкуренции на международных рынках.

**Ключевые слова:** экологизация бизнеса, «зеленый» бизнес, бизнес-план, стратегия развития

This study is dedicated to a complex analysis of the specific features of business environmentalization from the perspective of adapting the existing types of entrepreneurial activity to environmental requirements set by changes in the structure of consumer demand and creating a new, environmentally friendly (green) business.

**Aim.** This study aims to determine methods that the government can use to encourage production environmentalization based on the analysis of business operations and a shift in the quality of consumer demand towards cleaner and more environmentally friendly products.

**Tasks.** This study analyzes the process of environmentalization both as an existing business and as a business built from scratch based on compliance with environmental requirements set by the ongoing change in the structure of consumer demand.

**Methods.** This study uses general methods of scientific cognition (analysis, comparison, etc.) to present the specific features of business environmentalization in a structured fashion by developing a program for the implementation of a mechanism for managing the environmental factor into the production process.

**Results.** The author provides a comprehensive list of activity areas of an environmentally-oriented business by analyzing the stages of enterprise development with due regard to the implementation of the environmental factor into production. A plan for the environmentalization of an existing business is outlined.

**Conclusion.** This study proves that business environmentalization is a natural stage in the development of the global market that is based on the management of environmental requirements as the crucial factor contributing to the achievement of a firm competitive position amid the enhancing competition in the global market.

**Keywords:** business environmentalization, green business, business plan, development strategy

Тенденция к экологизации бизнеса возникла в конце XX в. на фоне возраставшей обеспокоенности общественности вопросами устой-

чивого экономического развития. Это способствовало повышению внимания к проблемам истощения природных ресурсов и ухудшения состояния окружающей среды. С тех пор многие страны проводят более жесткую политику, направленную на расширение рынка на основе повышения информированности потребителей о проблемах окружающей среды (например, опасные ингредиенты в продуктах питания, альтернативные источники энергии, снижение выбросов парниковых газов) [1–3]. Компании начинают пересматривать жизненный цикл производства своей продукции и эффективность цепочек поставок. Экологические проблемы становятся критически важными для бизнеса. Однако далеко не все представители бизнеса относятся к экологизации производства как к важной и обязательной составляющей операционной деятельности [4; 5].

Несмотря на широкое распространение экологизации бизнеса во всем мире, единое определение «зеленого бизнеса» пока отсутствует. Не выявлены и его отличия от «устойчивого бизнеса». Д. Браун и Э. Ретледж предлагают рассматривать «зеленый» бизнес как «организацию, которая производит экологически чистую продукцию» [6]. По мнению Дж. Маковера и К. Пайк, «зеленый» бизнес позволяет установить «баланс между прибылью, устойчивостью и социальной ответственностью» [7]. В бизнес-словаре «зеленый» бизнес определяется как «бизнес, который в процессе осуществления своей деятельности не оказывает негативного воздействия на окружающую среду» [8]. Г. Кростон утверждает, что «“зеленый” бизнес основан на более устойчивых, по сравнению с конкурентами, методах ведения бизнеса» [9], а К. Словик определяет «зеленый» бизнес как «организацию, использующую возобновляемые источники энергии, и придерживающуюся принципов социальной ответственности» [10].

Анализируя определения «зеленого» бизнеса, мы видим, что все они подразумевают более широкий спектр воздействия результатов производственной деятельности, чем только охрана окружающей среды. Приверженность экологическим принципам ведения бизнеса дополняется социальной ответственностью, достижением целей устойчивого развития (например, заботой о благосостоянии будущих поколений), обеспечивая при этом экономическую устойчивость самого бизнеса. Таким образом, стираются границы между понятиями «зеленого» бизнеса и устойчивого бизнеса.

Для полноты анализа отметим, что в классическом понимании «зеленый» бизнес определяется как «направленный на сохранение качества окружающей среды» [11]. В работе А. А. Кулинича определена важность «зеленого» бизнеса и рассмотрены механизмы его

реализации [12]. Для перехода к устойчивому развитию экономики необходимо сделать акцент на необходимости ориентировать бизнес не только на быстрое получение прибыли, но и на охрану окружающей среды [13]. Однако в современных российских исследованиях механизмы экологизации бизнеса исследованы не достаточно подробно и требуют дальнейшего научного рассмотрения.

По мнению И. В. Бацюна, организации, которые раньше других осознали и заложили в свои стратегии фактор экологичности, имеют шанс получить реальные преимущества [14]. И. И. Поисеева и А. А. Заморщикова относят к основным направлениям экологического предпринимательства разработку, внедрение и развитие экологически ориентированных инноваций в процесс производства, разработку и выпуск экологически чистых технологий, оборудования и материалов, производство экологически чистой продукции, работ и услуг, утилизацию производственных отходов, вторичных ресурсов и бытовых отходов, производство возобновляемых источников энергии, озеленение и благоустройство территорий, а также создание экологической инфраструктуры [15].

Таким образом, «зеленый» бизнес — это организация, придерживающаяся принципов экологической устойчивости при осуществлении своей производственной деятельности, стремящаяся использовать ресурсы из возобновляемых источников энергии, при этом сводящая к минимуму негативное воздействие на окружающую среду. Экологизация бизнеса является долгосрочной стратегией достижения целей устойчивого развития.

Несмотря на широкое распространение экологизации бизнеса на всех уровнях, мы полагаем, что тенденцию к экологизации производственной деятельности нельзя считать инициативой исключительно самих предпринимателей. Резкое ухудшение окружающей среды и истощение природных ресурсов существенно сказались на потребительских предпочтениях, способствуя росту спроса на продукцию, не оказывающую негативного воздействия на окружающую среду, в процессе производства которой использовались принципы энергоэффективности и ресурсосбережения. Изменения потребительских предпочтений оказывают влияние на бизнес, подавая сигнал о необходимости включения экологических параметров в процесс производства продукции. В свою очередь, готовность потребителей платить больше за экологически чистый продукт указывает на то, что потенциальный клиент правильно воспринимает его ценность.

Не менее важным фактором, способствующим росту «зеленого» бизнеса является го-

сударственная поддержка и законоотворчество в области экологии [16; 17]. Признавая влияние антропогенного воздействия на окружающую среду, органы государственной власти разрабатывают нормативную базу с целью ограничения поддержки экологически небезопасной продукции и, в свою очередь, стимулируют спрос на экологически чистую продукцию. Примерами государственного стимулирования экологизации производства являются экологическое налогообложение, «зеленые» государственные закупки, экологически ориентированная товарная политика, экологическая маркировка и экологический аудит. Концепция «зеленых» государственных закупок базируется на требовании соответствия компаний экологическим стандартам (например, ISO 14000).

Несмотря на то, что экологизация требует дополнительных затрат, она может принести ощутимую коммерческую выгоду. Результатом включения экологического фактора в производственный процесс станет дифференциация продуктовой линейки, улучшение имиджа компании и повышение производительности из-за экономии ресурсов. Мы выделяем следующие направления деятельности экологически ориентированного бизнеса.

1. Сокращение отходов и их утилизация: уменьшение количества отходов; продукция, предполагающая вторичное использование; переработка уже использованной продукции; отдельный сбор отходов.
2. Экономия воды и энергии: энергоэффективность; ресурсосбережение; использование экологически ориентированного оборудования, способствующего экономии ресурсов; использование энергии из возобновляемых источников.
3. Предотвращение загрязнения: производство экологически чистой продукции; выбор поставщиков, придерживающихся принципов устойчивости и экологичности.
4. «Зеленая» дистрибуция: грамотная логистика, предупреждающая возможность транспортировки на большие расстояния; использование наиболее экологичных видов транспорта; выбор дистрибуторов, разделяющих принципы экологичности.
5. «Зеленое» послепродажное обслуживание: послепродажное обслуживание на основе принципов экологичности и устойчивости.

Обобщая сказанное выше, мы выделяем два вида экологически ориентированного бизнеса:

- 1) бизнес, который первоначально базируется на идее экологически ориентированного предпринимательства и представляет собой новое направление, созданное в соответствии с идеей инновационного развития, полностью отражающий принципы устойчивого

развития и обеспечения экологической безопасности. Если компания организует свой экологический бизнес «с нуля», то она имеет определенные экономические основания для применения наилучших экологических технологий;

- 2) уже сложившийся бизнес переориентируется на принципы устойчивого производства. Такой путь развития является достаточно затратным, поскольку, если компания приобретает уже запущенное производство либо планирует переход своего бизнеса на устойчивое развитие, то замена основных фондов, которыми уже обладает компания, в случае их неполного износа, на более экологически чистые часто оказывается весьма дорогостоящей и даже нецелесообразной с экономической точки зрения. Экологизация уже существующего бизнеса предполагает четкое понимание владельцев бизнес-процессов о том, какое влияние бизнес оказывает на окружающую среду, и наличие желания свести к минимуму это воздействие. Существует два направления развития экологизации бизнеса. Первое направление заключается в ориентации на результат — экологизация уже имеющейся продуктовой линейки. Второй подход направлен на экологизацию производственных процессов. Суть здесь заключается в необходимости соответствия процессов производства экологическим стандартам.

Для экологизации уже существующего производства необходимо пересмотреть основные положения бизнес-плана и основных политик компании. Экологизация бизнес-плана основана на включении в бизнес-процессы таких компонентов, как экологический менеджмент, социальная ответственность и «зеленый» маркетинг.

Рассмотрим примерный план по экологизации уже существующего бизнеса.

1. Подготовительный этап: предварительный анализ ресурсной базы на предмет внедрения экологических параметров; анализ уже существующих поставщиков на предмет соответствия целям устойчивого развития, экологическим параметрам производства продукции, в случае необходимости — расширение списка потенциальных поставщиков, придерживающихся принципов экологизации своего бизнеса; проведение ознакомительной программы для сотрудников о ключевых особенностях экологизации бизнеса.
2. Оценка бизнес-процессов на предмет экологизации: подготовка плана действия по экологизации бизнеса; экологизация бизнес-модели.
3. Начальный этап: переориентация производства от модели «производство продукции

хорошего качества» к модели «производство экологически чистой продукции по доступным ценам»; анализ системы распределения ресурсов на предмет возможного снижения издержек; наряду с экологизацией бизнес-процессов внедрение в кодекс корпоративной этики компании (либо в любой аналогичный документ) фактора экологичности, что указывает на необходимость соблюдения сотрудниками компании приверженности здорового образа жизни; переход на использование возобновляемых источников энергии для трансформации производственного процесса.

4. Достижение целей по экологизации бизнеса: объединение всех экологичных бизнес-компонентов в единый процесс; интеграция «зеленых» производственных технологий в бизнес-процессы; закупка сырья только от поставщиков, придерживающихся принципов экологичности; ребрендинг продукции, включающий акцент на фактор экологичности.
5. Непрерывный процесс по улучшению экологических параметров: постоянное совершенствование бизнес-процессов, включающих в том числе улучшение экологических параметров продукции; создание стандартных операций для бизнес-процессов; расширение рынка сбыта.

Для более детального представления плана по экологизации уже существующего бизнеса, по мнению автора, необходим индивидуальный подход к оценке. Решение экологических проблем в процессе производства продукции зачастую может способствовать появлению новых возможностей и получению предприятием новых выгод, таких как:

- повышение конкурентоспособности бизнеса; в результате ввода экологически чистых технологий в процесс производства, фирмы становятся более конкурентоспособными, прежде всего, в условиях насыщенного аналогичными товарами рынка;
- развитие деловой активности;
- защищенность передового экологически ориентированного бизнеса перед аналогами зарубежной продукции.

В период обострения конкуренции на международном рынке экологизация производства будет способствовать достижению ключевой задачи компании — занятию прочных конкурентных позиций и расширению рынка сбыта продукции. При переходе компании на принцип устойчивого развития необходимым фактором при разработке экологической политики и системы экологического менеджмента являются фазы ее жизненного цикла.

В своей деятельности компании проходят фазы роста, зрелости и угасания. Для каждой стадии необходимо разрабатывать свои цели, задачи и механизмы экологизации. На

ранней *стадии роста*, в связи с ограниченностью финансовых ресурсов, компания часто не может проявлять экологические инициативы. Деятельность бизнеса в лучшем случае сводится к соблюдению требований экологического законодательства.

На *стадии зрелости* компания обладает большими финансовыми возможностями, в том числе возможностями привлекать заемный капитал со стороны банковского сектора или инвесторов. Реализация стратегии компании на стадии зрелости включает выход на новые рынки, реализацию инвестиционных проектов, расширение рынков сбыта продукции, работ, услуг. Именно в момент поиска новых рынков сбыта компания задумывается об экологизации своей производственной деятельности. Это связано с тем, что глобальная экономика движется по пути устойчивого развития, что влияет на международный бизнес и способствует его экологизации. Однако даже такой бизнес может перейти на «зеленые» рельсы лишь при достаточно жестких условиях. Поскольку экологические проекты являются крайне ресурсоемкими и окупаются только в долгосрочной перспективе, позволить себе подобные инициативы могут только крупные компании в зрелой стадии развития.

На *стадии упадка* бизнес отказывается от реализации собственных проектов, снижается интерес и к внедрению системы экологического менеджмента, экологически ориентированных инноваций в производственный процесс, что ведет к постепенной потере бизнесом своего места на рынке.

Компании, которые стремятся к размещению своих акций на фондовом рынке, проводящие листинг своих акций на бирже, как правило, учитывают фактор экологичности. Реализация перспективной экологической политики способствует более эффективному размещению акций, увеличению стоимости бизнеса. К тому же компании, обладающие наименьшим экологическим риском, являются более привлекательными для банковского сектора.

Особое значение имеет «экологический имидж». Механизмы построения «экологического имиджа» строятся на финансировании экологических инициатив, на применении экологической маркировки на товарных упаковках, на использовании энергоэффективных технологий в процессе производства продукции [18]. Исходя из анализа существующих мировых тенденций, можно утверждать, что в ближайшие десятилетия одним из основных критериев конкурентоспособности будет являться процесс «озеленения» процесса производства продукции [19].

Экологизация производства открывает перед компаниями возможности продажи более

дорогой и более технологичной продукции, создания новых рабочих мест, экономии материальных затрат, исчерпаемых ресурсов и т. д. По этим причинам, а также для решения проблем повышения качества жизни, происходит активизация позиции государств и в целом бизнеса в решении экологических проблем. Этому активно способствует ужесточение государственных экологических требований.

Постепенно (особенно в экономически развитых странах) происходит модификация существующей структуры экономики и ее основных элементов в результате снижения ресурсоемкости производимого экологически чистого продукта и минимизации отрицательного воздействия на окружающую природную среду, что в настоящее время принято называть экологизацией бизнеса. Большинство исследователей рассматривают эту тенденцию как фактор, благоприятствующий повышению устойчивости экономического развития страны.

В период обострения экологических проблем, роста спроса на экологически чистую продукцию (продукцию, не оказывающую негативного воздействия на окружающую среду), экологизация производства, внедрение экологически ориентированных инноваций, выпуск экологически чистой продукции, переход на новые энергосберегающие технологии — все это является закономерным этапом развития мирового рынка.

В ходе анализа экологизации бизнеса и спроса в части структуры сегмента потребителей экологически чистой продукции, автором установлена зависимость, в соответствии с которой, чем выше уровень доходов потребителей, тем выше уровень потребления экопродукции, так как высокий уровень доходов позволяет потребителям приобретать высококачественные товары. Здесь следует отметить, что в развивающихся странах с низкими доходами практически отсутствуют рынки экологически чистых продуктов. Происходит это из-за того, что экопродукция соответствует более высокой оценке ценностей второго порядка, в том числе качества окружающей среды. Таким образом, экологизация бизнеса является одним из ключевых элементов развития рынка экологически чистой продукции и перехода к устойчивому развитию.

## Литература

1. Карпова Г. А. Роль экологизации туризма в развитии региона // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2016. № 2 (98). С. 59–65.
2. Плотников В. А. Направления развития природосберегающего хозяйствования // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. 2016. № 2 (28). С. 5–10.
3. Теория устойчивого развития экономики и промышленности: Монография / СПб.: Изд-во СПбПУ Петра Великого, 2016. 756 с.
4. Вертакова Ю. В., Положенцева Ю. С., Клевцова М. Г. Реализация инновационного подхода к мониторингу траекторий социально-экономического развития региона // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2014. № 2. С. 26–36.
5. Vertakova Yu., Plotnikov V. Innovative and industrial development: specifics of interrelation // Экономический часопис-XXI. 2016. Т. 156. № 1–2. С. 37–40.
6. Brown D. T., Ratledge E. C. Energy, the environment and delaware jobs: Defining and describing green business / University of Delaware, 2011: [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://dspace.udel.edu/bitstream/handle/19716/10987/Green\\_business.pdf?sequence=1](http://dspace.udel.edu/bitstream/handle/19716/10987/Green_business.pdf?sequence=1).
7. Makower J., Pike C. Strategies for the Green Economy: Opportunities and Challenges in the New World of Business / N.-Y.: McGraw-Hill, 2009. 290 p.
8. What is green business? // Business Dictionary. Accessed 15 July 2013: [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.businessdictionary.com/definition/green-business.html>.
9. Croston G. Starting Green: An Ecopreneur's Toolkit for Starting a Green Business: from Business Plan to Profits / Madison: Entrepreneur Press. 2009. 324 p.
10. Find resources needed by following StartupNation's 10 Steps to Open for Business.: [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://startupnation.com/10-steps-to-open-for-business-step-1/>
11. Cooney S. Build a Green Small Business: Profitable Ways to Become an Ecopreneur. N.-Y.: McGraw-Hill. 2008. 256 p.
12. Кулинич А. А. Бизнес в экологической сфере: его роль в мировой политике // Вестник МГИМО-Университета. 2013. № 3 (30). С. 64–69.
13. Блохин С. А. Эффективность модели экологоориентированного бизнеса // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. 2007. № 44. Т. 18. С. 87–90.
14. Бацюн Н. В. Инновационные стратегии в бизнесе // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2012. № 2. С. 74–78.
15. Пойсеев И. И., Заморщикова А. А. Рынок экологических услуг // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2013. № 8–1. С. 73–74.
16. Государство и рынок: механизмы взаимодействия в условиях глобальной нестабильности экономических систем: Коллективная монография / СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2014. 706 с.
17. Государство и рынок: новое качество взаимодействия в информационно-сетевой экономике. В 2-х т. Т. 1 / СПб.: Астерион, 2007. 396 с.
18. Родина В. В. Имидж российской промышленности как фактор ее конкурентоспособности // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2016. № 1. С. 89–93.
19. Харламов А. В., Адаменко К. В. Новая конкурентоспособность хозяйствующих субъектов и проблема обеспечения экономической безопасности // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2016. № 2 (98). С. 13–16.

## References

1. Karpova G. A. Rol' ekologizatsii turizma v razvitii regiona [The role of tourism greening in the development of the region]. *Izvestiya Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta* [Proc. of the St. Petersburg State University of Economics], 2016, no. 2 (98), pp. 59–65.
2. Plotnikov V. A. Napravleniya razvitiya prirodosbergayushchego khozyaystvovaniya [Trends of environmentally friendly economic activity]. *Teoriya i praktika servisa: ekonomika, sotsial'naya sfera, tekhnologii*, 2016, no. 2 (28), pp. 5–10.
3. Babkin A. V., ed. *Teoriya ustoychivogo razvitiya ekonomiki i promyshlennosti* [Theory of sustainable development of economy and industry]. St. Petersburg, Polytechnic Univ. Publ., 2016. 756 p.
4. Vertakova Yu. V., Polozhentseva Yu. S., Klevtsova M. G. Realizatsiya innovatsionnogo podkhoda k monitoringu traektoriy sotsial'no-ekonomicheskogo razvitiya regiona [The implementation of innovative approaches to monitoring the trajectories of socio-economic development of the region]. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sotsiologiya. Menedzhment* [Proc. of the Southwestern State University. Series: Economy. Sociology. Management], 2014, no. 2, pp. 26–36.
5. Vertakova Yu., Plotnikov V. Innovative and industrial development: specifics of interrelation. *Економічний часопис-XXI* [Economic Annals-XXI], 2016, vol. 156, no. 1–2, pp. 37–40.
6. Brown D. T., Ratledge E. C. *Energy, the environment and Delaware jobs: Defining and describing green business*. Newark, University of Delaware, 2011. 102 p. Available at: [http://dspace.udel.edu/bitstream/handle/19716/10987/Green\\_business.pdf?sequence=1](http://dspace.udel.edu/bitstream/handle/19716/10987/Green_business.pdf?sequence=1).
7. Makower J., Pike C. *Strategies for the green economy: Opportunities and challenges in the new world of business*. New York, McGraw-Hill Publ., 2009. 290 p.
8. *What is green business?* Business Dictionary. Accessed 15 July 2013. Available at: <http://www.businessdictionary.com/definition/green-business.html>.
9. Croston G. *Starting green: An ecopreneur's toolkit for starting a green business: From business plan to profits*. Madison, Entrepreneur Press, 2009. 324 p.
10. *Find resources needed by following StartupNation's 10 Steps to Open for Business*. Available at: <http://startupnation.com/10-steps-to-open-for-business-step-1/>.
11. Cooney S. *Build a green small business: Profitable ways to become an ecopreneur*. New York, McGraw-Hill Publ., 2008. 256 p.
12. Kulinich A. A. Biznes v ekologicheskoy sfere: ego rol' v mirovoy politike [Business in ecological sphere: It's role in world politics]. *Vestnik MGIMO-Universiteta*, 2013, no. 3 (30), pp. 64–69.
13. Blokhin S. A. Effektivnost' modeli ekologoorientirovannogo biznesa [Effectiveness of the model of ecology-oriented business]. *Izvestiya Rossiyskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. A. I. Gertsena* [Proc. of the Russian State Pedagogical University named after A. I. Herzen]. 2007, vol. 18, no. 44, pp. 87–90.
14. Batsyun N. V. Innovatsionnye strategii v biznese [Innovative strategies in business]. *Aktual'nye problemy gumanitarnykh i estestvennykh nauk*, 2012, no. 2, pp. 74–78.
15. Poiseev I. I., Zamorshchikova A. A. Rynok ekologicheskikh uslug [Market of ecological services]. *Mezhdunarodnyy zhurnal prikladnykh i fundamental'nykh issledovaniy*, 2013, no. 8-1, pp. 73–74.
16. Dyatlov S. A., Miropol'skiy D. Yu., eds. *Gosudarstvo i rynek: mekhanizmy vzaimodeystviya v usloviyakh global'noy nestabil'nosti ekonomicheskikh sistem* [State and market: Mechanisms of interaction in conditions of global instability of economic systems]. St. Petersburg, SPbSUE Publ., 2014. 706 p.
17. *Gosudarstvo i rynek: novoe kachestvo vzaimodeystviya v informatsionno-setevoy ekonomike*. V 2-kh tt. [State and market: A new quality of interaction in the information and network economy. In 2 vols.]. St. Petersburg, Asterion Publ., 2007. Vol. 1. 396 p.
18. Rodina V. V. Imidzh rossiyskoy promyshlennosti kak faktor ee konkurentosposobnosti [The image of Russian industry as a factor of its competitiveness]. *Izvestiya Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta* [Proc. of the St. Petersburg State University of Economics], 2016, no. 1, pp. 89–93.
19. Kharlamov A. V., Adamenko K. V. Novaya konkurentosposobnost' khozyaystvuyushchikh sub"ektov i problema obespecheniya ekonomicheskoy bezopasnosti [The new competitiveness of economic entities and the problem of providing of economic security]. *Izvestiya Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta* [Proc. of the St. Petersburg State University of Economics], 2016, no. 2 (98), pp. 13–16.