

Оригинальная статья
Original article

УДК 796.062+316.752

DOI: 10.18413/2408-9346-2024-10-3-0-6

Гуреева Е. А.

Концепция создания общей ценности массового спорта

ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова»,
Стремянный пер., 36, Москва 115054, Россия
e-mail: Gureeva.ea@rea.ru
ORCID: 0000-0003-1112-7616

Статья поступила 19 августа 2024 г.; принята 14 сентября 2024 г.;
опубликована 30 сентября 2024 г.

Аннотация. Массовый спорт представляет собой значимый социокультурный феномен, влияющий на формирование ценностей и поведенческих установок общества. Изучение концепции создания общей ценности массового спорта имеет важное значение для понимания его влияния на общественное сознание и развитие социокультурной среды. Актуальность данного исследования обусловлена важностью развития массового спорта как средства укрепления физического и психологического здоровья населения, формирования общественного единства и солидарности, что, в свою очередь, позволяет говорить о создании общей ценности массового спорта. Методы исследования включали ретроспективный анализ литературы, анализ и синтез, систематизацию и группировку данных, математизацию в контексте определения частоты и моделирование. В статье предложена концептуальная модель создания общей ценности в массовом спорте, которая описывает возможности развития спортивных организаций через решение социальных проблем и создание на этой основе экономической ценности для организаций, местных сообществ и экономики страны в целом. Результаты исследования показали, что концепция создания общей ценности в массовом спорте предполагает не только достижение спортивных результатов, но и формирование благоприятных социокультурных и социально-экономических условий для развития общества и экономики. Важным аспектом реализации концепции является интеграция массового спорта в общественную жизнь и создание условий для равного доступа к спорту для всех групп населения. В заключение сделан вывод о необходимости развития массового спорта и реализации концепции создания общей ценности для обеспечения здоровья и благополучия общества. Результаты исследования могут быть использованы для разработки стратегий развития массового спорта на основе совместного создания ценности. Концепция совместно созданной ценности в массовом спорте реализуется как на государственном, так и на местном уровнях управления.

Ключевые слова: инновация; кластер; корпоративная социальная ответственность; массовый спорт; общая ценность; создание общих ценностей; устойчивое развитие; экосистема

Для цитирования: Гуреева Е. А. Концепция создания общей ценности массового спорта // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2024. Т. 10. № 3. С. 81-96. DOI: 10.18413/2408-9346-2024-10-3-0-6

UDC 796.062+316.752

Elena A. Gureeva

The concept of creating shared value of mass sports

Plekhanov Russian University of Economics,
36 Stremyanny Ln., Moscow 115054, Russia
e-mail: Gureeva.ea@rea.ru
ORCID: 0000-0003-1112-7616

Abstract. Mass sports is an important socio-cultural phenomenon that influences the formation of values and behavioural attitudes in society. The study of the concept of creating a common value of mass sports is important for understanding its influence on public consciousness and the development of socio-cultural environment. The relevance of this study is due to the importance of the development of mass sports as a means of strengthening the physical and psychological health of the population, the formation of social unity and solidarity, which, in turn, allows us to talk about the creation of a common value of mass sports. The research methods included retrospective literature review, analysis and synthesis, systematization and grouping of data, mathematization in the context of frequency determination and modelling. The paper proposed a conceptual model for creating shared value in mass sports, which describes opportunities for the development of sport organizations through addressing social problems and on this basis creating economic value for organizations, local communities, and the economy of the country. The results of the study showed that the concept of creating shared value in mass sports implies not only the achievement of sports results, but also the formation of favorable socio-cultural and socio-economic conditions for the development of society and the economy. An important aspect of the concept realization is the integration of mass sports into public life and the creation of conditions for equal access to sport for all groups of the population. In conclusion, it is necessary to develop mass sports and implement the concept of creating common value to ensure the health and well-being of society. The results of the study can be used to develop strategies for the development of mass sports based on joint value creation. The concept of jointly created value in mass sports is implemented at both the state and local levels of government.

Keywords: innovation; cluster; corporate social responsibility; mass sports; shared value; creating shared values; sustainable development; ecosystem

For citation: Gureeva, E. A. (2024), "The concept of creating shared value of mass sports", *Research Result. Business and Service Technologies*, 10 (3), pp. 81-96. DOI: 10.18413/2408-9346-2024-10-3-0-6

Введение (Introduction). Концепция создания общей ценности в массовом спорте относится к идее разделяемой ценности (shared value). Этот термин обозначает сотрудничество между

различными участниками экосистемы, при котором достигаются как социальные, так и экономические цели. Концепция предполагает, что участники экосистем могут одновременно получать

экономическую выгоду и способствовать решению социальных задач. В массовом спорте эта идея особенно актуальна, поскольку здесь интересы различных участников – государства, бизнеса, общественных организаций и самих спортсменов – пересекаются и дополняются, создавая условия для кооперации и взаимовыгодного взаимодействия.

Создание общей ценности в массовом спорте способствует общественному благу – улучшению здоровья нации, социальной интеграции, развитию активного образа жизни и укреплению социальных связей. Государство, бизнес и некоммерческие организации инвестируют в развитие массового спорта, понимая его важность для повышения качества жизни и социальной устойчивости. Помимо социальных выгод, участники экосистемы массового спорта, такие как спортивные клубы, компании, производители спортивного инвентаря и инфраструктурные организации, получают и экономическую выгоду. Инвестиции в массовый спорт могут приносить доход через продажу товаров и услуг, создание рабочих мест и развитие спортивного туризма. Создание общей ценности акцентирует внимание на взаимной выгоде и гармоничном взаимодействии между социальными и экономическими интересами участников массового спорта. Спорт в целом и массовый спорт, в частности, играет важнейшую роль в решении многих социальных проблем в жизни общества. Это и сохранение социального и индивидуального здоровья, и формирование двигательных умений и навыков, и обеспечение социализации молодежи, и поддержание здоровья и, наконец, адаптация к профессионально-трудовой деятельности (Болозин, 2018: 54–60). Однако практически отсутствуют научные работы, в которых бы проводилось комплексное и фундаментальное исследование того, как

спортивные организации могли бы превратить эти социальные проблемы в возможности для бизнеса в качестве средства создания общей ценности.

Цель исследования (The aim of the work) – выявление механизмов и способов формирования общей ценности массового спорта и разработка авторской концептуальной модели создания общей ценности в массовом спорте

Материалы и методы исследования (Materials and Methods). Методы исследования, использованные в работе, включают: ретроспективный анализ литературы, анализ и синтез, систематизацию, группировку данных, математизацию в контексте определения частоты и частотности и моделирование. Автором использовались данные следующих исследовательских платформ и сервисов: ELIBRARY.ru, Sciencedirect.com и Also Asked. В качестве материалов исследования использованы труды ведущих российских и зарубежных ученых, изучавших концепцию создания общей ценности, в том числе в контексте ее имплементации в сферу управления массовым спортом.

Результаты исследования и их обсуждение (Results and Discussion). Разработка концепции создания общих ценностей в основе своей имеет идеи известных экономистов М. Е. Портера и М. Р. Крамера, которые в 2011 г. ввели в экономический оборот термин «создание общих ценностей» (Creating Shared Values, CSV) (Porter, Kramer, 2011: 62–77). *Создание общих ценностей* как научный концепт – это стратегический подход, который побуждает компании добиваться успеха путем получения экономической выгоды и одновременного решения социальных проблем, создавая таким образом общую ценность (Cook, Biscaia, Papadas, Simkin, Carter, 2023: 811–832; Corazza, Scagnelli, Mio, 2017: 414–434). Создание общих ценностей требует долгосрочных инвестиций, способствующих устойчивой

конкурентоспособности за счет решения социальных и экологических задач. Как пишут М. Е. Портер и М. Р. Крамер, создание общих ценностей может включать такие стратегии, как переосмысление существующих продуктов и рынков (неудовлетворенные потребности общества, которые рассматриваются как возможности прибыльного роста); новые подходы к обоснованию роли продуктивности в создании общей ценности, т.е. речь идет о повышении эффективности и укреплении отношений со всеми заинтересованными сторонами; кластеризация, особенно в части поддержки локальных кластеров и компаний и организаций, которые создают общую ценность (Porter, Kramer, 2011: 62–77). В рамках концепции создания общих ценностей М. Е. Портер и М. Р. Крамер попытались устранить недостатки, присущие теории корпоративной социальной ответственности (КСО) и стратегиям конкурентного преимущества (Porter, Kramer, 2011: 62–77). Тем не менее пока широкого распространения данная концепция не получила, хотя, на наш взгляд, она обладает явным потенциалом, особенно в контексте возможностей ее

применения в управлении массовым спортом.

Начнем наше исследование с анализа интереса к концепту «создание общей ценности».

По поисковому запросу «создание общей ценности» на портале ELIBRARY.ru на 26 августа 2024 г. можно обнаружить 103 236 публикаций из 58 408 553 (т.е. всего 0,17%). При введении в поисковом запросе ограничения поиска термина только в названии публикации, число публикаций составит всего 24. Подборка из 24 публикаций включает статьи, которые датируются 2014–2019 гг. Продолжив работу с данной подборкой, определили следующие понятия и термины, которые встречаются в подборке чаще всего в контексте взаимосвязи с концептом «создание общей ценности»: корпоративная социальная ответственность, устойчивое развитие, инновация, экосистема, кластер. В таблице 1 представлены расчеты частоты упоминания данных терминов в выделенной подборке. При этом следует отметить, что в контексте концепции создания общей ценности в спорте публикации на портале ELIBRARY.ru не представлены.

Таблица 1

Ключевые термины и частота их употребления в подборке по поисковому запросу «создание общей ценности» (составлено авторами по данным ELIBRARY.ru на 26.08.2024)

Table 1

Key terms and the frequency of their use in the search query "creating shared value" (compiled by the authors according to the ELIBRARY.ru data on 26.08.2024)

Ключевой термин	Частота упоминания, шт.	Частота упоминания, %	Авторы и источники
Корпоративная социальная ответственность	9	37,50	(Борзаков, 2014: 60–68; 2015: 5–12); (Дунаев, 2014: 341); (Жернов, Нехода, Редчикова, 2018: 4077–4092); (Парашкевова, 2017: 519–525); (Парашкевова, Парашкевова, 2017: 111–123); (Селезнева, 2015: 37–39)
Устойчивое развитие	6	25,00	(Бичинев, 2017: 124–130); (Гайворонская, 2017: 190–197); (Максименко, Ляшенко, 2014: 227–229); (Мельникова, 2019а: 15–

			22); (Нехода, 2017: 44–49); (Новоселова, 2018: 121–123); (Павлова, 2017: 361–366); (Старикова, 2018: 163–167); (Ткаченко, 2023: 270–275)
Инновация	3	12,50	(Браун, 2014: 18–20); (Никитина, Буданов, 2017: 97–107); (Мельникова, 2018: 619–620); (Мирчук, Круглова, 2017: 33–43); (Тюменцева, 2018: 28–30)
Экосистема	2	8,33	(Хабибуллин, 2019: 286–291)
Кластер	2	8,33	(Мельникова, 2017: 77–81; 2019б: 319–328)

На портале Sciencedirect.com по поисковому запросу “Creating Shared Value” на 26 августа 2024 г. можно обнаружить более 1 000 000 опубликованных научных исследований. Продолжив работу с поисковым запросом “Creating Shared Value” и установив ограничения в части поиска рассматриваемого термина только в названии, аннотации и ключевых словах, сократили число публикаций до 2 087. В этих публикациях концепция создания общей ценности рассматривается в контексте технологических инноваций (Kwon, Lee, Cho, Sohn, 2023), устойчивого развития (Reyes, Scholz, 2019: 785–794); (Osman, Anouze, Irani, Lee, Medeni, Weerakkody, 2019: 514–532), эффективности компаний (Yoo, Kim, 2019: 542–550), стратегического планирования (Salo, 2015: 639–644), лидерства (Chen, Hung-Baesecke, Bowen, Zerfass, Stacks, Boyd, 2020), а также личных и общественных ценностей (Koo, Baek, Kim, 2019); (Byrareddy, Islam, Nguyen-Huy, Slaughter, 2023).

Что касается концепции создания общей ценности в спорте «Creating Shared Value in Sports», то лишь некоторые иностранные авторы уделяют внимание этому концепту. Здесь, прежде всего, еще раз хотелось бы упомянуть публикации М. Е. Портера и его соавтора М. Р. Крамера (Porter, Kramer, 2006: 78–92, 163; 2011: 62–77); (Porter, 1996: 61–78; 2008). Именно в статье этих экспертов в 2011 г. впервые была представлена бизнес-концепция создания общих ценностей (Porter, Kramer,

2011: 62–77). Кроме того, можно отметить еще несколько интересных научных работ, посвященных проблематике создания общих ценностей в спорте, внимание в которых акцентируется на роли спонсоров и принимающих спортивные соревнования сторон (Cook, Bisciaia, Papadas, Simkin, Carter, 2023: 811–832), на роли самооценки потребителей спортивного продукта (Ji, Yigang, 2023: 1037–1050), а также на корпоративной социальной ответственности в спорте, стали спорт рассматривать как средство обеспечения здорового образа жизни (Hills, Walker, Barry, 2018).

Следующий этап нашего исследования связан с графической визуализацией концепта «создание общей ценности» и определением его общего содержания. Для этого был использован инструмент Also Asked (<https://alsoasked.com/>), позволяющий сформулировать основные ключевые идеи, фразы, вопросы и проблемы, облегчающие понимание анализируемого концепта. При этом все идеи, фразы, вопросы и проблемы представлены в сгруппированном по темам варианте.

В поле поиска вводился запрос «создание общей ценности массового спорта» (язык: русский).

На рисунке 1 представлены полученные результаты в виде «карты» визуализации взаимосвязей между концептом «создание общей ценности массового спорта» и ключевыми вопросами.

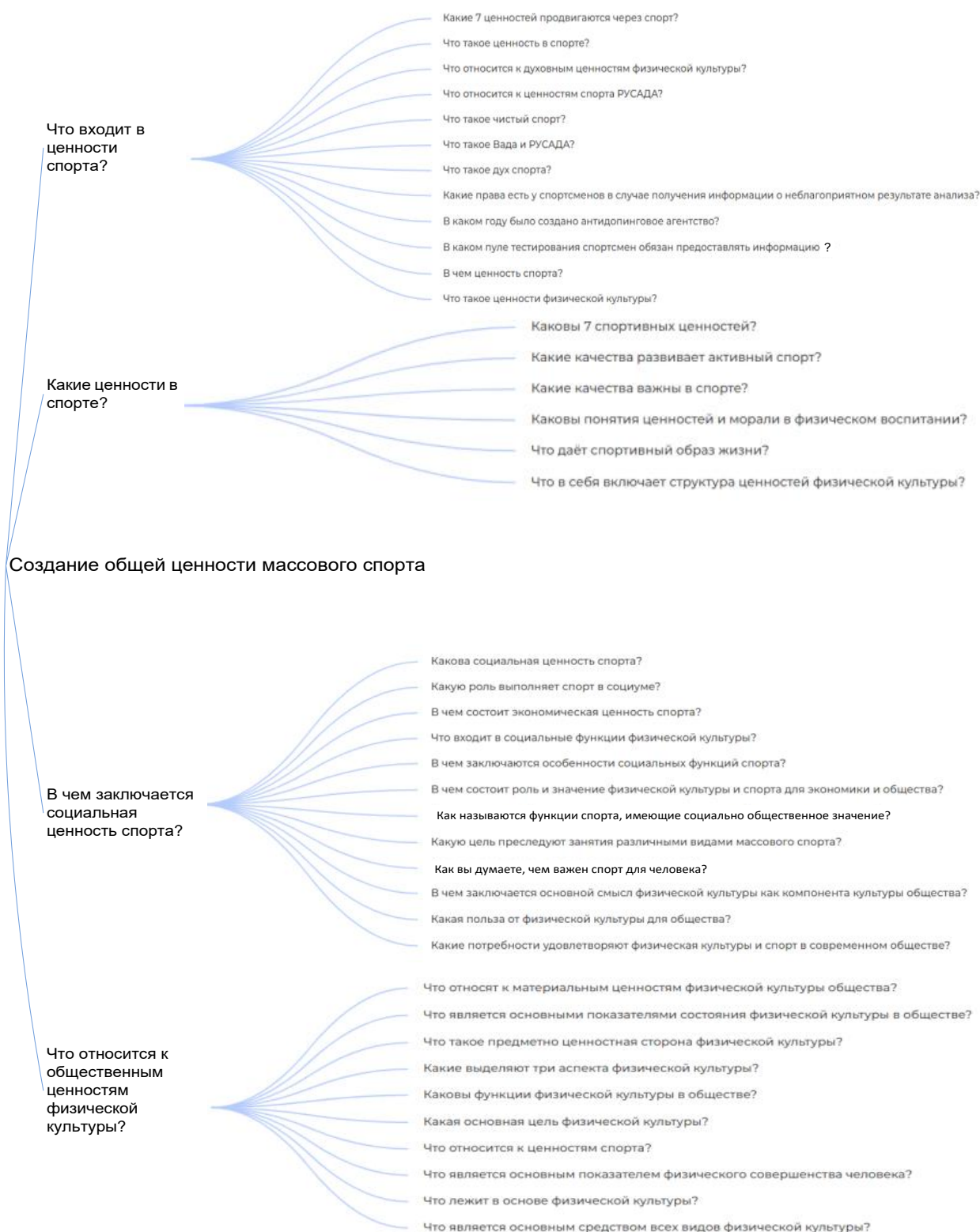


Рис. 1. «Карта» визуализации взаимосвязей между концептом «создание общей ценности массового спорта» и ключевыми вопросами (составлено авторами по данным Also Asked. URL: <https://alsoasked.com/> (дата обращения: 26.08.2024))
Fig. 1. The "Map" of visualization of the interrelationships between the concept of "creating shared value of mass sports" and key issues (compiled by the authors according to Also Asked. URL: <https://alsoasked.com/> (date of access: 26.08.2024))

Получена двухуровневая структура вопросов. Вопросы первого уровня:

- что входит в ценности спорта?
- какие ценности в спорте?
- в чем заключается социальная ценность спорта?
- что относится к общественным ценностям физической культуры?

Вопросы второго уровня (40 вопросов) раскрывают и дополняют содержание вопросов первого уровня. Среди самых интересных из этих вопросов, на наш взгляд, можно выделить следующие:

- что такое ценность в спорте?
- в чем ценность спорта?
- что относится к ценностям спорта РУСАДА?
- что такое ценности физической культуры?
- каковы понятия ценностей и морали в физическом воспитании?
- что дает спортивный образ жизни?
- что в себя включает структура ценностей физической культуры?
- какова социальная ценность спорта?
- в чем состоит экономическая ценность спорта?
- в чем состоит роль и значение физической культуры и спорта для экономики и общества?
- какие потребности удовлетворяют физическая культура и спорт в современном обществе?
- что такое предметно-ценностная сторона физической культуры?

Итак, что же собой представляет *концепция создания общей ценности массового спорта*?

Прежде всего, это интеграция социальных улучшений, т.е. решения социальных проблем, в само создание экономической ценности, причем как для

спортивных организаций, так и для местного сообщества и даже для государства в целом.

Итак, предлагаемая нами *концептуальная модель создания общей ценности в массовом спорте* (рис. 2) в основе своей имеет неразрешенные социальные проблемы и потребности общества, такие как: сохранение социального и индивидуального здоровья; формирование двигательных умений и навыков; обеспечение социализации молодежи; поддержание здоровья; адаптация к профессионально-трудовой деятельности. Исходя из этих потребностей, перед спортивными организациями, осуществляющими деятельность в сфере массового спорта открываются новые возможности для развития бизнеса. Эти возможности включают четыре ключевых направления, сформулированных М. Портером (Porter, Kramer, 2006: 78–92, 163; 2011: 62–77); (Porter, 2008), а именно:

1) переосмысление потребностей потребителей спортивного продукта, самих продуктов и рынков:

– расширение участия в спортивных мероприятиях и занятий спортом широких слоев населения;

– развитие фитнеса, программ здоровья, wellness-индустрии и личностное развитие;

2) повышение производительности в цепочке создания стоимости:

– повышение энергоэффективности и сокращение отходов;

– развитие персонала, поиск, привлечение и набор новых сотрудников;

3) команды и поставщики:

– работа с местными командами и местными поставщиками спортивной продукции в рамках локальных цепочек создания добавленной стоимости;

4) содействие развитию местных кластеров:

– стимулирование экономического развития в районах, прилегающих к стадионам и другим спортивным объектам;

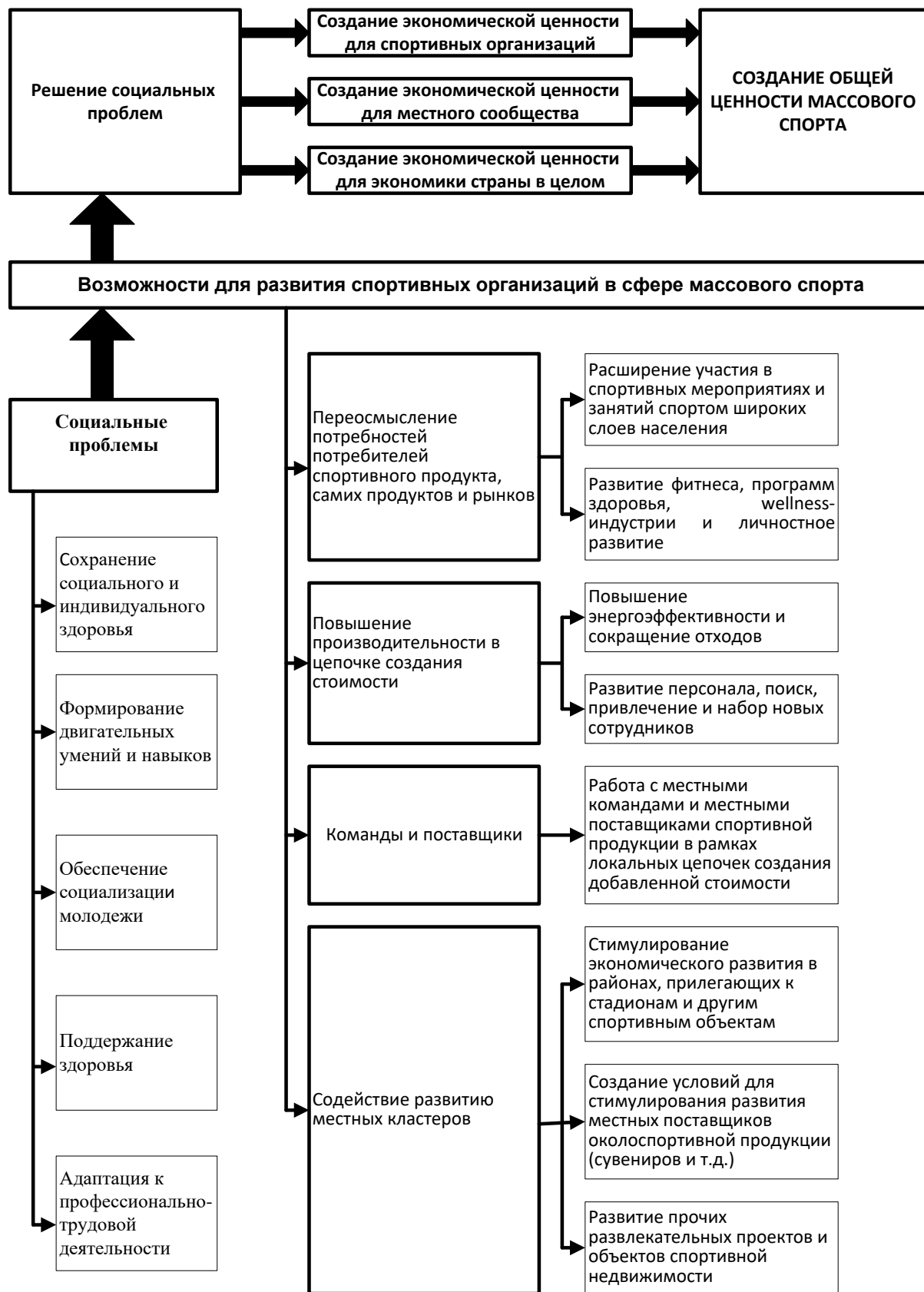


Рис. 2. Концептуальная модель создания общей ценности в массовом спорте (составлено автором)

Fig. 2. Conceptual model of creating shared value in mass sports (compiled by the author)

– создание условий для стимулирования развития местных поставщиков околоспортивной продукции (сувениров и т.д.);

– развитие прочих развлекательных проектов и объектов спортивной недвижимости.

Путем реализации данных возможностей обеспечивается решение выше обозначенных социальных проблем, обеспечивается создание экономической ценности организации, локального сообщества и экономики страны в целом, т.е. речь идет о *создании общей ценности массового спорта*.

Итак, массовый спорт имеет огромное значение для экономического развития местной, региональной и национальной экономики. Именно поэтому особое внимание следует уделять разработке и последующей реализации стратегий развития массового спорта на основе создания общей ценности. Стратегии развития массового спорта на основе создания его общей ценности включают в себя:

– производство спортивных товаров;

– создание рабочих мест в спортивных организациях и содействие развитию занятости и трудоустройству, в том числе с помощью программ повышения квалификации и профессиональной переподготовки;

– развитие и использование спортивной инфраструктуры;

– проведение спортивных мероприятий.

Производство спортивных товаров.

Большая часть спортивных товаров производится и импортируется из развитых стран. Соответственно, организация национального и локального производства местными малыми и средними предприятиями способна обеспечить возможности использования имеющихся навыков и оборудования для организации производства спортивных товаров и специализированного

спортивного инвентаря по доступным ценам.

Создание рабочих мест в спортивных организациях и содействие развитию занятости и трудоустройству, в том числе с помощью программ повышения квалификации и профессиональной переподготовки. Спорт является эффективным инструментом создания рабочих мест, особенно для молодежи. Помимо повышения производительности труда, развитие занятости и трудоустройство в спортивных организациях способствует формированию физически активной рабочей силы. Спорт является ценным инструментом профессиональной подготовки. Именно спорт учит таким навыкам, как ценность усилий и умение работать в команде, что повышает шансы на трудоустройство в других отраслях экономики.

Развитие и использование спортивной инфраструктуры. Строительство или реконструкция спортивной инфраструктуры стимулирует экономическое развитие в регионе, независимо от того, идет ли речь о строительстве и реконструкции крупных или небольших объектов. Сложно переоценить то значение, которое имеет развитие спортивной инфраструктуры для создания комфортной городской среды. Если говорить о тех экономических выгодах, которые приносит развитие спортивной инфраструктуры, то это, в первую очередь, рост занятости и инвестиций во время строительства и реализации проекта, а впоследствии – это обеспечение постоянной занятости для управления спортивным объектом и его деятельностью. Более того, многие объекты спортивной инфраструктуры могут иметь различные направления использования, например, такие объекты могут представлять интерес для школ и общественных организаций для проведения не только спортивных, но и культурных, социальных и других мероприятий.

Проведение спортивных мероприятий. Проведение международных спортивных мероприятий оказывает благоприятное экономическое воздействие на принимающие страны. Страны, принимающие спортивные мероприятия, привлекают большое количество туристов из разных уголков мира. Высокая посещаемость способствует развитию коммерческой деятельности принимающих стран, росту спроса на гостиничные, транспортные услуги и услуги сектора общественного питания. Местные спортивные мероприятия способны привлекать большое количество людей, первоначально из местных районов и прилегающих к ним территорий, где проводятся спортивные мероприятия, и постепенно привлекая участников из более отдаленных регионов. И, по аналогии с влиянием проведения международных спортивных соревнований на национальную экономику принимающей страны, проведение местных спортивных соревнований способно оказать положительный эффект на развитие локальной экономики.

Заключение (Conclusions).

Исследование концепции создания общей ценности массового спорта имеет важное значение для формирования общественного сознания и развития социокультурной среды. Представленная в статье концептуальная модель развития спортивных организаций массового спорта на основе создания социальных и экономических ценностей позволяет не только достигать спортивных результатов, но и создавать благоприятные условия для развития общества и экономики страны. Реализация концепции требует интеграции массового спорта в общественную жизнь и обеспечения равного доступа к спорту для всех групп населения. Необходимо продолжать развитие массового спорта и внедрять концепцию создания общей ценности для обеспечения здоровья и благополучия общества. Результаты исследования могут быть использованы

для разработки стратегий развития массового спорта как на государственном, так и на локальном уровнях управления.

Информация о конфликте интересов: автор не имеет конфликта интересов для декларации.

Conflicts of Interest: the author has no conflict of interests to declare.

Список литературы

Бичинев А.А. Международные и российские проблемы имплементации концепции создания общей ценности (Creating Shared Value) // Экономика и управление: проблемы, решения. 2017. Т. 2. № 4. С. 124-130. EDN YPBZLX.

Болозин А.А. Массовый спорт и его значение для современной российской молодежи // Гуманитарий Юга России. 2018. Т. 7. № 2. С. 54-60. DOI 10.23683/2227-8656.2018.2.4. EDN YWZFTW.

Борзаков Д.В. Развитие концепции корпоративной социальной ответственности: создание общей ценности // Проблемы и перспективы современной экономики / Воронежский государственный университет, Экономический факультет, кафедра экономики и управления организациями. Воронеж : Издательско-полиграфический центр "Научная книга", 2014. С. 60-68. EDN ТТАОРН.

Борзаков Д.В. Создание общей ценности в контексте стратегии корпоративной социальной ответственности // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2015. № 1. С. 5-12. EDN TUBZLX.

Браун Н.С. Основы создания общей ценности // Управление стратегическим потенциалом регионов России: методология, теория, практика : Сборник научных трудов Всероссийской научно-практической конференции, Волгоград, 16–18 апреля 2014 года / Редколлегия: А.В. Копылов (отв. ред.) и [и др.]. Часть 2. Волгоград: Волгоградский государственный технический университет, 2014. С. 18-20. EDN FERIFO.

Гайворонская М.А. Баланс частных и публичных интересов в контексте создания общей системы ценностей // Право и современное общество: ценности, развитие и проблемы : сборник научных трудов по

материалам I Международной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 31 мая 2017 года / НОО «Профессиональная наука». Санкт-Петербург: НОО «Профессиональная наука», 2017. С. 190-197. EDN WFHLOI.

Дунаев А.Н. Анализ финансовых аспектов конкурентоспособности в сельском хозяйстве: эффективность и производительность, инновации и предпринимательство, корпоративная социальная ответственность, создание общих экономических и социальных ценностей // Экономика сельского хозяйства. Реферативный журнал. 2014. № 2. С. 341. EDN SEOENN.

Жернов Е.Е., Нехода Е.В., Редчикова Н.А. Этические аспекты концепции создания общих ценностей // Российское предпринимательство. 2018. Т. 19. № 12. С. 4077-4092. DOI 10.18334/gr.19.12.39630. EDN VVEXGO.

Максименко Е.И., Ляшенко П.В. Баланс частных и публичных интересов в контексте создания общей системы ценностей // Известия Оренбургского государственного аграрного университета. 2014. № 3 (47). С. 227-229. EDN SJDTCN.

Мельникова Л.Н. Развитие промышленности через призму концепции "Создание Общей ценности", практическое применение и критический взгляд // Европейский журнал социальных наук. 2017. № 12-2. С. 77-81. EDN YNTYXZ.

Мельникова Л.Н. Стратегия роста инновационной активности в рамках концепции "Создания Общих Ценностей" // Технологическая перспектива в рамках Евразийского пространства: новые рынки и точки экономического роста : материалы 4-ой Международной научной конференции, Санкт-Петербург, 13–15 декабря 2018 года / Под редакцией О.Н. Кораблевой, М.И. Барабановой, Е.А.Ветровой, А.А. Зайцевой, В.В. Кораблева, С.В. Кулешова, В.В. Трофимова, Л.П. Харченко, Е.А. Яковлевой. Санкт-Петербург: Центр научно-информационных технологий "Астерион", 2018. С. 619-620. EDN ZHTTMT.

Мельникова Л.Н. Цели и методы применения концепции создания общих ценностей и ее влияние на трудовые аспекты // Экономика труда. 2019. Т. 6. № 1. С. 15-22. DOI 10.18334/et.6.1.39770. EDN GEDHNO.

Мельникова Л.Н. Развитие концепции "Создания Общих Ценностей" и применение ее в различных областях промышленности в рамках устойчивого развития // Креативная экономика. 2019. Т. 13. № 2. С. 319-328. DOI 10.18334/ce.13.2.39787. EDN VWHVAS.

Мирчук Е.А., Круглова П.А. Понятие "общих ценностей" как инструмента создания инвестиционной привлекательности компаний // Экономика и управление : сборник научных трудов. Часть II. Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2017. С. 33-43. EDN YTPHJ.

Нехода Е.В. Развитие территорий и местных сообществ присутствия компаний как основа создания общих ценностей // Междисциплинарный подход к исследованию экономики : материалы III Международной научно-практической конференции, посвященной 70-летию кафедры общей экономической теории БашГУ: в 3 частях, Уфа, 15–16 ноября 2017 года. Часть 1. Уфа: Башкирский государственный университет, 2017. С. 44-49. EDN ZXSYL.

Никитина Л.М., Буданов В.А. Концепция создания общей ценности в теории и практике // Управление изменениями в социально-экономических системах : Сборник статей XVI Международной научно-практической конференции, Воронеж, 30 июня 2017 года. Воронеж: Издательство Истоки, 2017. С. 97-107. EDN YTASND.

Новоселова Д.С. Создание общих ценностей как основа повышения устойчивости цепей поставок // Перспективы развития фундаментальных наук : Сборник научных трудов XV Международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых: в 7 томах, Томск, 24–27 апреля 2018 года / Под ред. И.А. Курзиной, Г.А. Вороновой. Том 5. Томск: Издательский Дом Томского государственного университета, 2018. /С. 121-123. EDN YMFYGL.

Павлова Н.С. Эволюция отношений с поставщиками: к созданию общей ценности // Международный молодежный симпозиум по управлению, экономике и финансам : Сборник научных статей, Казань, 05–06 декабря 2017 года. Казань: Казанский (Приволжский) федеральный университет, 2017. С. 361-366. EDN YSVXMP.

Парашкевова А.Д. Аспекты концепции создания общей ценности в контексте корпоративной социальной ответственности // Современная экономика социальные вызовы и финансовые проблемы XXI века : сборник статей Международной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 18–19 мая 2017 года. Санкт-Петербург: Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования "Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого", 2017. С. 519-525. EDN ZNVZQJ.

Парашкевова А.Д., Парашкевова Л.П. Вопросы реляции общей ценности и корпоративной социальной ответственности // Инновационное развитие социально-экономических систем: условия, результаты и возможности: Материалы V Международной научно-практической конференции, Орехово-Зуево, 25–26 мая 2017 года. Орехово-Зуево: Государственный гуманитарно-технологический университет, 2017. С. 111-123. EDN ZCGJON.

Селезнева М.М. Создание общей ценности как модернизация концепции корпоративной социальной ответственности // Приволжский научный вестник. 2015. № 5-2(45). С. 37-39. EDN TWGWUP.

Старикова Е.А. Формирование концепции устойчивого развития на корпоративном уровне: теории "создания общей ценности" и "устойчивой ценности" // Экономика и управление: проблемы, решения. 2018. Т. 2. № 6. С. 163-167. EDN UVXVFA.

Ткаченко И.Н. К созданию общих ценностей и устойчивого развития через «человекоцентричность» // Урал - драйвер неоиндустриального и инновационного развития России : материалы V Уральского экономического форума, Екатеринбург, 19–20 октября 2023 года. Екатеринбург: Уральский государственный экономический университет, 2023. С. 270-275. EDN NLJTMJ.

Тюменцева О.С. Эволюция концепции создания общих ценностей // Перспективы развития фундаментальных наук : Сборник научных трудов XV Международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых: в 7 томах, Томск, 24–27 апреля 2018 года / Под ред. И.А. Курзиной, Г.А. Вороновой. Том 5. Томск: Издательский Дом Томского

государственного университета, 2018. С. 28-30. EDN YMFUXUL.

Хабибуллин Р.И. Принципы согласования интересов участников экосистемы в условиях самоуправления и создания общих ценностей // Актуальные аспекты реализации стратегии модернизации России: поиск модели эффективного хозяйственного развития : Сборник статей Международной научно-практической конференции, Судак, Республика Крым, 03–05 октября 2019 года / Под редакцией Г.Б. Клейнера, В.В. Сорокожердьева, З.М. Хашевой. Судак, Республика Крым: АНО "Научно-исследовательский институт истории, экономики и права", 2019. С. 286-291. – EDN YIKRPK.

Corazza, L., Scagnelli, S.D. and Mio, C. (2017), "Simulacra and sustainability disclosure: Analysis of the interpretative models of creating shared value", *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 24 (5), pp. 414-434. <https://doi.org/10.1002/csr.1417>.

David, Cook, Rui, Biscaia, Karolos, Papadas, Lyndon, Simkin and Libby, Carter (2023), "The creation of shared value in the major sport event ecosystem: understanding the role of sponsors and hosts", *European Sport Management Quarterly*, 23 (3), pp. 811-832. DOI: 10.1080/16184742.2021.1931394.

Deuksin, Kwon, Ha, Young Lee, Joon, Hyung Cho and So, Young Sohn (2023), "Effect of an open patent pool strategy on technology innovation in terms of creating shared value", *Technological Forecasting and Social Change*, 187, p. 122251. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.122251>.

Gastón, de los Reyes and Markus, Scholz (2019), "The limits of the business case for sustainability: Don't count on 'Creating Shared Value' to extinguish corporate destruction", *Journal of Cleaner Production*, 221, pp. 785-794. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.02.187>.

Hills, Stephen, Walker, Matthew and Barry, Adam (2018), "Sport as a vehicle for health promotion: A shared value example of corporate social responsibility", *Sport Management Review*, 22. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2018.10.001>.

Hyeonmi, Yoo and Jae Wook, Kim (2019), "Creating and sharing a bigger value: A dual process model of inter-firm CSV relative to firm performance", *Journal of Business Research*, 99,

pp. 542-550.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.10.038>.

Ibrahim, H., Osman, Abdel Latef, Anouze, Zahir, Irani, Habin, Lee, Tunç D., Medeni and Vishanth, Weerakkody (2019), "A cognitive analytics management framework for the transformation of electronic government services from users' perspective to create sustainable shared values", *European Journal of Operational Research*, 278 (2), pp. 514-532.
<https://doi.org/10.1016/j.ejor.2019.02.018>.

Jeongho, Koo, Suhyun, Baek and Sunah, Kim (2019), "The Effect of Personal Value on CSV (Creating Shared Value)", *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 5 (2), p. 34.
<https://doi.org/10.3390/joitmc5020034>.

Markku, Salo (2015), "Woven Strategy Approach and Shared Value Creation", *Procedia Manufacturing*, 3, pp. 639-644.
<https://doi.org/10.1016/j.promfg.2015.07.288>.

Porter, M.E. (1996), "What Is Strategy?", *Harvard Business Review*, 74 (6), pp. 61–78.

Porter, M.E. and Kramer, M.R. (2006), "Strategy and society: the link between competitive advantage and corporate social responsibility", *Harvard business review*, 84 (12), pp. 78-92, 163.

Porter, M.E. (2008), *On Competition*, Updated and Expanded Ed. Harvard Business School Publishing, Boston.

Porter, M.E. and Kramer, M.R. (2011), "Creating Shared Value", *Harvard Business Review*, 89 (1-2), pp. 62–77.

Vivekananda, M., Byrareddy, Md. Aminul, Islam, Thong, Nguyen-Huy and Geoff, Slaughter (2023), "A systematic review of emerging environmental markets: Potential pathways to creating shared value for communities", *Heliyon*, 9 (9), p. e19754.
<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e19754>.

Yi-Ru Regina, Chen, Chun-Ju Flora, Hung-Baesecke, Shannon A., Bowen, Ansgar, Zerfass, Don W., Stacks and Ben, Boyd (2020), "The role of leadership in shared value creation from the public's perspective: A multi-continental study", *Public Relations Review*, 46 (1), p. 101749.
<https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2018.12.006>.

Wu, Ji and Wu, Yigang (2023), "From Participation to Consumption: The Role of Self-Concept in Creating Shared Values Among Sport Consumers", *Psychology Research and Behavior*

Management, 16, pp. 1037-1050.
<https://doi.org/10.2147/PRBM.S406346>.

References

Bichinev, A.A. (2017), "International and Russian problems of implementing the concept of Creating Shared Value", *Economics and management: problems, solutions*, 2 (4), pp. 124-130. EDN YPBZLX.

Bolozin, A.A. (2018), "Mass sport and its significance for modern Russian youth", *Humanities of the South of Russia*, 7 (2), pp. 54-60. DOI 10.23683/2227-8656.2018.2.4. EDN YWZFTW.

Borzakov, D.V. (2014), "Development of the concept of corporate social responsibility: creating a common value", In: *Problems and prospects of modern Economics*, Voronezh State University, Faculty of Economics, Department of Economics and Management of Organizations, Publishing and Printing Center "Scientific Book", Voronezh, pp. 60-68. EDN TTAOPH.

Borzakov, D.V. (2015), "Creating common value in the context of corporate social responsibility strategy", *Bulletin of the Voronezh State University. Series: Economics and Management*, 1, pp. 5-12. EDN TUBZLX.

Brown, N.S. (2014), "Fundamentals of creating common value", *Managing the strategic potential of Russian regions: methodology, theory, practice*, Collection of Scientific Papers of the All-Russian Scientific and Practical Conference, Volgograd, April 16-18, 2014, A.V. Kopylov et al. (ed.), Part 2, Volgograd State Technical University, Volgograd, pp. 18-20. EDN FERIFO.

Corazza, L., Scagnelli, S.D. and Mio, C. (2017), "Simulacra and sustainability disclosure: Analysis of the interpretative models of creating shared value", *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 24 (5), pp. 414-434. <https://doi.org/10.1002/csr.1417>.

David, Cook, Rui, Biscaia, Karolos, Papadas, Lyndon, Simkin and Libby, Carter (2023), "The creation of shared value in the major sport event ecosystem: understanding the role of sponsors and hosts", *European Sport Management Quarterly*, 23 (3), pp. 811-832. DOI: 10.1080/16184742.2021.1931394.

Deuksin, Kwon, Ha, Young Lee, Joon, Hyung Cho and So, Young Sohn (2023), "Effect of an open patent pool strategy on technology innovation in terms of creating shared value", *Technological Forecasting and Social Change*,

187, p. 122251.
<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.122251>.

Dunaev, A.N. (2014), "Analysis of financial aspects of competitiveness in agriculture: efficiency and productivity, innovation and entrepreneurship, corporate social responsibility, creation of common economic and social values", *Economics of agriculture. Review journal*, 2, p. 341. EDN SEOEHH.

Gaivoronskaya, M.A. (2017), "The balance of private and public interests in the context of creating a common value system", *Law and modern society: values, development and problems*, Collection of scientific papers based on the materials of the 1st International Scientific and Practical Conference, St. Petersburg, May 31, 2017, Professional Science, pp. 190-197. EDN WFHLOI.

Gastón, de los Reyes and Markus, Scholz (2019), "The limits of the business case for sustainability: Don't count on 'Creating Shared Value' to extinguish corporate destruction", *Journal of Cleaner Production*, 221, pp. 785-794. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.02.187>.

Hills, Stephen, Walker, Matthew and Barry, Adam (2018), "Sport as a vehicle for health promotion: A shared value example of corporate social responsibility", *Sport Management Review*, 22. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2018.10.001>.

Hyeonmi, Yoo and Jae Wook, Kim (2019), "Creating and sharing a bigger value: A dual process model of inter-firm CSV relative to firm performance", *Journal of Business Research*, 99, pp. 542-550. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.10.038>.

Ibrahim, H., Osman, Abdel Latef, Anouze, Zahir, Irani, Habin, Lee, Tunç D., Medeni and Vishanth, Weerakkody (2019), "A cognitive analytics management framework for the transformation of electronic government services from users' perspective to create sustainable shared values", *European Journal of Operational Research*, 278 (2), pp. 514-532. <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2019.02.018>.

Jeongho, Koo, Suhyun, Baek and Sunah, Kim (2019), "The Effect of Personal Value on CSV (Creating Shared Value)", *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 5 (2), p. 34. <https://doi.org/10.3390/joitmc5020034>.

Khabibullin, R.I. (2019), "Principles of coordinating the interests of ecosystem participants in conditions of self-government and

the creation of common values", *Important aspects of the implementation of the modernization strategy of Russia: search for a model of effective economic development*, Collection of Articles of the International Scientific and Practical Conference, Sudak, Republic of Crimea, October 03-05, 2019, G.B. Kleiner, V.V. Sorokozherdyev, Z.M. Hasheva (eds.), Scientific Research Institute of History, Economics and Law, Sudak, Republic of Crimea, pp. 286-291. EDN YIKRPK.

Maksimenko, E.I. and Lyashenko, P.V. (2014), "The balance of private and public interests in the context of creating a common value system", *Proceedings of Orenburg State Agrarian University*, 3 (47), pp. 227-229. EDN SJDTCN.

Markku, Salo (2015), "Woven Strategy Approach and Shared Value Creation", *Procedia Manufacturing*, 3, pp. 639-644. <https://doi.org/10.1016/j.promfg.2015.07.288>.

Melnikova, L.N. (2017), "Industrial development through the prism of the concept of creating shared value, practical application and critical view", *European Journal of Social Sciences*, 12-2, pp. 77-81. EDN YNTYXZ.

Melnikova, L.N. (2018), "Strategy for the growth of innovation activity within the framework of the concept of creating shared value", *Technological Perspective Within the Eurasian Space: New Markets and Points of Economic Growth*, Proceedings of the 4th International Scientific Conference, St. Petersburg, December 13-15, 2018, O.N. Korableva, M.I. Barabanova, E.A. Vetrova, A.A. Zaitseva, V.V. Korablev, S.V. Kuleshov, V.V. Trofimov, L.P. Kharchenko, E.A. Yakovleva (eds.), Asterion Center for Scientific and Information Technologies, St. Petersburg, pp. 619-620. EDN ZHTTMT.

Melnikova, L.N. (2019), "Goals and methods of applying the concept of creating common values and its impact on labor aspect", *Labor economics*, 6 (1), pp. 15-22. DOI 10.18334/et.6.1.39770. EDN GEDHHO.

Melnikova, L.N. (2019), "The development of the concept of creating shared value and its application in various fields of industry within the framework of sustainable development", *Creative Economy*, 13 (2), pp. 319-328. DOI 10.18334/ce.13.2.39787. EDN VWHVAS.

Mirchuk, E.A. and Kruglova, P.A. (2017), "The concept of shared value as a tool for creating

investment attractiveness of companies”, *Economics and management*, Collection of scientific papers, Part 2, St. Petersburg State University of Economics, St. Petersburg, pp. 33-43. EDN YTPIHJ.

Nekhoda, E.V. (2017), “Development of territories and local communities of companies' presence as a basis for creating common values”, *An interdisciplinary approach to the study of economics*, Materials of the 3rd International Scientific and Practical Conference Dedicated to the 70th Anniversary of the Department of General Economic Theory of BASHGU: in 3 parts, Ufa, November 15-16, 2017, Part 1, Bashkir State University, Ufa, pp. 44-49. EDN ZXSYXL.

Nikitina, L.M. and Budanov, V.A. (2017), “The concept of creating common value in theory and practice”, *Managing changes in socio-economic systems*, Collection of articles of the 16th International Scientific and Practical Conference, Voronezh, June 30, 2017, Istoki Publishing House, Voronezh, pp. 97-107. EDN YTASND.

Novoselova, D.S. (2018), “Creating common values as a basis for increasing the sustainability of supply chains”, *Prospects for the development of fundamental sciences*, Collection of scientific papers of the 15th International Conference of Students, Postgraduates and Young Scientists, in 7 volumes, Tomsk, April 24-27, 2018, I.A. Kurzina, G.A. Voronova (eds.), Vol. 5, Publishing House of Tomsk State University, Tomsk, pp. 121-123. EDN YMFYGL.

Parashkevova, A.D. (2017), “Aspects of the concept of creating common value in the context of corporate social responsibility”, *Modern economics social challenges and financial problems of the 21st century*, Collection of Articles of the International Scientific and Practical Conference, St. Petersburg, May 18-19, 2017, Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, St. Petersburg, pp. 519-525. EDN ZNVZQJ.

Parashkevova, A.D. and Parashkevova, L.P. (2017), “Issues of correlation of common value and corporate social responsibility”, *Innovative development of socio-economic systems: conditions, results and opportunities*, Materials of the 5th International Scientific and Practical Conference, Orekhovo-Zuyevo, May 25-26, State University of Humanities and Technology, Orekhovo-Zuyevo, pp. 111-123. EDN ZCGJON.

Pavlova, N.S. (2017), “Evolution of relations with suppliers: towards the creation of common value”, *International Youth Symposium on Management, Economics and Finance*, Collection of scientific articles, Kazan, 05-06 December 2017, Kazan (Volga Region) Federal University, Kazan, pp. 361-366. EDN YSVXMP.

Porter, M.E. and Kramer, M.R. (2006), “Strategy and society: the link between competitive advantage and corporate social responsibility”, *Harvard business review*, 84 (12), pp. 78-92, 163.

Porter, M.E. and Kramer, M.R. (2011), “Creating Shared Value”, *Harvard Business Review*, 89 (1-2), pp. 62-77.

Porter, M.E. (1996), “What Is Strategy?”, *Harvard Business Review*, 74 (6), pp. 61-78.

Porter, M.E. (2008), *On Competition*, Updated and Expanded Ed. Harvard Business School Publishing, Boston.

Selezneva, M.M. (2015), “Creation of common value as modernization of the concept of corporate social responsibility”, *Privolzhsky Scientific Bulletin*, 5-2 (45), pp. 37-39. EDN TWGWUP.

Starikova, E.A. (2018), “Formation of the concept of sustainable development at the corporate level: theories of "creating shared value" and "sustainable value", *Economics and Management: Problems, Solutions*, 2 (6), pp. 163-167. EDN UVXVFA.

Tkachenko, I.N. (2023), “Towards the creation of common values and sustainable development through human-centricity”, *Ural – driver of neo-industrial and innovative development of Russia*, Proceedings of the 5th Ural Economic Forum, Yekaterinburg, October 19-20, Ural State University of Economics, Yekaterinburg, pp. 270-275. EDN NLJTMJ.

Tyumentseva, O.S. (2018), “Evolution of the concept of creating common values”, *Prospects for the development of fundamental sciences*, Collection of scientific papers of the 15th International Conference of Students, Postgraduates and Young Scientists, in 7 volumes, Tomsk, April 24-27, 2018, I.A. Kurzina, G.A. Voronova (eds.), Vol. 5. Publishing House of Tomsk State University, Tomsk, pp. 28-30. EDN YMFXUL.

Vivekananda, M., Byrareddy, Md. Aminul, Islam, Thong, Nguyen-Huy and Geoff, Slaughter (2023), “A systematic review of emerging environmental markets: Potential pathways to

creating shared value for communities”, *Heliyon*, 9 (9), p. e19754.
<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e19754>.

Wu, Ji and Wu, Yigang (2023), “From Participation to Consumption: The Role of Self-Concept in Creating Shared Values Among Sport Consumers”, *Psychology Research and Behavior Management*, 16, pp. 1037-1050.
<https://doi.org/10.2147/PRBM.S406346>.

Yi-Ru Regina, Chen, Chun-Ju Flora, Hung-Baesecke, Shannon A., Bowen, Ansgar, Zerfass, Don W., Stacks and Ben, Boyd (2020), “The role of leadership in shared value creation from the public’s perspective: A multi-continental study”, *Public Relations Review*, 46 (1), p. 101749.
<https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2018.12.006>.

Zhernov, E.E., Nekhoda, E.V. and Redchikova, N.A. (2018), “Ethical aspects of the concept of creating common values”, *Russian entrepreneurship*, 19(12), pp. 4077-4092. DOI 10.18334/rp.19.12.39630. EDN VVEXGO.

Данные об авторе

Гуреева Елена Александровна, заведующий кафедрой менеджмента спорта и активного досуга, к.э.н., доцент

Information about the author

Elena A. Gureeva, Head of the Department of Sports and Active Leisure Management, PhD in Economics, Associate Professor