

Вестник Евразийской науки / The Eurasian Scientific Journal <https://esj.today>

2022, №4, Том 14 / 2022, No 4, Vol 14 <https://esj.today/issue-4-2022.html>

URL статьи: <https://esj.today/PDF/29ECVN422.pdf>

Ссылка для цитирования этой статьи:

Максимова, А. В. Разработка организационного механизма формирования социально значимой инновационной продукции / А. В. Максимова // Вестник евразийской науки. — 2022. — Т. 14. — № 4. — URL: <https://esj.today/PDF/29ECVN422.pdf>

For citation:

Maksimova A.V. Development of an organizational mechanism for the formation of socially significant innovative products. *The Eurasian Scientific Journal*, 14(4): 29ECVN422. Available at: <https://esj.today/PDF/29ECVN422.pdf>. (In Russ., abstract in Eng.).

УДК 001.8:338.2

Максимова Анна Владимировна

ООО «Долсо», Москва, Россия

Генеральный директор, руководитель Совета по профессиональным квалификациям в сфере производства социально-значимых товаров

E-mail: maksimova@dolso.ru

Разработка организационного механизма формирования социально значимой инновационной продукции

Аннотация. В статье приведено описание организационного механизма формирования социально значимой продукции. Социальная значимость продукции является свойством товаров и услуг, определяемым государством в рамках деятельности по обеспечению базовых потребностей своих граждан. В основу присвоения продукции статуса социально значимого блага закладывается мнение социума о необходимости иметь такую продукцию в постоянном наличии и свободном доступе. При этом оценка степени социальной значимости продукции соответствует востребованности этой продукции со стороны всех заинтересованных в ее производстве пользователей. Гипотезой исследования становится предположение о том, что определение социальной значимости инновационной продукции, впервые представленной на рынке, будет обосновано ее всемерной поддержкой со стороны производителей продукции, ее пользователей и потребителей. Важной задачей ускорения формирования социальной значимости инновационной продукции становится определение последовательности в создании пользователями потребительских характеристик продукции на всех стадиях ее жизненного цикла. Логика последовательности коммуникаций, выстраиваемая в процессе «освоения» продукции в процессе ее производства, становится определяющим в построении организационного механизма формирования социальной значимости продукции. Применение «производственных» компетенций пользователями социально значимых товаров в сочетании с компетенциями «потребительскими» позволяет участникам производственной и эксплуатационной коопераций «наращивать» знания о возможностях применения продукции в удовлетворении общественных потребностей.

Ключевые слова: жизненный цикл продукции; инновационная продукция; компетенции; комплексный подход; корпоративное управление; моделирование социальной значимости продукта; организационно-экономический механизм; производственная кооперация; социальная значимость; социальная ответственность

Введение

Область исследования, которая рассматривается в данной статье, относится к производству и потреблению социально значимых благ. Актуальность исследования определяется трансформацией экономических отношений в российской экономике, которая существенно изменила не только механизмы производства и потребления общественных благ, но и наполнила новым содержанием базовые экономические категории. Так социально значимый товар, определяемый как общественно значимое благо и, в первую очередь, отнесенный к товарам, необходимым для жизнеобеспечения, получает в настоящее время новое содержание, обеспеченное общественными потребностями ступеней высокого уровня. Динамика перехода от одной ступени к другой, более высокой может быть определена словами А. Маслоу [1], согласно которым «...По мере удовлетворения одних потребностей возникают другие, всё более и более высокие». Так постепенно, шаг за шагом человек приходит к потребности в саморазвитии — наивысшей из них». Заметим, что для каждого освоенного уровня потребностей в социуме формируется соответствующее этому уровню определение социальной значимости производимой и потребляемой продукции. Соответствие социальной значимости продукции уровню потребности в ней позволяет утолить эту потребность и перейти на ее новый, более высокий уровень. Особенностью ситуации появления на рынке инновационной продукции с присвоением ей статуса социально значимого продукта, на наш взгляд, требует обоснованной поддержки со стороны производителей этой продукции и ее потребителей. Примером может служить современное содержание социально значимой продукции, которое в полной мере соответствует второй (по Маслоу) категории потребностей, а именно потребности в безопасности/защите: комфорте, постоянстве условий жизни. При этом новой и важнейшей тенденцией развития общества становится распространение в России принципа социальной ответственности бизнеса [2], что представляется чрезвычайно важным для производства и потребления социально значимой продукции. Формирование «социально ответственного» бизнеса способствует не только реализации стратегических интересов и задач самого бизнеса, но, прежде всего, отвечает задачам справедливого общественного развития, задачам последовательно проводимой социально-экономической политики государства. Результатом перехода к более высокой категории потребности традиционные социально значимые товары в России, внесенные в официально утвержденный перечень¹ и связанные с понятием потребительской корзины, расширены новыми, в том числе, ранее не имеющими такого статуса товарами. Согласно приказу Минпромторга России² [3] к таким товарам отнесены результаты функционирования группы отраслей промышленности, осуществляющие свою экономическую деятельность согласно Общероссийского классификатора видов экономической деятельности ОК 029-2014 (КДЕС Ред.2). В состав группы этих отраслей входят: производство технических средств реабилитации, спортивных товаров, музыкальных инструментов и звукового оборудования, детских товаров (за исключением пищевой продукции для детского питания), а также производство изделий народных художественных промыслов. Важным для дальнейшего исследования процесса формирования социально значимой инновационной продукции представляется привлечение моделей управления проектами в приведенных отраслях. Именно возможности управления некоммерческими организациями (НКО), за которыми Минпромторг России закрепил норму представления субсидий на реализацию общеотраслевых проектов по развитию промышленности социально значимых товаров, могут, на наш взгляд, разработать и применить организационно-

¹ Постановление Правительства РФ от 15.07.2010 № 530.

² Распоряжением Правительства от 27 марта 2020 года № 762-р.

экономический механизм формирования социально значимой инновационной продукции в российском обществе.

В статье [3] был предложен новый механизм формирования социальных благ инновационного типа на основе государственного партнерства отраслей образования и здравоохранения, представляющих науку и практику, и органов власти в сфере здравоохранения. По мнению авторов цитируемой статьи, партнерство призвано выработать правила и нормы поведения участников кооперации, согласует их интересы, создает условия сотрудничества на равных или взаимовыгодных условиях, а также координирует деятельность участников, обеспечивая синергию их совместных усилий в созданной кооперации. В формулировке определения «социальное государственное партнерство в здравоохранении» цель сотрудничества обозначена как «...реализация приоритетных задач развития взаимодействующих отраслей посредством распределения выгод, затрат и рисков, осуществляемое на принципах долгосрочности, добровольности, управляемости, юридической обоснованности», а не как, допустим, «повышение качества жизни социума».

По приведенному в статье рисунку можно сделать вывод, что в его построении автор использовал системный подход. Авторы сформировали систему из элементов, имеющих единые цели и единое видение, которое не требует дополнительных взаимных согласований. В силу того, что презентуемое ими партнерство имеет статус «государственного», и, соответственно, функционирование такого партнерства определяется нормами, принятыми в государстве, говорить о рисках осуществляемых взаимодействий представляется необоснованным. Все участники партнерства ориентированы на установленную «отраслевую подчиненность» органам власти. Таким образом, система имеет иерархическую организационную структуру, в которой органы власти определяют цели и задачи для своих отраслевых «представителей», осуществляющих деятельность в отраслевых ведомствах. И, как представляется, такое взаимоотношение участников не позволяет в рассматриваемой системе учитывать в полной мере эффективность воздействия созданной и реализуемой продукции на ее конечных потребителей. Но, при этом решаются проблемы работников отраслей — промежуточных пользователей государственных средств, выделенных на инновационные разработки, т. е. сформированная автором система является не в полной мере «социальной», поскольку охватывает только группу из «трех игроков». На рисунке 1 представлена организационного механизма социального государственного партнерства в региональном здравоохранении, описанная в работе [3], формирующая схему взаимодействий участников кооперации для кластера в сфере здравоохранения. По идее автора производственная кооперация представителей «трех игроков», обмениваясь промежуточными результатами (технологиями, проблемами и разработками), позволит создать «новые» общественные блага. Дополнительным условием создания инноваций, по мнению авторов, становится формирование «общего видения» за счет применения механизмов «коллективной фильтрации» и «коллективного создания» инноваций.

Анализ изображения приведенного на рисунке 1 показывает, что авторы использовали для представления организационного механизма партнерства схему, не позволяющую отразить закономерности формирования производственной кооперации, описываемой им в тексте. Организационный механизм кооперации призван зафиксировать последовательность осуществления работ каждым участником производственного процесса, с обозначением начала и конца, а также промежуточных результатов каждого этапа работ. В схеме рисунка 1 приведено циклическое представление процесса получения промежуточных результатов (технологий, проблем и разработок), без указания на исходный материал и, что самое важное, на продукт, создание которого важно авторам — каким является «общественное благо инновационного типа».

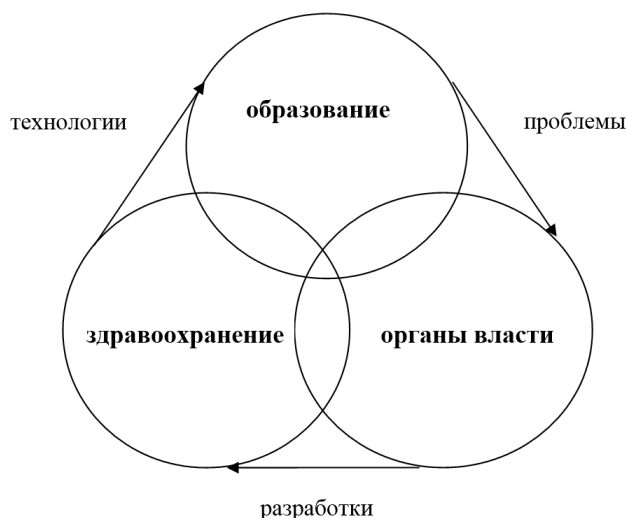


Рисунок 1. Организационный механизм социального государственного партнерства в региональном здравоохранении [3]

Интересным для анализа представляется также рекомендация автора распространить созданный организационный механизм на все возможные отрасли экономики России.

Цель и задачи исследования

Цель настоящей статьи — описать исследование процесса создания социально значимого товара и уточнить описание организационного механизма формирования социальной значимости инновационной продукции (СЗИП) за счет применения комплексного подхода. Задачи исследования предполагают получения решений с ответами на вопросы: Что такое «социально значимый» товар? Кто определяет, что товар социально значимый? Зачем нужны социально значимые товары их разработчику, производителю, пользователю и потребителю?

Методы исследования

Основным методом исследования, примененным в работе, является комплексный подход, в его комплексотехнической трактовке (представлении) [4]. Для представления механизма формирования СЗИП будет использована методика управления проектами. Для наглядного представления целевой направленности деятельности участников производственной и эксплуатационной кооперации формирования СЗИП использовано инфографическое моделирование [5].

Результаты построения организационного механизма формирования социально значимой инновационной продукции, созданного на основе комплексного подхода

Согласно Конституции, государство берёт на себя обязанности по обеспечению своих граждан базовыми потребностями. К таким потребностям относятся еда, образование, работа, жилье, здоровье, защита от внешних и внутренних угроз и так далее. Списки социально значимой продукции время от времени дополняются за счет приобретения той или иной продукции статуса социальной значимости. Так, согласно источнику³, к недовольственным



³ Распоряжение Правительства от 27 марта 2020 года №762-р

товарам первой необходимости, относят зоотовары (включая корма для животных и ветеринарные препараты), а также, в списки которых входят средства дезинфицирующие, антисептические, в том числе средства индивидуальной защиты. К таким товарам были причислены бензин автомобильный, дизельное и газомоторное топливо. Представляется, что непродовольственные товары первой необходимости с учетом сегодняшней мировой ситуации, также могут быть отнесены к социально значимым товарам.

Комплексотехническая трактовка комплексного подхода [4], позволяет описать жизненный цикл продукции двумя фазами ее существования в процессах производства и потребления схемой «петли качества». Под петлей качества в соответствии с международными стандартами ИСО⁴ понимают замкнутый в виде кольца жизненный цикл продукции, на этапах которого сформировано обеспечение целостности процессов управления качеством. В нашем случае, управление осуществляется как качеством производства, так и качеством потребления. Жизненный цикл СЗИП представлен на рисунке 2 инфографической моделью.



Рисунок 2. Инфографическая модель взаимодействия производителя и потребителя социально значимой инновационной продукции (СЗИП) на фазах ее жизненного цикла



Внесение в схему позиций производителя  и потребителя  продукции придает ей новые возможности для исследования взаимодействия этих позиций на соответствующих фазах жизненного цикла. В частности, становится понятным, что значимость продукции для потребителя может быть иной, чем для производителя. И такое различие зависит от использования ими имеющихся компетенций. Кроме того, в модернизированной схеме «петли качества» возникает объединение двух аспектов качества продукции: качества «производства» и качества «потребления». Причем, поскольку процессы производства и потребления противоположны по цели реализации (это, по своей сути, процессы созидания и разрушения), в модернизированной схеме нарушены системные свойства продукта, закладываемые его производителем. Таким образом, модернизированная схема становится инфографической

⁴ ISO 9000 — серия международных стандартов, содержащих термины и определения, основные принципы менеджмента качества, требования к системе менеджмента качества организаций и предприятий, а также руководство по достижению устойчивого результата https://ru.wikipedia.org/wiki/ISO_9000.

моделью, применение которой позволяет решать ряд задач наглядного представления преобразований продукции на фазах ее жизненного цикла с точки зрения комплексного подхода.

Важным для дальнейшего исследования процесса формирования СЗИП представляется привлечение моделей управления проектами в приведенных отраслях.

Подобная продукция может считаться инновационной на протяжении временного периода, определенного этапами работ ее жизненного цикла. В работе [6] социально-инновационная траектория производства СЗИП традиционно связана с фактором, характеризующим труд по её созданию, обеспеченному системой качества производства продукции. На основе комплексного подхода, использованного в цитируемой работе, приведем на рисунке 3 инфографическую модель взаимодействия производителя и потребителя СЗТ. Модель представлена объединением организационно-технологических циклов согласования норм деятельности производителя и потребителя в рамках жизненного цикла СЗИП. Т. е. жизненный цикл в непрерывности прохождения по его этапам показан в виде свертки в два последовательно соединенных организационно-технологических цикла (ОТЦ), формирующих после прохождения последовательности этапов преобразования исходного материала в СЗИП

— продукт, согласованный с нормами деятельности производителя  и потребителя  продукции.

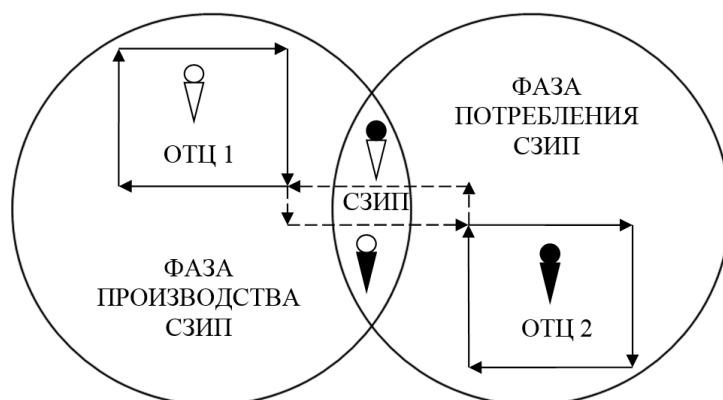



Рисунок 3. Инфографическая модель взаимодействия производителя и потребителя СЗИП через организационно-технологические циклы согласования норм деятельности (разработано автором)

Обмен нормами «производство-потребление» зафиксирован фигурами  и .

Изменение в окраске контура верхней и нижней части этих фигур определяет соответствие норм производства и потребления продукции и обмена средствами проведения работ потребителями и производителями при сближении их профессиональных видений. Т. е. в процессе реализации деятельности производства и потребления СЗИП происходит передача компетенций [7] между соответствующими работниками — членами производственной и эксплуатационной коопераций [8], что указано на рисунке пунктирными стрелками.

Покажем, как изменится схема на рисунке 1 в условиях применения комплексотехники. Приведенная на рисунке 4 схема включает не только позиции участников кооперации производственной фазы жизненного цикла СЗИП, но, и участников эксплуатационной фазы этого цикла. Каждый участник производственной кооперации представителей «трех игроков», охваченной окружностью со сплошным контуром, в свою очередь, охвачен окружностью со штрих-пунктирным контуром, включающей участников эксплуатационной кооперации.

Причем, все позиции, задействованные в функционировании организационного механизма формирования СЗИП, становятся в результате реализации ее жизненного цикла «конечным потребителем СЗИП». Эта позиция обозначена фигурой , охватывающая пунктирной линией все в нее включенные позиции.

Таким образом, изображение на рисунке 4 содержит инфографическую модель процесса комплексного объединения систем производства и потребления в кооперации представителей «трех игроков».

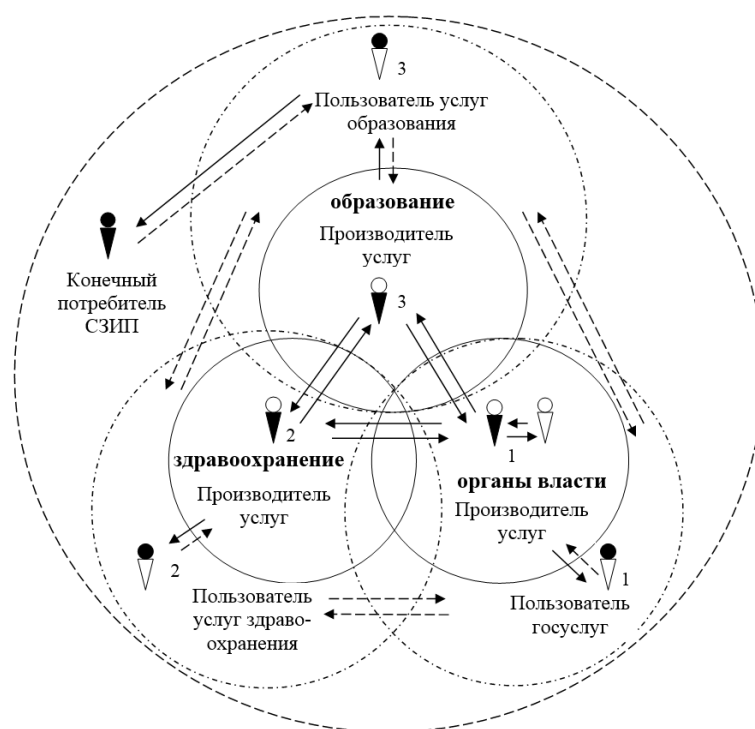



Рисунок 4. Инфографическая модель процесса функционирования социального государственного партнерства в региональном здравоохранении при комплексном подходе, составленная на основе схемы, приведенной в работе [1] (разработано автором)

В представленной инфографической модели использованы стрелки, фиксирующие как взаимообмен ресурсом между участниками производственной кооперации (стрелки на основе сплошной линии). Взаимные коммуникации участников эксплуатационной кооперации обозначены стрелками на основе пунктирной линии.

Как было показано выше, производственная кооперация представителей «трех игроков» имеет особенность функционирования, заключающуюся в создании инноваций в сфере общественных благ при наличии условия формирования «общего видения», за счет применения механизмов «коллективной фильтрации» и «коллективного создания инноваций». Заметим, что авторы не указывают, как встроены данные механизмы в общую схему исследуемого ими в работе [1] организационного механизма. В приведенном примере функционирования социального государственного партнерства предполагаем, что социальное государственное партнерство имеет иерархическую организационную структуру, в которой органы власти определяют цели и задачи отраслевых ведомств. Это предположение предполагает создание позиции разработчика проекта социально значимой продукции (СЗИП). Бюджетное финансирование такой разработки характеризуется ее включение в соответствующую

государственную программу. Поэтому позиция «разработчик проекта СЗП»  расположена нами в структуре системы «органы власти».

Обсуждение результатов исследования



В результате проведенного исследования, базирующегося на анализе результатов работы [1] была получена инфографическая модель процесса взаимодействия участников кооперации, приведенная на рисунке 3. Модель дает наглядное представление о процессе взаимодействия участников производственной и эксплуатационной коопераций при реализации СЗИП и может быть использована в создании организационного механизма этого процесса. На рисунке 5 показана инфографическая модель организационного механизма формирования СЗИП в составе процесса управления проектом формирования СЗП. При этом разработанный организационный механизм фиксирует схема управления проектом взаимодействия производителя и потребителя продукции через организационно-технологические циклы согласования норм деятельности.

Зафиксируем в качестве первого этапа организационно-технологического цикла (ОТЦ1) — исходного технологического передела⁵ процедуру «распознавание» [10]. При реализации этой процедуры полученные данные проекта СЗП последовательно передаются разработчикам СЗИП, как показано на рисунке 5. Приведем в таблице 1 определения изображенных на рисунке позиций.





Передача данных от разработчика каждому производителю заканчивается практическим воздействием последнего на проект с соответствующей поддержкой в его продвижении к окончательной реализации. В процессе практического воздействия каждый производитель переходит в позицию «пользователя», обмениваясь опытом проведения работ. Важным аспектом в участии каждого последующего производителя в производственной кооперации является суммирование результатов опыта «промежуточного» потребления результатов предыдущего производителя «полуфабриката» СЗП. Такое использование связано с исследованием возможного применения промежуточного продукта в новом качестве, по другому назначению.



Таблица 1

Определения к позициям участников реализации проекта СЗП

Наименование позиции	Изображение позиции	Определение позиции
Разработчик СЗП		Позиция руководителя проекта, ответственного за конечный результат проекта и его народно-хозяйственную эффективность для потребителя СЗП. От качества руководства проектом будет зависеть успешное прохождение социально значимой продукцией этапов получения и свертывания ее инновационного статуса и дальнейшего включения СЗИП в список СЗП.
Производитель СЗИП	1, 2 ... n+1 	Позиция участника производственной кооперации, характеризующаяся вкладом в реализацию проекта результатов практической деятельности, формируемой за счет компетенций соответствующих производству СЗИП.

⁵ Технологический передел — минимальная технологическая операция в обработке данных и документации проекта [11]

Наименование позиции	Изображение позиции	Определение позиции
Пользователь СЗИП	1, 2 ... n+1 	Позиция участника эксплуатационной кооперации, характеризующаяся освоением результатов практической деятельности путем исследования и оценки возможностей в применении полученных результатов на этапах проекта. Позиция предполагает разработку потребительских компетенций, соответствующих этапам производства СЗИП и формирование бренда СЗИП для кооперации его потребителей.
Потребитель СЗИП	n+2 ... N 	Позиция участника эксплуатационной кооперации, характеризующаяся потреблением СЗИП в силу его инновационного статуса [10].
Конечный потребитель СЗИП	n+2 ... N 	Позиция участника эксплуатационной кооперации, характеризующаяся окончанием исследования технологий потребления и переходом к устойчивому потреблению результата реализации проекта в связи с разработанным брендом.
Потребитель СЗП	N+1 ... M 	Позиция потребителя СЗП, на которого ориентирована реализация проекта, характеризующаяся повсеместным внедрением СЗП и устойчивым её потреблением.

Заметим, что позиции производителей и пользователей СЗИП  и , имеющих обозначение (1, 2 ... n+1), обеспечивают наращивание «критической» массы интеллектуального потенциала продукции для подготовки воздействия на позицию потребителей СЗП. При этом потребителям СЗИП безразличен результат производства продукта, но имеется интерес к результату формирования его бренда. Для этой группы важным представляется присоединение к сообществу производителей и потребителей проекта с целью обеспечения коммуникаций участников эксплуатационной кооперации.

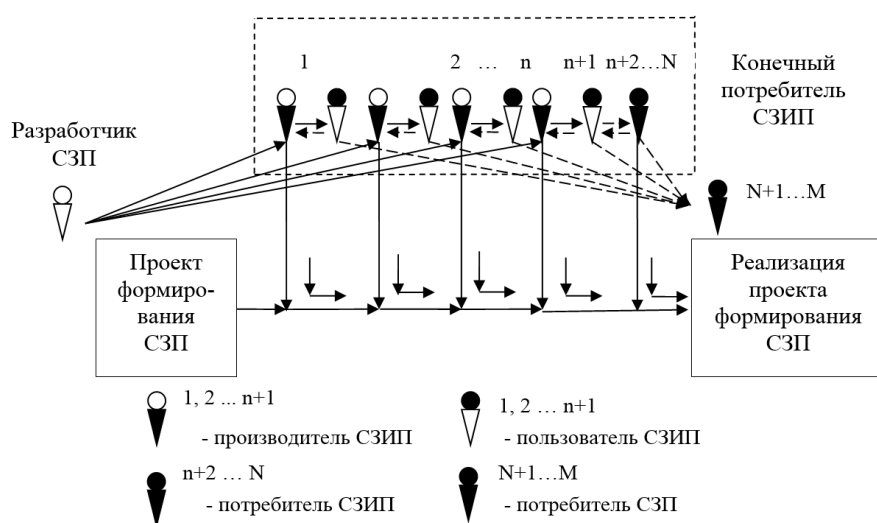


Рисунок 5. Инфографическая модель организационного механизма формирования СЗИП (разработано автором)

На окончательном этапе проекта представлена позиция представителей эксплуатационной кооперации с обозначением (N+1 ... M), являющихся потребителями СЗП. Эта позиция определяет потребителей, как экспертов результата проекта формирования СЗП, специализирующихся на хранении технологий потребления промежуточных результатов СЗИП, созданных на всех этапах ее жизненного цикла.

Выводы

1. В статье проведен анализ применения системного подхода к созданию организационного механизма социального государственного партнерства в региональном здравоохранении в качестве аналога для использования в построении организационного механизма формирования социально значимых благ. Показаны возможности применения комплексотехники для полноты описания функций разрабатываемого организационного механизма формирования социально значимой инновационной продукции.
2. В статье приведены результаты исследования процесса взаимодействия участников производственной и эксплуатационной кооперации в создании социально значимой инновационной продукции. Разработанная инфографическая модель процесса дает наглядное представление об организационном механизме формирования СЗИП на всех этапах ее жизненного цикла.
3. Разработан организационный механизм формирования СЗИП, содержащий логически обоснованную последовательность этапов взаимодействия ее производителей и потребителей с применением методики управления проектами.
4. Получены формулировки для определения позиций участников реализации проекта СЗИП с использованием соответствующих компетенций их деятельности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Maslow A.H. Motivation and Personality. — N. Y.: Harper and Row, 1954. — 411 pages.
2. Тлакадугова А.А., Гребеник В.В. Анализ основных драйверов интеграции ESG-принципов в систему корпоративного управления Российской Федерации // Вестник Евразийской науки. — 2022. № 4. — URL: <https://esj.today/PDF/01ECV N422.pdf>.
3. Зиганшина З.Р., Мишакин Т.С. Общественные блага инновационного типа // Вопросы экономики и права. — 2016. — № 8. — С. 73–75.
4. Мохов А.И. Комплексотехника в формировании интеллектуальных кластеров // Интернет-журнал «Науковедение». — 2013. — № 6(19).
5. Чулков В.О. Инфография — метод и средство формирования и исследования функциональных систем // «Вестник Международной академии наук. Русская секция», 2008. Выпуск № 1: 46–51.
6. Максимова А.В., Мохов А.И. Инновационное развитие технологической инфраструктуры и компетенций персонала промышленных предприятий в условиях их цифровой трансформации / В коллективной монографии под ред. Веселовского М.Я., Измайловой М.А. // Ускорение процессов цифровизации российской промышленности на основе развития и эффективного использования инновационного человеческого капитала. — М.: Издательство «Научный консультант», 2020 — С. 95–125.

7. Максимова А.В. Организация интеллектуальной среды для формирования компетенций производителей социально-значимого товара / Цивилизация знаний: российские реалии // Труды Двадцать первой Международной научной конференции. Москва, 10–11 апреля, 2020 г. — М.: РосНОУ, 2020. — С. 40–51.
8. Мохов А.И., Степанова Е.О., Лукашов А.И., Мохова Л.А. Моделирование направлений научных исследований в строительстве современного университета. Часть 2. // Умные композиты в строительстве: Том 2 № 4 (2021), с. 7–23.
9. Мохов А.И. Методы и модели систем обработки документированных данных // В кн. «Махаллинские ансамбли». — М.: Центр, 1996. — С. 85–121.
10. Чулков В.О. Методические рекомендации по комплексной обработке документации: системотехнические проблемы. — М.: ЦНИИпроект, 1983, 283 с.
11. Малахова Н.Н. Потребитель в инновационной экономике: социокультурные аспекты формирования и функционирования // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз 6(36). — 2014. С. 213–224.

Maksimova Anna Vladimirovna

Dolso LLC, Moscow, Russia
E-mail: maksimova@dolso.ru

Development of an organizational mechanism for the formation of socially significant innovative products

Abstract. The article describes the organizational mechanism of the formation of socially significant products. The social significance of products is a property of goods and services determined by the state in the framework of activities to ensure the basic needs of its citizens. The basis for assigning products the status of a socially significant good is the opinion of society about the need to have such products in constant availability and free access. At the same time, the assessment of the degree of social significance of products corresponds to the demand for these products from all users interested in its production. The hypothesis of the study is the assumption that the determination of the social significance of innovative products presented on the market for the first time will be justified by its full support from product manufacturers, its users and consumers. An important task of accelerating the formation of the social significance of innovative products is to determine the sequence in the creation by users of consumer characteristics of products at all stages of its life cycle. The logic of the sequence of communications, built up in the process of "mastering" products in the process of their production, becomes decisive in the construction of an organizational mechanism for the formation of the social significance of products. The use of "production" competencies by users of socially significant goods in combination with "consumer" competencies allows participants in production and operational cooperation to "build up" knowledge about the possibilities of using products to meet public needs.

Keywords: product lifecycle; innovative products; competencies; integrated approach; corporate governance; modeling of the social significance of the product; organizational and economic mechanism; production cooperation; social significance; social responsibility; operational cooperation