

научно-практический журнал

современная

конкуренция

2024. Том 18. № 5

Сентябрь–Октябрь

Сквозной номер выпуска – 101

Издается с января 2007 г. Периодичность издания – 6 раз в год.

Национальная ассоциация обучения предпринимательству (РАОП)
Университет «Синергия»

ISSN 1993-7598 (Print)

ISSN 2687-0657 (Online)

DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-5

Журнал входит в Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, рекомендованных ВАК для публикации основных результатов диссертационных исследований

Главный редактор

Рубин Юрий Борисович

доктор экономических наук, профессор, член-корреспондент Российской академии образования, заведующий кафедрой предпринимательства и конкуренции Университета «Синергия»

Редакционная коллегия (редакционный совет)

Авдашева Светлана Борисовна

доктор экономических наук, профессор, руководитель департамента прикладной экономики НИУ ВШЭ

Клейнер Георгий Борисович

доктор экономических наук, профессор, член-корреспондент РАН, руководитель научного направления «Мезоэкономика, микроэкономика, корпоративная экономика» Центрального экономико-математического института Российской академии наук (ЦЭМИ РАН)

Князева Ирина Владимировна

доктор экономических наук, профессор, руководитель Центра конкурентной политики и экономики Сибирского института управления – филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ

Коваленко Александр Иванович

кандидат экономических наук, доцент, кафедра предпринимательства и конкуренции Университета «Синергия», заместитель главного редактора

Коробов Юрий Иванович

доктор экономических наук, профессор, кафедра банковского дела и монетарного регулирования Финансового университета при Правительстве РФ

Леднев Владимир Алексеевич

доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой спортивного менеджмента, вице-президент Университета «Синергия»

Манев Иван

PhD, профессор кафедры менеджмента Университета Мейна, декан Колледжа бизнеса, государственной политики и здравоохранения (США)

Моррис Майкл

PhD, профессор, декан факультета предпринимательства Университета Оклахомы (США)

Осипенко Олег Валентинович

доктор экономических наук, профессор, кафедра предпринимательства и конкуренции, Центр корпоративной конфликтологии Университета «Синергия»

Осипов Владимир Сергеевич

доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой мировой экономики и управления внешнеэкономической деятельностью МГУ имени М. В. Ломоносова

Платонова Елена Дмитриевна

доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой экономической теории и менеджмента Института социально-гуманитарного образования Московского педагогического государственного университета

Светульников Сергей Геннадьевич

доктор экономических наук, профессор Высшей школы бизнес-инжиниринга Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого

Смайлор Рэй

PhD, профессор кафедры инноваций и технологии Школы бизнеса им. Нили при Техасском христианском университете (США)

Хабаров Владимир Иванович

доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры организационного менеджмента, вице-президент Университета «Синергия», заместитель главного редактора

Цыганов Андрей Геннадьевич

кандидат экономических наук, ведущий научный сотрудник кафедры конкурентной и промышленной политики экономического факультета МГУ им. М. В. Ломоносова, заместитель руководителя Федеральной антимонопольной службы России

Шашитко Андрей Евгеньевич

доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой конкурентной и промышленной политики экономического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова, директор Центра исследований конкуренции и экономического регулирования ИПИ РАНХиГС

Шиндэхут Минзт

PhD, профессор кафедры предпринимательства Школы менеджмента им. Уитмена Сиракьюсского университета (США)

Юданов Андрей Юрьевич

доктор экономических наук, профессор кафедры экономической теории, ординарный профессор Финансового университета при Правительстве РФ

Журнал «Современная конкуренция» индексируется в российских и зарубежных базах научной периодики: eLIBRARY (РИНЦ), ВИНИТИ, Ulrich's Periodicals Directory (Bowker, USA)

Учредитель и издатель: Негосударственное образовательное частное учреждение высшего образования «Московский финансово-промышленный университет «Синергия»»

Адрес редакции и издателя:
129090, Москва, ул. Мещанская, д. 9/14, стр. 1 (юр.)
125315, Москва, Ленинградский проспект, д. 80Б, корп. 3
Тел.: +7 (495) 987-43-74 (доб. 33-04)

E-mail: evlasova@synergy.ru; www.moderncompetition.ru

© Университет «Синергия»

JOURNAL OF MODERN COMPETITION

2024. Vol. 18. No. 5

September–October

ISSN 1993-7598 (Print)

ISSN 2687-0657 (Online)

DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-5

Continuous issue – 101

Published since 2007. Periodicity: six times a year.

**Russian Association for Entrepreneurship Education (ICSB-Russian)
Synergy University**

Editor-in-Chief

Yury Rubin

Dr. Sci. (Econ.), Professor, Corresponding Member of the Russian Academy of Education, Head of Entrepreneurship and Competition Department, Synergy University

Editorial Board

Svetlana Avdasheva

Dr. Sci. (Econ.), Professor, Head of Applied Economics Department HSE University

Georgiy Kleiner

Dr. Sci. (Econ.), Professor, Corresponding Member of the Russian Academy of Sciences, Head of Mesoeconomics, Microeconomics, Corporate Economics Scientific Department, Central Economics and Mathematics Institute of the Russian Academy of Sciences (CEMI RAS)

Irina Knyazeva

Dr. Sci. (Econ.), Professor, Head of Center for Competition and Economics Research, Siberian Institute of Management – Branch of Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration

Aleksandr Kovalenko

Cand. Sci. (Econ.), Associate Professor, Entrepreneurship and Competition Department, Synergy University, Deputy Chief Editor

Yuriy Korobov

Dr. Sci. (Econ.), Professor, Banking and Monetary Regulation Department, Financial University under the Government of the Russian Federation

Vladimir Lednev

Dr. Sci. (Econ.), Professor, Head of Sports Management Department, Vice-President of Synergy University

Ivan Manev

PhD, Professor of Management Department at the University of Maine, Dean of the College of Business, Public Policy and Health (USA)

Michael Morris

PhD, Professor, Dean of the Faculty of Business at the University of Oklahoma (USA)

Oleg Osipenko

Dr. Sci. (Econ.), Professor, Entrepreneurship and Competition Department, Center for Corporate Conflictology, Synergy University

Vladimir Osipov

Dr. Sci. (Econ.), Professor, Head of World Economy and Foreign Economic Activity Administration Department, Lomonosov Moscow State University

Elena Platonova

Dr. Sci. (Econ.), Professor, Chairman of Economic Theory and Management Department, Institute of Social Studies and Humanities, Moscow Pedagogical State University

Sergey Svetunkov

Dr. Sci. (Econ.), Professor of Graduate School of Business Engineering, Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University

Raymond Smilor

PhD, Professor of Innovation and Technology Business School at Texas Christian University (USA)

Vladimir Khabarov

Dr. Sci. (Econ.), Professor, Professor of Organizational Management Department, Vice-President of Synergy University, Deputy Chief Editor

Andrey Tsyganov

Cand. Sci. (Econ.), Leading Researcher of Competition and Industrial Policy Department, Faculty of Economics, Lomonosov Moscow State University, Deputy Head of FAS Russia

Andrey Shastitko

Dr. Sci. (Econ.), Professor, Head of Competition and Industrial Policy Department, Faculty of Economics, Lomonosov Moscow State University, Director of Center for Research in Competition and Economic Regulation Studies IAER RANEPa

Minet Schindehutte

PhD, Professor of Business Management School at Syracuse University (USA)

Andrey Yudanov

Dr. Sci. (Econ.), Professor of Economic Theory Department, Professor in Ordinary of Finance University under the Government of the Russian Federation

The journal is included into the Russian and international scientific databases:
eLIBRARY (Russian Science Citation Index), VINITI (Russian Academy of Sciences),
Ulrich's Periodicals Directory (Bowker, USA)

Publisher: Moscow University for Industry and Finance “Synergy”

Publisher address: 9/14 k. 1, Meshchanskaya str., Moscow, 129090, Russia
Editorial office address: 80B, k. 3, Leningradskiy Avenue, Moscow, 125315, Russia
Tel: +7 (495) 987-43-74 (ext. 33-04)

E-mail: evlasova@synergy.ru; www.moderncompetition.ru

© Synergy University

Содержание

Вопросы теории

В.С. Осипов

Экономическая идеология санкционной политики: основания недобросовестной конкуренции	5
--	---

Конкурентная среда

Н.В. Парушина, Н.А. Лытнева

Конкурентные преимущества субъектов малого и среднего предпринимательства в сфере занятости населения России	16
--	----

В.Н. Пуляева

Конкурентоспособность выпускников вузов на рынке труда	33
--	----

Конкурентоспособность бизнеса

А.А. Хрысева, А.В. Глебова, М.Т. Кожухова

Эффективные механизмы поддержки конкурентоспособности стартапов в экономике совместного потребления	48
---	----

С.П. Кирильчук, Е.В. Наливайченко, Е.Э. Головачанская, А.Л. Чернявая, С.Д. Мурасов

Закономерности развития конкурентоспособных инновационных бизнес-экосистем: динамические модели управления	60
--	----

Практика предпринимательства

С.Н. Любященко

Моделирование результатов деятельности интегрированной структуры с вертикальным и горизонтальным взаимодействием фирм на рынке	81
--	----

В.П. Полуянов

Алгоритм отбора предприятий со стабильной предпринимательской активностью для обоснования институциональных и корпоративных решений	98
---	----

Цифровая трансформация бизнеса

А.Ю. Анисимов, Е.Н. Токмакова, А.Е. Трубин

Компаративный анализ гибких методологий разработки программного обеспечения в условиях современных высококонкурентных рынков	111
--	-----

Т.П. Горелова

Стратегии маркетинговых кампаний в условиях динамики поведения потребителей	124
Правила оформления материалов	140

Contents

Theoretical issues

V. Osipov

Economic Ideology of Sanction Policy: Fundamentals for Unfair Competition 5

Competitive environment

N. Parushina, N. Lytneva

Competitive Advantages of Small and Medium-sized Enterprises in the Field of
Employment of the Population of Russia 16

V. Pulyaeva

Competitiveness of University Graduates in the Labor Market 33

Business competitiveness

A. Khryseva, A. Glebova, M. Kozhukhova

Effective Mechanisms to Support the Competitiveness
of Startup in the Sharing Economy 48

S. Kirilchuk, E. Nalivaychenko, E. Golovchanskaya, A. Cherniavaia, S. Murasov

Patterns of Development of Competitive Innovative Business Ecosystems: Dynamic
Management Models 60

Entrepreneurship practice

S. Lyubyashenko

Modeling the Performance of an Integrated Structure with Vertical and Horizontal
Interaction of Firms in the Market 81

V. Poluyanov

Algorithm for Selecting Enterprises with Stable Entrepreneurial Activity to Justify
Institutional and Corporate Decisions 98

Digital business transformation

A. Anisimov, E. Tokmakova, A. Trubin

Comparative Analysis of Flexible Software Development Methodologies in Modern
Highly Competitive Markets 111

T. Gorelova

Marketplace Strategies in the Context of Consumer Behavior 124

Guidelines for authors 140

DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-5-5-15

Экономическая идеология санкционной политики: основания недобросовестной конкуренции

В.С. Осипов^{1*}¹*Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия*^{*}*vs.ossipov@spa.msu.ru*

Аннотация. Всё новые и новые ограничения вводятся в отношении Российской Федерации – секторальные и финансовые санкции, персональные ограничения, готовятся новые пакеты санкций. В статье показаны скрытые цели санкционной политики посредством политэкономического анализа состояния экономик стран – инициаторов санкционной политики. Посредством анализа доказано, что целью санкций является не только ослабление Российской Федерации в экономическом отношении, но и ослабление союзников США как инициатора санкций в полном соответствии с санкционным парадоксом Д. Дрезнера. Протекционизм как экономическая политика закрепился в действиях американской администрации, что можно наблюдать в процессах деиндустриализации Германии и ослаблении экономики стран Европейского союза в целом. Важно отметить, что стратегия долга, принятая на вооружение американскими властями в качестве элемента экономической политики, имеет глубокие исторические корни и предложена еще Дж.М. Кейнсом для преодоления экономических последствий войны. Неспособность или нежелание отказаться от стратегии долга, а также стремительное сокращение возможностей использования внутренних источников экономического роста диктует США необходимость обеспечения внешних источников экономического роста, где силовое устранение конкурента (Российской Федерации) с европейских рынков энергетических товаров, удобрений, сельскохозяйственного сырья и металлов становится вершиной айсберга санкционной политики США, однако подводная часть айсберга оставалась скрытой. Именно ее обнажению и посвящена настоящая статья. Теоретическая значимость работы состоит в углублении понимания взаимозависимости санкционной политики и политики протекционизма.

Ключевые слова: санкции, экономическая идеология, государственный долг, протекционизм

Для цитирования: Осипов В.С. Экономическая идеология санкционной политики: основания недобросовестной конкуренции // Современная конкуренция. 2024. Т. 18. № 5. С. 5–15. DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-5-5-15

Economic Ideology of Sanction Policy: Fundamentals for Unfair Competition

V. Osipov^{1*}

¹*Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia*

^{*}*vs.ossipov@spa.msu.ru*

Abstract. More and more new restrictions are being introduced against the Russian Federation – sectoral and financial sanctions, personal restrictions, new packages of sanctions are being prepared. The article attempts to show the hidden goals of the sanctions policy through a political and economic analysis of the states that initiated the sanctions policy. The analysis proves that the purpose of the sanctions is not only to weaken the Russian Federation economically, but also to poor the allies of the United States, as the initiator of the sanctions, in full accordance with the sanctions paradox of D. Drezner. Protectionism as an economic policy has become entrenched in the actions of the American administration, which can be observed in the processes of deindustrialization of Germany and the weakening of the economy of the European Union countries as a whole. It is important to note that the debt strategy adopted by the American authorities as an element of economic policy has deep historical roots and was proposed by J.M. Keynes to overcome the economic consequences of the war. The inability or unwillingness to abandon the debt strategy, as well as the rapid reduction in the possibilities of using internal sources of economic growth, dictates to the United States the need to ensure external sources of economic growth, where the forceful elimination of a competitor (the Russian Federation) from the European markets of energy products, fertilizers, agricultural raw materials and metals becomes the tip of the iceberg of the US sanctions policy, however, the underwater part of the iceberg remained hidden. This article is devoted to its exposure. The theoretical significance of the research is the description of the interdependence of sanctions policy and protectionism policy.

Keywords: sanctions, economic ideology, public debt, protectionism

For citation: Osipov V. Economic Ideology of Sanction Policy: Fundamentals for Unfair Competition. *Sovremennaya konkurentsia*=Journal of Modern Competition, 2024, vol.18, no.5, pp.5-15 (in Russian). DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-5-5-15

Введение

Санкционное давление на Российскую Федерацию продолжается, за 2014 г. принято 8 пакетов санкций, а за период 2022–2024 гг. еще 14 пакетов санкций Европейского союза, к которым присоединились США (хотя они были явными инициаторами) и их союзники – Австралия, Япония, Южная Корея, Новая Зеландия. Расширение применения так называемых вторичных санкций (санкций в отношении физических и юридических лиц и государственных органов, а в перспективе и целых государств,

сохраняющих торгово-экономические отношения с Российской Федерацией) свидетельствует об исчерпании потенциала первичных санкций и смещении фокуса с цели разрушения российской экономики в сторону разрыва производственных цепочек в мирохозяйственных отношениях¹. Наконец, на саммите НАТО в июле 2024 г. участники уже заговорили о конфискации активов Китайской Народной Республики, которые были получены

¹ См., например, п. 9, 10, 73 Казанской декларации, принятой на XVI саммите БРИКС 23 октября 2024 г.

в результате инвестиций в инфраструктурные проекты в Европе. Такое положение дел свидетельствует уже не только о давлении в отношении Российской Федерации, но и о системном подходе к политике подавления многополярности мирохозяйственного устройства. Когда санкции вводятся в отношении какого-то конкретного государства в связи с угрозой «порядку, основанному на правилах», «в целях защиты прав человека» и т.д., то присутствует хоть сколько-нибудь вразумительное обоснование, но когда санкциям подвергаются группы стран региональных объединений (БРИКС, например, где Иран, Китай и Россия уже подвергнуты санкциям, отдельных стран – Турции, например), возникает закономерный вопрос о реальных целях санкционной политики и ее экономико-идеологической основы.

Мы ранее уже высказывали идею о том, что санкционная политика США и их сателлитов в своей реализации явно преследует цель обеспечить неконкурентные преимущества в мировой торговле [21] (достаточно вспомнить, что российский газ для Европы был в разные периоды от 3 до 8 раз дешевле, чем американский, то есть экономически значительно более выгоден. Такое положение отрезало европейский рынок от американских поставщиков газа, что и явилось основанием для неконкурентного поведения и силового захвата европейского рынка газа). Множество эпизодов «отрезания» европейского рынка от российских поставок различных товаров навело на мысль о протекционистской политике администрации США в мирохозяйственных отношениях. Расширение первичных и вторичных санкций, угроза конфискации активов Китайской Народной Республики и ее инвесторов в Европе, практически непрекращающиеся визиты специалистов OFAC¹ и самого Министер-

ства финансов США в страны, продолжающие сотрудничество с Российской Федерацией, свидетельствуют о формировании новой экономической идеологии в администрации США, которая сводится к укреплению разваливающейся гегемонии в мировой экономике и попыткам использовать доллар США в качестве оружия (запрет на проведение платежей, отключение от SWIFT, запрет на поставку физических банкнот долларов США в подсанционные страны и т.д.). Именно об экономической идеологии следует говорить в современных условиях санкционного давления, так как здесь выгоды открываются только для гегемона, а не для его сателлитов, которые, скорее, в силу санкционного парадокса Д. Дрезнера оказываются в проигрышной позиции. Потеря европейскими странами – участниками ЕС самостоятельности в принятии политических и экономических решений свидетельствует о частичной утрате ими своей правосубъектности, так как принимаемые решения явно угрожают экономическому положению самих стран ЕС (достаточно вспомнить, что уже длительное время Германия – «большой человек Европы»²). Протекционизм как экономическая политика закрепился в действиях американской администрации [7], что можно наблюдать в процессах деиндустриализации Германии и ослаблении экономики стран Европейского союза в целом.

Экономическая идеология

Исследователь С.Г. Кирдина-Чэндлер предлагает понимать под экономической идеологией «более или менее упорядоченный взгляд на экономику, системное мировоззрение, в котором сплетаются позна-

¹ Агентство по иностранным инвестициям Министерства финансов США, ответственное за разработку и реализацию санкционной политики.

² В 1999 г. такое определение Германии было дано в журнале *The Economist*. Теперь, в силу отсутствия экономического роста в стране уже несколько кварталов подряд, это непочетное звание снова закрепляется за Германией.

вательные, нормативные и символические элементы. Экономическая идеология включает в себя особые представления о ценностях, об общественно-экономическом идеале (например, об экономической свободе, материальном равенстве, трудовой солидарности)» [4]. Мы не только согласны с С.Г. Кирдиной-Чэндлер, но и подтверждаем верность ее суждений именно на социальном уровне, так как экономическая идеология санкционной политики включает в себя представление администрации США о ценностях («порядок, основанный на правилах»), об общественно-экономическом идеале (проповеди о свободе рынка и ограничении роли государства в регулировании экономических отношений, о святости права частной собственности, независимости судов, ограничении злоупотреблениями монополий и т. д., которые используются для достижения цели обеспечения лидерства, но отменяются столь же легко, когда этого требуют обстоятельства).

Исследователи Орехов и Ахмедов определяют экономическую идеологию как систему «утверждений и убеждений относительно экономических фактов и явлений, выражающих отношение людей к различным хозяйственным процессам» [10]. Этот вариант содержит в себе категорию «убеждение», то есть это вера в собственную правоту, что также подтверждается как высказываниями, так и действиями американской администрации, например, доста-

точно вспомнить, что руководители страны уже довольно часто применяют по отношению к США такие определения, как «величайшая страна», «лидер мира» и т. д. Вера в собственную богоизбранность и непогрешимость, как показывает история, обычно приводит к самым тягчайшим поступкам и даже преступлениям, тем не менее для нашего предмета исследования эта характеристика представляется важной. Если принять во внимание тот факт, что от санкционной войны выигрывают США, а их союзники, скорее, проигрывают, то цели санкционной политики и экономическая идеология США на социальном уровне проявляются как элемент неомеркантилизма.

После Второй мировой войны в результате Бреттон-Вудской конференции США фактически получили статус гегемона и супердержавы, отобрав его у Великобритании. Именно на этой конференции были предложены международные механизмы, усилившие меркантилистские тенденции в капиталистическом мире в пользу США. Следует напомнить, что важнейшим элементом меркантилизма является поддержка положительного внешнеторгового баланса (профицита) с остальным миром. Если посмотреть с позиций проводимой США санкционной политики, то именно США получили наибольшую выгоду от введения санкций против Российской Федерации (табл. 1). Изменения в структуре ВВП двух стран показывают одновременный рост экспорта США

Таблица 1. ВВП по ППС и темпы роста Германии, Франции за 2022–2023 гг.

Table 1. GDP at teaching staff of Germany, France for 2022–2023

Страна <i>Country</i>	ВВП, млрд долл. США <i>GDP, billion US dollars</i>		Экономический рост, % <i>Economic growth, %</i>	
	2022	2023	2022	2023
США	25 744	27 358	1,9	2,5
Германия	5366	5544	1,8	–0,2
Франция	3697	3865	2,6	1,1

*World economic outlook update, July 2024. URL: <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2024/07/16/world-economic-outlook-update-july-2024> (дата обращения: 06.11.2024).

и государственных расходов, например, Германии (табл. 2).

Еще Р. Кантильон отмечал, что «когда государство обменивает свой продукт вместе со своим трудом на больший иностранный продукт вместе с таким же или большим количеством труда, оно, очевидно... выигрывает» [2]. Как мы видим, США не только смогли устранить конкурента – Российскую Федерацию с газового рынка Европы, но и за счет увеличенных в 4–6 раз цен на газ обеспечили себе положительные темпы экономического роста. В это же самое время локомотивы Европы – Германия и Франция превратились в «больных людей Европы», а пальму первенства в темпах экономического роста теперь завоевала Испания (табл. 3). Однако не следует забывать, что база для экономического роста Германии и Франции значительно превышает базу Испании. Так, в 2023 г. ВВП по парите-

ту покупательной способности¹ Германии занимает 6-е место в мире, Франции – 9-е место, а Испании – 15-е место. Важно указать, что низкие темпы экономического роста, а точнее рецессия в Германии, отмечается как в западной прессе [19], так и в российских исследованиях [14].

А. Монкретьен отмечал, что «хозяйство страны рассматривается как объект государственного управления. Источник богатства страны – внешняя торговля, особенно вывоз промышленных и ремесленных изделий. Иностранцы сравнивались с насосом, выкачивающим богатство из Франции. Предлагалось их изгнание, развитие отечественной промышленности, одобрялось вмешательство государства в экономическую жизнь, взимание налогов и при-

¹ По данным Всемирного банка (www.worldbank.org) и Международного валютного фонда (www.imf.org).

Таблица 2. Структура ВВП США и Германии в 2022–2023 гг., %

Table 2. GDP structure of the USA and Germany in 2022–2023, %

Страна <i>Country</i>	Потребление <i>Consumption</i>		Инвестиции <i>Investments</i>		Государственные расходы <i>Governmental spending</i>		Чистый экспорт <i>Net export</i>	
	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023
США	69,2	68,9	22,0	21,5	13,4	13,8	–5,0	–4,2
Германия	53,0	53,1	21,1	20,8	19,3	21,7	6,6	4,4

Источник: рассчитано автором по данным Международного валютного фонда. URL: imf.org (дата обращения: 06.11.2024).

Таблица 3. Темпы экономического роста в Германии, Франции и Испании в 2023 г. и с перспективой до 2025 г., %

Table 3. Economic growth of Germany, France and Spain in 2023 and perspective to 2025, %

Страна <i>Country</i>	Экономический рост в 2023 г. <i>Economic growth in 2023</i>	Экономический рост в 2024 г. (прогноз) <i>Economic growth in 2024 (prognosis)</i>	Экономический рост в 2025 г. (прогноз) <i>Economic growth in 2025 (prognosis)</i>
Германия	–0,3	0,5	1,6
Франция	0,8	1,0	1,7
Испания	2,4	1,5	2,1

Источник: рассчитано автором по данным Международного валютного фонда. URL: imf.org (дата обращения: 06.11.2024).

своеение даже торговой прибыли» [20]. На наш взгляд, именно идеями Монкретьена руководствуется нынешняя администрация США, с важным включением об устранении конкурентов на мировом рынке.

Наконец, следует отметить еще один важный момент в продвижении санкционной политики и предпосылках экономической идеологии санкций – пандемия COVID-19 вынудила большинство развитых стран увеличить заимствования государства для борьбы с экономическими последствиями пандемии (табл. 4).

Маастрихтский договор Европейского союза предусматривает, что государственный долг не может превышать 60% ВВП страны, в противном случае в отношении страны-нарушителя наступают неблагоприятные последствия в виде штрафов. Как мы видим по данным таблиц 1 и 4, Германия и Франция явно не удовлетворяют требованиям Маастрихтского договора, однако в силу действующего правила о неприменении требований в период пандемии Германия и Франция пока не имеют негатив-

ных последствий за нарушение требований соглашения. Государственный долг США в этом отношении вызывает значительно больше беспокойства, так как в силу значимости доллара США в международных экономических отношениях возможный экономический кризис из-за невозможности покрыть свой долг грозит всей мировой экономике коллапсом (табл. 5).

Макроэкономическая ситуация в странах – инициаторах санкций

Совокупные необеспеченные обязательства США на 16.08.2024, по данным usdebtclock.org, составляют 218,225 трлн долл. Даже сопоставление государственного долга и ВВП показывает неспособность американской администрации покрыть свои обязательства имеющимися товарами. Э. Эванс-Притчард правильно отмечает, что «никогда еще США не вступали в фазу экономического спада с совокупным дефицитом федерального, государственного и местного бюджета 8,2% ВВП» [17].

Таблица 4. Размер государственного долга, млрд долл. США

Table 4. Size of public debt, billion US dollars

Страна Country	2019	2020	2021	2022	2023
США	22 719	26 945	28 429	30 929	34 191
Германия	2207	2496	2661	2732	2825
Франция	2566	2871	3051	3186	3350

Источник: рассчитано автором по данным сайта Statista. URL: <https://www.statista.com> (дата обращения: 06.11.2024).

Таблица 5. ВВП и государственный долг США в 2019–2023 гг., млрд долл. США

Table 5. GDP and national debt of the USA in 2019–2023, billion US dollars

Показатель Indicator	2019	2020	2021	2022	2023
Государственный долг	22 719	26 945	28 429	30 929	34 191
ВВП	21 521	21 323	23 594	25 744	27 361

Источник: рассчитано автором по данным сайта Statista. URL: <https://www.statista.com> (дата обращения: 06.11.2024).

Здесь же дается оценка рейтингового агентства Fitch по поводу размера расходов государственного бюджета на обслуживание государственного долга в 2025 г. – 10,3%, а все, что выше 10%, – это красный сигнал тревоги.

Учитывая структуру ВВП США по расходам, где расходы домохозяйств превышают 53%, а также размер государственного долга по отношению к ВВП страны, становится понятно, что США построили свою экономику по долговой модели. Такая модель характерна не только для США, но и, например, для Франции и некоторых других государств. Отсюда следует, что так как модель уже сложилась, укоренилась, то ее изменение невозможно без существенной турбулентности в государственных финансах США. Действующая администрация не способна на такие изменения, именно поэтому «есть основания утверждать, что некоторые правительства не вполне осознают, что они руководствуются стратегией долга и расходов государства, и, возможно, пришли к ней случайно. Не менее разумно утверждать также, что некоторые правительства вообще не имеют обдуманной экономической стратегии, а их подход является просто побочным продуктом более широких экономических и социальных обстоятельств, а также политических компромиссов и переговоров» [1]. На наш взгляд, использование стратегии долга, как утверждает Р. Вейг, совсем не случайно, оно сложилось к началу Первой мировой войны, просто нынешние администрации уже этого не знают, а изменить не могут. Об этом писал В.И. Ленин: «Финансовый капитал создал эпоху монополий. А монополии всюду несут с собой монополистические начала: использование „связей“ для выгодной сделки становится на место конкуренции на открытом рынке. Самая обычная вещь: условием займа становится расходование части его на покупку продуктов кредитующей страны, особенно

на предметы вооружения» [5]. В.И. Ленин указывал, что империализм есть монополистическая стадия капитализма и отмечал 5 его признаков:

- концентрация производства и капитала;
- слияние банковского и промышленного капитала;
- вывоз капитала;
- образование международных монополистических союзов;
- территориальный раздел земли между крупнейшими капиталистическими державами [5].

В другой работе [6] В.И. Ленин прямо указывает на то, что «Англия искусственно „мешает“ промышленному развитию» Индии и Египта как своих колоний.

Анализ сегодняшнего поведения США и его союзников практически полностью подтверждает мнение В.И. Ленина. Так, концентрация капитала в США достигла невиданных масштабов, а слияние банковского и промышленного капитала завершено. США и их союзники активно занимаются вывозом капитала на базе транснациональных корпораций, а территориальный раздел земли между крупнейшими капиталистическими державами был бы практически завершен, если бы не позиция Российской Федерации и Китайской Народной Республики, сложившаяся к 2014 г. В результате США и их союзники вынуждены применять санкционную политику в отношении Российской Федерации и Китайской Народной Республики, чтобы, как верно отмечал В.И. Ленин, сдержать их развитие. Собственно, европейская и американская бюрократия и не скрывает, что целью санкций является экономическое сдерживание России [15]. Китайской Народной Республике, во избежание «войны на два фронта», пока устанавливаются лишь отдельные препоны в виде запретительных пошлин на поставку электромобилей, сотовых телефонов и другой электроники, а также запрет на поставку товаров двойного назначения.

Однако вернемся к исследованию положения государственного долга в США и их союзников. После Второй мировой войны государственный долг стран-участниц существенно вырос и достигал 100% ВВП (в отдельных случаях даже был выше), но средства шли на восстановление разрушенного хозяйства, то есть на производительные расходы [8]. Дж. Стиглиц со ссылкой на Дж.М. Кейнса указывал на то, что «вслед за Великой депрессией стал популярным кейнсианский подход, согласно которому государство должно избегать дефицита в обычные годы, но дефицит может быть желательным для стимулирования выхода экономики из кризиса или депрессии» [12]. Действительно, у Кейнса мы находим именно такой рецепт, например, в параграфе «Международный заем» в работе «Экономические последствия Версальского мирного договора» 1919 г. [3].

В настоящее время нельзя сказать, что резко возрастающая задолженность ведущих стран обусловлена инвестициями в расширение товарного производства. Важное следствие возникает в этом случае, а именно если взятые в долг средства пойдут на производительные расходы, то есть они продуцируют новые товары, то долг не снижает, а стимулирует экономический рост. Если взятые в долг средства не идут на производительные расходы, то есть не образуются новые товары, то долг снижает темпы экономического роста, так как сам долг и проценты по нему следует возвращать, то есть отвлекать средства от возможного производительного инвестирования. Раздувание государственного долга для расширения конечного потребления требует всё новых источников экономического роста. В данном случае – устранение конкурента (Российской Федерации) с энергетического рынка Европы и продажа своим союзникам энергетических товаров в 4–6 раз дороже, чем на внутреннем рынке, следствием чего уже стала деиндустри-

ализация Германии¹. Администрация США не ограничилась газовыми сделками с Европой, они, приняв акт об инфляции, фактически, приглашают европейские предприятия на свою экономическую территорию пониженными налогами и льготными кредитами, чем уже воспользовался ряд немецких предприятий. Учитывая изложенные факты, следует признать, что в действиях администрации США наблюдаются признаки недобросовестной конкуренции на мировом рынке.

Важно отметить, что фактически идея Кейнса была извращена, так как администрации удобно сохранять дефицит и финансировать его за счет постоянного наращивания государственного долга даже в условиях спокойного времени. Рейнхарт и Рогофф показали, что при достижении отношения государственного долга к ВВП выше 90% ВВП будет сокращаться приблизительно на 1% [11]. Как отмечают Дж. Молдин и Дж. Теппер, «еще большую угрозу по сравнению с превышением отношения долга к ВВП 100-процентной планки представляет быстрое старение населения» [9].

Таким образом, даже сам факт превышения государственного долга над ВВП, не говоря уже о степени производительности ресурсов, занятых в долг, ведет к сокращению темпов экономического роста, а если еще принять во внимание масштаб безработицы, а также сокращающийся объем новых рабочих мест, то становится понятно, что внутренние ресурсы экономики США уже недостаточны для поддержания достаточных темпов роста, откуда и возникает необходимость получать ресурсы из международной торговли.

Здесь наибольшую угрозу для США представляет Китайская Народная Республика, так как именно в ее пользу работает

¹ Минфин Франции: США продают европейцам СПГ в 4 раза дороже. URL: <https://smotrim.ru/article/2984590> (дата обращения: 06.11.2024).

отрицательный чистый экспорт в структуре ВВП США. Вот на сокращение этого отрицательного чистого экспорта и направлена политика санкций, а также попытки удаления России с энергетических рынков Европы, в чем и состоит экономическая идеология санкционной политики США.

Заключение

Как правильно отмечал Ф. фон Хайек, «в странах, уже достигших высокого уровня развития, нет оснований ожидать столь же значительных темпов роста, каких в известное время достигают страны, где прежде эффективное использование ресурсов долго сдерживалось законодательными и институциональными барьерами» [13], а значит, указанные выше действия администрации США свидетельствуют о том, что они стремятся сохранить свое доминирующее положение, используя неконкурентные инструменты борьбы и силовые приемы как в отношении Российской Федерации и других подсанкционных

стран, так и в отношении своих союзников по блоку НАТО. Внешним проявлением этого эффекта стал санкционный парадокс Д. Дрезнера [16], выражающийся в том, что санкции оказывают негативное влияние на подсанкционную страну, но еще более негативное воздействие на союзников инициатора санкций, то есть европейские страны. Наконец, следует отметить, что санкционное давление на Российскую Федерацию в долгосрочной перспективе будет ослабевать, причем не за счет сокращения санкционных пакетов или отмены санкций (это как раз маловероятный сценарий), а за счет постепенного привыкания и поиска новых логистических каналов, в том числе финансовых. Кстати, это предусматривает и американская администрация. Так, П. Харрелл (он был советником по мировой экономике в прежней администрации) указывает на сокращение экономической эффективности американских санкций по мере структурных изменений в мировой экономике и глобальной финансовой системе [18].

Список литературы

1. Вейг Р. Парадокс долга. Новый путь к процветанию без кризиса. – М.: Азбука Бизнес, 2024. – 304 с.
2. Кантильон Р. Опыт о природе коммерции. Общие вопросы. – М.: Издательство Института Гайдара, 2024. – 464 с.
3. Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег. Избранное. – М.: ЭКСМО, 2007. – 960 с.
4. Кирдина-Чэндлер С.Г. Экономическая теория, идеология и экономический интерес // *AlterEconomics*. 2022. Т. 19. № 1. С. 71–92. DOI: 10.31063/AlterEconomics/2022.19-1.5.
5. Ленин В.И. Империализм как новейший этап капитализма (Популярный очерк). – М.: П-г: Книгоиздательство «Коммунист», 1918. – 133 с.
6. Ленин В.И. Тетради по империализму. – М.: Государственное издательство политической литературы, 1939. – 740 с.
7. Макаров А.В., Остроумов В.В. Концепция воспитательного протекционизма: перспективы и риски применения в условиях разрушения торговых связей XXI века // *Современная конкуренция*. 2024. Т. 18. № 3. С. 109–125. DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-3-109-125.
8. Масгрейв Р.А., Масгрейв П.Б. Государственные финансы: теория и практика. – М.: Бизнес Атлас, 2009. – 716 с.
9. Молдин Дж., Теппер Дж. Развязка. Конец долгового суперцикла и его последствия. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 352 с.
10. Орехов А.М., Ахмедов Ф.Н. Экономическая идеология: опыт интерпретации // *Социум и власть*. 2013. № 6 (44). С. 90–95.

11. Рейнхарт К., Рогофф К. На этот раз все будет иначе. – М.: Карьера-Пресс, 2011. – 528 с.
12. Стиглиц Дж. Ю. Экономика государственного сектора. – М.: Издательство Московского университета: ИНФРА-М, 1997. – 720 с.
13. Хайек Ф. Конкуренция как процедура открытия // МЭ и МО. 1989. № 12. С. 1–14.
14. Фадеев А.А., Хабаров В.И. Неравномерность процесса цифровизации как источник макроэкономического дисбаланса предпринимательской среды // Современная конкуренция. 2022. Т. 16. № 5. С. 5–18. DOI: 10.37791/2687-0657-2022-16-5-5-18.
15. Borrell J. Beyond sanctions: What future for Russia? // Working paper. WP06/22; Instituto Complutense de Estudios Internacionales, Universidad Complutense de Madrid. – Madrid, 2022. – 14 p.
16. Drezner D. W. The sanctions paradox: Economic statecraft and international relations. – Cambridge: Cambridge University Press, 1999. – 362 p.
17. Evans-Pritchard A. America will keep spending money like a drunken sailor until the world stops funding it // The Telegraph. Aug 16, 2024. URL: <https://tce.exchange/content/00a1978c-00cd-475b-9fed-e3ae50280f67> (дата обращения: 06.11.2024).
18. Harrell P. E. Has the US Reached “Peak Sanctions”? // Working paper. Brookings' Economic Studies and Foreign Policy. – The Brookings Institution, 2024. – 9 p.
19. Marilen M., Ichikura H. Germany's Economy is Now Seen Barely Growing at All in 2024 // Bloomberg. Aug 12, 2024. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2024-08-12/germany-s-economy-is-now-seen-barely-growing-at-all-in-2024> (дата обращения: 06.11.2024).
20. Montchretien A. Traicte de L'Oeconomie Politique. Du Commerce. – Paris, 1615. – 604 p.
21. Osipov V. Political Economy of Sanctions. – In: Handbook of Eurasian Political Economy / ed. by A. Bulatov, E. Pak. – Moscow: Aspect Press, 2022. – P. 197–211.

Сведения об авторе

Осипов Владимир Сергеевич, ORCID 0000-0003-3109-4786, докт. экон. наук, профессор, заведующий кафедрой мировой экономики и управления внешнеэкономической деятельностью, Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия, vs.ossipov@spa.msu.ru

Статья поступила 23.08.2024, рассмотрена 06.09.2024, принята 23.09.2024

References

1. Weig R. *Paradoks dolga. Novyj put' k процветанию bez krizisa* [The Paradox of Debt. A New Path to Prosperity without Crisis]. Moscow, Azbuka Biznes Publ., 2024, 304 p.
2. Cantillon R. *Opyt o prirode kommercii. Obshchie voprosy* [Essay on the Nature of Commerce. General Issues]. Moscow, Izdatel'stvo Instituta Gajdara Publ., 2024, 464 p.
3. Keynes J.M. *Obshchaya teoriya zanyatosti, procenta i deneg. Izbrannoe* [General Theory of Employment. Interest and Money. Selected]. Moscow, EKSMO Publ., 2007, 960 p.
4. Kirdina-Chandler S. G. Economic Theory, Ideology, and Economic Interest. *AlterEconomics*, 2022, vol.19, no.1, pp.71-92 (in Russian). DOI: 10.31063/AlterEconomics/2022.19-1.5.
5. Lenin V.I. *Imperializm kak novejsij etap kapitalizma (Populyarnyj ocherk)* [Imperialism as the Newest Stage of Capitalism (Popular essay)]. Moscow; Petersburg, *Kommunist* Publ., 1918, 133 p.
6. Lenin V.I. *Tetrad' po imperializmu* [Notebooks on Imperialism]. Moscow, *Gosudarstvennoe izdatel'stvo politicheskoy literatury* Publ., 1939, 740 p.
7. Makarov A., Ostroumov V. The Concept of Educational Protectionism: Prospects and Risks of Adoption in the Context of the Destruction of Trade Relations in the 21st Century. *Sovremennaya konkurenciya*=Journal of Modern Competition, 2024, vol.18, no.3, pp.109-125 (in Russian). DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-3-109-125.
8. Musgrave R.A., Musgrave P.B. *Gosudarstvennye finansy: teoriya i praktika* [Public Finances: Theory and Practice]. Moscow, *Biznes Atlas* Publ., 2009, 716 p.

9. Mauldin J., Tepper J. *Razvyazka. Konec dolgovogo supercikla i ego posledstviya* [Denouement. The End of the Debt Supercycle and Its Consequences]. Moscow, Mann, Ivanov i Ferber Publ., 2013, 352 p.
10. Orekhov A.M., Akhmedov F.N. Economic ideology: the experience of interpretation. *Sotsium i vlast*=Society and Power, 2013, no.6(44), pp.90-95 (in Russian).
11. Reinhart K., Rogoff K. *Na etot raz vse budet inache* [This Time it Will Be Different]. Moscow, Kar'era-Press Publ., 2011, 528 p.
12. Stiglitz J. E. *Ekonomika gosudarstvennogo sektora* [Economics of the Public Sector]. Moscow, Moscow University Press, INFRA-M Publ., 1997, 720 p.
13. Hayek F. *Konkurenciya kak procedura otkrytiya* [Competition as a Discovery Procedure]. *ME i MO*=MEMO Journal, 1989, no.12, pp.1-14.
14. Fadeev A., Khabarov V. Unevenness of digitalization as a macroeconomical source of imbalance in a business environment. *Sovremennaya konkurenciya*=Journal of Modern Competition, 2022, vol.16, no.5, pp.5-18 (in Russian). DOI: 10.37791/2687-0657-2022-16-5-5-18.
15. Borrell J. Beyond sanctions: what future for Russia? Working paper. WP06/22; Instituto Complutense de Estudios Internacionales, Universidad Complutense de Madrid. Madrid, 2022, 14 p.
16. Drezner D.W. *The sanctions paradox. Economic statecraft and international relations*. Cambridge, Cambridge University Press, 1999, 362 p.
17. Evans-Pritchard A. America will keep spending money like a drunken sailor until the world stops funding it. *The Telegraph*, Aug 16, 2024. Available at: <https://tce.exchange/content/00a1978c-00cd-475b-9fed-e3ae50280f67> (accessed 06.11.2024).
18. Harrell P. E. Has the US Reached "Peak Sanctions"? Working paper. Brookings' Economic Studies and Foreign Policy. The Brookings Institution, 2024, 9 p.
19. Marilen M., Harumi I. Germany's Economy is Now Seen Barely Growing at All in 2024. *Bloomberg*, Aug 12, 2024. Available at: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2024-08-12/germany-s-economy-is-now-seen-barely-growing-at-all-in-2024> (accessed 06.11.2024).
20. Montchretien A. *Traicte de L'Oeconomie Politique. Du Commerce*. Paris, 1615, 604 p.
21. Osipov V. Political Economy of Sanctions. In: *Handbook of Eurasian Political Economy*. Ed. by A. Bulatov, E. Pak. Moscow, Aspect Press, 2022, pp.197-211.

About the author

Vladimir S. Osipov, ORCID 0000-0003-3109-4786, Dr. Sci. (Econ.), Professor, Head of Global Economy and Foreign Economic Activity Administration Department, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia, vs.ossipov@spa.msu.ru

Received 23.08.2024, reviewed 06.09.2024, accepted 23.09.2024

DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-5-16-32

Конкурентные преимущества субъектов малого и среднего предпринимательства в сфере занятости населения России

Н.В. Парушина^{1*}, Н.А. Лытнева¹

¹Среднерусский институт управления – филиал РАНХиГС, Орёл, Россия

*parushinan@mail.ru

Аннотация. Сфера предпринимательства в период пандемии и введения санкций значительно пострадала, наблюдался отток кадров из бизнеса, что требует кардинальной и эффективной работы с персоналом и занятостью на рынке труда. Показатели эффективности национальных проектов и работы государственных чиновников зависят от ситуации с занятостью в бизнесе, созданием надлежащих условий труда, повышением заработной платы и вовлечением населения в предпринимательство. Проведенное исследование позволило оценить состояние и тенденции развития предпринимательства в стране, оценить конкурентные преимущества компаний, ситуацию с занятостью населения. Для проведения исследования применялись методы группировки, сравнения, анализа, построения динамических рядов, методы конструктивной дискуссии. В результате анализа данных о количестве субъектов МСП, обороте предприятий, занятых работниках, размере заработной платы выделены критерии, которые обеспечивают конкурентные преимущества субъектам малого и среднего бизнеса на местах по привлекательности для трудоустройства. Авторами обозначены перспективы для роста конкурентоспособности субъектов малого и среднего предпринимательства. Расставлены приоритеты формирования и реализации государственной политики, которые следует направить на совершенствование положений национального проекта в области развития и поддержки МСП. Приращением теоретических знаний в процессе исследования является развитие научно-методических подходов к проведению анализа рынка предпринимательства с позиций оценки его конкурентоспособности для экономики страны. Для практики значимость исследования заключается в том, что позволяет сформулировать выводы для совершенствования инструментария поддержки и развития МСП на перспективу.

Ключевые слова: конкурентные преимущества, предпринимательство, субъекты предпринимательства, малое и среднее предпринимательство, формы предпринимательства, категории предпринимательства, информационно-аналитическое управление, государственная политика, занятость в предпринимательстве

Для цитирования: Парушина Н.В., Лытнева Н.А. Конкурентные преимущества субъектов малого и среднего предпринимательства в сфере занятости населения России // Современная конкуренция. 2024. Т. 18. №5. С. 16–32. DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-5-16-32

Competitive Advantages of Small and Medium-sized Enterprises in the Field of Employment of the Population of Russia

N. Parushina^{1*}, N. Lytneva¹

¹Central Russian Institute of Management – Branch of RANEPA, Orel, Russia

*parushinan@mail.ru

Abstract. The sphere of entrepreneurship during the pandemic and the introduction of sanctions suffered significantly; there was an outflow of personnel from business, which requires radical and effective work with personnel and employment in the labor market. The performance indicators of national projects and the work of government officials depend on the situation with employment in business, the creation of proper working conditions, increasing wages and attracting the population to entrepreneurship. The study made it possible to assess the state and trends in the development of entrepreneurship in the country, assess the competitive advantages of companies, and the employment situation. To conduct the research, methods of grouping, comparison, analysis, construction of time series, and methods of constructive discussion were used. As a result of analyzing data on the number of SMEs, the turnover of enterprises, employed workers, and wages, criteria were identified that provide competitive advantages to small and medium-sized businesses locally in terms of attractiveness for employment. The authors outline prospects for increasing the competitiveness of small and medium-sized businesses. The priorities of the formation and implementation of state policy are set, which should be aimed at improving the provisions of the national project in the field of development and support of SMEs. The increase in theoretical knowledge in the process of research is the development of scientific and methodological approaches to the analysis of the entrepreneurship market from the standpoint of assessing its competitiveness for the country's economy. For practice, the significance of the study is that it allows us to formulate conclusions for improving the tools for supporting and developing SMEs in the future.

Keywords: competitive advantages, entrepreneurship, business entities, small and medium-sized businesses, forms of entrepreneurship, categories of entrepreneurship, information and analytical management, public policy, employment in entrepreneurship

For citation: Parushina N., Lytneva N. Competitive Advantages of Small and Medium-sized Enterprises in the Field of Employment of the Population of Russia. *Sovremennaya konkurentsia*=Journal of Modern Competition, 2024, vol.18, no.5, pp.16-32 (in Russian). DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-5-16-32

Введение

Субъекты малого и среднего предпринимательства (МСП) формируют динамично развивающийся сегмент экономики, на долю МСП приходится 21% ВВП России по итогам 2022 г. [3]. Показатель демонстрирует рекордное значение,

начиная с 2017 г., но всё же по сравнению с другими странами является не таким высоким. В других странах ВВП, приходящийся на МСП, втрое выше и составляет 60–70%.

Малый бизнес в России является более мобильным, быстро адаптируется к нынешним условиям, реагирует на изменчивость конъюнктуры рынка под влиянием санкций

и ухода из страны иностранных компаний. Кроме того, в МСП занято примерно 40% населения страны. Положительные тенденции в развитии МСП связаны с реализацией национальных целей развития Российской Федерации до 2030 г., что определяет вектор развития предпринимательства как сектора экономики, который обеспечивает «достойный, эффективный труд и успешное предпринимательство» [16].

На рост численности занятых в сфере МСП влияют не только внутренние факторы, которые связаны с мобильностью и оперативностью работы предпринимателей, расширением сферы деятельности, подготовкой и переподготовкой кадров под особенности собственного производства, но и внешние факторы, которые обусловлены существенной поддержкой МСП. В числе мер и инструментов государственной поддержки МСП в последние годы следует отметить: выполнение программ льготного кредитования бизнеса, функционирование центров поддержки экспорта, выдачу микрозаймов МСП, предоставление грантовой поддержки на развитие и расширение бизнеса, привлечение к закупкам у крупнейших заказчиков.

Внутренние ресурсы и внешняя поддержка способствуют укреплению конкурентных преимуществ субъектов МСП. В числе конкурентных преимуществ следует учитывать не только факторы демократичной ценовой политики, достижения оптимального соотношения между спросом и предложением на товары, работы и услуги, расширения ассортимента продукции, но и наличие высококвалифицированных кадров, обеспечение занятости населения, воспроизводство кадров в соответствии с запросами рынка труда.

Вопросы исследования предпринимательской сферы, анализа показателей развития предприятий сектора МСП для привлечения кадров, формирования профессиональной среды специалистов, создания

баланса трудовых ресурсов между спросом и предложением, обеспечения гарантированной занятости специалистов разных сфер деятельности в предпринимательстве для формирования конкурентоспособных предпринимательских структур и территорий являются актуальными и своевременными для обсуждения и предложений.

Обзор литературы

Конкурентные преимущества субъектов малого и среднего предпринимательства в сфере занятости населения России следует рассматривать в контексте концепции конкурентоспособности, раскрытой в трудах американского экономиста Майкла Портера, который внес значительный вклад в теорию конкурентного преимущества, рассматривая его как важную экономическую категорию. Он подчеркивал важность уникальных характеристик и способностей экономического субъекта, которые позволяют ему выделяться на рынке и достигать более выгодных рыночных позиций по сравнению с конкурентами. В работах ученого конкуренция определялась как преимущество для устойчивого развития фирмы на основе сочетания разных видов деятельности, которые сложно было скопировать, и это качество отличало компанию от других структур бизнеса [15]. Но уже в те годы при исследовании сущности современной конкуренции М. Портер критиковал деятельность вертикально интегрированных компаний и предсказывал будущее перспективное развитие небольших мобильных компаний.

Авторы связывают конкурентные преимущества с разными стадиями жизненного цикла организации, отмечают их динамизм в развитии экономических систем, классифицируют конкурентные преимущества на фактические, реализуемые и потенциальные. Как отмечает Ю.Б. Рубин, фактические конкурентные преимущества связаны

с оценкой достигнутых показателей на рынке. Конкурентные действия фирмы и инструменты для достижения преимуществ на рынке относят к реализуемым конкурентным преимуществам. Имеющиеся у компании ресурсы по сравнению с конкурентами включают в потенциальные конкурентные преимущества [18].

В процессе традиционной классификации конкурентных преимуществ для предприятий МСП осуществляется их группировка по видам:

- ресурсные – связаны с наличием природных, материальных, трудовых, финансовых ресурсов;
- технологические – отражают наличие у компаний прав на объекты интеллектуальной собственности, уникальные технологии по выпуску продукции;
- интеллектуальные – отражают наличие высококвалифицированных кадров, особенности организационно-управленческой структуры менеджмента;
- рыночные – отождествляются с сегментированием рынка, системой сбыта, ценовой политикой, рекламой и маркетингом;
- инновационные – связаны с НИОКР, цифровыми трансформациями, формированием эффективной экосреды предпринимательства;
- культурные – зависят от особенностей страны, в которой функционирует бизнес, ментальности общества, культурных традиций и исторических ценностей.

Рассматривая классификацию конкурентных преимуществ субъектов предпринимательства с позиций кадровой составляющей и занятости населения, как нам представляется, целесообразно выделить преимущества соблюдения принципов устойчивого развития (ESG-принципов) для обеспечения конкурентной позиции на рынке. При этом уместно говорить о социальной ответственности бизнеса для его привлекательности со стороны наиболее уязвимых групп населения, которых можно при-

влекать для работы: молодежь, женщины, иностранцы, военнослужащие, лица с ограниченными возможностями здоровья.

Анализ научных публикаций последних лет показал, что привлечению работников, созданию благоприятных условий труда, формированию политики мотивации и стимулирования сотрудников, равномерной занятости работников уделяется всё больше внимания. Кадрам, персоналу, занятости как фактору разработки конкурентных стратегий бизнеса посвящены работы таких авторов, как Л.А. Атабиева, А.Б. Урусова, Т.В. Демьянова, Е.В. Рибокене, М.Ю. Маковецкий, Т.В. Крылова, С.М. Мальцева, К.А. Рыжакова, О.А. Зиновьев, А.Т. Турганова, Д.А. Кремлев, В.К. Романович, Е.С. Мареева.

По мнению А.Т. Турганова, существенное значение для развития малых фирм в конкурентной среде имеют ресурсы, в том числе трудовые. Трудовые ресурсы предприятия играют важную роль в его функционировании и достижении поставленных целей. Управление ресурсами является важной задачей для любого бизнеса, так как эффективное использование ресурсов приводит к улучшению производственных процессов, повышению конкурентоспособности и достижению устойчивого развития [21].

Создание и функционирование предприятий МСП само по себе уже влечет создание новых рабочих мест, поступления в бюджет, насыщенность товарного рынка и рост реальных доходов населения. Такого мнения придерживаются Л.А. Атабиева, А.Б. Урусова [2]. Это вполне справедливый тезис, если не считать, что нужно обеспечить новые рабочие места квалифицированным кадрам, которые будут владеть нужными знаниями, умениями и навыками, и они будут узкоспециализированными или интеллектуально емкими. Поэтому очень справедливо высказались В.К. Романович и Е.С. Мареева в статье [17]: не следует забывать и о том, что важным аспектом

формирования конкурентоспособности компании будет являться признание персонала в качестве ценности. А любая ценность имеет стоимость, будь то количественная или качественная оценка персонала. Количественная оценка выражается через показатели заработной платы и производительности труда, качественная оценка – через систему социального поощрения и создания условий достойного труда, что изначально обозначено в национальных целях развития России.

Нельзя не согласиться с мнением авторов (Т.В. Крылова, С.М. Мальцева, К.А. Рыжакова, О.А. Зиновьев), которые анализируют опыт компании «ВкусВилл», значительно приумножившей обороты и масштабы, относительно выстраивания политики работы с занятыми сотрудниками в бизнесе [10]. В компании все годы особое внимание уделяется созданию команд и межличностному сотрудничеству. Именно эти составляющие кадровой политики фирмы способствовали развитию, узнаваемости бренда и повышению конкурентных преимуществ бизнеса. Эта компания как раз экспериментирует с ассортиментом, программой лояльности по отношению к потребителям, производством своей продукции, которую отличает экологичность и полезность.

Инновационные технологии и методы производства и продаж диктуют необходимость разработки политики привлечения специалистов, готовых работать с исследовательским промышленным оборудованием и информационными массивами данных. В качестве инструмента достижения конкурентоспособности Д.А. Кремлев предлагает критерии и методику оценки конкурентоспособности малых предприятий, делая акцент на инновационные фирмы. Определяющим фактором, по словам автора, является обеспеченность деятельности высококвалифицированными специалистами. Также важно иметь достаточный собственный и заемный капитал, промышленное оборудование

для исследований и информацию. Все эти инструменты должны работать в сочетании для обеспечения устойчивого роста и развития бизнеса [9].

Переманивание персонала, особенно в контексте малого предпринимательства, может иметь негативные последствия для всех участников рынка, на что указывают Т.В. Демьянова, Е.В. Рибокене, М.Ю. Маковецкий [4]. Однако А.Р. Алавердов вместо переманивания рекомендует сосредоточиться на создании привлекательной рабочей среды, предложении конкурентных условий труда и развитии корпоративной культуры, чтобы сотрудники сами хотели оставаться и развиваться вместе с компанией [1]. Для формирования фирменных преимуществ на рынке товаров и труда необходима разработка стратегии набора, удержания и занятости персонала, особого инструментария достижения конкурентоспособности. При наличии инструментов, обеспечивающих конкурентоспособность субъектов МСП, достижение результата оценивается по итоговым результатам работы. Не случайно для оценки эффективности деятельности высших должностных лиц органов государственной власти из 15 основных критериев 4 показателя относятся к занятому населению в МСП. В их число входят такие показатели, как:

- 1) количество высокопроизводительных рабочих мест во внебюджетном секторе экономики;
- 2) численность занятых в сфере малого и среднего предпринимательства, включая индивидуальных предпринимателей;
- 3) производительность труда в базовых несырьевых отраслях экономики;
- 4) уровень реальной среднемесячной заработной платы [11].

О том, как складывается ситуация в МСП, каковы тенденции развития субъектов МСП в регионах страны, как распределяется численность занятого населения по территориям, какие виды деятельности

вышли на конкурентные позиции по отраслевому сегменту, какие проблемы в развитии МСП уже возникли и ожидаются в перспективе, поговорим далее в статье.

Материалы и методы исследования

Инструментарий и механизмы государственного регулирования развития субъектов МСП после пандемии, в период специальной военной операции подлежат обсуждению и выработке корректирующих мер повышения эффективности административных ресурсов. Кроме того, правительственные и ведомственные органы проводят анализ реализации кадровой политики, рынка труда и занятости граждан в сфере МСП для изучения текучести кадров и уровня безработицы. Своевременность разработки и принятия новых законов и положений зависит от своевременности анализа и мониторинга состояния и тенденций развития МСП в стране и регионах.

Для проведения исследования и анализа данных функционируют информационные платформы и площадки, среди которых Цифровая платформа МСП, Единый реестр МСП на базе ФНС РФ, ЕМИСС – единая межведомственная информационная система статистики. Все эти платформы координируют вопросы сбора, обработки, группировки и хранения данных для проведения анализа деятельности МСП. На основе данных можно получить сведения о количестве субъектов МСП по России и регионам, по типам предприятий, по федеральным округам и регионам. Можно проанализировать занятость, объемы производства продукции, работ, услуг в сегменте МСП, суммы заработной платы работников МСП, выручку данных компаний на рынках товаров, работ и услуг. Кроме того, государственная и региональная статистика ежегодно выпускает статистические сборники, которые посвящены МСП, а Минэкономразвития РФ отчитывается о МСП в докладах. Доклады

в расширенном формате отражают данные о мерах поддержки МСП, объемах экспорта, функционировании управленческой и информационной экосистемы поддержки отдельных категорий МСП [5, 6].

Оценка конкурентных преимуществ субъектов малого и среднего предпринимательства

За последние годы МСП демонстрирует устойчивые темпы роста предприятий по России. Если в 2019 г., до пандемии, в стране насчитывалось 5 916 906 предприятий МСП, то в 2023 г. количество представителей бизнес-структур достигло 6 347 771 единиц, что на 430 865 субъектов больше. Как менялась динамика МСП по годам, наглядно видно из того, какие значения принимают показатели темпов роста в процентном выражении. Рост наблюдается в интервале от 2% в 2022 г. до 6% в 2023 г. (табл. 1).

Несмотря на множество вызовов, таких как пандемия COVID-19, внешние санкции, малый бизнес и средний бизнес демонстрируют устойчивость.

В категории микро-, малое, среднее и индивидуальное предпринимательство наблюдаются конкурентное лидерование числа юридических лиц малого и среднего бизнеса по итогам 2023 г. и достаточно существенный рывок в сторону роста числа индивидуальных предпринимателей (табл. 2). Число микропредприятий, наоборот, снижается, что свидетельствует о преимущественном выборе самостоятельных форм ведения бизнеса по сравнению с организованными формами предпринимательской деятельности в статусе, как правило, ООО или НПАО.

Категории МСП (микро-, малые, средние и ИП) наглядно представлены на рисунке 1.

Рисунок 1 наглядно отражает структурные и динамические изменения в количестве предприятий МСП по областям заливки, где наибольшее поле по годам занимают

Таблица 1. Количество субъектов МСП в России

Table 1. Number of SMEs in Russia

Показатель <i>Index</i>	2019	2020	2021	2022	2023
Российская Федерация <i>Russian Federation</i>	5 916 906	5 684 561	5 866 703	5 991 349	6 347 771
Темп роста, % <i>Growth rate, %</i>	100	96,07	103,20	102,12	105,95

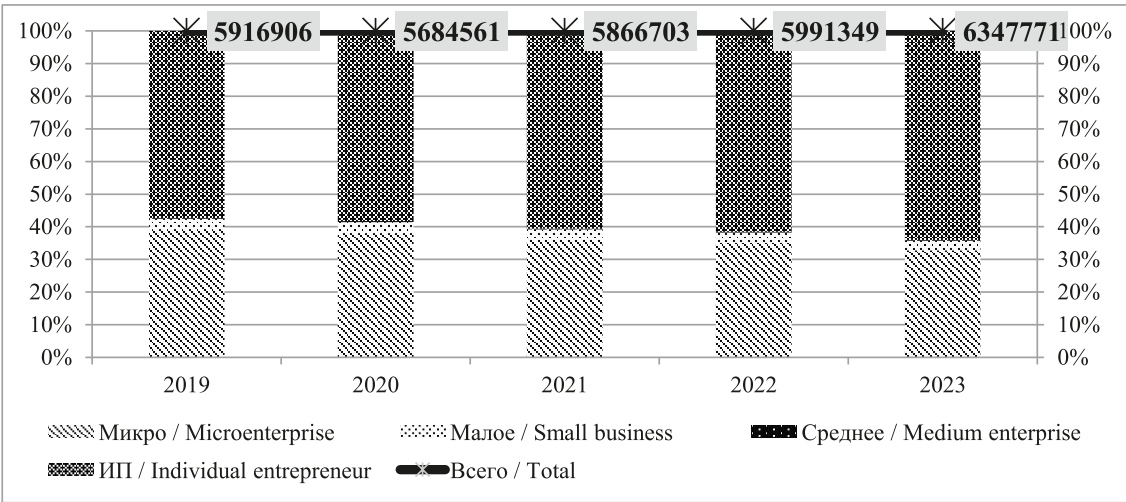
Источник: составлено авторами на основании [7].

Таблица 2. Количество субъектов по типам предприятий

Table 2. Number of entities by type of enterprise

Показатель <i>Index</i>	2019	2020	2021	2022	2023
Российская Федерация, всего <i>Russian Federation, total</i>	5 916 906	5 684 561	5 866 703	5 991 349	6 347 771
Юридические лица <i>Legal entities</i>	2 528 711	2 371 915	2 314 058	2 305 387	2 285 855
Микропредприятие <i>Microenterprise</i>	2 314 128	2 164 402	2 110 815	2 103 812	2 082 325
Малое предприятие <i>Small business</i>	197 842	190 137	185 592	183 920	185 197
Среднее предприятие <i>Medium enterprise</i>	16 741	17 376	17 651	17 655	18 333
ИП <i>Individual entrepreneur</i>	3 388 195	3 312 646	3 552 645	3 685 962	4 061 916

Источник: составлено авторами на основании [7].



Источник: составлено авторами на основании [7].

Рис. 1. Категории МСП (микро-, малые, средние и ИП), единиц

Fig. 1. SME categories (micro, small, medium and individual entrepreneurs), units

ИП, и за период с 2019 по 2023 г. их доля выросла. Таким образом, эта категория МСП заняла примерно 15% сегмента рынка предпринимателей за счет вытеснения с рынка микропредприятий.

Как конкурируют между собой регионы по развитию МСП, наглядно видно из таблицы 3.

Самые высокие темпы предпринимательской активности демонстрируют регионы таких округов, как Центральный, Северо-Западный, Южный и Приволжский федеральные округа. Причем меры государственной поддержки бизнеса внесли весомый вклад не только в стабилизацию позиций предпринимательства на российском рынке, но и укрепили конкурентные преимущества отечественных товаропроизводителей малых форм хозяйствования за счет роста их числа во всех округах Российской Феде-

рации, что демонстрируют цифры. Причем в новых регионах, как мы видим, с даты их присоединения к России темп роста МСП превысил цифру более чем в 5 раз.

Безусловно, с ростом числа предпринимательских структур растут финансовые доходы и поступления в бюджеты всех уровней. За последние годы МСП обеспечили прирост объема налогов и страховых взносов в бюджет около 40% [5].

Среди мер государственной поддержки особое значение отводится кредитованию и гарантийному финансированию хозяйственной деятельности.

По всем направлениям кредитной деятельности МСП также отмечаются положительные сдвиги, что отражено в цифрах Минэкономразвития России. В 2022 г. по отношению к 2019 г. прирост объема кредитов составил 45,8%. Было предостав-

Таблица 3. Количество субъектов МСП в России по федеральным округам

Table 3. Number of SMEs in Russia by federal districts

Федеральные округа <i>Federal districts</i>	2019	2020	2021	2022	2023
Российская Федерация <i>Russian Federation</i>	5 916 906	5 684 561	5 866 703	5 991 349	6 347 771
Центральный федеральный округ <i>Central Federal District</i>	1 821 752	1 764 883	1 857 954	1 930 548	2 027 119
Северо-Западный федеральный округ <i>Northwestern Federal District</i>	692 465	661 265	678 810	682 200	705 312
Южный федеральный округ <i>Southern Federal District</i>	694 492	665 412	678 129	682 676	720 158
Северо-Кавказский федеральный округ <i>North Caucasus Federal District</i>	200 256	192 451	205 050	209 547	231 207
Приволжский федеральный округ <i>Volga Federal District</i>	1 058 398	1 008 260	1 035 009	1 043 407	1 089 854
Уральский федеральный округ <i>Ural Federal District</i>	510 075	487 874	494 768	503 776	524 278
Сибирский федеральный округ <i>Siberian Federal District</i>	628 271	601 227	610 050	612 746	634 855
Дальневосточный федеральный округ <i>Far Eastern Federal District</i>	311 197	303 189	306 933	307 506	316 981
Юго-Западные субъекты Российской Федерации <i>Southwestern regions of the Russian Federation</i>	–	–	–	18 943	98 007

Источник: составлено авторами на основании [7].

лено на 85,4% больше кредитов при росте числа заемщиков на 88,7% [5].

Несмотря на меры государственной поддержки антикризисного характера, в период 2020–2021 гг. МСП пришлось столкнуться с проблемой снижения численности постоянно занятых работников в предпринимательстве, что продолжилось в 2022 г. с началом специальной военной операции и санкционным давлением со стороны Запада. Ситуацию получилось переломить за счет роста samozанятых и ИП, что было отмечено выше.

Тенденции и рост занятости населения России в малом и среднем бизнесе

На текущий момент, по данным Росстата и цифровой платформы МСП.РФ, число МСП составляет 6,5 млн субъектов, прирост – 5,2%. Дополнительно к этой цифре статистически добавляется 9,9 млн samozанятых. По составу МСП на долю постоянно действующих предприятий приходится 5,25 млн ед., вновь открытых – 1,25 млн ед. и ликвидированных – 959 тыс. ед. МСП обеспечивает 36% всего оборота России. В числовом выражении оборот предприятий бизнеса составляет 2678 млрд руб. (прирост 20%) [20]. Лидерами по обороту на рынке, составляющими конкуренцию по всем другим группам товаров, работ и услуг, пользующихся спросом у россиян, являются торговля, причем оптовая и розничная, деятельность гостиниц и предприятий общественного питания, деятельность в области здравоохранения и социальных услуг. Логично сделать вывод, что эти сферы деятельности обеспечивают занятость и конкурируют с другими отраслями не только по обороту, но и по численности работников.

Занятость работников в МСП обеспечивают такие отрасли, как торговля, перевозки, строительство, аренда транспорта,

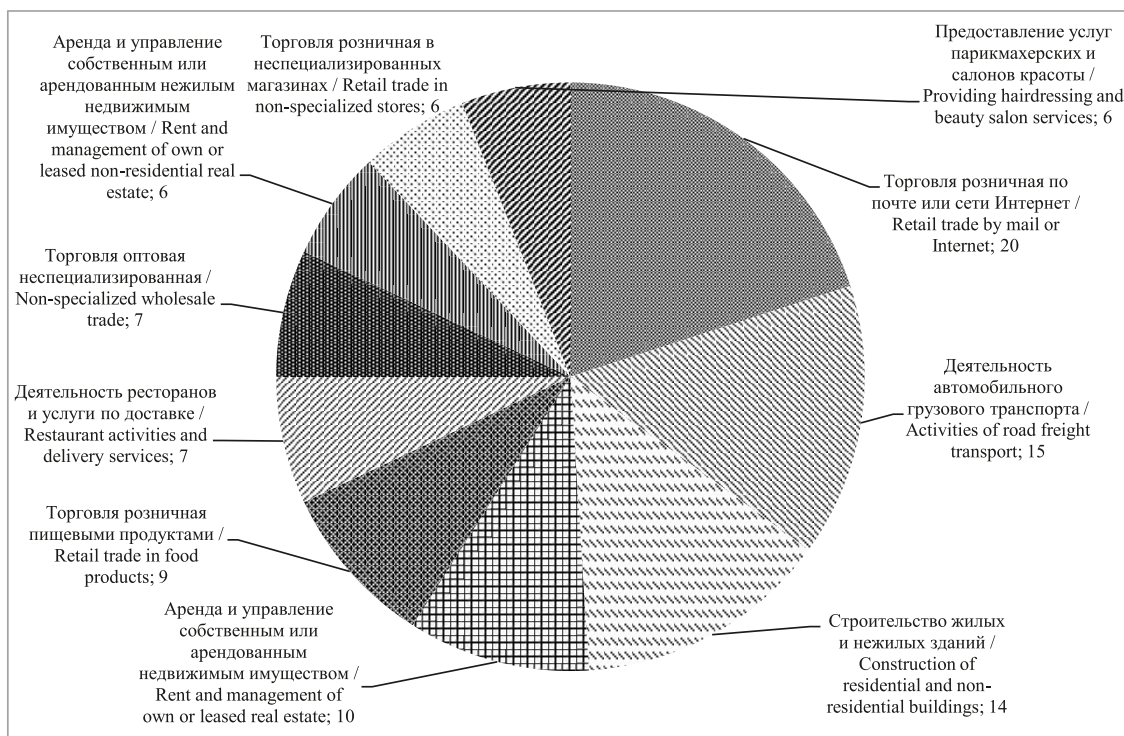
деятельность ресторанов и услуги по доставке, парикмахерские услуги и услуги салонов красоты. Это самые популярные виды деятельности, которые входят в топ-10 наиболее популярных ОКВЭД для малого бизнеса. Процент сегментации видов деятельности для малых предприятий приводится на рисунке 2.

Трансформация рынков не могла не сказаться на изменении видов деятельности, возникновении конкуренции между субъектами бизнеса за потребителей, продуктами и сферами товародвижения. Как ранее было отмечено, самое большое количество предприятий МСП и самые высокие темпы роста предпринимателей в разных сегментах рынка отмечены в регионах Центрального, Северо-Западного, Южного и Приволжского федеральных округов. Диаграмма на рисунке 3 справедливо доказывает, что эти регионы являются лидерами и по занятости рабочих в МСП.

Статистические показатели характеризуют рост числа занятых в МСП. От общего числа занятых в МСП занято 27,4 млн человек. Это 37% от всего занятого населения страны, т. е. более трети населения трудоустроена в бизнесе. Цифры оборота и занятости в экономике страны за счет конкуренции этой организационной формы кооперации примерно одинаковые, и по ним отмечается рост. При этом в малом бизнесе занято примерно 17,3 млн человек, в микробизнесе – 8,0 млн человек, в среднем бизнесе – 2,1 млн человек.

Если рассматривать конкурентные преимущества городов, то на первом месте выделяют Москву – 59,9% занятых, на втором месте Санкт-Петербург – 59,1% занятых, на третьем месте Новосибирская область – 51,1% занятых рабочих [20].

В числе критериев, которые обеспечивают конкурентные преимущества предприятиям малого и среднего бизнеса на местах по привлекательности для трудоустройства, можно отметить:



Источник: составлено авторами на основании [7].

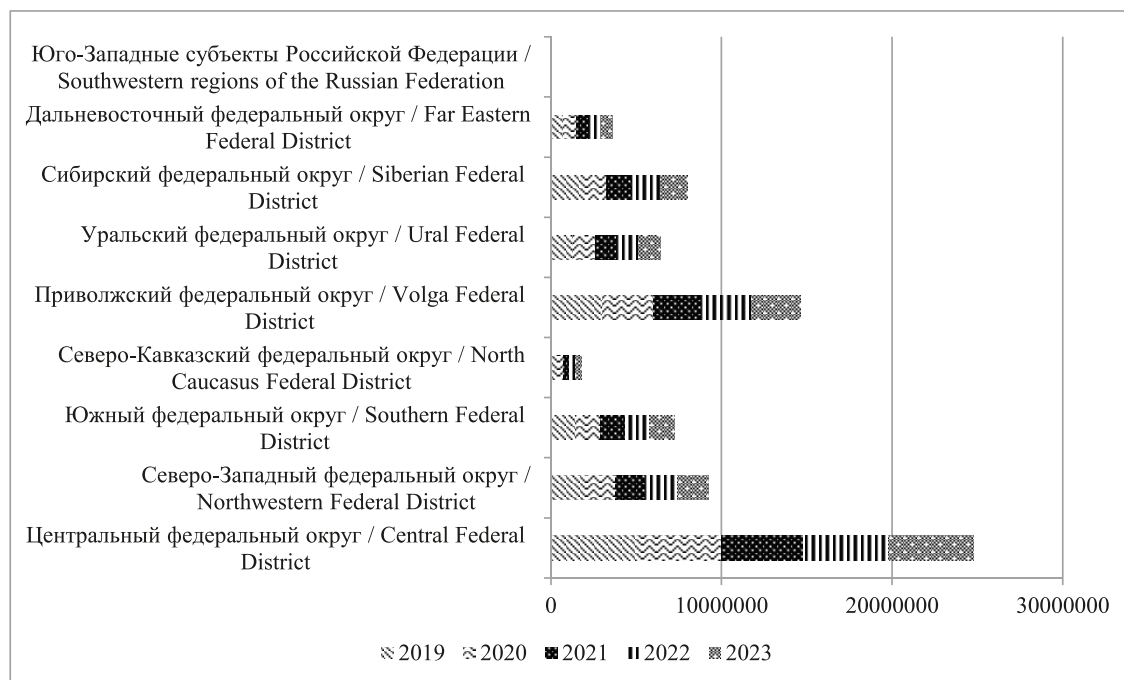
Рис. 2. Виды экономической деятельности для МСП, % рынка по видам деятельности

Fig. 2. Types of economic activities for SMEs, % of market by type of activity

- рост оборота товаров, продукции, работ и услуг, а следовательно, рост выручки и расходов на персонал (заработная плата, социальные выплаты, компенсации за труд, обучение сотрудников);
- государственная поддержка малого бизнеса, получение государственных гарантий стабильности работы за счет грантов, субсидий и кредитования деятельности;
- привлекательность отдельных сфер деятельности, которые связаны именно с развитием МСП – информационные технологии, наука, сервис, туризм, общественное питание, торговля и пр.;
- высокая заработная плата для работников за счет гибких условий труда, применения разных форм оплаты труда, интеграции ручного и автоматизированного труда, гибридного графика работы (в том числе за счет удаленного формата работы);

- заинтересованность предпринимателей в дополнительном обучении сотрудников и получении новых знаний, навыков и компетенций, в том числе за счет взаимодействия с образовательными учреждениями, участия в формировании новых программ обучения и курсов, создания и поддержки центров компетенций;
- преемственность кадров, которая характерна для малого бизнеса ввиду его семейственности и наличия родственных связей, а также передача «собственного дела» по наследству, что, как правило, влияет на формирование собственной этической среды общения, сохранение культурных традиций, профессиональное воспитание трудовой молодежи.

В большинстве своем и предприниматели, и ученые, которые полемизируют относительно конкуренции в среде МСП, от-



Источник: составлено авторами на основании [7].

Рис. 3. Численность занятых на предприятиях МСП в России по федеральным округам

Fig. 3. Number of employees at SMEs in Russia by federal districts

мечают наличие положительных ожиданий дальнейшего развития предпринимательского сектора экономики [8, 13, 14]. Представления, как правило, различались в зависимости от места деятельности (городские кластеры и городские районы), доходов от бизнеса и инновационности. Такого мнения придерживаются S.E. Byun, S. Han, C. Centrallo, H. Kim [22].

Одним из преимуществ для МСП является заработная плата сотрудников. По данным статистики, в 2024 г. средний оклад в МСП составил до уплаты налогов 75 034 руб., что на 18,6% больше показателя предыдущего года, а после уплаты всех налогов – 65 279 руб. Сведения о среднемесячной заработной плате в МСП приводятся в таблице 4.

Из таблицы 4 видно, что самая высокая заработная плата отмечается в Центральной России, Северо-Западном и Дальневосточном федеральных округах. В Приволж-

ском федеральном округе, где сконцентрирована высокая доля российского бизнеса и больше всего занятого населения, работающего у предпринимателей, суммы заработной платы по состоянию на 2022 г. не самые высокие (38 145 руб. в среднем в месяц). В числе регионов, которые отстают по заработным платам от средних значений по стране, следует отметить Северо-Кавказский и Южный федеральные округа, хотя темпы роста заработной платы по этим регионам существенные и составляют 129,02%. Для Сибири, Приволжья, Урала за последние годы характерны высокие темпы роста заработной платы в сфере предпринимательства. По этому показателю данные регионы явно занимают лидирующие конкурентные позиции в формировании комфортной экосреды для организации достойного труда и устойчивого развития потребительской инфраструктуры территорий.

Таблица 4. Среднемесячная начисленная заработная плата наемных работников в организациях, у индивидуальных предпринимателей и физических лиц в России по федеральным округам, рублей
Table 4. Average monthly accrued wages of employees in organizations, individual entrepreneurs and individuals in Russia by federal districts, rubles

Федеральные округа <i>Federal districts</i>	2019	2020	2021	2022	Темп роста, % <i>Growth rate, %</i> 2022/2019
Российская Федерация <i>Russian Federation</i>	39 921	42 366	45 936	50 702	127,01
Центральный федеральный округ <i>Central Federal District</i>	50 166	52 958	57 472	62 996	125,58
Северо-Западный федеральный округ <i>Northwestern Federal District</i>	45 745	48 221	52 327	58 306	127,46
Южный федеральный округ <i>Southern Federal District</i>	28 167	29 682	32 337	35 278	125,25
Северо-Кавказский федеральный округ <i>North Caucasus Federal District</i>	22 920	24 829	26 393	27 962	122,00
Приволжский федеральный округ <i>Volga Federal District</i>	29 565	31 415	34 255	38 145	129,02
Уральский федеральный округ <i>Ural Federal District</i>	43 873	46 439	50 044	55 395	126,26
Сибирский федеральный округ <i>Siberian Federal District</i>	34 809	37 154	40 392	46 063	132,33
Дальневосточный федеральный округ <i>Far Eastern Federal District</i>	47 668	50 613	54 195	59 621	125,08

Источник: составлено авторами на основании [19].

Перспективы роста конкурентоспособности субъектов малого и среднего предпринимательства

Прогнозировать рост дальнейших конкурентных преимуществ субъектов МСП можно с высокой долей вероятности вследствие тех мер государственной поддержки, которые носят финансовый, организационный и информационный характер и которые следует запланировать в перспективе.

Во-первых, за счет самозанятых удалось добиться роста числа предпринимателей и стартапов, в том числе в молодежной сфере. Дальнейший шаг со стороны госорганов необходимо направить на поощрение предпринимательской активности самоза-

нятых, готовых перевести бизнес в разряд действующего предприятия с дополнительным наймом работников и сохранением условий льготного налогообложения.

Во-вторых, необходимо создание экосистемы для бизнеса за счет функционирования цифровой среды, сбора и обработки нужных данных для проведения мониторинга состояния и перспектив развития МСП. В настоящее время, как показало исследование, доступными являются сведения об обороте, выручке, конкуренции по сферам деятельности, средний чек покупок в сфере МСП, численность занятых; пока не заполняются сведения о цифровизации, инновационной активности, информатизации, эффективности взаимодействия бизнеса и органов власти.

В-третьих, повышение статуса и привлекательности предпринимательской сферы можно обеспечить за счет привлечения в бизнес наиболее уязвимых групп населения. Это женщины, участники СВО, лица с ограниченными возможностями здоровья, иностранные граждане, молодежь, пенсионеры. Для таких граждан необходимо проработать меры проактивной поддержки развития и льготные условия стимулирования работы в предпринимательской сфере. В настоящее время создана платформа для инклюзивного бизнеса «Открыто для всех», такие проекты нужно сделать доступными для разных категория «особых» предпринимателей.

В-четвертых, расширить те сферы деятельности, которые требуют поддержки со стороны государства и являются важными для обеспечения технологического прорыва страны. Повышение конкурентных преимуществ особенно необходимо обеспечить в тех секторах экономики, где предприятия ориентированы на экспорт и могут конкурировать с другими странами по поставкам продукции высокого качества и с минимальными затратами. Для этого необходимо провести мониторинг «лучших практик», опросы среди предпринимателей и обеспечить режим обратной связи с подведением результатов исследования. Мониторинг могут проводить аналитические или рейтинговые агентства, аудиторские компании.

В-пятых, запуск и совершенствование механизма закупок у предпринимателей за счет функционирования системы планирования выпуска и поставок продукции, товаров, работ, услуг как внутри страны, так и за рубежом. Причем функционирование системы закупок должно касаться не только участия в государственных закупках, но и взаимодействия МСП с другими участниками рынка. Разработка и функционирование механизма касается тех видов продукции, которая выступает в качестве комплектующих или сырья при выпуске товаров

отечественного производителя. Рабочий механизм системы позволит снизить зависимость отечественного производства от зарубежных поставок, тем самым обеспечив технологический суверенитет страны.

В-шестых, разработка и применение методики прохождения рейтинга МСП на соблюдение требований устойчивого развития в части выполнения экономических, социальных и экологических показателей. Разумным представляется решение о прохождении рейтинга на основе цифровых технологий и получения данных о развитии МСП в электронном формате без дополнительной информационной и административной нагрузки на малый бизнес по сбору и обработке данных для рейтингования. Этот инструментарий позволит направить дополнительное финансирование на поддержку МСП, которые демонстрируют приверженность принципам устойчивого развития, особенно в части выполнения показателей занятости, обеспечения достойного труда и сохранения природы. Таким образом, получит развитие новый вид предпринимательства – «зеленые предприниматели», «зеленые самозанятые». И дополнительно помощь получают социальные предприниматели и самозанятые.

Социальная роль МСП в большинстве стран мира как раз заключается в создании рабочих мест и предоставлении работы людям с низким уровнем квалификации. Для таких людей МСП предоставляют условия для профессионального роста и обучения [6].

По мнению зарубежных авторов Sunarti, Hasanah, D. Oktariani, многим МСП не хватает понимания и знаний, поэтому им не хватает долгосрочной ориентации [23].

Обеспечению конкуренции среди МСП и с другими участниками рынка способствует реализация Национального плана развития конкуренции на 2021–2025 гг. В числе важных мер: создание благоприятной конкурентной среды, преференции для бизнеса

в регионах и городах, повышение прозрачности и подотчетности в отношении управления госсобственностью и др. [12].

Приоритетом государственной политики является стратегия ускоренного развития МСП и всех форм индивидуальной предпринимательской инициативы – акселерация. Для успешного выполнения поставленных задач важно наличие инициативы как со стороны потенциальных предпринимателей, так и государственных структур, готовых оказать желающим любую помощь и поддержку.

Заключение

Формирование конкурентных позиций субъектов МСП на отечественном и мировом рынках товаров, работ, услуг осуществляется в соответствии с Национальным планом развития конкуренции, национальными проектами и Стратегией технологического суверенного статуса России на мировой арене. За последние годы, как показало исследование, благодаря мерам государственной поддержки, выстраиванию конструктивного диалога между властью, бизнесом и общественностью удалось по-

высить степень доверия граждан к предпринимательской деятельности, осознать возможность роста личного и национального благосостояния, что позволило привлечь в бизнес самозанятых и молодежь. Среди положительных факторов можно отметить увеличение числа предпринимательских структур, сохранение кадрового потенциала, развитие новых видов деятельности и повышение заработной платы работникам. В числе конкурентных преимуществ для роста числа МСП и занятости в бизнесе в нашей стране видится развитие инновационности, цифровизации сферы и формирование экосреды, привлечение в бизнес молодежи, женщин, участников СВО, иностранных граждан, пенсионеров, введение дополнительных мер финансовой поддержки за приверженность принципам устойчивого развития, особенно в части социального и «зеленого» предпринимательства.

Интеграция внешних мер поддержки и стимулирования бизнеса и личных традиций российского предпринимательства позволит обеспечить занятость, устойчивость развития экономики, повысить деловую активность и организовать достойный труд для людей.

Список литературы

1. Алавердов А.Р. Переманивание персонала в системе конкурентных отношений субъектов малого предпринимательства // Современная конкуренция. 2023. Т. 17. № 5. С. 53–60. DOI: 10.37791/2687-0657-2023-17-5-53-60.
2. Атабиева Л.А., Урусова А.Б. Конкурентные преимущества предприятий малого бизнеса // Современные научные исследования и разработки. 2018. Т. 1. № 11 (28). С. 100–105.
3. Больше от меньших: вклад МСП в экономику России вырос до 21% [Электронный ресурс] // Известия. 17.01.2024. URL: <https://iz.ru/1635167/mariia-stroiteleva/bolshe-ot-menshikh-vklad-msp-v-ekonomiku-rossii-vyros-do-21> (дата обращения: 25.04.2024).
4. Демьянова Т.В., Рибокене Е.В., Маковецкий М.Ю. Конкурентные преимущества стратегического планирования для предприятий малого и среднего бизнеса Российской Федерации в современной экономической ситуации // Транспортное дело России. 2023. № 4. С. 135–141. DOI: 10.52375/20728689_2023_4_135.
5. Доклад о состоянии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации и мерах по его развитию за 2019–2022 гг. [Электронный ресурс] // Министерство экономического развития Российской Федерации. 23.10.2023. URL: https://www.economy.gov.ru/material/dokumenty/doklad_o_sostoyanii_msp_v_rossiyskoy_federacii_i_merakh_po_ego_razvitiyu_za_2019_2022_gg.html (дата обращения: 02.05.2024).
6. Доклад о предложениях по формированию благоприятной конкурентной среды для развития предпринимательства, раскрытию потенциала малого и среднего бизнеса [Электронный

- ресурс] // Евразийская экономическая комиссия. URL: <https://eec.eaeunion.org/upload/medialibrary/eb4/Doklad.pdf> (дата обращения: 02.05.2024).
7. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства [Электронный ресурс] // Федеральная налоговая служба России. URL: <https://rmsp.nalog.ru/index.html> (дата обращения: 02.05.2024).
 8. *Ергин С.М.* Оценка вклада предпринимателя в эффективность предприятия // Экономическая среда. 2023. № 1 (43). С. 33–40. DOI: 10.36683/2306-1758/2023-1-43/33-40.
 9. *Кремлев Д.А.* Подход к формированию критериев оценки конкурентоспособности малых инновационных предприятий // Актуальные проблемы современной науки, техники и образования. 2016. № 2. С. 136–138.
 10. *Крылова Т.В., Мальцева С.М., Рыжакова К.А., Зиновьев О.А.* Факторы успеха и особенности стратегий быстрорастущих компаний (на примере «ВкусВилл») // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2021. Т. 10. № 2 (35). С. 215–218. DOI: 10.26140/anie-2021-1002-0039.
 11. Методологическое обеспечение достижения национальных целей на региональном уровне [Электронный ресурс] // Министерство экономического развития Российской Федерации. URL: https://www.economy.gov.ru/material/directions/regionalnoe_razvitie/metodologicheskoe_obespechenie_dostizheniya_nacionalnyh_celey_na_regionalnom_urovne/ (дата обращения: 01.05.2024).
 12. Национальный план развития конкуренции [Электронный ресурс] // Федеральная антимонопольная служба. URL: https://plan.fas.gov.ru/pages/national_plan/ (дата обращения: 29.04.2024).
 13. *Нехайчук Д.В., Павленко И.Г., Нагиев М.А.* Научно-практические подходы к экономическому стимулированию развития аграрного бизнеса в России // Форпост науки. 2023. № 4 (66). С. 9–16. DOI: 10.22394/2949-0855-2023-4-66-9-16.
 14. *Парушина Н.В., Лытнева Н.А.* Анализ показателей и контроль соблюдения трудового законодательства: региональные закономерности // Экономическая среда. 2023. № 1 (49). С. 19–32. DOI: 10.36683/2306-1758/2023-1-43/19-32.
 15. *Портер М.* Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость: пер. с англ. – 4-е изд. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 716 с.
 16. Развитие сектора МСП [Электронный ресурс] // Министерство экономического развития Российской Федерации. URL: https://www.economy.gov.ru/material/departments/d13/razvitie_sektora_msp/ (дата обращения: 29.04.2024).
 17. *Романович В.К., Мареева Е.С.* Конкуренция и конкурентоспособность в малом бизнесе // Colloquium-Journal. 2019. № 6-10 (30). С. 56–58.
 18. *Рубин Ю.Б.* О проекте профессионального стандарта «Предприниматель (Специалист по решению предпринимательских задач)» // Современная конкуренция. 2022. Т. 16. № 1. С. 5–28. DOI: 10.37791/2687-0649-2022-16-1-5-28.
 19. Среднемесячная начисленная заработная плата наемных работников в организациях, у индивидуальных предпринимателей и физических лиц [Электронный ресурс] // ЕМИСС. URL: <https://www.fedstat.ru/indicator/56791> (дата обращения: 29.04.2024).
 20. Статистика. Бизнес России [Электронный ресурс] // МСП.ПФ. URL: <https://msp.pf/analytics/> (дата обращения: 29.04.2024).
 21. *Турганова А.Т.* Методы и способы развития компаний малого и среднего бизнеса в конкурентной среде // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2022. Т. 12. № 8-1. С. 248–255. DOI: 10.34670/AR.2022.96.49.029.
 22. *Byun S.E., Han S., Centrallo C., Kim H.* US small retail businesses' perception of competition: Looking through a lens of fear, confidence, or cooperation // Journal of Retailing and Consumer Services. 2020. Vol. 52. Article 101925. DOI: 10.1016/j.jretconser.2019.101925.
 23. *Sunarti, Hasanah, Oktariani D., Akbar K D. A., Afif S.* The Influence of Human Resource Competence and Financial Aspects on the Performance of MSMEs in the Cirendeu Village Area, South Tangerang // ENDLESS: International Journal of Future Studies. 2023. Vol. 6. No. 2. P. 278–287. DOI: 10.54783/endllessjournal.v6i2.176.

Сведения об авторах

Парушина Наталья Валерьевна, ORCID 0000-0003-0544-1094, академик Российской академии естественных наук, докт. экон. наук, профессор, профессор кафедры экономики и экономической безопасности, Среднерусский институт управления – филиал РАНХиГС, Орёл, Россия, parushinan@mail.ru

Лытнева Наталья Алексеевна, ORCID 0000-0003-0263-662X, академик Российской академии естественных наук, докт. экон. наук, профессор, профессор кафедры менеджмента и управления персоналом, Среднерусский институт управления – филиал РАНХиГС, Орёл, Россия, ukap-lytneva@yandex.ru

Статья поступила 07.05.2024, рассмотрена 22.05.2024, принята 05.06.2024

References

1. Alaverdov A. Poaching Personnel in the System of Competitive Relations of Small Businesses. *Sovremennaya konkurentsia*=Journal of Modern Competition, 2023, vol. 17, no.5, pp.53-60 (in Russian). DOI: 10.37791/2687-0657-2023-17-5-53-60.
2. Atabieva L.A., Urusova A.B. *Konkurentnye preimushchestva predpriyatii malogo biznesa* [Competitive advantages of small businesses]. *Sovremennye nauchnye issledovaniya i razrabotki*, 2018, vol.1, no.11(28), pp.100-105.
3. *Bol'she ot men'shikh: vklad MSP v ekonomiku Rossii vyros do 21%* [More from less: the contribution of SMEs to the Russian economy has grown to 21%]. *Izvestiya*, 17.01.2024. Available at: <https://iz.ru/1635167/mariia-stroiteleva/bolshe-ot-menshikh-vklad-msp-v-ekonomiku-rossii-vyros-do-21> (accessed 25.04.2024).
4. Dem'yanova T. V., Ribokene E.V., Makovetskii M.Yu. Competitive advantages of strategic planning for small and medium business enterprises of the Russian Federation in the modern economic situation. *Transportnoe delo Rossii*=Transport business of Russia, 2023, no.4, pp.135-141 (in Russian). DOI: 10.52375/20728689_2023_4_135.
5. *Doklad o sostoyanii malogo i srednego predprinimatel'stva v Rossiiskoi Federatsii i merakh po ego razvitiyu za 2019–2022 gg.* [Report on the state of small and medium-sized businesses in the Russian Federation and measures for their development for 2019–2022]. Ministry of Economic Development of the Russian Federation, 23.10.2023. Available at: https://www.economy.gov.ru/material/dokumenty/doklad_o_sostoyanii_msp_v_rossiyskoy_federatsii_i_merakh_po_ego_razvitiyu_za_2019_2022_gg.html (accessed 02.05.2024).
6. *Doklad o predlozheniyakh po formirovaniyu blagopriyatnoi konkurentnoi sredy dlya razvitiya predprinimatel'stva, raskrytiyu potentsiala malogo i srednego biznesa* [Report on proposals for creating a favorable competitive environment for the development of entrepreneurship, unlocking the potential of small and medium-sized businesses]. Eurasian Economic Commission. Available at: <https://eec.eaeunion.org/upload/medialibrary/eb4/Doklad.pdf> (accessed 02.05.2024).
7. *Edinyi reestr sub"ektov malogo i srednego predprinimatel'stva* [Unified Register of Small and Medium-Sized Businesses.]. Federal Tax Service of Russia. Available at: <https://rmsp.nalog.ru/index.html> (accessed 02.05.2024).
8. Ergin S.M. Assessment of the Entrepreneur's Contribution to the Efficiency of the Enterprise. *Ekonomicheskaya sreda*, 2023, no.1(43), pp.33-40 (in Russian). DOI: 10.36683/2306-1758/2023-1-43/33-40.
9. Kremlev D.A. *Podkhod k formirovaniyu kriteriev otsenki konkurentosposobnosti malyykh innovatsionnykh predpriyatii* [Approach to the Formation of Criteria for Assessing the Competitiveness of Small Innovative Enterprises]. *Aktual'nye problemy sovremennoi nauki, tekhniki i obrazovaniya*, 2016, no.2, pp.136-138.
10. Krylova T.V., Maltseva S.M., Ryzhakova K.A., Zinoviev O.A. Success factors and features of strategies of fast-growing companies (for example "VkusVill"). *Azimut nauchnykh issledovaniy: ekonomika i upravlenie*=Azimuth of Scientific Research: Economics and Administration, 2021, vol.10, no.2(35), pp.215-218 (in Russian). DOI: 10.26140/anie-2021-1002-0039.

11. *Metodologicheskoe obespechenie dostizheniya natsional'nykh tselei na regional'nom urovne* [Methodological support for achieving national goals at the regional level]. Ministry of Economic Development of the Russian Federation. Available at: https://www.economy.gov.ru/material/directions/regionalnoe_razvitie/metodologicheskoe_obespechenie_dostizheniya_natsionalnyh_tselei_na_regionalnom_urovne/ (accessed 01.05.2024).
12. *Natsional'nyi plan razvitiya konkurentsii* [National Competition Development Plan]. Federal Antimonopoly Service. Available at: https://plan.fas.gov.ru/pages/national_plan/ (accessed 29.04.2024).
13. Nekhaychuk D.V., Pavlenko I.G., Nagiev M.A. Scientific and Practical Approaches to Economic Stimulation of Agricultural Business Development in Russia. *Forpost nauki*, 2023, no.4(66), pp.9-16 (in Russian). DOI: 10.22394/2949-0855-2023-4-66-9-16.
14. Parushina N.V., Lytneva N.A. Indicators Analysis and Monitoring of Compliance with Labor Legislation: Regional Patterns. *Ekonomicheskaya sreda*, 2023, no.1(43), pp.19-32 (in Russian). DOI: 10.36683/2306-1758/2023-1-43/19-32.
15. Porter M. *Konkurentnoe preimushchestvo: Kak dostich' vysokogo rezul'tata i obespechit' ego ustoichivost'* [Competitive advantage: How to achieve high results and ensure its sustainability]. Transl. from English. 4th ed. Moscow, Alpina Publisher, 2016, 716 p.
16. *Razvitie sektora MSP* [Development of the SME sector]. Ministry of Economic Development of the Russian Federation. Available at: https://www.economy.gov.ru/material/departments/d13/razvitie_sektora_msp/ (accessed 29.04.2024).
17. Romanovich V.K., Mareeva E.S. Competition and competitiveness in small entrepreneurship. *Colloquium-Journal*, 2019, no.6-10(30), pp.56-58 (in Russian).
18. Rubin Yu. About the Professional Standard Draft "Entrepreneur (Specialist in Solving Entrepreneurial Goals)". *Sovremennaya konkurentsia*=Journal of Modern Competition, 2022, vol.16, no.1, pp.5-28 (in Russian). DOI: 10.37791/2687-0649-2022-16-1-5-28.
19. *Srednemesyachnaya nachislennaya zarabotnaya plata naemnykh rabotnikov v organizatsiyakh, u individual'nykh predprinimatelei i fizicheskikh lits* [Average monthly accrued wages of employees in organizations, individual entrepreneurs and individuals]. *EMISS*. Available at: <https://www.fedstat.ru/indicator/56791> (accessed 09.04.2024).
20. *Statistika. Biznes Rossii* [Statistics. Business of Russia]. *MSP.RF*. Available at: <https://msp.rf/analytics/> (accessed 29.04.2024).
21. Turganova A.T. Methods and ways of development of small and medium business companies in a competitive environment. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra*=Economics: Yesterday, Today and Tomorrow, 2022, vol.12, no.8-1, pp.248-255 (in Russian). DOI: 10.34670/AR.2022.96.49.029.
22. Byun S. E., Han S., Centrallo C., Kim H. US small retail businesses' perception of competition: Looking through a lens of fear, confidence, or cooperation. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 2020, vol.52, article 101925. DOI: 10.1016/j.jretconser.2019.101925.
23. Sunarti, Hasanah, Oktariani D., Akbar K D. A., Afif S. The Influence of Human Resource Competence and Financial Aspects on the Performance of MSMEs in the Cirendeu Village Area, South Tangerang. *ENDLESS: International Journal of Future Studies*, 2023, vol.6, no.2, pp.278-287. DOI: 10.54783/endlessjournal.v6i2.176.

About the authors

Natalya V. Parushina, ORCID 0000-0003-0544-1094, Academician of the Russian Academy of Natural Sciences, Dr. Sci. (Econ.), Professor, Economics and Economic Security Department, Central Russian Institute of Management – Branch of RANEPa, Orel, Russia, parushinan@mail.ru

Natalya A. Lytneva, ORCID 0000-0003-0263-662X, Academician of the Russian Academy of Natural Sciences, Dr. Sci. (Econ.), Professor, Management and Personnel Management Department, Central Russian Institute of Management – Branch of RANEPa, Orel, Russia, ukap-lytneva@yandex.ru

Received 07.05.2024, reviewed 22.05.2024, accepted 05.06.2024

DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-5-33-47

Конкурентоспособность выпускников вузов на рынке труда

В.Н. Пуляева^{1*}¹ *Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва, Россия*^{*} *vnpulyaeva@fa.ru*

Аннотация. Проблемы формирования профессиональных компетенций, подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров в настоящее время стоят достаточно остро на рынке труда в Российской Федерации. Статья посвящена оценке конкурентоспособности выпускников образовательных организаций высшего образования посредством анализа соответствия компетенций, которые формируются в результате освоения образовательных программ высшего образования, и требований рынка труда. Настоящее исследование представляется актуальным в связи с потребностью определения направлений трансформации системы высшего образования России, вызванной глобальными вызовами последних лет и намеченной в 2023 году Президентом Российской Федерации реформой высшего образования. Любые изменения в системе образования должны в конечном итоге приводить к повышению востребованности выпускников и их конкурентоспособности на рынке труда. Автором проведен обзор исследований компетенций будущего и наиболее востребованных на рынке труда навыков, в результате чего определены самые актуальные метанавыки, пользующееся наибольшим спросом среди работодателей, а именно эффективные коммуникации, в том числе на иностранных языках, системное мышление, умение решать нестандартные задачи и адаптивность. На примере профессий экономической и социогуманитарной сферы автором был проведен анализ требований к соискателям, изложенных в вакансиях на портале hh.ru. Были определены ключевые навыки по ряду профессий, а также проведено сопоставление их с компетенциями, которые должны быть освоены обучающимся согласно федеральным государственным образовательным стандартам по данным направлениям подготовки бакалавриата. В результате были выявлены компетенции, требующие добавления в образовательные стандарты и образовательные программы высшего образования. Полученные результаты могут быть использованы в практической деятельности образовательных организаций высшего образования для совершенствования образовательного процесса и, как следствие, повышения конкурентоспособности своих выпускников.

Ключевые слова: конкурентоспособность выпускников, компетенции выпускника, рынок труда, подготовка кадров, конкуренция вузов, конкуренция молодых специалистов

Для цитирования: Пуляева В.Н. Конкурентоспособность выпускников вузов на рынке труда // Современная конкуренция. 2024. Т. 18. № 5. С. 33–47. DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-5-33-47

Competitiveness of University Graduates in the Labor Market

V. Pulyaeva^{1*}

¹*Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia*

**vpulyaeva@fa.ru*

Abstract. The problems of developing professional competencies, training, retraining and advanced training of personnel are currently quite acute in the labor market in the Russian Federation. The article is devoted to assessing the competitiveness of graduates of educational institutions of higher education by analyzing the correspondence of competencies that are formed as a result of mastering educational programs of higher education and the requirements of the labor market. This study seems relevant in connection with the need to determine the directions of transformation of the Russian higher education system, caused by the global challenges of recent years and the higher education reform planned in 2023 by the President of the Russian Federation. Any changes in the education system should ultimately lead to an increase in the demand for graduates and their competitiveness in the labor market. The author reviewed studies of the competencies of the future and the skills most in demand in the labor market, as a result of which the most relevant meta-skills that are in greatest demand among employers were identified, namely: effective communications, including in foreign languages, systems thinking, the ability to solve non-standard problems and adaptability. Using the example of professions in the economic and socio-humanitarian spheres, the author analyzed the requirements for applicants set out in vacancies on the hh.ru portal. The most key skills for a number of professions were identified, and they were compared with the competencies that must be mastered by students in accordance with the Federal State Educational Standards in these areas of bachelor's degree training. As a result, competencies were identified that require addition to educational standards and educational programs of higher education. The results obtained can be used in the practical activities of educational organizations of higher education to improve the educational process and, as a result, increase the competitiveness of their graduates.

Keywords: competitiveness of graduates, graduate competencies, labor market, personnel training, university competition, young professionals competition

For citation: Pulyaeva V. Competitiveness of University Graduates in the Labor Market. *Sovremennaya konkurentsia*=Journal of Modern Competition, 2024, vol.18, no.5, pp.33-47 (in Russian). DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-5-33-47

Введение

Система высшего образования является одним из важнейших факторов, обеспечивающих развитие экономики и общества. Конечной целью деятельности любой образовательной организации высшего образования является успешное трудоустройство ее выпускников, причем в самые короткие сроки после получения диплома о высшем образовании. Как показывают официальные статистические

данные, более 30% выпускников трудоустраиваются не по своей специальности, а в 2021 году 10% выпускников не смогли найти работу после окончания вуза [14]. От чего же зависит успешное трудоустройство по профессии? Безусловно, на это влияет множество факторов – от эффективности самоопределения и профессиональной ориентации на школьной скамье до демографической ситуации в регионе и на рынке труда. Изучению всех этих факторов мож-

но посвятить ни одно исследование. Автор же настоящей статьи сконцентрировалась на научно-практической задаче, связанной с выявлением наиболее востребованных работодателями компетенций в экономических и социогуманитарных сферах профессиональной деятельности, формирование которых обеспечивает конкурентоспособность работников.

Для успешного трудоустройства молодому специалисту, которому зачастую не хватает практического опыта, целесообразно продемонстрировать все свои навыки, отвечающие современным требованиям, а возможно, даже идущие с некоторым опережением, что позволит потенциальному работодателю также повысить свою конкурентоспособность, используя потенциал молодого специалиста.

Проблемы формирования профессиональных компетенций, подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров стоят перед образовательными организациями высшего образования России. Вузы стремятся обеспечить высокий уровень трудоустройства своих выпускников, поскольку это является одним из показателей эффективности деятельности образовательной организации и используется в зарубежных и отечественных рейтингах качества образования [18]. В этой связи для вузов также важно изучать востребованные на рынке труда компетенции и своевременно включать их в свои образовательные программы высшего образования.

Таким образом, выбранное автором направление для исследования представляется актуальным, поскольку изучение конкурентоспособности выпускников вузов важно как для самих молодых специалистов, только начинающих свой профессиональный путь на рынке труда, так и для образовательных организаций высшего образования для поддержания актуальности своих образовательных программ, отвечающих современным требованиям работодателей.

Обзор литературы

Как отмечает А.И. Коваленко, конкурентоспособность подразумевает способность субъекта конкурировать с себе подобными [4]. Ведущий отечественный специалист в сфере менеджмента Р.А. Фатхутдинов конкретизирует понятие конкурентоспособности и дополняет его тем, что выделяет конкурентные преимущества субъекта, которыми он управляет и благодаря которым он может быть лидером на конкретном рынке в конкретное время [15]. А.И. Васильев проводит глубокий анализ существующих подходов к пониманию конкурентности и конкурентоспособности экономических субъектов. В результате своих исследований он приходит к выводу о том, что конкурентоспособность представляет собой потенциальную возможность субъекта быть лучше других субъектов в определенных условиях [3].

Таким образом, изучив различные концепции и подходы к определению понятия «конкурентоспособность», можно прийти к выводу, что это важная относительная характеристика экономических субъектов в конкурентных условиях: когда у второй стороны есть выбор, например у потребителя есть выбор из нескольких товаров, мы можем говорить о конкурентоспособности товаров разных продавцов.

Что касается выпускников вузов, то они конкурируют друг с другом и другими представителями экономически активного населения на рынке труда за высокооплачиваемые рабочие места с лучшими условиями. Таким образом, на рынке труда также наблюдается конкуренция между кандидатами на должность, причем как тех, кто активно ищет работу, так и трудоустроенных в настоящий момент.

Т.Г. Озерникова и С.В. Кравцевич определяют конкурентоспособность работников на рынке труда через их сравнительную преимущественную позицию по отношению к другим субъектам (индивидам) [7].

Л.Ю. Сальникова на основании изучения ряда подходов к определению конкурентоспособности выпускников вузов предлагает под данной дефиницией понимать совокупность качеств личности выпускника, которые позволяют ему занимать определенную позицию на рынке труда в сравнении с другими индивидами [11]. А.Л. Мазин под конкурентоспособностью в общем понимает способность субъекта быть лучше своих конкурентов [6]. В этом же ключе он предлагает понимать и конкурентоспособность участников трудовых отношений, в том числе соискателей рабочих мест. При этом он выделяет до 18 факторов, которые обеспечивают высокую конкурентоспособность работников на рынке труда. Н.Е. Серебровская и В.В. Катунова подчеркивают, что конкурентоспособность сотрудника является сравнительной характеристикой совокупности его количественных и качественных характеристик, которые можно измерить [12]. С.Д. Резник и А.А. Сочилова подчеркивают, что конкурентоспособность на рынке труда во многом тождественна успеху в профессиональной жизни индивида [10].

Проанализировав различные интерпретации термина «конкурентоспособность выпускника и/или работника», можно сказать, что данная сравнительная характеристика определяется совокупностью качеств индивида, среди которых выделяют профессиональные компетенции, гибкие навыки, личностные качества, морально-ценностные установки и много другое. Всё это позволяет соискателю на рынке труда претендовать на лучшее рабочее место с высоким уровнем оплаты труда и комфортными условиями работы.

Важно отметить, что согласно теории управления персоналом работодатели стремятся заполнить вакантные должности лучшими кандидатами из всех имеющих претендентов. В этой связи конкурентоспособность выпускника вуза будет зависеть от того, насколько его профессиональные компетенции удовлетворяют запросам ра-

ботодателя и насколько он способен это продемонстрировать в ходе оценочных процедур при отборе.

Далее рассмотрим, какие же требования предъявляют современные работодатели к кандидатам и наличие каких компетенций делает соискателей конкурентоспособными на рынке труда.

По словам проректора СПбГЭУ В. Шубаевой, «сейчас наблюдается увеличение потребности в специалистах, которые обладают многопрофильными профессиональными компетенциями и широким спектром метанавыков. Сфера экономического образования стоит перед вызовом масштабной цифровой трансформации, где современные экономические знания должны сочетаться с развитием цифровых навыков. СПбГЭУ готовит экономистов с ориентацией на широкий спектр будущих профессий, каждая образовательная программа включает эксклюзивные компетенции, такие как экономист краундфандинговых и краундвестинговых платформ, специалист по работе с цифровыми финансовыми инструментами, специалист по работе с блокчейн, специалист по работе с большими данными в финансовой сфере и специалист в сфере искусственного интеллекта управления финансами. Современный экономист, помимо профессиональных компетенций, должен обладать навыками проектной работы, межкультурных коммуникаций, цифровыми и предпринимательскими компетенциями, а также креативным капиталом для создания новых знаний и инноваций, которые могут внести достойный вклад в развитие российской экономики» [16]. Все эти метанавыки позволяют повышать конкурентоспособность соискателей на рынке труда.

В 2021 году Институт статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ провел исследование с целью выявления наиболее востребованных компетенций в цифровой среде [13]. В ходе данного исследования была применена Система ин-

теллектуального анализа больших данных iFORA, включающая искусственный интеллект. В результате был определен перечень из 15 ключевых компетенций, наиболее востребованных в цифровой среде (рис. 1).

Исследователи из Самары определили наиболее востребованные компетенции, которые будут формировать конкурентоспособность работников в ближайшем будущем:

- адаптивность, гибкость, обучаемость;
- открытость изменениям и любознательность;
- инициативность и целеустремленность, нацеленность на успех;
- работа с большим объемом данных и умение принимать решения на основе работы с данными;

- креативное мышление стратегических проблем с учетом интересов всех стейкхолдеров;
 - предпринимательские способности как понимание бизнеса и запросов клиентов;
 - удаленная работа как навык организации совместной работы виртуальной команды;
 - коммуникативные навыки в цифровой среде;
 - стрессоустойчивость, умения справляться с неудачами, психическая выносливость;
 - навыки развития коллег и подчиненных с помощью методик коучинга и не только [5].
- Представленные выше компетенции являются ключевыми для обеспечения конку-

Ранг	Компетенции и навыки	Hard/soft	Индекс значимости
1	Работа с базами данных		1,00
2	Владение английским языком		0,48
3	Машинное обучение		0,31
4	Владение методами защиты информации		0,13
5	Взаимодействие с клиентами		0,11
6	Управление проектами		0,10
7	Работа в команде		0,09
8	Разработка программного обеспечения		0,07
9	Владение языком программирования		0,06
10	Анализ больших данных		0,05
11	Ведение переговоров		0,04
12	Разработка мобильных приложений		0,02
13	Коммуникативные навыки		0,02
14	Разработка и внедрение информационных систем		0,01
15	Аналитическое мышление		0,01

Легенда:  Hard – «жесткие», профессиональные компетенции и навыки*  Soft – «гибкие» компетенции и навыки*

* Цветом в таблице выделены навыки.

Индекс значимости компетенции/навыка показывает ее/его относительную встречаемость в массиве источников, где 1 соответствует максимальному числу упоминаний. При расчете учитываются частота встречаемости термина, его специфичность и векторная центральность. Частота встречаемости сама по себе недостаточна для отражения реальной актуальности термина, важно, чтобы он обозначал конкретное направление и не был слишком общим (эту задачу решает показатель специфичности), а векторная центральность отражает степень его связи с другими направлениями научного поиска.

Источник: [13].

Рис. 1. Наиболее востребованные компетенции, формирующие конкурентоспособность работников в цифровой среде

Fig. 1. The most in-demand competencies in the digital environment

рентоспособности выпускников вузов в настоящее время.

Маркетинговая компания ООО «Рес-марк» провела опрос работодателей выпускников НИУ «Высшая школа экономики». Важно отметить, что в среднем 79% опрошенных выпускников работают по специальности, а больше всего тех, кто работает не по специальности среди философов (более 80%), политологов (более 60%) и специалистов государственного и муниципального управления (более 50%). Резуль-

таты опроса показали сильные стороны выпускников (топ-5): анализ информации, коммуникации, исполнительность, решение нестандартных задач, подготовка отчетов. Среди слабых сторон выпускников в части деловых навыков работодатели отметили практические навыки и специфические знания. В личностных качествах слабыми сторонами были названы инициативность, самостоятельность и ответственность [8]. В таблице 1 представлены слабые стороны выпускников по направлениям подготовки.

Таблица 1. Слабые стороны выпускников по направлениям подготовки, снижающие конкурентоспособность молодых специалистов на рынке труда

Table 1. Weaknesses of graduates in areas of training that reduce the competitiveness of young specialists in the labor market

Направление подготовки <i>Areas of training</i>	Слабые стороны в деловых навыках <i>Weaknesses of graduates in business skills</i>
Экономическая направленность	
Экономика	<i>Специальные навыки:</i> знание бухгалтерского учета, права, цифровые и технические компетенции, анализ большого объема информации, работа с данными. <i>Социальные компетенции:</i> коммуникации, презентации, грамотное изложение своих мыслей, работа в команде. <i>Другие качества и навыки:</i> знание иностранного языка, нацеленность на результат, самоорганизация и управление временем
Государственное и муниципальное управление	<i>Специальные навыки:</i> знание права, цифровые и технические компетенции, работа с данными. <i>Социальные компетенции:</i> навыки презентации. <i>Другие качества и навыки:</i> знание иностранного языка, самоорганизация и управление временем
Менеджмент	<i>Специальные навыки:</i> знание права, цифровые и технические компетенции, работа с данными. <i>Социальные компетенции:</i> навыки презентации, коммуникативные навыки. <i>Другие качества и навыки:</i> знание иностранного языка
Социогуманитарная направленность	
Политология	<i>Социальные компетенции:</i> коммуникации, грамотное изложение своих мыслей
Право	<i>Социальные компетенции:</i> коммуникации, грамотное изложение своих мыслей
Психология	<i>Специальные навыки:</i> знание права, цифровые и технические компетенции. <i>Социальные компетенции:</i> коммуникации, презентации, грамотное изложение своих мыслей. <i>Другие качества и навыки:</i> нацеленность на результат
Философия	<i>Социальные компетенции:</i> навыки коммуникации. <i>Другие качества и навыки:</i> нацеленность на результат

Источник: составлено автором на основании [8].

Анализируемое исследование свидетельствует о том, что выпускникам не хватает практических навыков. В отчете также отражена рекомендация работодателей позволять студентам старших курсов работать, а также расширить возможности стажировок и практик. Большинству выпускников не хватает ряда гибких навыков и профессиональных знаний, вследствие чего снижается их конкурентоспособность на рынке труда.

Автором настоящей статьи ранее были изучены подходы к оценке соответствия выпускников вузов требованиям работодателей и было установлено, что, по мнению работодателей, молодым специалистам не хватает профессиональных навыков в сфере владения специальными программными продуктами, а также системного мышления, навыков решения профессиональных задач и адаптивности [9]. Результаты изученных исследований могут быть использованы в процессе управления карьерой и развития потенциала молодежи [17], в том числе саморазвития для повышения конкурентоспособности молодых специалистов.

Таким образом, проведенный автором обзор литературы показал, что выпускники отечественных вузов по экономическим и социогуманитарным направлениям подготовки не в полной мере соответствуют запросам работодателей, а следовательно, их конкурентоспособность может быть повышена благодаря вниманию со стороны образовательных организаций высшего образования к мнению профессионального сообщества о том, какими навыки должны обладать выпускники.

В этой связи необходим анализ востребованных навыков по каждой из специальностей. Однако в настоящее время по экономическим и социогуманитарным направлениям подготовки бакалавриата такой анализ не проведен, что можно считать определенного рода информационным пробелом в научном знании.

Материалы и методы исследования

Устранение выявленного в результате литературного обзора недостатка в анализе востребованных навыков экономистов и гуманитариев является научной задачей для автора настоящего исследования. Решение поставленной задачи будет осуществлено с помощью проведения инвентаризации навыков, которые работодатели требуют на рынке труда по ряду профессий экономического и социогуманитарного направлений.

Основным источником информации для анализа, проведенного автором, выступает сайт hh.ru, занимающий первое место среди работных сайтов в России, по данным сервиса Similarweb [2]. Анализ востребованных навыков, размещенных на сайте hh.ru в вакансиях, проводился с помощью портала znantrend.ru, который предоставляет список таких навыков.

Портал znantrend.ru ранжирует навыки из вакансий по частоте появления, при этом во внимание принимаются только те вакансии, в которых заполнен раздел «ключевые навыки». Частота упоминания рассчитывается как доля вакансий с таким навыком в общем числе вакансий по выбранной должности. Данные обновляются не реже одного раза в неделю.

Кроме того, для выявления наличия востребованных навыков в образовательных программах по соответствующим направлениям высшего образования автором используются федеральные государственные образовательные стандарты подготовки бакалавров экономики, менеджмента, социологии и психологии (ФГОСЗ+ и ФГОСЗ++).

Результаты и обсуждения

С помощью сервиса znantrend.ru были определены ключевые навыки (свыше 5% повторений) молодого конкурентоспособ-

ного выпускника для профессий экономической и социогуманитарной направленности: экономист, менеджер, финансист, социолог, психолог (табл. 2–6).

Как видно из таблицы 2, инструментальными компетенциями экономиста являются те, что связаны с анализом и подготовкой финансовой и управленческой отчетности. Важными являются навыки работы со специальным программным обеспечением. Из гибких навыков наиболее востребованы аналитическое мышление, многозадачность, деловая переписка и работа в команде.

Согласно требованиям, представленным в вакансиях менеджера (табл. 3), очевидно, что работодатели подразумевают в первую очередь менеджеров по продажам

и работе с клиентами, что обуславливает их специфические требования – продажи и работа с клиентами. Из цифровых важно отметить навык работы с CRM-системой, которая представляет собой тот или иной программный продукт для автоматизации взаимоотношений с клиентами.

Анализ таблицы 4 позволяет сказать, что требования к навыкам финансиста и экономиста во многом схожи, однако у финансиста больше требований по hard skills, а из soft skills присутствует лишь аналитическое мышление.

Данные таблицы 5 свидетельствуют о том, что для современных работодателей социолог должен обладать как важными профессиональными компетенциями, так и цифровыми. Это специальность,

Таблица 2. Ключевые навыки молодого конкурентоспособного экономиста

Table 2. Key skills of a young competitive economist

Ключевой навык <i>Key skill</i>	Доля вакансий для экономиста с этим ключевым навыком, % <i>Share of vacancies for economist with this key skill, %</i>	Упоминание в ФГОС: 38.03.01 «Экономика» (бакалавриат) <i>Mention in the Federal State Educational Standard: 38.03.01 "Economics" (bachelor's degree)</i>
1С:Предприятие 8	17,61	Нет
Экономический анализ	15,96	+
Бюджетирование	14,98	+
Финансовый анализ	12,78	+
Работа с большим объемом информации	12,17	+
MS Excel	10,78	+
MS PowerPoint	9,89	+
Управленческая отчетность	9,71	Нет
Пользователь ПК	8,62	+
Финансовая отчетность	8,24	+
Анализ себестоимости	6,84	Нет
Расчет себестоимости	6,74	Нет
Финансовый контроль	6,52	+
Работа в условиях многозадачности	5,55	Нет
Деловая переписка	5,46	+
Работа в команде	5,19	+
Аналитическое мышление	5,1	+

Таблица 3. Ключевые навыки молодого конкурентоспособного менеджера согласно вакансиям hh.ru
Table 3. Key skills of a young competitive manager according to hh.ru vacancies

Ключевой навык <i>Key skill</i>	Доля вакансий для менеджера с этим ключевым навыком, % <i>Share of vacancies for manager with this key skill, %</i>	Упоминание во ФГОС: 38.03.02 «Менеджмент» (бакалавриат) <i>Mention in the Federal State Educational Standard: 38.03.02 "Management" (bachelor's degree)</i>
Грамотная речь	33,39	+
Активные продажи	32,9	Нет
Работа в команде	28,47	+
Телефонные переговоры	26,63	+
Ведение переговоров	26,19	+
Поиск и привлечение клиентов	21,67	Нет
Деловое общение	20,24	+
Навыки продаж	19,42	+
Пользователь ПК	16,96	Нет
B2B-продажи	14,56	Нет
Заключение договоров	13,76	Нет
Деловая переписка	12,93	+
Холодные продажи	11,75	Нет
Прямые продажи	10,57	Нет
CRM	9,92	Нет
Клиентоориентированность	9,41	Нет
Ориентация на результат	9,03	+
Развитие продаж	7,79	Нет
Работа с возражениями	7,04	Нет
Проведение презентаций	6,97	+
Деловая коммуникация	6,66	+
Ведение клиентской базы	6,06	+
Работа с большим объемом информации	5,92	+

Таблица 4. Ключевые навыки молодого конкурентоспособного финансиста согласно вакансиям hh.ru
Table 4. Key skills of a young competitive financier according to hh.ru vacancies

Ключевой навык <i>Key skill</i>	Доля вакансий для финансиста с этим ключевым навыком, % <i>Share of vacancies for financier with this key skill, %</i>	Упоминание во ФГОС: 38.03.01 «Экономика» (бакалавриат) <i>Mention in the Federal State Educational Standard: 38.03.01 "Economics" (bachelor's degree)</i>
Финансовый анализ	26,0	+
Бюджетирование	21,52	+
Анализ финансовых показателей	20,5	Нет
Финансовый контроль	19,3	+

Окончание таблицы 4

Управленческая отчетность	19,18	Нет
Финансовая отчетность	19,02	+
1С:Предприятие 8	18,17	Нет
1С:Бухгалтерия	12,64	Нет
Работа с большим объемом информации	11,97	+
Экономический анализ	10,81	+
MS Excel	10,3	Нет
Финансовое планирование	9,86	+
MS PowerPoint	8,25	Нет
Управленческий учет	7,42	Нет
1С:Финансы	7,36	Нет
Движение денежных средств	6,95	+
Аналитическое мышление	5,53	+
Формирование бюджета	5,12	+

Таблица 5. Ключевые навыки молодого конкурентоспособного социолога согласно вакансиям hh.ru
Table 5. Key skills of a young competitive sociologist according to hh.ru vacancies

Ключевой навык <i>Key skill</i>	Доля вакансий для социолога с этим ключевым навыком, % <i>Share of vacancies for sociologist with this key skill, %</i>	Упоминание в ФГОС: 39.03.01 «Социология» (бакалавриат) <i>Mention in the Federal State Educational Standard: 39.03.01 "Sociology" (bachelor's degree)</i>
Социологические исследования	45,48	+
Грамотная речь	30,71	+
SPSS	25,71	Нет
MS PowerPoint	21,67	+
Пользователь ПК	21,19	+
Маркетинговые исследования	19,76	+
Статистический анализ	18,1	+
Грамотность	17,62	+
Аналитические исследования	17,14	+
Английский язык	16,9	+
Проведение опросов	16,9	+
Работа с большим объемом информации	15,95	+
Работа в команде	13,57	+
Анализ данных	12,14	+
Подготовка презентаций	11,9	+
Написание статей	10,48	+

Окончание таблицы 5

1С:Документооборот	9,05	Нет
Количественные исследования	8,81	+
Качественные исследования	8,81	+
Работа в условиях многозадачности	7,62	Нет
Сбор и анализ информации	7,38	+
IBM SPSS	6,43	Нет
Аналитическое мышление	5,48	+
Подготовка отчетов	5,24	+
Маркетинговый анализ	5,0	+
Adobe Photoshop	5,0	Нет
Анкетирование	5,0	+
Деловая коммуникация	5,0	+

Таблица 6. Ключевые навыки молодого конкурентоспособного психолога согласно вакансиям hh.ru
Table 6. Key skills of a young competitive psychologist according to hh.ru vacancies

Ключевой навык <i>Key skill</i>	Доля вакансий для психолога с этим ключевым навыком, % <i>Share of vacancies for psychologist with this key skill, %</i>	Упоминание в ФГОС: 37.03.01 «Психология» (бакалавриат) <i>Mention in the Federal State Educational Standard: 37.03.01 "Psychology" (bachelor's degree)</i>
Грамотная речь	41,64	+
Работа в команде	37,3	+
Общая психология / Психология	33,85	+
Пользователь ПК	25,83	+
Обучение и развитие	13,32	+
Грамотность	13,12	+
Детская психология	12,82	+
Консультирование	11,1	+
Навыки межличностного общения	10,69	+
Организаторские навыки	9,46	Нет
Психологическое консультирование	9,39	+
Работа с людьми	9,31	+
Возрастная психология	8,22	+
Умение работать в команде	7,62	+
Психология личности	7,5	+
Творческое мышление	6,9	Нет
Социальная психология	6,21	+
Практическая психология	4,85	+
Психокоррекционная работа	4,72	+

где есть требование владеть иностранным языком.

Согласно таблице 6, для психолога гибкие навыки являются первоочередными, что соответствует общемировым трендам, отмеченным в отчете Казанского федерального университета [1].

Подводя итоги проведенного автором анализа требований, отраженных в вакансиях экономиста, менеджера, финансиста, социолога и психолога на портале hh.ru, можно сказать, что все эти специалисты должны обладать навыками аналитического мышления, работы в команде, многозадачности, иметь грамотную речь. Важно отметить наличие требований к навыкам работы в цифровой сфере для всех специальностей, особенно экономической направленности. Вместе с тем, как показали результаты сравнения ключевых навыков из вакансий и результатов освоения образовательных программ высшего образования по ФГОС, не все востребованные современными работодателями компетенции нашли свое отражения в федеральных государственных образовательных стандартах. В этой связи целесообразным является пересмотр образовательных стандартов и программ для вовлечения в них актуальных компетенций и дисциплин, позволяющих их приобрести.

Полученные автором результаты не противоречат более ранним исследованиям конкурентоспособности выпускников вузов, но дополняют их в части исследования экономических и социогуманитарных профессий, которые ранее специалистами не исследовались. Кроме того, используемый автором инструментарий оценки ключевых навыков по всем представленным на самом крупном работном сайте hh.ru вакансиям позволяет говорить о широком охвате востребованных компетенций, которые сравнивались с результатами освоения образовательных программ по соответствующим направлениям подготовки бакалавров согласно ФГОС.

Заключение

Как показали результаты проведенного автором исследования, конкурентоспособность выпускника, определяемую высоким качеством профессионального образования, невозможно обеспечить без регулярного мониторинга степени соответствия выпускников образовательных организаций запросам работодателей. В настоящее время существует ряд методик для проведения оценки того, насколько профессиональные качества и компетенции выпускника повышают его конкурентоспособность на рынке труда, которые в общем виде сводятся к анкетированию и/или анализу вакансий и дальнейшему их сравнению методами статистического анализа.

По проведенному автором анализу на портале znan trend.ru, который на основе обзора вакансий, представленных на hh.ru, представляет рейтинг ключевых навыков тех или иных профессий, выявлено, что для специальностей экономического и социогуманитарного направления важными гибкими навыками, повышающими конкурентоспособность, являются аналитическое мышление, работа в команде, многозадачность, работа с большим объемом данных и цифровые компетенции. А среди специальных профессиональных навыков важно отметить умение работать со специальным программным обеспечением (для экономистов и менеджеров это один из ключевых навыков). Однако не все ключевые навыки представлены в компетенциях соответствующих направлений подготовки бакалавров по федеральным государственным образовательным стандартам. Полученные результаты должны быть учтены при реализации реформы высшего образования в Российской Федерации.

По мнению автора, повышение конкурентоспособности выпускников образовательных организаций высшего образования невозможно без мониторинга востребован-

ных на рынке труда компетенций и своевременного их включения в образовательные программы по соответствующим направлениям подготовки бакалавров и магистров. Для роста востребованности молодых специалистов, только что получивших диплом о высшем образовании, также важно самостоятельно заниматься своим профессиональным ростом и проходить краткосрочные курсы дополнительного профессионального образования еще на студенческой скамье, для чего ряд вузов, в том числе Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, разработали программы студенческого ДПО.

Таким образом, формирование конкурентоспособности работников на рынке

труда происходит под воздействием множества факторов. Образовательные организации высшего образования решают проблемы формирования профессиональных компетенций, подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров. Перманентный мониторинг наиболее востребованных на рынке труда компетенций и включение их в образовательные программы, курсы и дисциплины позволит повысить качество отечественного образования и конкурентоспособность российских вузов. Полученные автором результаты могут быть использованы на практике преподавателями и руководителями образовательных программ высшего профессионального образования для их совершенствования.

Список литературы

1. Анализ востребованных в современном мире профессиональных компетенций работающего населения [Электронный ресурс] // Казанский федеральный университет. 2020. URL: https://kpfu.ru/portal/docs/F_1071960395/2..Analiz.vostr.komp.pdf (дата обращения: 20.02.2024).
2. Анализ домена hh.ru за сентябрь 2024 [Электронный ресурс] // Similarweb. URL: <https://www.similarweb.com/ru/website/hh.ru/> (дата обращения 20.02.2024).
3. Васильев А.И. Конкуренция и конкурентоспособность: проблема взаимосвязи // Современная конкуренция. 2017. № 5 (65). С. 130–139.
4. Коваленко А.И. Теоретические и методологические аспекты использования концепции «конкурентоспособности» в научных исследованиях // Современная конкуренция. 2013. № 6 (42). С. 65–79.
5. Кожухова Н.В., Серпухова Е.П., Веселова Ю.В., Кожухова Д.А. Компетенции «будущего» в условиях цифровой экономики // Экономика, предпринимательство и право. 2021. Т. 11. № 7. С. 1875–1892. DOI: 10.18334/epp.11.7.112993.
6. Мазин А.Л. Конкурентоспособность участников трудовых отношений // Современная конкуренция. 2013. № 5 (41). С. 117–128.
7. Озерникова Т.Г., Кравцевич С.В. Измерение и оценка конкурентоспособности работника на рынке труда // Современная конкуренция. 2008. № 2 (8). С. 97–108.
8. Опрос выпускников и работодателей НИУ ВШЭ: Отчет Компании RECMARK о проведении маркетингового исследования [Электронный ресурс] // RECMARK. Ноябрь 2012. URL: https://www.hse.ru/data/2013/06/27/1285966609/RESMARK_OTCH_%D0%9A%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%BA%D0%BE_060413.pdf (дата обращения: 20.02.2024).
9. Пуляева В.Н., Крюков Е.В. Обзор подходов к оценке соответствия выпускников требованиям работодателей // Самоуправление. 2023. № 2 (135). С. 987–991.
10. Резник С.Д., Соколова А.А. Работодатели и студенты: о путях формирования конкурентоспособности студенчества // Университетское управление: практика и анализ. 2010. № 3 (67). С. 70–77.
11. Сальникова Л.Ю. Пути совершенствования механизма управления конкурентоспособностью выпускника вуза на рынке труда // Современная конкуренция. 2012. № 3. С. 129–139.
12. Серебровская Н.Е., Катунова В.В. Социально-психологическая оценка конкурентной позиции сотрудника // Современная конкуренция. 2014. № 2 (44). С. 113–120.

13. Топ-15 компетенций и навыков в цифровой сфере [Электронный ресурс] // ИСИЭЗ. URL: <https://issek.hse.ru/news/540276172.html> (дата обращения: 20.02.2024).
14. Трудовые ресурсы, занятость и безработица [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики. URL: https://rosstat.gov.ru/labour_force (дата обращения: 20.02.2024).
15. Фатхутдинов Р.А. Сущность конкурентоспособности // Современная конкуренция. 2007. № 3 (15). С. 99–129.
16. Экономист будущего: какие навыки будут нужны специалистам [Электронный ресурс]. URL: <https://www.fontanka.ru/2021/11/29/70281947/> (дата обращения: 30.01.2022).
17. Gruzina Y.M., Pulyaeva V.N., Ponomareva M.A., Babanin A.O. Career Guidance Process Improvement as a Tool for Development of Potential of Youth // European Journal of Contemporary Education. 2023. Vol. 12. No. 2. P. 434–450. DOI: 10.13187/ejced.2023.2.434.
18. Liao Y.-K., Maulana Suprpto R. R. An empirical model of university competitiveness and rankings: The effects of entrepreneurial behaviors and dynamic capabilities // Asia Pacific Management Review. 2024. Vol. 29. No. 1. P. 34–43. DOI: 10.1016/j.apmr.2023.04.005.

Сведения об авторе

Пуляева Валентина Николаевна, ORCID 0000-0001-8012-0368, канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры психологии и развития человеческого капитала, ведущий научный сотрудник Института управленческих исследований и консалтинга, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва, Россия, vpulyaeva@fa.ru

Поддержка исследований

Статья подготовлена по результатам исследований, выполненных за счет бюджетных средств по государственному заданию Финуниверситету.

Статья поступила 11.04.2024, рассмотрена 26.04.2024, принята 13.05.2024

References

1. *Analiz vostrebovannykh v sovremennoy mire professional'nykh kompetentsii rabotayushchego naseleniya* [Analysis of the professional competencies of the working population that are in demand in the modern world]. Kazan Federal University, 2020. Available at: https://kpfu.ru/portal/docs/F_1071960395/2..Analiz.vostr.komp.pdf (accessed 02.20.2024).
2. *Analiz domena hh.ru za sentyabr' 2024* [Analysis of market share, revenue and traffic of hh.ru]. Similarweb. Available at: <https://www.similarweb.com/ru/website/hh.ru/> (accessed 02.20.2024)
3. Vasiliev A.I. Competitiveness and competition: The problem of interrelationship. *Sovremennaya konkurentsia*=Journal of Modern Competition, 2017, no.5(65), pp.130-139 (in Russian).
4. Kovalenko A.I. Theoretical and methodological aspects of application the concept of "competitive ability" in scientific researches. *Sovremennaya konkurentsia*=Journal of Modern Competition, 2013, no.6(42), pp.65-79 (in Russian).
5. Kozhukhova N.V., Serpukhova E.P., Veselova Yu.V., Kozhukhova D.A. Competencies of the future in the digital economy. *Ekonomika, predprinimatel'stvo i pravo*=Economics, Entrepreneurship and Law, 2021, vol.11, no.7, pp.1875-1892. DOI: 10.18334/epp.11.7.112993.
6. Mazin A.L. The competitiveness of the subjects of employment relationships. *Sovremennaya konkurentsia*=Journal of Modern Competition, 2013, no.5(41), pp.117-128 (in Russian).
7. Ozernikova T.G., Kravtsevich S.V. Labor market personnel competitiveness level identification and assessment. *Sovremennaya konkurentsia*=Journal of Modern Competition, 2008, no.2(8), pp.97-108 (in Russian).
8. *Opros vypusknikov i rabotodatelei NIU VSHe: Otchet Kompanii RESMARK o provedenii marketingovogo issledovaniya* [Survey of graduates and employers of the National Research

- University Higher School of Economics: Report of the RESMARK Company on the marketing research]. November 2012. Available at: https://www.hse.ru/data/2013/06/27/1285966609/RESMARK_OTCH_%D0%9A%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%BA%D0%BE_060413.pdf (accessed 02.20.2024).
9. Pulyaeva V.N., Kryukov E.V. Review of approaches to the assessment of compliance of graduates with the requirements of employers. *Samoupravlenie*, 2023, no.2(135), pp.987-991 (in Russian).
 10. Reznik S.D., Sochilova A.A. Employers and students: Ways of formation of competitiveness students. *Universitetskoe upravlenie: praktika i analiz*=University Management: Practice and Analysis, 2010, no.3(67), pp.70-77 (in Russian).
 11. Salnikova L. Yu. Mechanism of increase of competitiveness of graduates. *Sovremennaya konkurentsia*=Journal of Modern Competition, 2012, no.3, pp.129-139 (in Russian).
 12. Serebrovskaya N.E., Katunova V.V. Social and psychological assessment of competitive position of the employee. *Sovremennaya konkurentsia*=Journal of Modern Competition, 2014, no.2(44), pp.113-120 (in Russian).
 13. *Top-15 kompetentsii i navykov v tsifrovoi sfere* [Top 15 competencies and skills in the digital sphere]. *ISIEZ*. Available at: <https://issek.hse.ru/news/540276172.html> (accessed 02.20.2024).
 14. *Trudovye resursy, zanyatost' i bezrabotitsa* [Labor resources, employment and unemployment]. *Federal'naya sluzhba gosudarstvennoi statistiki*. Available at: https://rosstat.gov.ru/labour_force (accessed 02.20.2024).
 15. Fatkhutdinov R.A. *Sushchnost' konkurentosposobnosti* [The essence of competitiveness]. *Sovremennaya konkurentsia*=Journal of Modern Competition, 2009, no.3(15), pp.99-129.
 16. *Ekonomist budushchego: kakie navyki budut nuzhny spetsialistam* [Economist of the future: what skills will specialists need?]. Available at: <https://www.fontanka.ru/2021/11/29/70281947/> (accessed 30.01.2022).
 17. Gruzina Y.M., Pulyaeva V.N., Ponomareva M.A., Babanin A.O. Career Guidance Process Improvement as a Tool for Development of Potential of Youth. *European Journal of Contemporary Education*, 2023, no.12(2), pp.434-450. DOI: 10.13187/ejced.2023.2.434.
 18. Liao Y.-K., Maulana Suprpto R.R. An empirical model of university competitiveness and rankings: The effects of entrepreneurial behaviors and dynamic capabilities. *Asia Pacific Management Review*, 2024, vol.29, no.1, pp.34-43. DOI: 10.1016/j.apmr.2023.04.005.

About the author

Valentina N. Pulyaeva, ORCID 0000-0001-8012-0368, Cand. Sci. (Econ.), Associate Professor, Psychology and Human Capital Development Department, Leading Researcher at the Institute of Management Research and Consulting, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia, vnulyaeva@fa.ru

Research Support

The article was published as part of research work on a state assignment from the Financial University under the Government of the Russian Federation.

Received 11.04.2024, reviewed 26.04.2024, accepted 13.05.2024

DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-5-48-59

Эффективные механизмы поддержки конкурентоспособности стартапов в экономике совместного потребления

А.А. Хрысева¹, А.В. Глебова^{1*}, М.Т. Кожухова¹

¹Волгоградский государственный технический университет, Волгоград, Россия

*nastyag55555@yandex.ru

Аннотация. Сильная сторона компаний экономики совместного потребления заключается в том, что они используют ресурсы, не владея ими. Однако по мере выхода на рынок всё большего числа фирм доступ к этим ресурсам становится всё труднее. В таких обстоятельствах внимание данной статьи сфокусировано на стартапах и поддержке их конкурентоспособности в рыночной среде, а также на том, как оставаться замеченными и обойти проблемы «с критической массой» для выживания. Это поможет по-новому увидеть широкое пространство действия этого феномена, преимущества для стартапов и устоявшихся компаний. Авторы отмечают, что стартапы в экономике совместного потребления изначально сталкиваются с теми же проблемами, что и стартапы на других рынках. В качестве результатов выделены положения для ознакомления менеджеров с причинами неудач и успеха стартапов, их механизмы конкуренции в рыночной среде. Анализ данных положений сможет помочь менеджерам трансформировать свои бизнес-модели в сторону большей устойчивости к рискам конкуренции. Методологической основой исследования являются принципы объективности и системности научного анализа и синтеза, базирующиеся на общенаучных и частнонаучных методах познания: формально-логическом, структурно-системном. Основываясь на предыдущих исследованиях, предложены рекомендации по поддержанию ценности бизнес-моделей стартапов экономики совместного потребления, учитывая столкновение их с определенными рисками. Главный вывод статьи заключен в том, что в настоящее время стартапы реализуют оригинальные переосмысления традиционных архитектур создания ценности посредством активного использования инновационных тенденций, которые не ограничиваются секторами туризма, мобильности и кадрового обеспечения, тем самым расширяя конкурентную среду экономики совместного потребления. При этом добиться успеха в экономике совместного потребления со своим стартапом означает построить бизнес-модель, основанную на доверии, подлинности и прозрачности по отношению к клиентам.

Ключевые слова: бизнес-модели, конкурентоспособность, стартапы, экономика совместного потребления

Для цитирования: Хрысева А.А., Глебова А.В., Кожухова М.Т. Эффективные механизмы поддержки конкурентоспособности стартапов в экономике совместного потребления // Современная конкуренция. 2024. Т. 18. № 5. С. 48–59. DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-5-48-59

Effective Mechanisms to Support the Competitiveness of Startup in the Sharing Economy

A. Khryseva¹, A. Glebova^{1*}, M. Kozhukhova¹

¹*Volgograd State Technical University, Volgograd, Russia*

**nastyag55555@yandex.ru*

Abstract. The strength of firms in the sharing economy is that they use resources without owning them. However, as more firms enter the market, access to these resources becomes more difficult. In such circumstances, the focus of this paper is on start-ups and supporting their competitiveness in the market environment, and how to stay noticed and circumvent “critical mass” problems to survive. This will help to see the broad scope of this phenomenon in a new way, the benefits for startups and established companies. The authors note that startups in the collaborative consumption economy initially face the same challenges as startups in other markets. As results, provisions are highlighted to familiarize managers with the reasons for failure and success of startups, their mechanisms of competition in the market environment. Taking these provisions into account will help startups to transform their business models towards greater resilience to the risks of competition. The methodological basis of the study is the principles of objectivity and systematic scientific analysis and synthesis, based on general scientific and private scientific methods of cognition: formal-logical, structural-systemic. Based on the previous studies, the paper offers recommendations on how to maintain the value of business models of startups in the sharing economy, taking into account the fact that they face certain risks. The main conclusion of the article is that startups are currently realizing original rethinking of traditional value creation architectures through the active use of innovative trends that are not limited to the tourism, mobility and human resources sectors, thus expanding the competitive environment of the sharing economy. At the same time, succeeding in the sharing economy with your startup means building a business model based on trust, authenticity and transparency towards customers.

Keywords: business models, competitiveness, startups, sharing economy

For citation: Khryseva A., Glebova A., Kozhukhova M. Effective Mechanisms to Support the Competitiveness of Startup in the Sharing Economy. *Sovremennaya konkurentsya*=Journal of Modern Competition, 2024, vol.18, no.5, pp.48-59 (in Russian). DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-5-48-59

Введение

Новые технологии сильно изменили классический спектр конкурентных сценариев, при этом разрушив устоявшиеся подходы и открыв перспективные возможности для инноваций, особенно когда этому способствуют новые быстрорастущие компании. Рост цифровых платформ породил множество инициатив, которые

связаны с социокультурным феноменом обмена между малознакомыми субъектами. Фактически три из пяти крупнейших компаний в списке Global Unicorn, такие как Uber, DiDi и Airbnb, работают в так называемой экономике совместного потребления (шеринговая экономика) – явлении, описывающем тенденцию обмена между незнакомцами при посредничестве цифровых платформ, которые облегчают этот обмен [15].

В соответствии с трактовкой Р. Ботсмен «экономика совместного потребления – экономическая модель, основанная на обмене, торговле и аренде продуктов и услуг, позволяющая получить доступ к собственности, не обладая ей» [4].

Появление экономики совместного потребления/использования ведет к новой общественной системе сотрудничества, основанной на цифровых технологиях. Несмотря на то что инициативы, основанные на совместном использовании, меняют устоявшиеся организационные практики и внедряют инновации в традиционные бизнес-модели, существующие исследования не могут выявить все многочисленные аспекты этого явления.

Кроме того, экономика совместного потребления бросает вызов зрелым отраслям, таким как отели, рестораны, автомобильный транспорт, предоставляя потребителям удобный и эффективный доступ к ресурсам без финансового, эмоционального или социального бремени собственности. В этом смысле экономика совместного потребления также становится экономикой доступа. В связи с этим появляются группы новых стартапов, присоединяющихся к движению за экономику совместного потребления. Компании изобретают новые способы интеграции клиентов в свои процессы создания стоимости, чтобы повысить успех новых концепций услуг.

Хотелось бы отметить, что именно благодаря стартапам компании могут значительно повышать свою конкурентоспособность на рынке и становиться клиентоцентричными. Быстрый рост прежде всего технологических стартапов является ключевым двигателем для создания новой инновационной мировой экономики в целом [1].

Растущий интерес к стартапам можно объяснить следующими причинами:

- они обладают способностью трансформировать экономику посредством своего вклада в национальный доход, занятость,

инновационные продукты/услуги и даже экспорт;

- они быстро появляются как в развитых странах, так и в странах с развивающейся экономикой [5].

В экономике совместного потребления существует множество стартапов. Но большинство из них остаются незамеченными и не могут достичь критической массы для выживания. Это подтверждает и недавнее исследование, которое показало, что стартапы экономики совместного потребления имеют высокий уровень неудач – 122 из 521. Компании экономики совместного потребления выходят из бизнеса в течение трех лет работы [6].

Хотя число так называемых компаний-«единорогов», появившихся в стартап-центрах, значительно увеличилось, на них по-прежнему приходится незначительная доля стартапов почти в каждом стартап-центре, признанном во всем мире. Это выдвигает на первый план критическую важность конкурентоспособности стартапов и необходимость изучения формирующих ее факторов.

В России относительно низкие показатели по количеству стартапов и стоимостной оценке результатов их работы, а также по тому, что объекты интеллектуальной собственности, созданные на российской территории, не получают достаточно широкого распространения. Сегодня существует порядка 700 стартапов на разных стадиях развития, при этом 79% всех российских стартапов находятся в Москве, и 6 стартапов приходится на 1 млн человек городского населения [2].

Экосистема стартапов в России отличается широтой охвата и разнообразием, присутствием в различных отраслях экономики и реализацией различных типов бизнес-моделей. Поэтому стоит отметить новый взгляд на необходимые условия для стартапов в сфере экономики совместного потребления, что выступает достаточно малоизученной темой.

В связи с этим целью данного исследования является понимание экономики совместного потребления, обращая внимание на то, как стартапы внедряют социальную тенденцию совместного потребления и используют цифровые технологии для разработки новых бизнес-моделей.

Основными задачами данного исследования выступают:

- рассмотрение причин неудач стартапов в экономике совместного потребления;
- определение факторов успеха стартапов в экономике совместного потребления;
- выявление эффективных механизмов конкурентоспособности бизнес-моделей фирм экономики совместного потребления.

Материалы исследования

Создание стартапа (нового предприятия) требует ряда действий. Процесс создания стартапа начинается с идеи или возможности, признанной основателем стартапа. В целом под стартапом понимается «стадия жизненного цикла любого бизнеса, на которой его владельцы переходят от достижения договоренностей к управлению собственным бизнесом» [3]. За этапом формирования идеи следует проверка концепции, разработка прототипа, создание минимально жизнеспособного продукта и достижение соответствия продукта рынку, что приводит к выводу продукта на рынок.

Типичный основатель стартапа в основном сосредоточен на развитии своей идеи на протяжении этих нескольких этапов. Такая концентрация может привести к неэффективному управлению или провалу стартапа по множеству причин, таких как, среди прочего, неспособность основателей получить доступ к финансовым ресурсам, наставничеству, идентификации рынка и талантливым человеческим ресурсам. Большинство основателей стартапов могут пропустить некоторые моменты или крити-

ческие этапы в зависимости от своих знаний, способностей и связей, и это может существенно определить степень успеха/неуспеха их новых предприятий. Таким образом, человеческий капитал основателей будет иметь глубокое влияние на способность и конкурентоспособность высокотехнологичных стартапов появляться и расти [7].

На рисунке 1 представлена визуализация основных необходимых факторов успеха стартапов в сфере экономики совместного потребления, но не единственных.

Исследование факторов успеха на начальном уровне поможет повысить шансы на успех компаний в сфере экономики совместного потребления, а также на более поздних стадиях или при столкновении с кризисами.

Также ключевым фактором, определяющим успех и скорость внедрения одноранговых бизнес-моделей, являются культура и особенности местных рынков [14]. Поскольку почти все одноранговые платформы отличаются от устоявшихся практик, добиться признания клиентов особенно сложно [13].

Рост стартапов, как правило, во многом зависит от их технологических возможностей и способности быстро построить бизнес для захвата рынка. Человеческие ресурсы со специальными знаниями и опытом являются определяющим фактором успеха, поэтому стартапы могут расти и конкурировать на глобальном уровне, приобретая человеческие ресурсы, которые служат источником конкурентоспособности, такие как талантливые исследователи, инженеры и дальновидные управленческие команды. Многие из таких человеческих ресурсов, как правило, предпочитают привлекательную среду обитания и шумные сообщества. Другими словами, крупные города привлекают человеческие ресурсы, и стартапы с большей вероятностью зарождаются и растут именно там [12].



Рис. 1. Факторы успеха стартапов в сфере экономики совместного потребления

Fig. 1. Success factors for startups in the sharing economy

Следует отметить, что компании, действующие в экономике совместного потребления, конкурируют не только друг с другом. Рынки, на которых они действуют, во многих случаях характеризуются наличием ряда традиционных фирм, конкурирующих с одним или несколькими предприятиями, основанными на платформе экономики совместного использования. Свойства двусторонних платформ – главным образом способность быстро расти и использовать эффект масштаба – обычно приводят к снижению барьеров для входа на рынок. Таким образом, компаниям экономики совместного использования легче выйти на рынки, чем традиционным участникам [10].

Выход компании экономики совместного потребления на рынок не обязательно должен приводить к разделению существующего спроса между большим количеством конкурентов. Вместо этого предприятия эконо-

мики совместного потребления обладают уникальными свойствами, которые иногда даже позволяют им увеличивать спрос на существующем рынке: они апеллируют к стремлению потребителей к устойчивому потреблению.

Необходимо отметить тесную взаимосвязь сетевого эффекта, который указан на рисунке 1 как фактор успеха, с такой характеристикой, как масштабируемость. Высокие ожидания относительно будущей прибыльности фирм экономики совместного потребления часто основаны на их совместном наличии, что в совокупности приводит к благотворному циклу увеличения доли рынка и прибыльности.

Однако новые участники рынка не смогут конкурировать, как только лидер рынка достигнет значительного размера сети [14].

На рынке с сильным сетевым эффектом и масштабируемостью лидер рынка со вре-

менем станет более влиятельным и в конечном итоге вынудит своих конкурентов уйти с рынка или выбрать нишевую стратегию.

Но не во всех случаях применим данный механизм. Эффекты и масштабируемость представляют собой общие атрибуты, а не факторы, которые могут объяснить успех отдельных фирм, а также часто используются в качестве нарратива, чтобы передать преимущества фирм экономики совместного использования. И это демонстрирует пример Uber.

Даже большой размер сети и присутствие Uber по всему миру не гарантируют его успеха на ключевых рынках, таких как Китай или Индия, где местные конкуренты «Ола» и «Диди Чуксинг» в настоящее время владеют крупнейшими долями рынка [13].

Таким образом, индустрия совместного использования поездок демонстрирует, как компании экономики совместного потребления больше не конкурируют только с традиционными бизнес-моделями, но всё чаще конкурируют друг с другом.

В цифровую эпоху лучшей бизнес-моделью признается онлайн-платформа. Используя творческий подход в своей разработке, она может разрушить устоявшиеся рынки и способствовать почти недостижимому конкурентному преимуществу. В качестве успешного примера можно привести бизнес-модели на основе платформы, такие как Uber, Airbnb и Facebook¹, которые лидируют на своих рынках и показывают поразительную статистику роста. Однако для достижения такого роста необходимо сначала полностью понять компоненты такой бизнес-модели и то, как они взаимодействуют, что поможет созданию уникальной ценности для клиентов и сформирует устойчивые конкурентные преимущества для компании. Успех в экономике совместного потребле-

ния означает создание бизнес-модели, которая основывается на доверии, подлинности и прозрачности с будущими клиентами компании.

Механизмы конкуренции, используемые онлайн-платформами в экономике совместного потребления, во многом определяются их рыночной ориентацией и структурой. Онлайн-платформа может быть коммерческой или некоммерческой. Рыночная структура, принятая онлайн-платформами экономики совместного потребления, основана на аренде или обмене между участниками (P2P) и/или между предприятиями и отдельными участниками (B2P).

Существуют следующие механизмы конкуренции:

- агрессивная ценовая конкуренция с рейтингами;
- агрессивная ценовая конкуренция без рейтингов;
- умеренная ценовая конкуренция;
- ценовая конкуренция и умеренная неценовая конкуренция;
- неценовая конкуренция, ориентированная на общество.

Основные участники экономики совместного потребления применяют различные механизмы ценовой и неценовой конкуренции. На практике онлайн-платформы в отдельных случаях могут вынуждать пользователей конкурировать за клиентов с помощью ценообразования. Это может происходить в ситуациях, когда и цены, и процесс сопоставления поставщиков и получателей регулируются платформой сверху вниз. Также отмечалось, что онлайн-платформы используют завышенные рейтинги и лишают пользователей возможности использовать неценовые, основанные на репутации механизмы конкуренции, что, как утверждают эксперты, может привести к созданию новой формы прекариата. Тем не менее пользователи таких онлайн-платформ, как Airbnb, Rover (DogVacay) и Getaround, помимо ценовой конкуренции, используют неценовые меха-

¹ Принадлежит компании Meta, признанной экстремистской организацией, и запрещена в Российской Федерации.

низмы, подчеркивая свой опыт или предлагая дополнительные услуги [9].

В рамках рассмотрения вопроса конкурентоспособности стартапов экономики совместного потребления можно выделить их классификацию. В одном из исследований был проведен кластерный анализ 196 стартапов, на основании чего их сгруппировали в 5 кластеров (рис. 2) [11].

1. Pseudo-sharing (Псевдошеринг)

Стартапы в этом кластере характеризуются централизованными моделями, в которых стороны не могут обмениваться информацией: бизнес-субъект посредством онлайн-платформы предлагает доступ к пулу материальных ресурсов, которыми он владеет. В этот кластер входят широко распространенные инициативы, такие как платформы совместного использования поездок, работающие в городских районах: они похожи на традиционную аренду, однако опираются на цифровые платформы, которые позволяют выполнять операции с высоким уровнем гибкости и автоматизации.

2. Gig economy (Гиг-экономика)

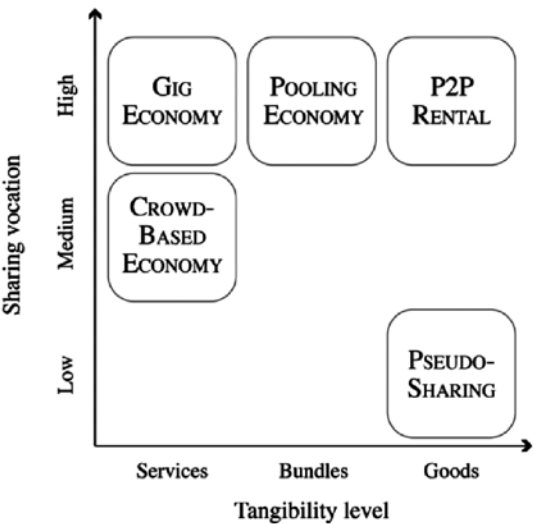
Эти платформы выступают в качестве связующих звеньев между пользователями. Они обеспечивают посредничество между пользователями, предлагая друг другу услуги (например, выполнение поручений) в обмен на экономическую компенсацию. Этот кластер включает в себя услуги, требующие низкой квалификации, такие как доставка, покупка продуктов по запросу и платформы для совместного обучения.

3. Crowd-based economy (Крауд-экономика)

Здесь группируются все платформы, позволяющие профессионалам и/или компаниям запрашивать или предоставлять услуги, требующие определенных навыков. На стороне предложения могут выступать как компании, так и частные лица. В отличие от предыдущего кластера, задачи выполняются квалифицированными поставщиками.

4. Pooling economy (Пуловая экономика)

Эта группа инициатив C2C характеризуется одноранговыми отношениями, т. е.



Источник: [11].

Рис. 2. Двумерное упрощенное представление классификации из пяти кластеров стартапов экономики совместного потребления

Fig. 2. Two-dimensional simplified representation of a classification of five clusters of startups in the sharing economy

пользователи могут принимать участие в обмене либо в качестве поставщиков, либо в качестве потребителей. Объектом совместного взаимодействия является комбинация физического товара и услуги. Например, краткосрочная аренда домов для отдыха или услуги совместного использования автомобилей.

5. P2P rental (P2P-аренда)

Эти платформы являются посредниками в одноранговых отношениях между пользователями, обменивающимися материальными ресурсами на ограниченный период времени на денежную компенсацию, получая доходы от комиссий за транзакции. Примеры – рынки краткосрочной аренды объектов или оборудования, а также денежного кредитования между коллегами, аналогично P2P-кредитование и P2P-аренда.

Таким образом, многообразие практик может развенчать широко распространенное мнение, что экономика совместного потребления касается только мобильности, гостеприимства и «выполнения поручений». Вера в то, что существует одна уникальная бизнес-модель для стартапов, которая подходит для всех инициатив экономики совместного потребления, может препятствовать продвижению таких моделей в управленческой и предпринимательской практике [10].

В качестве рекомендаций по поддержанию конкурентоспособности стартапов экономики совместного потребления, которые могут стать весьма прибыльными, но при этом сталкиваться с определенными рисками, можно выделить нижеперечисленные положения:

1) крайне важно понимать процесс признания и формирования возможностей для создания успешного стартапа;

2) необходимо развивать сети внутри и за пределами системы, в которой функционирует стартап;

3) важно знать сильные и слабые стороны своей фирмы, прежде чем начинать

заниматься высокотехнологичным предпринимательством;

4) нужно выяснить, какие политические инициативы применимы к вашей области продукта, чтобы использовать их в свою пользу;

5) изучить доступные источники финансирования и нефинансовые дополнительные услуги, которые могут быть предоставлены высокотехнологичному стартапу;

6) знать систему поддержки, существующую в виде акселераторов, инкубаторов и коворкингов, а также других поставщиков услуг;

7) важно оценить необходимость и роль технологических и бизнес-наставников для высокотехнологичных стартапов;

8) определить подходящих соучредителей (как с точки зрения дополнительных навыков, так и личностей) для создания высокотехнологичного стартапа;

9) с самого начала нужно внедрить механизм разрешения споров для урегулирования конфликтов как с соучредителями, так и с инвесторами;

10) стоит разработать план по привлечению талантов в условиях постоянно растущего разрыва между спросом и предложением квалифицированной рабочей силы;

11) оценить роль крупных высокотехнологичных компаний как партнеров, источников первых рынков продукции, человеческих ресурсов, наставников, соинвесторов и даже, среди прочего, ускорителей масштабирования.

При разработке своей бизнес-модели менеджеры, стремящиеся максимизировать прибыль, не должны упускать из виду следующие источники возможных неудач [13]:

1) низкая привязка к клиенту (компаниям экономики совместного использования часто сложно удержать клиентов на своей платформе, поскольку клиенты сталкиваются с низкими издержками переключения между конкурентами; на рынках экономики совместного использования, где тран-

закции не очень чувствительны к времени и местоположению, клиенты часто стремятся вывести транзакции за пределы платформы после того, как они основали надежного партнера по обмену);

2) низкий контроль над качеством обслуживания (эти фирмы имеют меньший контроль над качеством услуг, поскольку они не участвуют в поставке товаров или услуг);

3) конкуренция за «неиспользуемые» ресурсы (наблюдается растущая конкуренция за доступ к участникам и предоставленным ими ресурсам; поскольку рынки экономики совместного потребления становятся более конкурентоспособными, растущий спрос на эти «неиспользуемые» ресурсы увеличивает их косвенные издержки);

4) низкая частота транзакций (некоторые рынки менее подходят для достижения прибыльного роста, когда транзакции обычно происходят довольно редко);

5) высокая стоимость развития двух сторон рынка (связана с высокими затратами на внедрение бизнес-модели экономики совместного использования на рынке, который (пока) не привык к разделению принципов);

6) неожиданные изменения в правовой среде (компании с долевой экономикой на нескольких рынках сталкиваются с растущими правовыми проблемами, которые могут увеличить их затраты или даже поставить под угрозу обоснованность их бизнес-моделей).

Данные положения могут помочь менеджерам трансформировать свои бизнес-модели в сторону большей устойчивости к рискам конкуренции в экономике совместного потребления.

Выводы

Таким образом, стартапы экономики совместного потребления – это не только новый шаг для компаний, которые способны по-новому взглянуть на уже ставшие тради-

ционными отрасли и создавать новые направления [8], но это и двигатели инноваций, средства выхода на новые рынки, которые считаются при этом одновременно гибкими и хрупкими. Их главный плюс в том, что они предоставляют потребителям удобный и эффективный доступ к ресурсам без бремени владения.

В ходе проведенного исследования были сделаны следующие выводы:

- стартапы реализуют оригинальные переосмысления традиционных архитектур создания ценности посредством активного использования инновационных тенденций, которые не ограничиваются секторами туризма, мобильности и кадрового обеспечения, тем самым расширяя конкурентную среду экономики совместного потребления;

- достижение успеха в экономике совместного потребления со своим стартапом – это строительство такой бизнес-модели, которая будет основана на доверии, подлинности и прозрачности по отношению к собственным клиентам. Кроме того, решающее значение будет иметь понимание основных ценностей, лежащих в основе обмена информацией;

- стартапы должны способствовать организации взаимодействия таким образом, чтобы максимизировать экономическую ценность, создаваемую в результате обмена, а затем присваивать ее;

- устоявшиеся компании должны учитывать проблемы, с которыми сталкиваются стартапы экономики совместного потребления, чтобы продолжать обслуживать своих клиентов.

На сегодняшний день бизнес в рамках экономики совместного потребления получил свое развитие во многих странах мира. Появляется всё больше свидетельств того, что такое распространение скорее всего сохранится. Конкурентоспособность этих компаний на развивающихся рынках может зависеть от нескольких переменных, таких как ответственность за новизну, потреби-

тельская инновационность и межличностное доверие.

Хотелось бы отметить, что попытки выйти на новые рынки могут быть весьма рискованными для стартапов экономики совместного потребления, даже в случае зрелых и развитых целевых рынков. Таким образом, стартапам экономики совместного потребления необходимо учитывать все дополнительные сложности, которые это порождает, от непредвиденных препятствий до повышенных рисков и общей неопределенности, которые могут помешать им.

Заключение

В качестве итога стоит отметить, что экономика совместного потребления в настоящее время находится на подъеме и становится одной из самых быстрорастущих сфер международного бизнеса, что весьма привлекательно для предпринимателей, занимающихся стартапами в данной отрасли.

Цель данного исследования заключалась в улучшении и систематизации по-

нимания того, как стартапы экономики совместного потребления могут внедрять тенденцию совместного потребления и использовать цифровые технологии для разработки новых бизнес-моделей, которые будут помогать создавать ценность для своих клиентов в рыночной среде. А также благодаря данному исследованию можно по-новому взглянуть на необходимые условия для поддержки конкурентоспособности стартапов в сфере экономики совместного потребления – в целом крайне малоизученной темы.

Остается значительный простор для будущих исследований в теоретической и эмпирической работах с точки зрения потребителей и поставщиков, и особенно с точки зрения сравнительного анализа. Тем не менее настоящее исследование повышает ценность существующей литературы, предлагая базовую теоретическую модель, которую можно использовать для повышения шансов компаний совместного потребления на успех, когда они начинают свою деятельность в виде стартапа.

Список литературы

1. *Абрамов В.И., Лаврентьев И.А.* Роль стартапов в развитии экосистем в условиях глобальной нестабильности. – В кн.: Государство и рынок: механизмы и институты евразийской интеграции в условиях усиления глобальной нестабильности. – СПб.: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2021. С. 149–154.
2. ЦИФРОВЫЕ ГОРИЗОНТЫ: Экосистема IT-предпринимательства и стартапов в России [Электронный ресурс] // Ассоциация электронных коммуникаций (РАЭК). URL: <http://raec.ru/activity/analytics/9844/> (дата обращения: 20.03.2024).
3. *Рубин Ю.Б.* Конкурентная проблематика в теории стартапов и в содержании обучения начинающих предпринимателей // Современная конкуренция. 2024. Т. 18. № 4. С. 45–64. DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-4-45-64.
4. *Чернухина Г.Н.* Трансформация и тенденции потребления в современной шеринговой модели бизнеса // Современная конкуренция. 2020. Т. 14. № 3 (79). С. 79–88. DOI: 10.37791/1993-7598-2020-14-3-79-88.
5. *Bala Subrahmanya M.H.* Competitiveness of High-Tech Start-Ups and Entrepreneurial Ecosystems: An Overview // International Journal of Global Business and Competitiveness. 2022. Vol. 17. No. 1. P. 1–10. DOI: 10.1007/s42943-022-00056-w.
6. *Bui Q. N., Bui S.* Understanding the Success of Sharing Economy Startups: A Necessary Condition Analysis // Proceedings of the 55th Hawaii International Conference on System Sciences. 2022. P. 4452–4460.
7. *Demary V.* Competition in the Sharing Economy. IW policy paper 19. – Institut der deutschen Wirtschaft Köln, 2015. – 27 p.

8. The Global Startup. Ecosystem Report 2023 // StartupGenome. 2023. URL: <https://startupgenome.com/report/gser2023> (дата обращения: 22.04.2024).
9. *Godlewska M.* Competition Mechanisms in the Sharing Economy // E-mentor. 2019. Vol. 80. No. 3. P. 51–57. DOI: 10.15219/em80.1423.
10. *Maalouf J. T., Abi Aad A., El Masri K.* Competitiveness of sharing economy companies in emerging markets // Competitiveness Review. 2021. Vol. 31. No. 2. P. 297–309. DOI: 10.1108/CR-05-2019-0058.
11. *Sanasi S., Ghezzi A., Cavallo A., Rangone A.* Making sense of the Sharing Economy: A Business Model Innovation Perspective // Technology Analysis & Strategic Management. 2020. Vol. 32. No. 8. P. 895–909. DOI: 10.1080/09537325.2020.1719058.
12. Strategy for Support for Building Startup Ecosystems for Innovation Creation // Japan International Cooperation Agency (JICA) works toward the achievement of the Sustainable Development Goals (SDGs). 2023. No. 4. P. 1–120.
13. *Taeuscher K., Kietzmann J.* Learning from Failures in the Sharing Economy // MISQuarterlyExecutive. 2017. Vol. 16. No. 4. Article 2.
14. *Toivola T.* Sharing Economy Startups: New Wave of Networked Business Models in the Changing World // Journal of International Business Research and Marketing. 2018. Vol. 3. No. 4. P. 12–19. DOI: 10.18775/jibrm.1849-8558.2015.34.3002.
15. *Ye F., Ni D., Li K.W.* Competition Between Manufacturers and Sharing Economy Platforms: An Owner Base and Sharing Utility Perspective // International Journal of Production Economics. 2021. No. 234. Article 108022. DOI: 10.1016/j.ijpe.2020.108022.

Сведения об авторах

Хрысева Анна Александровна, ORCID 0000-0002-0380-6582, канд. экон. наук, доцент, кафедра экономики и предпринимательства, Волгоградский государственный технический университет, Волгоград, Россия, ser-vstu@mail.ru

Глебова Анастасия Владимировна, ORCID 0000-0002-6291-0611, магистрант, кафедра экономики и предпринимательства, Волгоградский государственный технический университет, Волгоград, Россия, nastyag55555@yandex.ru

Кожухова Маргарита Тагировна, ORCID 0000-0002-0853-0298, старший преподаватель, кафедра экономики и предпринимательства, Волгоградский государственный технический университет, Волгоград, Россия, m888argo@yandex.ru

Статья поступила 08.05.2024, рассмотрена 20.05.2024, принята 05.06.2024

References

1. Abramov V.I., Lavrentyev I.A. The role of startups in the development of ecosystems in conditions of global instability. In: The state and the market: Mechanisms and institutions of Eurasian integration in the conditions of increasing global instability. St. Petersburg, Saint Petersburg State University of Economics, 2021, pp.149-154 (in Russian).
2. *TsIFROVYE GORIZONTY: Ekosistema IT-predprinimatel'stva i startapov v Rossii* [DIGITAL HORIZONS: Ecosystem of IT entrepreneurship and startups in Russia]. *Assotsiatsiya elektronnykh kommunikatsii (RAEK)*. Available at: <http://raec.ru/activity/analytics/9844/> (accessed 20.03.2024).
3. Rubin Yu. Competitive Issues in the Theory of Startups and the Content of Entrepreneurship Education. *Sovremennaya konkurentsia=Journal of Modern Competition*, 2024, vol.18, no.4, pp.45-64 (in Russian). DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-4-45-64.
4. Chernukhina G. N. Trasformation and consumption trends in the modern sharing business model. *Sovremennaya konkurentsia=Journal of Modern Competition*, 2020, vol.14, no.3(79), pp.79-88 (in Russian). DOI: 10.37791/1993-7598-2020-14-3-79-88.

5. Bala Subrahmanya M. H. Competitiveness of High-Tech Start-Ups and Entrepreneurial Ecosystems: An Overview. *International Journal of Global Business and Competitiveness*, 2022, vol.17, no.1, pp.1-10. DOI: 10.1007/s42943-022-00056-w.
6. Bui Q.N., Bui S. Understanding the Success of Sharing Economy Startups: A Necessary Condition Analysis. *Proceedings of the 55th Hawaii International Conference on System Sciences*, 2022, pp.4452-4460.
7. Demary V. Competition in the Sharing Economy. IW policy paper 19. Institut der deutschen Wirtschaft Köln, 2015, 27 p.
8. The Global Startup. Ecosystem Report 2023. StartupGenome. 2023. Available at: <https://startupgenome.com/report/gser2023> (accessed 04.22.2024).
9. Godlewska M. Competition Mechanisms in the Sharing Economy. *E-mentor*, 2019, vol.80, no.3, pp.51-57. DOI: 10.15219/em80.1423.
10. Maalouf J.T., Abi Aad A., El Masri K. Competitiveness of sharing economy companies in emerging markets. *Competitiveness Review*, 2021, vol.31, no.2, pp.297-309. DOI: 10.1108/CR-05-2019-0058.
11. Sanasi S., Ghezzi A., Cavallo A., Rangone A. Making sense of the Sharing Economy: A Business Model Innovation Perspective. *Technology Analysis & Strategic Management*, 2020, vol.32, no.8, pp.895-909. DOI: 10.1080/09537325.2020.1719058.
12. Strategy for Support for Building Startup Ecosystems for Innovation Creation. Japan International Cooperation Agency (JICA) works toward the achievement of the Sustainable Development Goals (SDGs), 2023, no.4, pp.1-120.
13. Taeuscher K., Kietzmann J. Learning from Failures in the Sharing Economy. *MISQuarterlyExecutive*, 2017, vol.16, no.4, article 2.
14. Toivola T. Sharing Economy Startups: New Wave of Networked Business Models in the Changing World. *Journal of International Business Research and Marketing*, 2018, vol.3, no.4, pp.12-19. DOI: 10.18775/jibrm.1849-8558.2015.34.3002.
15. Ye F., Ni D., Li K. W. Competition between Manufacturers and Sharing Economy Platforms: An Owner Base and Sharing Utility Perspective. *International Journal of Production Economics*, 2021, no.234, article 108022. DOI: 10.1016/j.ijpe.2020.108022.

About the authors

Anna A. Khryseva, ORCID 0000-0002-0380-6582, Cand. Sci. (Econ.), Associate Professor, Economics and Entrepreneurship Department, Volgograd State Technical University, Volgograd, Russia, cer-vstu@mail.ru

Anastasya V. Glebova, ORCID 0000-0002-6291-0611, Master's Student, Economics and Entrepreneurship Department, Volgograd State Technical University, Volgograd, Russia, nastyag5555@yandex.ru

Margarita T. Kozhukhova, ORCID 0000-0002-0853-0298, Senior Lecturer, Economics and Entrepreneurship Department, Volgograd State Technical University, Volgograd, Russia, m888argo@yandex.ru

Received 08.05.2024, reviewed 20.05.2024, accepted 05.06.2024

DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-5-60-80

Закономерности развития конкурентоспособных инновационных бизнес-экосистем: динамические модели управления

С.П. Кирильчук^{1*}, Е.В. Наливайченко¹, Е.Э. Головчанская², А.Л. Чернявая¹, С.Д. Мурасов¹

¹Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского, Симферополь, Россия

²Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва, Россия

*skir12@yandex.ru

Аннотация. Предметом исследования являются динамические модели управления инновационными бизнес-экосистемами. Объектом исследования выступают процессы развития бизнес-экосистем макроуровня. Целью исследования является выделение конкурентных преимуществ динамических моделей управления в инновационных экономических системах. Основные методы, которые применялись в исследовании: функциональный – для анализа поведения экономической системы; группирования научного познания – для систематизации закономерностей развития экономических систем; системный метод – для изучения фундаментальных основ теории управленческих моделей; методы индукции и дедукции, а также анализ временных рядов – для выявления конкурентных преимуществ динамических моделей управления инновационными бизнес-экосистемами и их практической реализации. Представлены элементы поведения бизнес-экосистем, основные группы закономерностей их развития и этапы управления, подходы к построению динамических моделей. Результаты могут быть полезны при разработке стратегий развития инновационных бизнес-экосистем, также при построении моделей управления для получения конкурентных преимуществ. Понимание закономерностей развития конкурентоспособных инновационных бизнес-экосистем и использование динамических моделей управления помогут российским компаниям оставаться конкурентоспособными и успешными на рынке.

Ключевые слова: бизнес-экосистема, закономерности развития, конкурентные преимущества, инновационные модели, динамическая модель управления

Для цитирования: Кирильчук С.П., Наливайченко Е.В., Головчанская Е.Э., Чернявая А.Л., Мурасов С.Д. Закономерности развития конкурентоспособных инновационных бизнес-экосистем: динамические модели управления // Современная конкуренция. 2024. Т. 18. № 5. С. 60–80. DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-5-60-80

Patterns of Development of Competitive Innovative Business Ecosystems: Dynamic Management Models

S. Kirilchuk^{1*}, E. Nalivaychenko¹, E. Golovchanskaya², A. Cherniavaia¹, S. Murasov¹

¹V. I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol, Russia

²Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia

*skir12@yandex.ru

Abstract. The subject of the study is dynamic management models of innovative business ecosystems. The object of the study is the processes of development of business ecosystems at the macro level. The purpose of the study is to highlight the competitive advantages of dynamic management models in innovative economic systems. The main methods used in the study are: functional – to analyze the behavior of the economic system; grouping scientific knowledge – to systematize the patterns of development of economic systems; the system method was used to study the fundamental foundations of the theory of management models; methods of induction and deduction, as well as time series analysis were used to identify the competitive advantages of dynamic models of innovative business management-ecosystems and their practical implementation. The elements of the behavior of business ecosystems, the main groups of patterns of their development and management stages, approaches to building dynamic models are presented. The results can be useful in developing strategies for the development of innovative business ecosystems, as well as in building management models to achieve competitive advantages. Understanding the patterns of development of competitive innovative business ecosystems and the use of dynamic management models will help Russian companies to remain competitive and successful in the market.

Keywords: business ecosystem, patterns of development, competitive advantages, innovative models, dynamic management model

For citation: Kirilchuk S., Nalivaychenko E., Golovchanskaya E., Cherniavaia A., Murasov S. Patterns of Development of Competitive Innovative Business Ecosystems: Dynamic Management Models. *Sovremennaya konkurentsia*=Journal of Modern Competition, 2024, vol.18, no.5, pp.60-80 (in Russian). DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-5-60-80

Введение

В эпоху современных технологий всё большее распространение получают динамические модели управления инновационными бизнес-экосистемами. Данная модель строится на зависимости определенного развития объекта и затраченного на него времени. Динамические модели управления поэтому являются одним из наиболее ярких примеров математизации экономики. Тема является актуальной,

так как практически каждая современная бизнес-экосистема использует для организации своей деятельности конкурентоспособные математические и инновационные системы управления, в том числе и динамическую модель.

Бизнес-экосистема – это сеть компаний, стартапов, организаций и других участников, которые взаимодействуют друг с другом в определенной отрасли или сегменте рынка. Однако при анализе этой концеп-

ции возникают важные вопросы о субъектах и объектах управления в рамках бизнес-экосистемы, а также о том, чья прибыль является целью при выборе стратегии развития.

Субъекты управления в бизнес-экосистеме могут быть разнообразными – от крупных корпораций до небольших стартапов. Важно понимать, что успешное управление бизнес-экосистемой требует взаимодействия и согласования действий всех участников. Каждая организация в этой системе играет определенную роль и влияет на общую динамику развития.

Одним из ключевых субъектов управления являются платформы, которые координируют взаимодействие между различными участниками экосистемы. Они предоставляют инфраструктуру для сотрудничества, обмена ресурсами и данными. Платформы создают ценность для всех участников и способствуют устойчивому развитию бизнес-экосистемы.

Объекты управления в бизнес-экосистеме включают в себя не только материальные ресурсы, но и нематериальные активы, такие как репутация, инновации, знания. Управление объектами в рамках экосистемы направлено на создание устойчивых конкурентных преимуществ и увеличение общей ценности для всех участников.

Целью управления в бизнес-экосистеме является не только максимизация прибыли одной компании, но и создание условий для проактивного взаимодействия всех участников, увеличения рыночной доли и улучшения качества продуктов и услуг.

При выборе траектории развития бизнес-экосистемы многие компании сталкиваются с вопросом, чья прибыль является приоритетной. Важно понимать, что устойчивое развитие экосистемы возможно только при балансе интересов всех участников. Прибыль должна быть распределена таким образом, чтобы стимулировать сотрудничество, инновации и развитие.

Итак, бизнес-экосистема представляет собой сложную среду, где важную роль играют как субъекты, так и объекты управления. Понимание взаимосвязей между ними и планирование прибыли с учетом интересов всех участников является ключевым фактором успешного развития компаний в современном бизнес-мире.

Подчеркнем, что эффективное управление бизнес-экосистемой требует внимательного анализа, гибкости и постоянного взаимодействия между всеми участниками. Только таким образом компании смогут выстроить устойчивые стратегии развития и обеспечить долгосрочный успех на рынке.

В отличие от традиционных централизованных структур управления, динамическая модель управления бизнес-экосистемой базируется на принципах совместной деятельности, сотрудничества и взаимодействия между различными участниками.

Закономерности развития инновационных моделей в экономических системах, отличительные признаки их конкурентоспособности и модификации исследовали представители разных научных отечественных и зарубежных школ. Так, отечественные авторы А. Апокин, Д. Белоусов, В. Сальников, И. Фролов [1], П.А. Минакир [6] приводят неоспоримые доводы потребности России в новых технологиях в условиях долгосрочных социально-экономических вызовов; ученые в области системного анализа, к примеру Л.А. Кузнецов, приводят модели инновационного развития в теориях управления [3]; разновидности концепций архитектурных моделей экономических систем в развитии излагает К. Дрогобыцкая [2]; Б. Мильнер и Т. Орлова рассматривают организацию инновационной деятельности с позиций горизонтального и вертикального управления [5]. Некоторые авторы в трудах последних лет, к примеру О. Сухарев, очерчивают закономерности повышения конкурентоспособности инновационных систем через преодоление дисфункции управле-

ния ими [9] либо через развитие цифровых бизнес-экосистем и супераппов, к примеру Е. Тимко [10]. В трудах известных зарубежных авторов можно выделить: основы научного управления системами – у Ф. Тейлора [22]; идеи инновационного промышленного лидерства – у А. Файоля [15]; сильные стороны, уязвимости и долгосрочные приоритеты конкурентоспособности инновационных систем – у М. Портера [21]; формирование и развитие экосистем – у А. Текеля [23], А. Виллиса [25].

Так, в теории инноваций М. Портер определяет «три уровня инновационных моделей: модель инновационного лидерства (top tier countries), модель инновационной конвергенции (converging top tier innovators) и модель возникающих инноваторов (emerging innovators)» [21].

Модели инновационного лидерства предполагают технологические инновации и были присущи еще в прошлом веке США, Японии, Швейцарии, Швеции, Германии, Финляндии, Дании.

Модели инновационной конвергенции позволяют лидировать в сегментах локальных рынков Франции, Италии, Австрии, Норвегии, Великобритании, Испании, Нидерландов, Австралии и Новой Зеландии.

Модели возникающих инноваторов главным образом образуют инновационные партнерские отношения: Израиль реализует стратегические научно-исследовательские программы с США; Ирландия привлекает для развития инноваций иностранные инвестиции; производственные инновации азиатских стран используют иностранный опыт.

Инновационная модель бизнес-экосистемы является основным динамическим двигателем экономической системы, она может носить циклический характер и активизироваться на любом этапе цикличности экономики – подъеме или падении [2]. В то же время динамическую модель управления в инновационной бизнес-экосистеме можно

характеризовать как обладающую недетерминированными лидерскими признаками, поскольку она продолжает свое формирование [10].

Анализ работ отечественных и зарубежных ученых [1, 9, 10, 17, 24, 26] свидетельствует, что теория инноватики продолжает развиваться с возникновением новых проблем: управления инновациями, их влияния на результативность экономической системы, на ее динамику и конкурентоспособность, регулирование архитектуры инноваций.

Таким образом, исследование поведения экономической системы, ее закономерностей, моделей управления с выделением конкурентных преимуществ динамических моделей и их применение в практике управления инновационными бизнес-экосистемами является актуальным.

Материалы и методы

Целью исследования является выделение конкурентных преимуществ динамических моделей управления в инновационных экономических системах. Цели и задачи исследования были достигнуты с помощью различных методов научного исследования:

- функциональный метод был использован для определения поведения экономической системы;
- метод группировки научного знания был применен для группировки закономерностей развития систем;
- метод системности был использован для исследования основ теории моделей управления;
- методы научной индукции-дедукции и временных рядов были применены для выделения конкурентных преимуществ динамических моделей управления инновационными бизнес-экосистемами и их практического применения.

Эти методы помогли достичь поставленных целей и задач исследования, а также

обеспечили качественный анализ и выводы научной работы.

Исследование является продолжением публикаций авторов с применением данного методологического аппарата [18, 20].

Результаты

Инновационные бизнес-экосистемы характеризуются сосредоточением в одной сфере деятельности субъекта или могут функционировать в нескольких. В сообществе высоких технологий применяется концепция стратегического планирования бизнес-экосистемы, которая основывается на динамической модели управления.

Динамическая модель управления экономической системой есть описание экономики в развитии. Для того чтобы выделить конкурентные преимущества динамических моделей управления бизнес-экосистемами, необходимо последовательно рассмотреть поведение экономической системы, закономерности развития систем и основные этапы развития теории моделей управления.

Под конкурентными преимуществами будем понимать особенности компании, которые позволяют ей достичь лидерства на рынке, опередить конкурентов и обеспечить стабильное развитие. Данные пре-

имущества могут быть различными: это уникальные технологии, высокое качество продукции, низкая себестоимость производства, отличный сервис или уникальный опыт клиентского взаимодействия.

Динамические модели управления, в отличие от статических, ориентированы на постоянное изменение и адаптацию к внешней среде и рыночным условиям. Именно в таких моделях особенно важно иметь конкурентные преимущества, которые позволят компании на шаг опережать конкурентов и успешно выдерживать конкурентное сопоставление. Динамические модели управления могут сравниваться в конкурентном подходе с другими моделями управления. В процессе сопоставления выделяются именно те конкурентные преимущества, которые делают одну модель более успешной, эффективной и конкурентоспособной. Например, компании, использующие динамическую модель управления, могут иметь преимущество в быстрой реакции на изменения на рынке, оперативном внедрении новых технологий и гибкости в принятии стратегических решений.

Основным способом проявления активности экономической системы является выполнение ею определенных функций или, другими словами, ее поведение (рис. 1).

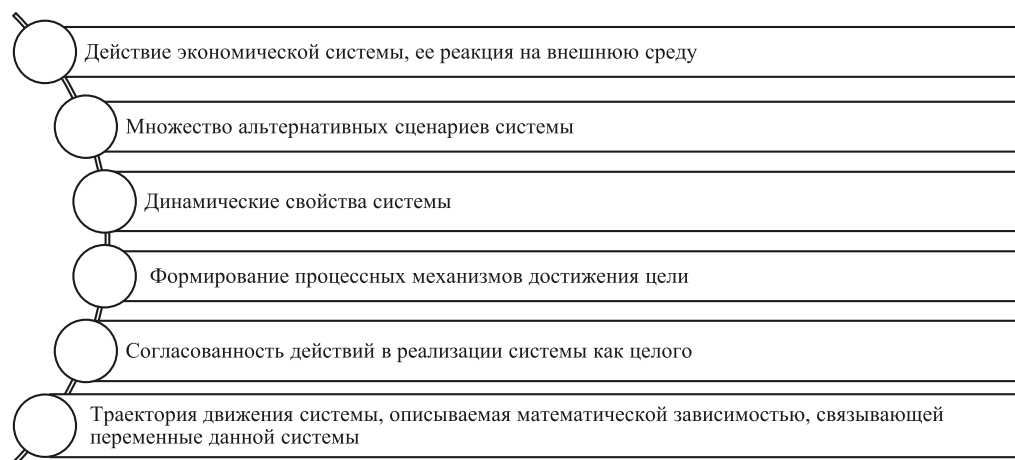


Рис. 1. Элементы поведения экономической системы

Fig. 1. Elements of the behavior of the economic system

Функция выражает упорядоченное, закономерное, организованное поведение системы и занимает важное место в ее теории. Она выражает направление активности системы.

Любое функционирование экономической системы, как и любой системы, характеризуется закономерностями, которые необходимо учитывать при проектировании модели управления. Они должны содержать характеристики принципиальных особенностей развития и функционирования сложных систем.

Закономерности условно можно разделить на 4 основные группы:

- единства части и целого;
- упорядоченности по иерархии;
- реальной осуществимости;
- потенциальной эффективности.

В закономерности единства части и целого прослеживается понимание диалектики части и целого в системе, что позволяет учитывать их лицом, принимающим решение. В закономерности упорядоченности по иерархии прослеживается связь взаимодействия системы и окружающей среды, а также разделение ее на составные части. Закономерность реальной осуществимости системы позволяет учесть выявленные в ходе анализа проблемы при разработке принципов организации и проектирования функционирования системы управления. Закономерность потенциаль-

ной эффективности – это набор оценок качественной прогнозной функциональности систем.

Изучение каждой закономерности дает возможность детально анализировать принципы создания, методы и функции развития инновационных бизнес-экосистем.

Для успешной реализации управления любой системой необходимо рассмотреть основные механизмы данного процесса и их этапы. Под механизмом понимается среда, в рамках которой осуществляется управленческая деятельность. Она включает в себя технику и систему управления.

Исходя из этого, сформулируем основные подходы к управлению бизнес-экосистемами и наглядно покажем их на рисунке 2.

Этапы развития управления бизнес-экосистемами представим на рисунке 3.

Из изложенного следует, что процесс управления экономической системой является сложным механизмом, разрабатываемым с целью достижения эффективного функционирования бизнес-экосистем в окружающей среде. Одним из ключевых аспектов бизнес-экосистемы является экологический подход, который способствует сохранению окружающей среды и улучшению экологической обстановки. Экологический подход в рамках бизнес-экосистемы предполагает интеграцию принципов ответственного потребления ресурсов, уменьшения отходов и использования экологически

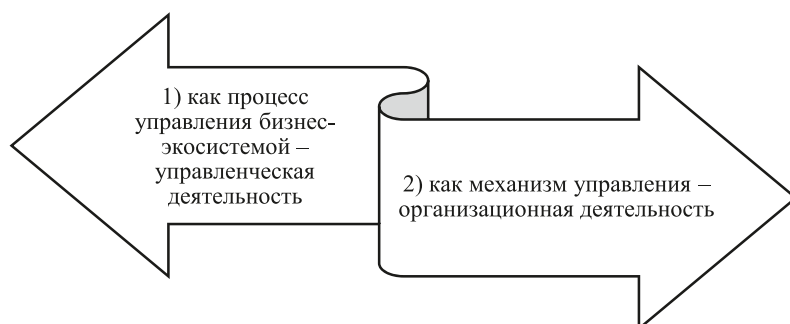


Рис. 2. Основные подходы к управлению бизнес-экосистемами

Fig. 2. The main approaches to managing business ecosystems

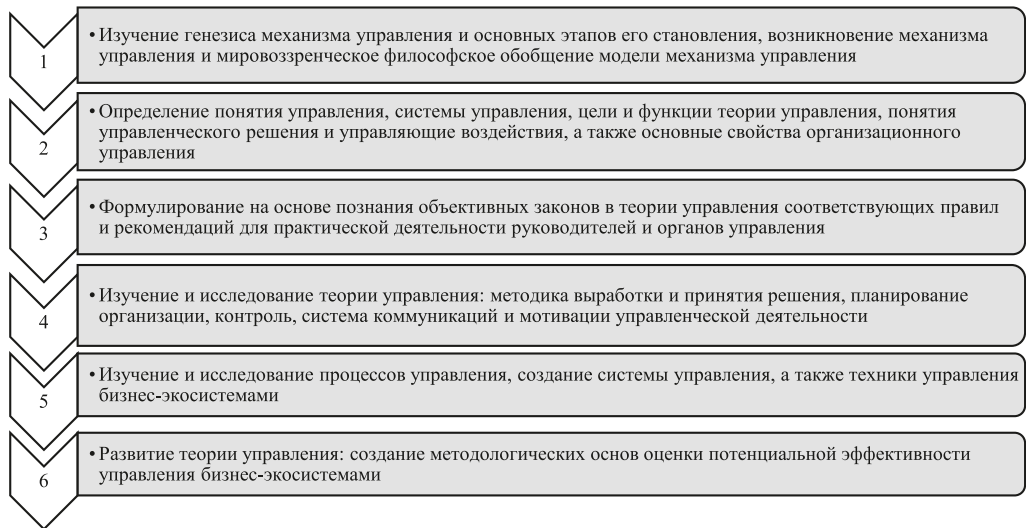


Рис. 3. Этапы развития управления бизнес-экосистемами

Fig. 3. Stages of development of business ecosystem management

чистых технологий в деятельности компаний. Это позволяет не только сократить негативное воздействие на природу, но и создать долгосрочные устойчивые модели развития.

Данный процесс можно выразить в виде динамической модели, которую задействуют в практике бизнес-экосистем. Главным условием для такого рода моделей является то, что хотя бы одна из переменных должна относиться к периоду времени, отличному от времени, к которому относятся другие ее переменные.

Подходы к построению динамических моделей управления бизнес-экосистемами могут быть осуществлены одним из двух возможных способов, представленных на рисунке 4.

В данных подходах учтены основополагающие эколого-экономические принципы бизнес-экосистем:

1. Энергоэффективность и использование возобновляемых источников энергии: компании, входящие в бизнес-экосистему, должны стремиться к снижению энергопотребления, повышению эффективности



Рис. 4. Два принципиально разных подхода к построению динамической модели управления бизнес-экосистемами

Fig. 4. Two fundamentally different approaches to building a dynamic business ecosystem management model

производственных процессов и переходу на возобновляемые источники энергии.

2. Управление отходами и циркулярная экономика: минимизация производства отходов, их переработка и повторное использование материалов способствуют сокращению негативного воздействия бизнеса на окружающую среду.

3. Социальная ответственность и участие в общественных инициативах: компании в рамках бизнес-экосистемы должны не только заботиться о природе, но и поддерживать социально значимые проекты, способствуя улучшению качества жизни общества.

Процесс управления при этом является целенаправленным, непрерывным, требует системной аналитики и целеполагания, и, таким образом, ему наиболее свойственна динамическая модель, которая обеспечивает инновационным бизнес-экосистемам конкурентоспособность.

В мире современной науки и технологий моделирование играет ключевую роль в понимании сложных систем и предсказании их поведения. Существуют два основных типа моделей – динамические и нединамические. Каждый из них имеет свои преимущества и недостатки. Рассмотрим группы преимуществ динамических моделей и то, чем они могут выиграть у своих нединамических аналогов.

Гибкость и адаптивность. Одним из основных преимуществ динамических моделей является их гибкость и способность к адаптации. В отличие от нединамических моделей, которые предполагают статичные свойства системы, динамические модели способны учитывать изменения во времени. Это означает, что при изменении входных данных или условий модель может автоматически корректироваться и предсказывать новое состояние системы.

Учет динамики процессов. Другим важным преимуществом динамических моделей является учет динамики процессов в системе. Нединамические модели могут быть по-

лезны для описания статических состояний, но они не способны передать изменения, происходящие во времени. Динамические модели позволяют моделировать эволюцию системы с учетом временных параметров, что делает их более пригодными для прогнозирования будущих состояний системы.

Улучшенная точность прогнозов. Благодаря учету временных изменений и динамики процессов динамические модели обычно обладают более высокой точностью прогнозов по сравнению с нединамическими моделями. Поскольку они способны адаптироваться к изменяющимся условиям, динамические модели могут предсказывать будущие тренды и события с большей достоверностью. Это делает их более полезными для принятия стратегических решений в различных областях от экономики до экологии.

Таким образом, динамические модели обладают рядом отличительных преимуществ, которые не может предложить нединамическое моделирование. Гибкость, адаптивность, учет динамики процессов и улучшенная точность прогнозов делают динамические модели необходимыми инструментами для анализа сложных систем. Понимание этих преимуществ поможет исследователям и специалистам выбирать наиболее подходящие методы моделирования в зависимости от поставленных задач и требований к исследованию.

Идентифицируем изложенное критериями конкурентоспособности динамических моделей и соответствующими им принципами, сведенными в таблицу 1.

Важно отметить, что международные и национальные специфики могут влиять на динамику развития бизнес-экосистем и определять необходимые условия для их успеха, а территориальные и региональные отличия могут быть очень разнообразными и зависеть от конкретного региона и отрасли.

Так, примерами территориальных и региональных отличий в динамике развития бизнес-экосистем могут служить:

Таблица 1. Отличительные конкурентные преимущества динамических моделей управления и соответствующие им принципы конкурентоспособного управления инновационными бизнес-экосистемами современности

Table 1. Distinctive competitive advantages of dynamic management models and their corresponding principles of competitive management of innovative business ecosystems of our time

Отличительные конкурентные преимущества динамических моделей управления <i>Distinctive competitive advantages of dynamic management models</i>	Принципы управления <i>Management principles</i>
Гибкость и адаптивность	
Быстрое реагирование системы управления персоналом на изменяющиеся цели объекта управления	Змеи
Взаимодействие между звеньями управления на основе решений и информации по уровням управления	Пирамиды
Приспособляемость к изменяющимся условиям внешней среды с гибким реагированием управления	Адаптивность
Быстрое принятие решений по изменению системы управления, устраняющее отклонения и конфликты	Не ждать
Учет динамики процессов	
Порядок организации, когда исходная информация поступает в центр важных управленческих решений	Централизация
Управленческая система обеспечивает детальную специализацию процессов принятия управленческих решений	Кооперация
Разумное господство стратегического апекса над операционной составляющей персонала	Разделяй и властвуй
Использование морального кодекса и внутренней философии деловой этики бизнес-экосистемы	Бизнес-культура
Улучшенная точность прогнозов	
Принятие стратегических решений базируется на теории менеджмента с учетом закономерностей управления	Научность
Установление на длительный период темпов роста, нормативов и пропорций	Планомерность
Концентрация вертикальной линейной власти у лиц, принимающих решения, когда работники получают указания и отчитываются перед одним, непосредственным руководителем	Директор принимает окончательное решение
Повышение производительности труда	Качество – это люди

1. *Уровень развития инфраструктуры*
В развитых странах более развита инфраструктура, включая доступ к финансированию, высококвалифицированной рабочей силе, исследованиям и разработкам, телекоммуникациям и логистике.
В развивающихся странах имеются ограниченные ресурсы, более низкий уровень инфраструктуры, трудности с привлечением

инвестиций и высококвалифицированных специалистов.
2. *Политическая и правовая среда*
В стабильных странах – предсказуемая политическая среда, эффективные правовые институты, защита прав интеллектуальной собственности.
В нестабильных странах – политическая нестабильность, коррупция, несовершенство

ное правовое регулирование, риск конфискации имущества.

3. Культурные особенности

Фокус на конкуренции, индивидуальной инициативе, быстром росте характеризуется индивидуалистическими культурами.

Фокус на сотрудничестве, долгосрочных отношениях, устойчивом развитии носит признаки коллективистских культур.

4. Географическое положение

Мегаполисы. Концентрация талантов, ресурсов, потребителей, более конкурентная среда.

Регионы. Более низкая конкуренция, но и ограниченный доступ к ресурсам и рынкам.

5. Специфика отраслей

Высокотехнологичные отрасли требуют высокой квалификации, финансирования, инновационной активности.

Традиционные отрасли менее требовательны к инновациям, но могут сталкиваться с проблемами конкуренции со стороны развитых стран.

Также отличия международных и национальных специфик влияют на динамичность развития бизнес-экосистем.

Международная специфика бизнес-экосистем:

- глобализация: международная конкуренция, глобальные цепочки поставок, необходимость адаптации к различным культурным контекстам;
- трансграничные экосистемы: сотрудничество между компаниями и организациями из разных стран, создание международных центров инноваций и другие.

Так, в Китае можем наблюдать быстрый рост инновационных экосистем в технологическом секторе, но недостаток интеллектуальной собственности и низкий уровень R&D. А, например, экономика США отличается наличием развитой инфраструктуры, венчурного капитала, фокусом на инновациях, но высокой конкуренцией и неравенством. Российская экономическая систе-

ма имеет характерные черты: ограниченные ресурсы, низкий уровень инноваций, но большой потенциал в энергетике, космосе, оборонной сфере.

Отсюда национальная специфика российских бизнес-экосистем:

- ограниченный доступ к финансированию: неразвитая венчурная индустрия, высокая стоимость заимствований;
- сравнительно низкий уровень инновационной активности: слабо развитая научная база, недостаток квалифицированных кадров;
- политика импортозамещения: стимулирование развития отечественных технологий, однако не всегда эффективно;
- специфические отрасли: развитая энергетика, оборонно-промышленный комплекс, космическая отрасль.

Рассмотрим мировой опыт¹ и примеры применения динамической модели в промышленной бизнес-экосистеме [6, 16]. Предположим, что у руководителя есть цель получения прибыли при помощи реализации большого количества товара. Ему необходимо обеспечить такое производство продукции в бизнес-экосистеме, чтобы полученной прибыли хватило и на закупку новых ресурсов, и на модернизацию какого-либо направления деятельности бизнес-экосистемы. Исходя из принципов управления, на начальном этапе необходимо произвести анализ работы бизнес-экосистемы и выяснить, по какой причине объем производства остается на прежнем уровне. Предположим, что причиной является нецелесообразное распределение ресурсов при производстве. В данное время бизнес-экосистемой используется модель управления ресурсами «закупил – использовал». Данная схема является линейной

¹ Рейтинг компаний по версии аналитической компании Brand Finance // Гуманитарный портал. URL: <https://gtmarket.ru/ratings/fortune-500> (дата обращения: 23.04.2024).

и не учитывает всевозможных негативных и иных факторов, влияющих на количество закупок и реализации. Суть применения динамической модели в конкретной промышленной бизнес-экосистеме будет заключаться в количестве таких временных аспектов, как спрос в настоящее время, сезонность, риски, связанные с пандемической, эпидемиологической, политической и другими сложными ситуациями, которые возникают на территории функционирования бизнес-экосистемы. В результате использования модернизированной модели руководитель будет знать, когда, сколько и чего необходимо заказать, чтобы получить максимальную прибыль при минимальных затратах.

Примерами российских бизнес-экосистем, по сути являющихся экосистемами продуктов и услуг, применивших динамическую модель управления, являются: универсальный банк «Сбер» (Москва, Россия), ООО «Яндекс» (Москва, Россия), которые анализируют и прогнозируют стоимость ценных бумаг – в чистом виде это зависимость цены от времени, а также ПАО «МТС» (Москва, Россия) и отель международного назначения «Мрия» (село Оползневое, Крым, Россия), которые применяют данный способ соответственно при прогнозировании количества абонентов и посетителей, отдыхающих и гостей при различных ситуациях, возникающих в стране и мире.

Очевидно, что динамическая модель управления находится на стадии становления, однако ее развитие продолжается.

Дискуссия

Обобщая всё вышесказанное, стоит отметить тот факт, что процесс управления имеет ряд особенностей. Рассмотрим различные научные школы, теории и взгляды ученых на процесс управления и его особенности в контексте формирования бизнес-экосистем.

Классическая школа управления

Классическая школа управления – это одна из первых научных школ, зародившаяся в начале XX века. Ее основоположники Фредерик Тейлор, Генри Файоль, Макс Вебер придавали большое значение формализации процессов, установлению четких правил и норм, иерархии и контролю. Основными принципами классической школы являются деление труда, единство командования и предпочтение порядка и стабильности. Данная школа акцентируется на эффективном управлении организацией как системой, где каждый элемент должен выполнять свою четко определенную функцию.

К примеру, *школа научного управления Ф. Тейлора* «выделила основные принципы управления, в которые входило:

- Научное изучение каждого отдельного вида трудовой деятельности.
- Отбор, тренировка и обучение рабочих и менеджеров на основе научных критериев.
- Равномерное и справедливое распределение обязанностей.
- Взаимодействие администрации с рабочими» [22].

Административная школа Г. Файоля базировалась на следующих принципах: «единоначалие (обеспечивает единство точки зрения, единство действия и единство распорядительства), разделение труда (специализация), дисциплина, единство руководства (виды деятельности, преследующие одну и ту же цель, должны иметь одного руководителя и руководствоваться общим планом), справедливость, власть и ответственность, вознаграждение, инициатива (обдумывание и выполнение плана), порядок, централизация, корпоративный дух и т.п.» [15].

Сторонники классической школы Л.А. Кузнецов [3], R. Hunter, P. Welan, N. Picard [16] придерживаются версий статических моделей управления.

Поведенческая школа управления

Поведенческая школа управления возникла как противовес классической школе и акцентировалась на аспектах взаимодействия между людьми в организации. Основатели этого направления Эльтон Майо и Абрахам Маслоу считали, что не только формальные структуры, но и социальная среда оказывает влияние на работу сотрудников [4, 19]. Поведенческая школа признает важность мотивации, коммуникации, психологического комфорта и развития персонала для успешного управления. Современные последователи этой школы О. Сухарев [9], S. Ireland [17] доказывают оптимальность динамических моделей управления.

Современные подходы к управлению в бизнес-экосистемах

Современные тенденции в управлении бизнесом акцентируют внимание на формировании бизнес-экосистем – сетей взаимосвязанных организаций, партнеров, клиентов, поставщиков и других участников, обеспечивающих взаимодействие и совместное развитие. Такие концепции, как открытые инновации, цифровизация, экосистемный подход, управление на основе данных и экосистема ценности, становятся ключевыми в современной теории управления. Эти постулаты отражены в трудах отечественных и зарубежных ученых А. Апокина, Д. Белоусова, В. Сальникова, И. Фролова [1], А.С. Дрогобыцкой, И.И. Дрогобыцкого [2], И.А. Минакира [6], G. Weyl [24], L. Zhang, S. Chen [26] и других.

Исследования и практика показывают, что эффективное управление бизнес-экосистемами требует от руководителей гибкости, умения находить компромиссы, развивать стратегические партнерства и учитывать интересы всех участников. Ключевыми качествами управленческого процесса в данном контексте являются умение стро-

ить отношения, коммуникация, адаптивность, инновационность и способность к анализу данных.

В современном мире управление бизнес-экосистемами представляет собой сложный и динамичный процесс, требующий не только знания традиционных управленческих теорий, но и способности к адаптации к быстроменяющимся условиям рынка. Главное в этом процессе – осознать, что успешное управление строится не только на технологиях и процессах, но и на взаимодействии людей и создании ценности для всех участников бизнес-экосистемы.

Итак, изучение различных научных школ и теорий управления помогает сформировать глубокое понимание процессов управления в контексте бизнес-экосистем, выявить и применить наилучшие практики для эффективного руководства в современной динамичной среде.

Дискуссия показывает, что процесс управления, как и любой другой процесс, контролируемый извне, нужно рассматривать исходя из сформированных принципов.

По-нашему мнению, в общем смысле понятие модели управления сводится к описанию экономических явлений [20], представленных в таблице 2.

Эти явления носят признаки стратегической динамики [18], интерпретируем их в контексте бизнес-экосистем.

При построении реальной динамической модели основным требованием можно считать использование временных рядов [2, 3, 5], в состав которых входит три элемента:

- 1) сезонные переменные;
- 2) тренд;
- 3) остаток (случайная переменная).

Использовать можно также экзогенные и эндогенные переменные. Экзогенные переменные бизнес-экосистемы будут включать показатели процессов демографии, макроэкономики, статистические показа-

Таблица 2. Экономические явления, включаемые в динамическую модель управления бизнес-экосистемами

Table 2. Economic phenomena included in the dynamic model of business ecosystem management

Экономическое явление <i>Economic phenomenon</i>	Характеристика <i>Characteristic</i>
Начальное экономическое состояние	Анализ экономической ситуации, внутренней и внешней среды, всевозможные взаимодействия изучаемой бизнес-экосистемы
Технологический способ производства	В данное явление входит анализ динамики: к примеру, за какое время будет произведен продукт, оказана услуга, какое количество можно произвести за определенный промежуток времени и т. д.
Критерии оптимальности	Оценка оптимальности разработанной динамической модели либо принимаемого решения. Другими словами, наибольшее удовлетворение поставленным требованиям

тели внешнего окружения, а эндогенные переменные – экономическую эффективность, производительность труда, объемы производства.

Использование термина «конкурентные преимущества» в контексте динамических моделей управления имеет смысл, так как в современном конкурентном бизнес-мире важно не только иметь эффективную стратегию управления, но и уметь выделяться на фоне конкурентов. Динамические модели управления при сравнении с другими подходами могут демонстрировать свои конкурентные преимущества, что способствует успешной конкуренции на рынке и устойчивому развитию компании в долгосрочной перспективе [10, 17].

Рассмотрим в динамике некоторые экономические показатели российских бизнес-экосистем, по сути являющихся экосистемами продуктов и услуг. Так, например, «Сбер» в последние годы активно занимался развитием своей цифровой экосистемы: «Были приобретены платформа „Работа.ру“, маркетплейс iGoods (стал базой для „СберМегаМаркет“), служба доставки Sniptor (стала базой для службы доставки „СберЛогистика“), фармацевтическая площадка Еаптека (стала базой для „Сбер Еаптека“) и другие, были запущены и новые проекты, такие как разработчик игр SberDevices и разработчик „ум-

ных“ устройств SberGames»¹. В результате «Сбер» опередил конкурентов по экономическому результату рентабельности собственного капитала и величине чистой прибыли (рентабельности), несмотря на намного превосходящую все компании рентабельность активов ПАО «МТС» и более высокую производительность труда в ООО «Яндекс» (рис. 5–8).

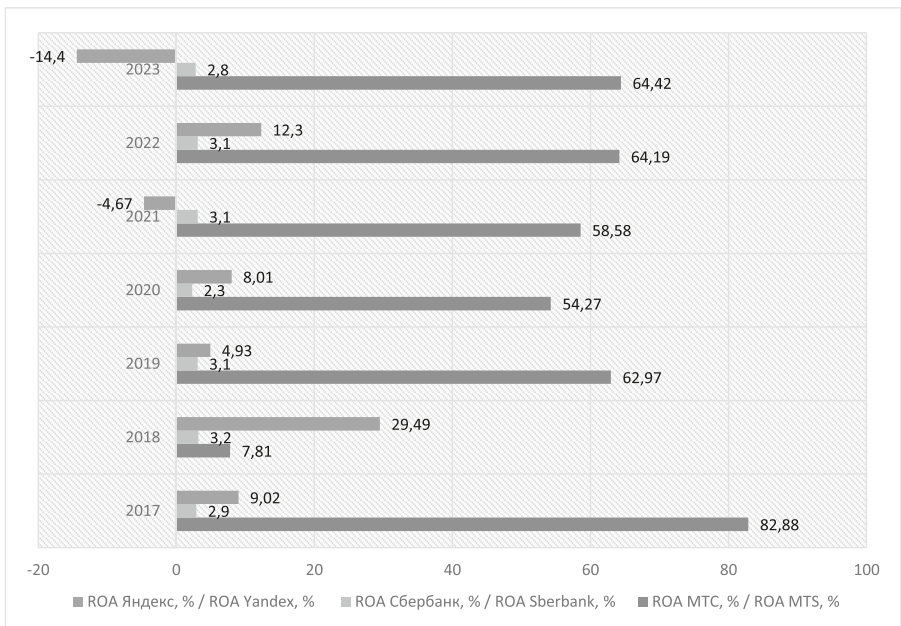
Таким образом, основным посылом нашего исследования является то, что конкурентное динамическое управление может быть универсальным процессом для успешного функционирования бизнес-экосистем и экосистем продуктов и услуг.

Выводы

Исследование показало, что эффективное управление инновационной бизнес-экосистемой требует постоянного анализа и гибкого изменения стратегии в соответствии с внешними и внутренними переменными. Динамические модели управления позволяют прогнозировать развитие бизнес-экосистемы и принимать решения на основе имеющихся данных.

Выявление подходов к управлению бизнес-экосистемами и выделение этапов раз-

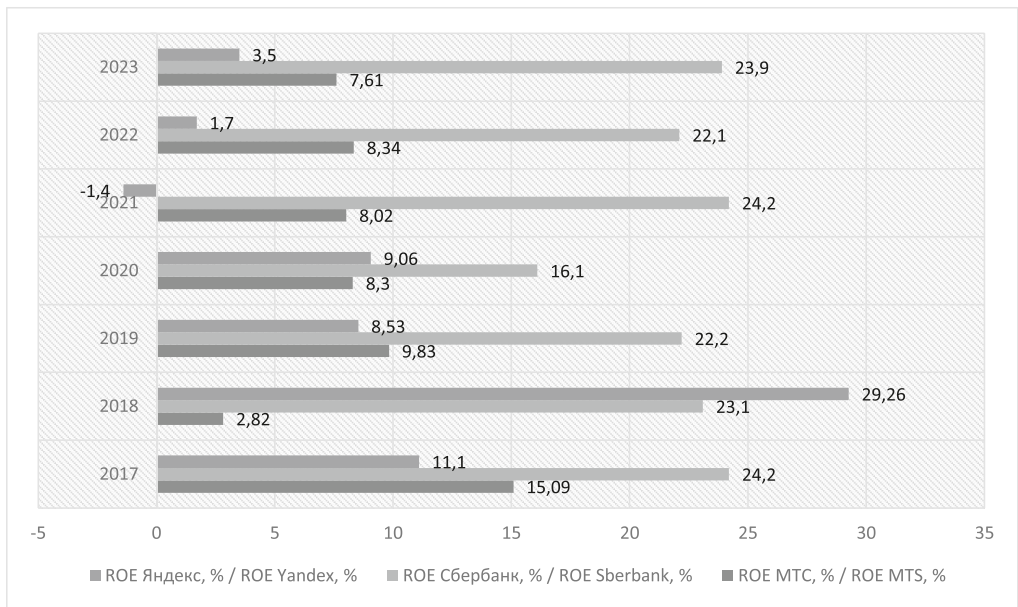
¹ Сбер: официальный сайт. URL: <https://www.sberbank.com/ru> (дата обращения: 24.04.2024).



Источник: разработано авторами на основании [7, 8, 11–14].

Рис. 5. Рентабельность активов бизнес-экосистем ООО «Яндекс», ПАО «Сбербанк» и ПАО «МТС»

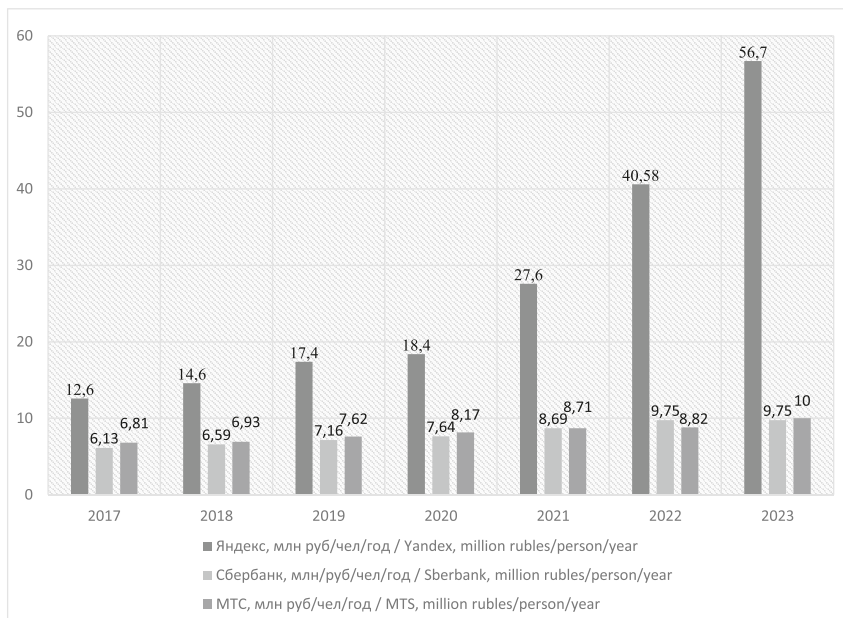
Fig. 5. Return on assets of the business ecosystems of Yandex LLC, Sberbank PJSC and MTS PJSC



Источник: разработано авторами на основании [7, 8, 11–14].

Рис. 6. Рентабельность собственного капитала бизнес-экосистем ООО «Яндекс», ПАО «Сбербанк» и ПАО «МТС»

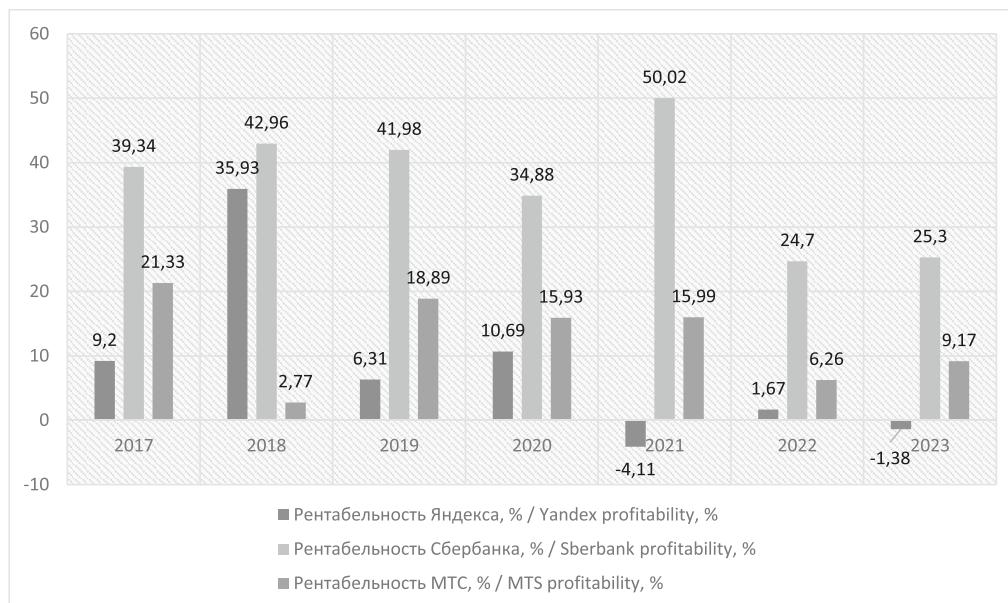
Fig. 6. Return on equity of the business ecosystems of Yandex LLC, Sberbank PJSC and MTS PJSC



Источник: разработано авторами на основании [7, 8, 11–14].

Рис. 7. Производительность труда в бизнес-экосистемах ООО «Яндекс», ПАО «Сбербанк» и ПАО «МТС»

Fig. 7. Labor productivity in the business ecosystems of Yandex LLC, Sberbank PJSC and MTS PJSC



Источник: разработано авторами на основании [7, 8, 11–14].

Рис. 8. Сравнение показателей чистой прибыли (рентабельности) в бизнес-экосистемах ООО «Яндекс», ПАО «Сбербанк» и ПАО «МТС»

Fig. 8. Comparison of net profit (profitability) indicators in the business ecosystems of Yandex LLC, Sberbank PJSC and MTS PJSC

вития управления бизнес-экосистемами позволили выделить принципиально разные подходы построения динамических моделей управления инновационной бизнес-экосистемой. Сформулированы выводы касательно экономических явлений динамических моделей управления и их определенных конкурентных преимуществ по сравнению с нединамическими, а также соответствующие им принципы конкурентоспособного управления инновационными бизнес-экосистемами современности.

Ключевые результаты исследования:

1) в процессе исследования мы установили, что основным способом проявления активности экономической системы является выполнение ею определенных функций, т. е. ее поведение;

2) характеристика принципиальных особенностей развития и функционирования экономических систем выражает закономерности систем;

3) учет закономерностей систем позволяет выбрать подход к их реализации – управленческий или организационный;

4) динамические модели управления применяются пока в крупных инновационных бизнес-экосистемах, имеющих финансовую возможность на их содержание.

Закономерности развития динамических моделей управления конкурентоспособных инновационных бизнес-экосистем можно сформулировать следующим образом:

1. Ключевые факторы успеха

Гибкость и адаптивность. Успешные экосистемы обладают способностью быстро реагировать на изменения рынка, приспосабливаться к новым технологиям и изменять свою структуру.

Коллаборация и открытость. Экосистемы характеризуются высоким уровнем взаимодействия между участниками, включая конкурентов, и открытостью к новым акторам.

Инновации и скорость. Успешные экосистемы постоянно генерируют новые идеи

и быстро внедряют их, что позволяет им опережать конкурентов.

Цифровая трансформация. Применение цифровых технологий является ключевым фактором успеха для создания эффективных и гибких экосистем.

Фокус на ценности. Экосистемы создаются вокруг конкретной ценности для клиентов, что позволяет им привлекать и удерживать их.

Экологическая ответственность. Экологический подход в бизнес-экосистеме играет важную роль в формировании устойчивых и конкурентоспособных моделей развития. Реализация принципов экологической ответственности позволяет компаниям создавать ценность не только для себя, но и для общества в целом.

2. Модели управления

Динамическое управление. Эффективное управление экосистемами требует динамического подхода, который позволяет адаптироваться к изменениям и поддерживать равновесие между различными интересами участников.

Децентрализованное управление. Распределенное управление позволяет экосистемам быть более гибкими и реагировать на изменения быстрее.

Роль лидера. В экосистеме необходимо наличие лидера, который может устанавливать правила игры, стимулировать инновации и координацию действий.

3. Вызовы и ограничения

Сложность управления. Управление экосистемами является сложной задачей, которая требует опыта и специальных навыков.

Конфликты интересов. Между участниками экосистемы могут возникать конфликты интересов, что может угрожать ее стабильности.

Риски кибербезопасности. Цифровая трансформация экосистем создает новые риски кибербезопасности.

Недостаток кадров. Нехватка специалистов с опытом управления экосистемами может препятствовать их развитию.

Практическая значимость исследования демонстрируется опытом применения на практике динамической модели управления крупными российскими бизнес-экосистемами, являющимися очевидно конкурентоспособными. Для успешной реализации избранной динамической модели управления в практике любой бизнес-экосистемы необходимо последовательно рассматривать основные механизмы данного процесса и верифицировать этапы управления, математически преобразуя динамические процессы.

Рекомендации для различных участников экосистем, включая компании и организации, государственные учреждения, академические и образовательные учреждения, предпринимателей и стартапы, консалтинговые компании и экспертов, общественные и некоммерческие организации, т. е. широкому кругу заинтересованных сторон, стремящихся к развитию и оптимизации экосистем в различных сферах:

1. Развитие гибких и адаптивных моделей управления. Необходимо разрабатывать новые модели управления, которые позволят экосистемам быстро реагировать на изменения и приспосабливаться к новым условиям.

2. Поощрение коллаборации и открытости. Важно создавать условия для взаимодействия между участниками экосистемы, включая конкурентов, и открытость для новых акторов.

3. Инвестирование в инновации и цифровые технологии. Необходимо инвестировать в развитие новых технологий и цифровую трансформацию экосистем, что позволит им опережать конкурентов.

4. Фокус на ценности для клиентов. Экосистемы должны создаваться вокруг конкретной ценности для клиентов, что позволит им привлекать и удерживать их.

5. Развитие компетенций в управлении экосистемами. Необходимо инвестировать в обучение и подготовку специалистов с опытом управления экосистемами.

Дальнейшие исследования, необходимые для углубления темы и получения расширенного результата:

1. Изучение конкретных примеров успешных экосистем. Важно провести глубокий анализ конкретных экосистем, изучить их структуру, модели управления и факторы успеха.

2. Исследование влияния цифровых технологий на развитие экосистем. Необходимо провести исследования, чтобы определить, как цифровые технологии изменяют структуру и функционирование экосистем.

3. Разработка методов измерения конкурентоспособности экосистем. Важно разработать методы измерения конкурентоспособности экосистем, чтобы оценить их эффективность и потенциал для дальнейшего развития.

В заключение следует отметить, что развитие конкурентоспособных инновационных бизнес-экосистем является ключевым фактором успеха в современной экономике. Для создания успешных экосистем необходимо использовать динамические модели управления, которые позволят им быстро реагировать на изменения и приспосабливаться к новым условиям. Важно поощрять коллаборацию и открытость между участниками, инвестировать в инновации и цифровые технологии и фокусироваться на ценности для клиентов.

Практические результаты проведенного исследования могут быть использованы, в частности, в перспективе для многоотраслевых (многосекторных) моделей развития экономики, поскольку динамические модели управления продолжают свое развитие. Дальнейшие исследования в этой области помогут разработать более эффективные стратегии для развития конкурентоспособных инновационных бизнес-экосистем.

Список литературы

1. Апокин А., Белоусов Д., Сальников В., Фролов И. Долгосрочные социально-экономические вызовы России и потребность в новых технологиях // Форсайт. 2015. Т. 9. № 4. С. 6–17. DOI: 10.17323/1995-459X.2015.4.6.17.
2. Дрогобыцкая К.С., Драгобыцкий И.Н. Архитектурные модели экономических систем: монография. – М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 301 с.
3. Кузнецов Л.А. Модели инновационного развития в контексте цифровой трансформации бизнеса // Инновации и инвестиции. 2018. № 9. С. 30–32.
4. Маслоу А.Х. Мотивация и личность: пер. с англ. – СПб.: Питер, 2012. – 351 с. (Мастера психологии).
5. Мильнер Б.З., Орлова Т.М. Организация инновационной деятельности: горизонтальные связи и управление: монография. – М.: ИНФРА-М, 2022. – 288 с. (Научная мысль).
6. Минакир П.А. Российская экономика: стратегический вектор развития // Регионалистика. 2024. Т. 11. № 1. С. 69–81. DOI: 10.14530/reg.2024.1.69.
7. МТС (MTSS): годовая финансовая отчетность МСФО [Электронный ресурс] // Смартлаб. URL: <https://smart-lab.ru/q/MTSS/f/y/MSFO/> (дата обращения: 23.04.2024).
8. Расчет ликвидности – как определить платежеспособность бизнеса [Электронный ресурс] // ПланФакт. 23.04.2021. URL: <https://planfact.io/blog/posts/raschet-likvidnosti-kak-opredelit-platyezhesposobnost-biznesa> (дата обращения: 24.04.2024).
9. Сухарев О.С. Дисфункции экономических систем и управления. – М.: Огни, 2016. – 977 с.
10. Тимко Е. Экосистемы и супераппы: будущее потребительских рынков [Электронный ресурс] // vc.ru. 19.11.2020. URL: <https://vc.ru/services/178855-ekosistemy-i-superappy-budushchee-potrebitelskih-rynkov> (дата обращения: 23.04.2024).
11. Устойчивость и надежность банка. Финансовый анализ банка СБЕРБАНК [Электронный ресурс] // АНАЛИЗ БАНКОВ. Портал банковского аналитика. URL: <https://analizbankov.ru/?BankId=sberbank-1481&BankMenu=nadezhnost> (дата обращения: 24.04.2024).
12. Яндекс (YNDX): годовая финансовая отчетность МСФО [Электронный ресурс] // Смартлаб. URL: <https://smart-lab.ru/q/YNDX/f/y/> (дата обращения: 24.04.2024).
13. Ясакова Е. Эксперты назвали компании с признаками экосистем. Они конкурируют между собой в развитии онлайн-торговли, контента и финсервисов [Электронный ресурс] // РБК. 01.02.2022. URL: https://www.rbc.ru/technology_and_media/01/02/2022/61f3d76f9a794775ff544309 (дата обращения: 24.04.2024).
14. Yandex N.V. Годовые отчеты [Электронный ресурс] // Центр раскрытия корпоративной информации. URL: <https://www.e-disclosure.ru/portal/files.aspx?id=34514&type=2> (дата обращения: 24.04.2024).
15. Fayol H. Administration Industrielle et Generale // Wikisource. URL: https://fr.wikisource.org/wiki/Administration_industrielle_et_générale (дата обращения: 28.04.2024).
16. Hunter R., Welan P., Liu K., Picard N., Ethridge D. Global Top 100 companies by market capitalisation // PwC. URL: <https://www.pwc.com/cl/es/publicaciones/assets/2019/global-top-100-companies-2019.pdf> (дата обращения: 28.10.2024).
17. Ireland S. The World's 100 Best-Performing Companies, 2020 // Geo World. May 16, 2020. URL: <https://ceoworld.biz/2019/06/28/the-top-100-best-performing-companies-in-the-world-2019> (дата обращения: 25.04.2024).
18. Kirilchuk S.P., Nalivaychenko E.V. Achieve synergy of the effects of innovation in the information business // Proceedings of the International Scientific-Practical Conference on Transformation of Corporate Governance Models under the New Economic Reality. 2020. Vol. 89. P. 1–7. DOI: 10.1051/shsconf/20208905004.
19. Mayo E. The human problems of an industrial civilization. – New York: Viking Press, 1933. – 187 p.
20. Nalivaychenko E.V., Kirilchuk S.P., Skorobogatova T.N., Cherniavaia A.L., Kaminskaya A.O. Challenges of Strategic Planning at a Modern Enterprise // AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research. 2020. No. 1. S11. P. 43–46.

21. Porter M.E. U.S. Competitiveness 2001: Strengths, Vulnerabilities and Long-Term Priorities. Council on competitiveness. – Washington, 2001. – 78 p. URL: https://openlibrary.org/books/OL3965020M/U_S_competitiveness_2001 (дата обращения: 25.04.2024).
22. Taylor F.W. The Principles of Scientific Management. – New York; London: Harper & Brothers Publishers, 1919. – 152 p.
23. Tansley A.G. The British Islands and their vegetation. – Cambridge: Cambridge University Press, 1939. – 228 p.
24. Weyl G. A price theory of multi-sided platforms // American Economic Review. 2010. Vol. 100. No. 4. P. 1642–1672. DOI: 10.1257/aer.100.4.1642.
25. Willis A.J. The ecosystem: An evolving concept // Functional Ecology. 1997. Vol. 11. No. 2. P. 268–271. DOI: 10.1111/j.1365-2435.1997.00081.x.
26. Zhang L., Chen S. China's Digital Economy: Opportunities and Risks. IMF Working Paper Series, 2019. WP/19/16. – 24 p.

Сведения об авторах

Кирильчук Светлана Петровна, ORCID 0000-0001-6888-1981, докт. экон. наук, профессор, заведующая кафедрой экономики предприятия Института экономики и управления, Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского, Симферополь, Россия, skir12@yandex.ru

Наливайченко Екатерина Владимировна, ORCID 0000-0003-0578-5997, докт. экон. наук, профессор, профессор кафедры экономики предприятия Института экономики и управления, Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского, Симферополь, Россия, katnaliv@yandex.ru

Головчанская Елена Эдуардовна, ORCID 0000-0001-8824-9326, канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры менеджмента, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва, Россия, golovchanskaja2011@yandex.ru

Чернявая Анна Леонидовна, ORCID 0000-0003-3031-3027, канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры экономики предприятия Института экономики и управления, Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского, Симферополь, Россия, angelanna_07@mail.ru

Мурасов Сулейман Дияверович, ORCID 0000-0002-3925-0264, аспирант кафедры экономики предприятия Института экономики и управления, Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского, Симферополь, Россия, murasov2014@gmail.com

Статья поступила 27.05.2024, рассмотрена 07.06.2024, принята 21.06.2024

References

1. Apokin A., Belousov D., Salnikov V., Frolov I. Long-term Socioeconomic Challenges for Russia and Demand for New Technology. *Forsait=Foresight*, 2015, vol.9, no.4, pp.6-17 (in Russian). DOI: 10.17323/1995-459X.2015.4.6.17.
2. Drohobytskaya K.S., Dragobytsky I.N. *Arkhitekturnye modeli ekonomicheskikh sistem: monografiya* [Architectural models of economic systems: monograph]. Moscow, *Vuzovskii uchebnik, NITs INFRA-M Publ.*, 2014, 301 p.
3. Kuznetsov L.A. Models of innovational development in the context of digital transformation of business. *Innovatsii i investitsii=Innovations and Investments*, 2018, no.9, pp.30-32 (in Russian).
4. Maslow A.H. *Motivatsiya i lichnost'* [Motivation and personality]. Trans. from English. St. Petersburg, *Piter Publ.*, 2012, 351 p. (*Mastera psikhologii*).
5. Milner B.Z., Orlova T.M. *Organizatsiya innovatsionnoi deyatel'nosti: gorizonta'nye svyazi i upravlenie: monografiya* [Organization of innovative activity: horizontal communications and management: monograph]. Moscow, *INFRA-M Publ.*, 2022, 288 p. (*Nauchnaya mys'*).

6. Minakir P.A. The Russian economy: A strategic vector of development. *Regionalistica*=Regionalistics, 2024, vol.11, no.1, pp.69-81 (in Russian). DOI: 10.14530/reg.2024.1.69.
7. MTS (MTSS): *godovaya finansovaya otchetnost' MSFO* [MTS (MTSS): Annual financial statements of IFRS]. *Smartlab*. Available at: <https://smart-lab.ru/q/MTSS/f/y/MSFO/> (accessed 23.04.2024).
8. *Raschet likvidnosti – kak opredelit' platezhesposobnost' biznesa* [Calculation of liquidity – how to determine the solvency of a business]. *PlanFakt*, 23.04.2021. Available at: <https://planfact.io/blog/posts/raschet-likvidnosti-kak-opredelit-platezhesposobnost-biznesa> (accessed 24.04.2024).
9. Sukharev O.S. *Disfunktsii ekonomicheskikh sistem i upravleniya* [Dysfunctions of economic systems and management]. Moscow, *Ogni Publ.*, 2016, 977 p.
10. Timko E. *Ekosistemy i superappy: budushchee potrebitel'skikh rynkov* [Ecosystems and superapps: The future of consumer]. *vc.ru*, 19.11.2020. Available at: <https://vc.ru/services/178855-ekosistemy-i-superappy-budushchee-potrebitelskikh-rynkov> (accessed 23.04.2024).
11. *Ustoichivost' i nadezhnost' banka. Finansovyi analiz banka SBERBANK* [Stability and reliability of the bank. Financial analysis of SBERBANK bank]. *ANALIZ BANKOV. Portal bankovskogo analitika*. Available at: <https://analizbankov.ru/?BankID=sberbank-1481&BankMenu=nadezhnost> (accessed 24.04.2024).
12. *Yandex (YNDX): godovaya finansovaya otchetnost' MSFO* [Yandex (YNDX): Annual financial statements of IFRS]. *Smartlab*. Available at: <https://smart-lab.ru/q/YNDX/f/y/> (accessed 24.04.2024).
13. Yasakova E. *Eksperty nazvali kompanii s priznakami ekosistem. Oni konkuriruyut mezhdu soboi v razvitii onlain-torgovli, kontenta i finansirovaniya* [Experts named companies with signs of ecosystems. They compete with each other in the development of online commerce, content and financial services]. *RBK*, 01.02.2022. Available at: https://www.rbc.ru/technology_and_media/01/02/2022/61f3d76f9a794775ff544309 (accessed 24.04.2024).
14. *Yandex N.V. Godovye otchety* [Yandex N. V. Annual reports]. *Tsentralnaya raskrytiya korporativnoi informatsii*. URL: <https://www.e-disclosure.ru/portal/files.aspx?id=34514&type=2> (accessed 24.04.2024).
15. Fayol H. *Administration Industrielle et Generale*. Wikisource. Available at: https://fr.wikisource.org/wiki/Administration_industrielle_et_générale (accessed 28.04.2024).
16. Hunter R., Welan P., Liu K., Picard N., Ethridge D. Global Top 100 companies by market capitalisation. PwC. Available at: <https://www.pwc.com/cl/es/publicaciones/assets/2019/global-top-100-companies-2019.pdf> (accessed 28.10.2024).
17. Ireland S. The World's 100 Best-Performing Companies, 2020. *Geo World*, May 16, 2020. Available at: <https://ceoworld.biz/2019/06/28/the-top-100-best-performing-companies-in-the-world-2019> (accessed 25.04.2024).
18. Kirilchuk S.P., Nalivaychenko E.V. Achieve synergy of the effects of innovation in the information business. Proceedings of the International Scientific-Practical Conference on Transformation of Corporate Governance Models under the New Economic Reality, 2020, vol.89, pp.1-7. DOI: 10.1051/shsconf/20208905004.
19. Mayo E. The human problems of an industrial civilization. New York, Viking Press, 1933, 187 p.
20. Nalivaychenko E.V., Kirilchuk S.P., Skorobogatova T.N., Cherniavaia A.L., Kaminskaya A.O. Challenges of Strategic Planning at a Modern Enterprise. *AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research*, 2020, no.1, s11, pp.43-46.
21. Porter M. E. U.S. Competitiveness 2001: Strengths, Vulnerabilities and Long-Term Priorities. Council on competitiveness. Washington, 2001, 78 p. Available at: https://openlibrary.org/books/OL3965020M/U._S._competitiveness_2001 (accessed 25.04.2024).
22. Taylor F.W. The Principles of Scientific Management. New York; London, Harper & Brothers Publishers, 1919, 152 p.
23. Tansley A.G. The British Islands and their vegetation. Cambridge, Cambridge University Press, 1939, 228 p.

24. Weyl G. A price theory of multi-sided platforms. *American Economic Review*, 2010, vol.100, no.4, pp.1642-1672. DOI: 10.1257/aer.100.4.1642.
25. Willis A.J. The ecosystem: An evolving concept. *Functional Ecology*, 1997, vol.11, no.2, pp.268-271. DOI: 10.1111/j.1365-2435.1997.00081.x.
26. Zhang L., Chen S. China's Digital Economy: Opportunities and Risks. WP/19/16. IMF Working Paper Series, 2019, 24 p.

About the authors

Svetlana P. Kirilchuk, ORCID 0000-0001-6888-1981, Dr. Sci. (Econ.), Professor, Head of Enterprise Economics Department at the Institute of Economics and Management, V. I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol, Russia, skir12@yandex.ru

Ekaterina V. Nalivaychenko, ORCID 0000-0003-0578-5997, Dr. Sci. (Econ.), Professor, Enterprise Economics Department at the Institute of Economics and Management, V. I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol, Russia, katnaliv@yandex.ru

Elena E. Golovchanskaya, ORCID 0000-0001-8824-9326, Cand. Sci. (Econ.), Associate Professor, Management Department, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia, golovchanskaja2011@yandex.ru

Anna L. Cherniavaia, ORCID 0000-0003-3031-3027, Cand. Sci. (Econ.), Associate Professor, Enterprise Economics Department at the Institute of Economics and Management, V. I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol, Russia, angelanna_07@mail.ru

Suleyman D. Murasov, ORCID 0000-0002-3925-0264, Postgraduate, Enterprise Economics Department at the Institute of Economics and Management, V. I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol, Russia, murasov2014@gmail.com

Received 27.05.2024, reviewed 07.06.2024, accepted 21.06.2024

DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-5-81-97

Моделирование результатов деятельности интегрированной структуры с вертикальным и горизонтальным взаимодействием фирм на рынке

С.Н. Любященко^{1*}

¹Новосибирский государственный университет экономики и управления (НГУЭУ), Новосибирск, Россия

*lubsofia@yandex.ru

Аннотация. Необходимость восстановления и создания новых производственных цепочек в машиностроительном и других комплексах требует моделирования конечных результатов деятельности таких структур. В связи с этим методология анализа интегрированных производственных цепей нуждается в дальнейшем совершенствовании. Объектом исследования является технологическая цепь с полной интеграцией участников, в которой изучается степень влияния кумулятивного характера роста издержек на результаты работы системы. Объемы выпуска конечных продуктов участниками цепи предлагается определять на основе функций спроса. Статья посвящена обоснованию механизма получения дополнительной прибыли системой за счет направления части прибыли на снижение издержек производства. Установлено влияние данного процесса на объемы конечного продукта системы и рыночные цены. В статье в качестве формального инструмента описания деятельности производственно-технологических цепей впервые использовано матричное моделирование, построенное на основе методологии формирования межотраслевого баланса. Результаты исследования показали, что в интегрированной системе с вертикальными и горизонтальными взаимосвязями фирм направление части общей прибыли на мероприятия по снижению издержек является оправданным. Однако существует эффективный (пороговый) уровень прибыли, отклонение от которого ухудшает параметры работы всей цепи: цены, объемы производства, прибыль. Модель, построенная на принципах межотраслевого баланса, позволяет объяснить инвестиционные процессы в интегрированных цепях любой конфигурации. Результаты исследования вносят вклад в понимание механизма оптимальной инвестиционной деятельности производственно-хозяйственных комплексов.

Ключевые слова: производственно-технологическая цепь, вертикальная интеграция в промышленности, конкурентоспособность производителей, эффективность промышленных предприятий, методология анализа промышленных комплексов, матричное моделирование, кооперация, инвестиции, экономические результаты

Для цитирования: Любященко С.Н. Моделирование результатов деятельности интегрированной структуры с вертикальным и горизонтальным взаимодействием фирм на рынке // Современная конкуренция. 2024. Т. 18. № 5. С. 81–97. DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-5-81-97

Modeling the Performance of an Integrated Structure with Vertical and Horizontal Interaction of Firms in the Market

S. Lyubyashenko^{1*}

¹*Novosibirsk State University of Economics and Management (NSUEM), Novosibirsk, Russia*

^{*}*lubsofia@yandex.ru*

Abstract. The need to restore and create new production chains in machine-building and other complexes requires modeling the final results of the activities of such structures. In this regard, the methodology of the analysis of integrated production chains needs further improvement. The object of the study is a technological chain with full integration of participants, in which the degree of influence of the cumulative nature of cost growth on the results of the system is studied. It is proposed to determine the volume of output of end products by participants in the chain based on demand functions. The article is devoted to substantiating the mechanism of obtaining additional profit by the system by directing part of the profit to reduce production costs. The influence of this process on the volume of the final product of the system and market prices has been established. The article uses matrix modeling as a formal tool for describing the activities of production and technological chains, based on the methodology of forming an intersectoral balance. The results of the study showed that in an integrated system with vertical and horizontal interconnections of firms, directing part of the total profit to cost reduction measures is justified. However, there is an effective (threshold) profit level, deviation from which worsens the parameters of the entire chain: prices, production volumes, profit. The model, based on the principles of intersectoral balance, makes it possible to explain investment processes in integrated chains of any configuration. The results of the study contribute to understanding the mechanism of optimal investment activity of industrial and economic complexes.

Keywords: manufacturing and technological chain, vertical integration in industry, competitiveness of manufacturers, efficiency of industrial enterprises, methodology of analysis of industrial complexes, matrix modeling, cooperation, investments, economic results

For citation: Lyubyashenko S. Modeling the Performance of an Integrated Structure with Vertical and Horizontal Interaction of Firms in the Market. *Sovremennaya konkurentsia*=Journal of Modern Competition, 2024, vol.18, no.5, pp.81-97 (in Russian). DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-5-81-97

Введение

Промышленная политика сегодня ориентирована на образование инновационных производств, импортозамещение и обеспечение технологического суверенитета страны. Вопросы восстановления производственно-технологических цепочек, а также создания и проектирования новых под потребности рынка занимают заметное место в тематике совершенство-

вания организации производства сложной, высокотехнологичной продукции. Неэффективное управление цепями поставок и сбои в их работе могут привести к финансовым потерям в размере 62%, а снижение затрат всей цепочки поставок с 9 до 4% может удвоить прибыль [25].

Дифференциация продукции и производственных процессов сложных структур с горизонтальными и вертикальными связями

(ГВС) требует адекватного инструментария для их изучения. В связи с этим целью исследования является обоснование экономического механизма получения дополнительной прибыли системой за счет ее частичного инвестирования в мероприятия по снижению затрат. Необходимо решить следующие задачи: 1) определить влияние данного процесса на объемы конечного продукта системы и рыночные цены; 2) рассмотреть сценарии инвестиционного процесса производственно-технологического комплекса; 3) установить оптимальный объем инвестиций в мероприятия по снижению затрат.

Исследование базируется на положениях теории организации производства, экономики фирмы, экономики отраслевых рынков.

Планирование и прогнозирование инвестиционной деятельности на уровне фирм оказывает влияние на промышленный потенциал отрасли и должно строиться на основе анализа целевых ориентиров инвесторов. Использование математического моделирования и различных стратегий и методологии межотраслевого баланса (МОБ) позволяет изучить и понять экономические мотивы инвестирования в рамках интегрированной производственной цепи, выбрать эффективный уровень инвестиций и учесть интересы фирм в цепи.

Теоретический обзор

Создание надежных производственно-технологических цепочек является важнейшим фактором повышения конкурентоспособности отечественных предприятий, что, в свою очередь, влияет на технологический суверенитет страны. Их устойчивость достигается в результате различных способов интеграции и кооперации.

В теории организации промышленности и на практике можно наблюдать широкое разнообразие экономических отношений между субъектами рынка, которые лежат в двух плоскостях: по вертикали и по гори-

зонтали. Когда речь идет об иерархических связях, то имеется в виду вертикальная интеграция. Поскольку фирмы также выстраивают отношения и в рамках одной отрасли (рынка), соперничают или кооперируются, то такие взаимодействия в литературе называют горизонтальными [7]. В основе анализа производственно-технологических комплексов сложной структуры лежит поиск наиболее эффективных механизмов их функционирования в условиях современных вызовов и угроз. В связи с этим в последние годы возрастает внимание ученых к изучению таких объектов промышленности.

Исследования в рамках институциональной экономики фирмы обычно рассматривают вертикальную интеграцию как эффективный способ устранения разногласий при заключении контрактов. Этот подход часто ассоциируется с работами Р. Коуза [20] и Уильямсона [30–32]. Р. Коуз обосновывает масштабы фирм и пределы их роста на основе анализа транзакционных издержек и внутренних издержек контроля [20]. О. Уильямсон рассматривает три формы экономической организации – рыночную, гибридную и иерархическую с позиции анализа механизмов координации и контроля и разных способов адаптации к нарушениям [30–32]. Кроме того, каждая общая форма поддерживается и определяется особым типом договорного права.

Теория интеграции берет начало с модели прав собственности Харта и других ученых [21–24, 29], которая позволяет делать предположения о границах заключения контрактов. С помощью модели предпринимается попытка объяснить, как интеграция влияет на стимулы фирм к осуществлению инвестиционной деятельности, а именно кооперативных специфических инвестиций, степень риска которых существенно выше эгоистических специфических инвестиций [2, 22]. Вероятность вертикальной интеграции, а также заключения долгосрочных контрактов повышается, чем более специфичны инвестиции.

Таким образом, специфичность активов рассматривается как важнейшая составляющая решения об интеграции. Например, особенности активов приводят к вертикальной интеграции фирм, производящих автомобили, с фирмами, производящими огромную номенклатуру комплектующих (мотивацией служит использование эффекта масштаба и надежность поставок), трубопроводов с нефтедобывающими и перерабатывающими фирмами и т.п. Количественные измерения вертикальной интеграции фирм сопряжены с большими трудностями, связанными не только с отсутствием доступности к реальным статистическим данным. В вертикально интегрированные структуры входят не только те фирмы, по которым прослеживаются видимые вертикально интегрированные связи. Наиболее важные изменения в плане вертикального интегрирования могут иметь место в случае не только самого факта проникновения фирм, но и его глубины в те отрасли, которые технологически не связаны с основным видом их деятельности.

В некоторых работах, вслед за Стиглером (1950), в качестве обоснования интеграции внимание ученых концентрируется на экономии от масштаба в результате специализации производства [28]. На практике вертикальная интеграция не ограничивается поставщиком, представленным в единственном числе. Суть веерной схемы снабжения (число поставщиков больше, чем один) создает соперничество и повышает средний уровень качества поставок, что способствует проведению политики инвестирования покупателем в поставщиков для поддержания отношений, с одной стороны, и увеличивает эффективность функционирования интегрированной системы в целом – с другой.

В исследованиях на основе методологии теории отраслевых рынков используется другой подход, который акцентирует внимание на стратегических мотивах интеграции фирм, что в итоге усиливает их ры-

ночную власть, и рассматриваются источники и последствия доминирующего положения фирм на рынке конечной и промежуточной продукции. Вопросы функционирования вертикально и горизонтально интегрированных фирм с позиции конкурентной и антимонopolной политики глубоко рассмотрены в работах российских и зарубежных авторов [1, 4, 8, 17, 18, 28, 29]. Авторы затрагивают вопросы влияния монополной власти хорошо организованных цепей поставок на цены и объемы выпуска продукции, а также общественное благосостояние.

Показано, что объединение фирм и совместная деятельность приводят к более высоким результатам деятельности интегрированных цепей поставок за счет повышения их конкурентоспособности [12, 14, 27]. К противоположным выводам пришли Йи Лу и Чжиган Тао [26]. Рассматривая вертикальную границу роста фирм на основе данных по промышленности Китая, они пришли к выводу, что решение о вертикальной интеграции определяется эндогенно, а степень вертикальной интеграции оказывает негативное влияние на продажи фирмы, долю рынка и производительность, но положительно влияет на конечную цену товара.

Другая смежная область исследований, которая также изучает ГВС, – это управление цепями поставок. Большое количество работ посвящено проблемам логистического менеджмента: экономии на издержках, оптимизации структуры цепей с целью их бесперебойной работы [5, 16].

Ряд вопросов, касающихся выбора формы взаимодействия предприятий в цепи поставок, исследованы в работе С.П. Петрова и В.М. Гильмундинова. В качестве альтернативы рыночному взаимодействию рассматриваются вертикальная интеграция и вертикальные ограничивающие соглашения, а также вводится категория интеграции цепочек поставок [9]. При интеграции стратегической задачей всей системы является максимизация общей прибыли, а не отдельных фирм,

входящих в нее [19], а также повышение конкурентоспособности за счет более низких затрат [33]. Вертикальные ограничивающие соглашения «позволяют партнерам, оставаясь формально независимыми, достигать тех же результатов, которые обеспечивает вертикальная интеграция» [2].

Всё больше внимания уделяется концепции «бизнес-экосистем», которые также используют цепочки поставок и отношения, представляющие собой нечто среднее между интеграцией и договором [6, 13, 15]. Авторы делают акцент на использовании информационных технологий как драйвера роста экономики [9].

Вопросы анализа межотраслевых взаимодействий поднимаются в трудах отечественных и зарубежных экономистов. Применению МОБ на практике посвящены работы А.Г. Аганбегяна и А.Г. Гранберга [3]. У Ильина и соавторов предпринята попытка использования методологии межотраслевого баланса для укрепления промышленного потенциала страны в современных условиях индустриализации, а для этого необходимо эффективное управление развитием вертикально интегрированных структур [4].

Таким образом, вертикально и горизонтально интегрированные фирмы изучаются с разных сторон. Вместе с тем обзор литературы по проблеме проектирования и эффективного функционирования сложных промышленных комплексов позволяет сделать вывод о фрагментарности и малочисленности исследований в этой сфере. Смежные исследования рассматривают лишь отдельные аспекты процесса функционирования ГВС.

Постановка задачи

Разнообразие продукции и производственных процессов порождает дифференцированные структуры производственно-технологических цепей и создает значительные трудности при их изучении как

сложных объектов и типизации рациональных решений. Изучение таких систем требует рассмотрения комплекса сложных взаимосвязанных вопросов. Результаты функционирования таких систем существенным образом зависят от организации структуры и степени экономической интеграции участников: полная, частичная или с экономической самостоятельностью участников.

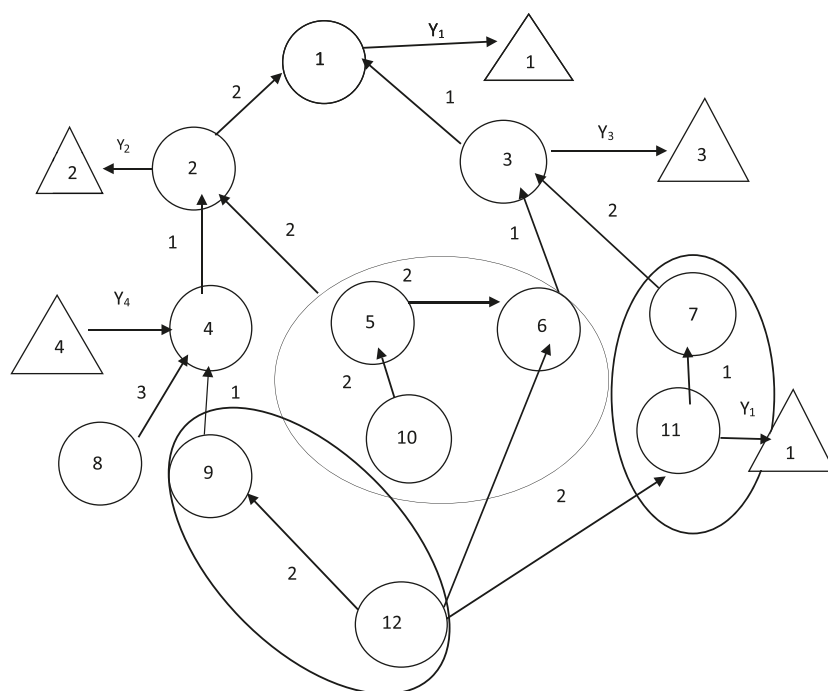
Другим принципиально важным вопросом является длина цепочки, т.е. количество последовательных уровней (участников) в цепи, что определяет степень влияния кумулятивного характера роста издержек на результаты работы системы. Важным направлением здесь является объединение и укрупнение фирм, т.к. передача продукции в системах с неполной интеграцией будет осуществляться внутри этих фирм по внутренним ценам, равным издержкам. Поскольку системы организуют свою деятельность в рыночной среде, то изучение их эффективного функционирования требует использования в модельных построениях функций спроса на ее продукцию. Важным является использование при исследовании таких систем современного инструментария исследования, и прежде всего экономико-математического моделирования, позволяющего получать значимые качественные результаты.

В публикациях по данной тематике можно обнаружить изложение успешных зарубежных практик по производству сложных высокотехнологичных товаров (автомобилестроение, станкостроение, приборостроение т.д.) [10]. Установлено, что производственная структура системы представляет собой сеть фирм с горизонтальным и вертикальным взаимодействием. Каждая фирма в такой структуре выполняет частный производственный процесс, изготавливая определенные изделия (комплектующие), предназначенные для выпуска конечного изделия (изделий) головной (фокусной, конвейерной) фирмой, выполняющей, как правило,

сборочные (финишные) процессы. Такая структура фактически является отражением схемы сборочного состава конечного продукта и представляет собой объединение производственных процессов во времени и пространстве в единую производственно-технологическую цепь. Графически такие системы могут быть проиллюстрированы, как показано на рисунке 1.

Представляется целесообразным изложение материала статьи с использованием условного примера. В целом система про-

изводит 12 изделий, из которых первое изделие поставляется только на рынок, 4 изделия являются одновременно комплектующими и предназначены для рынка в виде конечных изделий, а 7 изделий являются только комплектующими и используются во внутреннем потреблении. Отметим также, что в структуру входит восемь фирм; три фирмы состоят из нескольких подразделений; количество изделий, которые производятся фирмой, равно количеству входящих в нее подразделений.



- – фирмы (подразделения фирмы), которые производят изделия конечного продукта, комплектующие изделия либо изделия конечного продукта и комплектующие вместе;
- △ – оптовые потребители изделий, которые доводят их до конечного потребителя на рынке;
- Y_j – объем изделий конечного продукта j -го вида;
- a_{ij} – объемы поставок комплектующих i -го вида одной фирмой (ее подразделением) для производства единицы комплектующих изделий (или изделия конечного продукта) j -го вида другим подразделением фирмы или другой фирмой в системе, $i, j = 1, \dots, n$ (коэффициенты комплектации или входимости).

Рис. 1. Общая структура производственно-технологической цепи с горизонтальным и вертикальным взаимодействием фирм

Fig. 1. The general structure of the production and technological chain with horizontal and vertical interaction of firms

Методология исследования

Поскольку целью системы является изготовление изделий, а в основе структуры лежит схема сборочного состава изделия (в общем случае поликомпонентные изделия), то логичным будет рассматривать материально-вещественные потоки в производственно-технологической цепи (дерева) в физических и натуральных единицах [10].

Введем необходимые обозначения переменных и постоянных величин. Общее число изделий (предназначенных для продажи на рынке; предназначенных для продажи и являющихся одновременно комплектующими; являющихся только комплектующими) обозначим через n , $i, j = 1, \dots, n$, где индекс j соответствует изделию конкретного вида. Множество J есть множество номеров изделий, которые являются изделиями для продажи и изделиями для продажи и комплектующими одновременно, $j \in J$. Для изготовления j -го изделия в технологической цепи требуется несколько наименований изделий различного вида в качестве комплектующих изделий, что соответствует схеме сборочного состава изделий цепи, поставляемых на рынок. Обозначим множество номеров изделий, являющихся комплектующими при изготовлении j -го изделия, через I_j . Поскольку в качестве комплектующих могут выступать изделия, поставляемые фирмами на рынок, а также обрабатываемые внутри системы как только комплектующие, то $I_j = I_j^1 \cup I_j^2$, где I_j^1 – множество номеров изделий, которые предназначены для рынка и одновременно являются комплектующими для изделия j ; I_j^2 – множество номеров изделий, которые являются в системе только комплектующими для j -го изделия. Такие изделия могут образовывать локальные цепочки, вначале которых могут быть как только комплектующие, так и изделия двойного назначения. Такое обстоятельство важно учитывать, поскольку оно существенно влияет на порядок исчисления затрат в экономически неинтегрированных

(частично интегрированных) структурах. Заметим также, что в структуре горизонтальных и вертикальных взаимосвязей фирмы могут производить любой набор из трех типов изделий. При анализе результатов деятельности фирм потребуются номера изделий, которые производятся каждой фирмой: J_u – номера изделий, которые производятся u -й фирмой, $u = 1, \dots, N$, где N – количество фирм в производственно-технологической цепи. Поскольку фирма в цепи может производить три типа изделий, то множество номеров изделий $J_u = J_u^1 \cup J_u^2$, где J_u^1 – номера изделий u -й фирмы, которые предназначены для рынка или одновременно для рынка и комплектации; J_u^2 – номера изделий, которые являются только комплектующими.

Через X_i обозначим объем производства продукции i -го вида в системе, $i = 1, \dots, n$; пусть Y_i есть неизвестный объем конечной продукции i -го вида. Это та продукция, которая фирмами системы поставляется оптовым покупателям и далее продается на потребительском рынке, $i \in J_u^1$, $u = 1, \dots, N$; это продукция, объемы производства и цены на которую система определяет с учетом функции спроса.

Рассмотрим фирмы в системе. Поскольку в системе каждое изделие может быть представителем одной из групп, то соответственно этому в технологической цепи фирмы могут производить изделия в любом наборе их наименований. Допускаем, что в структуре могут быть фирмы, производящие только комплектующую продукцию [10]. При такой наблюдаемой в действительности практике методология создания технологической матрицы потребует рассмотрения фирмы в количестве числа подразделений, соответствующих количеству наименований производимых изделий. Таким образом, число фирм в системе меньше количества наименований изделий в технологической цепи, которое определяет размерность квадратной технологической матрицы [10]. Поскольку изделия, предназначенные для продажи

на рынке, являются конечным продуктом всей структуры, то выделим для каждой фирмы множество индексов продукции конечного выпуска: $j \in J_u^1, u = 1, \dots, N$. Для некоторых фирм это множество может быть пустым.

Рассмотрим экономическое поведение фирмы, учитывающей функцию спроса, на рынке. Взаимодействие фирмы-производителя и фирмы-потребителя (оптового продавца) с учетом функции спроса представляет собой игровую ситуацию, при которой каждый участник находит лучший ответ на решение, принятое другой стороной: на цену, предлагаемую каждый раз фирмой-производителем, оптовый покупатель ответит таким объемом продаваемого изделия, который обеспечит ему максимум прибыли при заданной функции спроса.

Процесс сходится к равновесному решению, при котором увеличение прибыли у одного невозможно без уменьшения прибыли у другого. Таким образом, производственная фирма и оптовая фирма-продавец в результате экономического взаимодействия совместно определяют объемы производства (продаж), цену товара для фирмы-продавца и цену товара для конечного потребителя.

Получение компромиссного решения в случае линейной обратной функции спроса рассмотрено автором в статьях [9, 11]. Итак, система определяет объемы производства изделий конечного продукта с учетом функции спроса $\tilde{P}_j = a_j - b_j \times Y_j, j \in J_u^1, u = 1, \dots, N$, где a_j, b_j – параметры функции спроса; $Y_j, \tilde{P}_j$ – количество и цена продукции, по которой последняя продается конечному потребителю; P_j – цена продукции, по которой изделие продается фирмой-производителем оптовой фирме-продавцу; $\pi_j, \tilde{\pi}_j$ – прибыли фирмы-производителя продукта j -го вида и фирмы оптового покупателя соответственно.

В этих обозначениях запишем задачи максимизации прибыли каждым из участников: оптовый продавец решает задачу максимизации своей прибыли на потребительском рынке, а фирма в системе макси-

мизирует свою прибыль, продавая оптовому продавцу изделие, предназначенное для рынка. Таким образом, для каждого изделия, поставляемого на рынок, фирма-производитель и оптовый покупатель совместно решают задачу:

$$\begin{aligned} (\tilde{P}_j - P_j) \times Y_j &\rightarrow \max, \\ (P_j - C_j) \times Y_j &\rightarrow \max, \\ j \in J_u^1, u &= 1, \dots, N. \end{aligned} \quad (1)$$

Решением (1) являются следующие конечные формулы:

- значения потребления (производства) изделий конечного продукта системы – $Y_j = \frac{a_j - c_j}{4b_j}$;
- цены изделий, по которой они передаются оптовому покупателю, – $P_j = \frac{a_j + c_j}{2}$;
- цены изделий, по которой они продаются на рынке по условиям потребления, – $\tilde{P}_j = \frac{3a_j + c_j}{4}$;
- прибыли производителей продукции – $\pi_j = \frac{(a_j - c_j)^2}{8b_j}$;
- прибыли оптового покупателя – $\tilde{\pi}_j = \frac{(a_j - c_j)^2}{16b_j}$, $j \in J_u^1, u = 1, \dots, N$,

где C_j – полные затраты по производству единицы продукции j -го вида.

Рассмотрим порядок формирования технологической матрицы. Матрица $A = \{a_{ij}\}, i, j = 1, \dots, n$: технологически – матрица коэффициентов входимости в соответствии со схемами сборочного состава изделий (схемой составляющих частей продукта); экономически – матрица коэффициентов прямых затрат i -й продукции на производство единицы j -й продукции. Технологическая матрица A формируется по тем же правилам, что и матрица в экономико-математической модели межотраслевого баланса: матрица квадратная, и каждый производственный элемент в цепи (это либо подразделение фирмы, либо фирма) изготавливает изделие одного

наименования. Матрица отражает все технологические взаимосвязи фирм в системе в соответствии с коэффициентами комплектации при изготовлении изделий (см. рис. 1).

Рассматриваем режим функционирования производственно-технологической цепи, когда внутренними ценами, по которым передаются изделия между фирмами, являются издержки производства продукции. Этот случай вполне возможен на практике как вариант полной экономической интеграции с механизмами распределения общего пула прибыли между участниками. Основные изделия также передаются в цепи по издержкам производства, но и одновременно реализуются фирмами оптовому потребителю для продажи на рынке.

С учетом отмеченного режима работы системы запишем формальную постановку экономико-математической модели функционирования производственно-технологической цепи в виде структуры с горизонтальным и вертикальным взаимодействием фирм:

$$\begin{aligned} X_i - \sum_{j=1}^n a_{ij} X_j - Y_i &= 0, i, j = 1, \dots, n, \\ (\tilde{P}_j - P_j) \times Y_j &\rightarrow \max, \\ (P_j - C_j) \times Y_j &\rightarrow \max, j \in J_u^1, u = 1, \dots, N, \end{aligned} \quad (2)$$

где полные затраты C_j для интегрированной системы вычисляются по упрощенной формуле с использованием обратной матрицы:

$$C_j = \sum_{k=1}^K z_k \sum_{i=1}^n r_{ki} \times \alpha_{ij}, j \in J_u^1. \quad (3)$$

Изучение результатов деятельности производственно-технологической цепи и их взаимосвязи между собой целесообразно вести с использованием численных экспериментов. С этой целью формируем матрицу $A = \{a_{ij}\}$, используя коэффициенты комплектации и структуру связей системы (см. рис. 1), и соответствующую ей обратную матрицу

$$(E - A)^{-1} = \{\alpha_{ij}\}, i, j = 1, \dots, n.$$

Для определения затрат в системе понадобятся:

- матрица ресурсов

$$RS = \left[r_{ki} = \begin{pmatrix} 4 & 3 & 2 & 2 & 1 & 1 & 2 & 2 & 1 & 3 & 1 & 1 \\ 3 & 2 & 1 & 2 & 1 & 1 & 2 & 2 & 2 & 1 & 1 & 1 \\ 2 & 1 & 1 & 2 & 1 & 2 & 3 & 2 & 2 & 1 & 1 & 2 \end{pmatrix} \right],$$

$$k = 1, \dots, K, i = 1, \dots, n;$$

- матрица полных затрат ресурсов – количество k -го вида ресурса на производство единицы j -го вида изделия в системе:

$$\begin{aligned} B = \{b_{kj}\} &= RS \times (E - A)^{-1} = \{r_{ki}\} \times \{\alpha_{ij}\}, \\ k &= 1, \dots, K, i, j = 1, \dots, n; \\ B &= \begin{pmatrix} 89 & 28 & 29 & 11 & 7 & 17 & 5 & 2 & 3 & 3 & 3 & 1 \\ 63 & 20 & 20 & 12 & 3 & 9 & 5 & 2 & 4 & 1 & 3 & 1 \\ 73 & 21 & 29 & 14 & 3 & 12 & 8 & 2 & 6 & 1 & 5 & 2 \end{pmatrix}; \end{aligned}$$

- вектор цен на ресурсы: $Z = (z_1, z_2, z_3) = \{z_k\} = (3, 4, 5), k = 1, 2, 3.$

Зададим параметры функций спроса для изделий, продаваемых на рынке: $a_1 = 1284,0$, $b_1 = 0,04$; $a_2 = 354,0$; $b_2 = 0,15$; $a_3 = 412,0$; $b_3 = 0,05$; $a_4 = 201,0$; $b_4 = 0,1$; $a_{11} = 146,0$; $b_{11} = 0,05$.

Для расчета затрат используем выражение (3): вектор Z и соответствующий столбец матрицы B :

- $C_1 = 884$ (ден. ед/изд. 1),
- $C_2 = 269$ (ден. ед/изд. 2),
- $C_3 = 312$ (ден. ед/изд. 3),
- $C_4 = 151$ (ден. ед/изд. 4),
- $C_{11} = 46$ (ден. ед/изд. 11).

Рассчитаем характеристики системы по базовому варианту (см. далее таблицу 1, столбец 2). Используя конечные формулы, полученные при решении системы (1) для изделий, поставляемых на рынок, определяем:

- $Y_1 = 2500$ (ед.), $P_1 = 1084$ (ден. ед/изд.), $\bar{P}_1 = 1184$ (ден. ед/изд.), прибыль фирмы $\pi_1 = 500\,000$ (ден. ед.);
- $Y_2 = 141,6$ (изд.), $P_2 = 311,5$ (ден. ед/изд.), $\bar{P}_2 = 332,8$ (ден. ед/изд.), прибыль фирмы $\pi_2 = 6020,8$ (ден. ед.);
- $Y_3 = 500$ (изд.), $P_3 = 362$ (ден. ед.), $\bar{P}_3 = 387$ (ден. ед/изд.), прибыль фирмы $\pi_3 = 25\,000$ (ден. ед.);

- $Y_4 = 125$ (ед.), $P_4 = 176$ (ден. ед/изд.), $\bar{P}_4 = 188,5$ (ден. ед/изд.), прибыль фирмы $\pi_4 = 3125$ (ден. ед.);
- $Y_{11} = 500$ (ед.), $P_{11} = 96$ (ден. ед/изд.), $\bar{P}_{11} = 121$ (ден. ед/изд.), прибыль фирмы $\pi_{11} = 25\,000$ (ден. ед.).

Прибыль системы в целом есть сумма прибыли фирм, что составляет 559 145,8 (ден. ед.).

Таким образом, вектор конечного продукта равен:

$$Y = (2500, 141, 6, 500, 125, 0, 0, 0, 0, 0, 500, 0).$$

При известных значениях компонент вектора конечного продукта системы можно произвести расчет валового продукта, объема ресурсов в натуре и по стоимости. Валовый продукт системы равен:

$$X = (E - A)^{-1} \times Y = (2500, 5121, 6, 3000, 5266, 6, 16283, 3000, 6000, 15799, 5267, 32566, 6500, 29\,533).$$

Объем ресурсов в натуральном выражении характеризуется вектором $R = (R_1, R_2, R_3)$, где $R_k = \sum_{j=1}^{12} b_{kj} \times Y_j$, или в матричном виде $R = [B \times Y]^T : R = (R_1, R_2, R_3) =$

$= (243839,8; 17332,0; 204223,6)$, в стоимостном выражении объем ресурсов равен

$$RZ = \sum_{k=1}^3 Z_k \times R_k = 2445965,0 \text{ ден. ед.}$$

Показатели деятельности участников и системы в целом весьма чувствительны к изменению издержек. Далее в таблице 1 приведены результаты работы системы при увеличении издержек на 2%.

Результаты исследования и обсуждения

Анализ конечных формул показателей и численные эксперименты подтверждают вывод о том, что всякое увеличение величины издержек в звеньях технологической

цепи приводит к ухудшению экономических показателей деятельности структуры в целом. Улучшение результатов деятельности каждого участника и цепи в целом достигается реализацией мероприятий по трем направлениям. Первое направление связано с сокращением издержек при производстве изделий (расхода и цен ресурсов, а также величины нормативной прибыли, если такая предусмотрена в системе). Вторая группа мероприятий предусматривает стимулирование производства через изменение условий рыночного потребления (изменение спроса, выражающегося в потреблении большего количества товара по более высокой цене). Третье направление, способствующее улучшению экономических результатов, основывается на изменении структуры системы горизонтально-вертикальной интеграции. Речь идет о проектировании структуры цепи в направлении целесообразного укрупнения фирм, что обеспечит меньшее количество звеньев, передающих повышенные издержки, которые формируют внутренние цены.

Большинство мероприятий из перечисленных направлений не являются областями компетенций структуры ГВИ. Вместе с тем в системе имеется ресурс, использование которого для реализации мероприятий по сокращению издержек могло бы принести положительные результаты. Например, структура может направлять определенную величину прибыли на мероприятия, связанные с сокращением издержек производства изделий путем совершенствования технологических процессов. Не расширяя столь сложную задачу, сделаем попытку установить взаимосвязь между частью прибыли, направляемой на мероприятия по сокращению расхода материалов, и той величиной прироста прибыли, которую система получит за счет этих мероприятий.

Перейдем к постановке задачи. Прежде всего следует определить функциональную связь между величиной прибыли

(долей), направляемой на снижение издержек в системе, и значением (долей) снижения издержек от такого действия. Установление такой статистической зависимости представляет сложную самостоятельную задачу. Здесь остается предположить вид такой зависимости, которая должна учитывать закон падающей эффективности при увеличении количества используемого ресурса. Такому экономическому требованию отвечают многие функции, например элементарная иррациональная функция. Пусть $k \times 100\%$ есть процент от прибыли системы, используемый на мероприятия по снижению издержек, а πk – величина этой прибыли; процент снижения затрат в системе определим функцией $w \times \sqrt{k} \times 100\%$. Коэффициент $0 < w < 1$ (рис. 2); если же $(w / \sqrt{k}) > 1$, то на каждый процент увеличения прибыли, направленной на инвестиции с целью совершенствования технологических процессов, приходится больше, чем процент снижения издержек в системе.

Сформулируем задачу нахождения численного значения доли (процента) прибыли, направляемой на снижение издержек, при которой обеспечивается максимальный прирост прибыли в системе. Максимизируем значение прибыли в системе:

$$\pi(k) - \pi k = \sum_{j \in J_u^1} \frac{(a_j - [c_j - w\sqrt{k}c_j])^2}{8b_j} - \sum_{j \in J_u^1} \frac{(a_j - c_j)^2 k}{8b_j} \rightarrow \max_k. \quad (4)$$

Приравняв первую производную функции к нулю $(d\pi(k) / dk) = 0$, получаем уравнение

$$\frac{1}{\sqrt{k}^*} \sum_{j \in J_u^1} \frac{(a_j - c_j)wc_j}{b_j} - \sum_{j \in J_u^1} \frac{(a_j - c_j)^2}{b_j} + \sum_{j \in J_u^1} \frac{w^2 c_j^2}{b_j} = 0,$$

решая которое, находим искомое значение k^* :

$$\sqrt{k}^* = \frac{\sum_{j \in J_u^1} \frac{(a_j - c_j)wc_j}{b_j}}{\sum_{j \in J_u^1} \frac{(a_j - c_j)^2 - w^2 c_j^2}{b_j}}. \quad (5)$$

Определим также такое значение k , при котором объем прибыли, направляемый на мероприятия по снижению издержек, в точности компенсируется дополнительной прибылью системы. Запишем очевидное равенство:

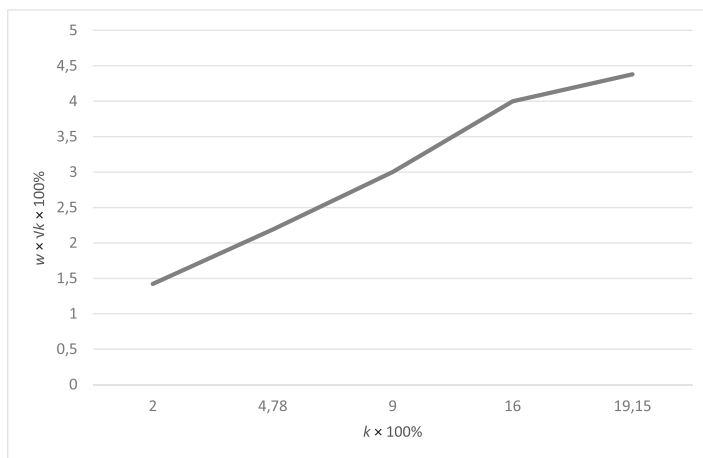


Рис. 2. Зависимость процента снижения затрат от доли прибыли, инвестированной в совершенствование технологии при $w_1 = 0,1$

Fig. 2. Dependence of the percentage of cost reduction on the share of profit invested in technology improvement at $w_1 = 0.1$

$$\sum_{j \in J_u^1} \frac{(a_j - [c_j - w\sqrt{k_0} c_j])^2}{8b_j} - \sum_{j \in J_u^1} \frac{(a_j - c_j)^2 k_0}{8b_j} = \sum_{j \in J_u^1} \frac{(a_j - c_j)^2}{8b_j}, \quad (6)$$

откуда

$$\sqrt{k_0} = \frac{\sum_{j \in J_u^1} \frac{2(a_j - c_j)wc_j}{b_j}}{\sum_{j \in J_u^1} \frac{(a_j - c_j)^2 - w^2 c_j^2}{b_j}} = 2\sqrt{k^*}, \quad (7)$$

при этом значения параметра w в (6) и (7) должны удовлетворять требованию $w = \{w \mid 0 < \sqrt{k_0} < 1\}$.

Используя данные условного примера, рассчитаем показатели деятельности системы для базового варианта (при росте издержек в системе на 2%) для 2, 4,78, 9, 16 и 19,15% использования прибыли системы на мероприятия по снижению издержек и значению коэффициента w , равном 0,1. Поскольку количество показателей деятельности велико, то ограничимся ценами, объемами конечных продуктов, прибылью системы и объемом затрат. Все расчеты сведем в таблицу 1.

Таблица 1. Расчетные значения показателей при снижении издержек

Table 1. Calculated values of indicators for cost reduction

Показатели экономической деятельности системы <i>Indicators of the economic activity of the system</i>	Базовый вариант $k = 0$ <i>The basic version $k = 0$</i>	Базовый вариант, рост издержек на 2%, $k = 0$ <i>Basic option, cost increase by 2%, $k = 0$</i>	Расчетные значения показателей при снижении издержек <i>Calculated values of indicators while reducing costs</i>				
			$w = 0,1$				
			$k \times 100\%$				
			2	$k' = 4,78$	9	16	$k_0 = 19,15$
			$w \times \sqrt{k} \times 100\%$				
			1,42	2,19	3,0	4,0	4,38
1	2	3	4	5	6	7	8
πk	0	0	11 182,9	26 727,2	50 323,1	89 463,3	107 355,9
$\pi(k)$	559 145,8	511 277,2	593 946,1	6 143 033,7	635 623,8	661 426,2	666 500,8
$\pi(k) - \pi k$	559 145,8	511 277,2	582 763,2	587 576,5	585 300,7	571 962,9	559 145,8
Y_1	2500,0	2389,5	2577,1	2621,5	2665,8	2721,0	2743,1
Y_2	141,6	132,7	148,0	151,5	155,1	159,6	161,4
Y_3	500,0	468,8	521,8	534,3	546,6	562,4	568,7
Y_4	125,0	117,5	130,3	133,3	136,3	140,0	141,6
Y_{11}	500,0	495,4	503,2	505,0	507,0	509,2	510,1
P_1	1084,0	1092,8	1077,8	1074,3	1070,8	1066,3	1064,5
P_2	311,5	314,2	309,6	308,5	307,5	306,1	305,6
P_3	362,0	365,1	359,8	358,6	357,3	355,8	355,1
P_4	176,0	177,5	175,0	174,3	357,3	173,0	172,7
P_{11}	96,0	96,5	95,7	95,5	95,3	95,1	95,0
ZR	2 445 965,0	2 334 811,0	2 523 593,0	2 568 219,0	2 611 701,0	2 668 328,0	2 690 593,0
$\bar{P}_1$	1184	1188,42	1180,916	1179,14	1177,368	1175,16	1174,276
$\bar{P}_2$	323,76	325,095	322,8	322,275	321,735	321,06	320,79
$\bar{P}_3$	387	388,56	385,91	385,285	384,67	383,88	383,565
$\bar{P}_4$	183,4	183,25	183,5	183,57	187,37	183,7	183,73
$\bar{P}_{11}$	121	121,23	120,84	120,75	120,65	120,54	120,495

Отобразим изменение показателей: πk – величина прибыли, направляемой на мероприятия по снижению издержек, ден. ед.; $\pi(k)$ – валовая прибыль системы, ден. ед.; $(\pi(k) - \pi k)$ – прирост прибыли в системе, ден. ед., графически (рис. 3).

Из таблицы 1 видно, что лучшие результаты в системе наблюдаются, когда на мероприятия по снижению издержек направляется процент прибыли, равный $k^* = 4,78\%$, поскольку величина прибыли $(\pi(k) - \pi k)$ будет максимальной. С ростом инвестиций в производство эффективность вложений падает. При проценте, равном $19,15\%$, прирост прибыли в системе равен затратам на данные мероприятия: $(\pi(k) - \pi k) = 559365,6$ ден. ед., как и в базовом варианте без инвестирования.

С ростом величины прибыли, направляемой системой на снижение издержек, происходит увеличение конечного выпуска изделий и снижение розничных цен.

Конечно, система, при прочих равных условиях, выбирает тот вариант, который обеспечивает ей большую прибыль. Однако критерии социально-экономической политики и система налогового законодательства могут вносить коррективы в решения, принимаемые системой.

Заключение

Показатели деятельности по базовому варианту при росте издержек на 2% свидетельствуют о заметной чувствительности системы к кумулятивному росту издержек по технологической цепи. В интегрированной системе (полной или частичной) с вертикальными и горизонтальными взаимосвязями фирм направление части общей прибыли на мероприятия по снижению издержек является оправданным. Если при этом имеет место положительный эффект в виде увеличения прибыли, то система всегда будет использовать такой инструмент для повышения результативности своей работы. В известном смысле такие действия способствуют реализации цели всей системы: растут объемы конечного продукта, производимого системой, при снижении рыночных цен. Это еще более актуально, когда издержки в системе возрастают из-за действия ряда внешних факторов. В зависимости от соотношения процента роста издержек и процента прибыли, направляемого на их снижения, либо будет наблюдаться положительный эффект, либо уменьшение отрицательного влияния негативных факторов на результаты деятельности системы.

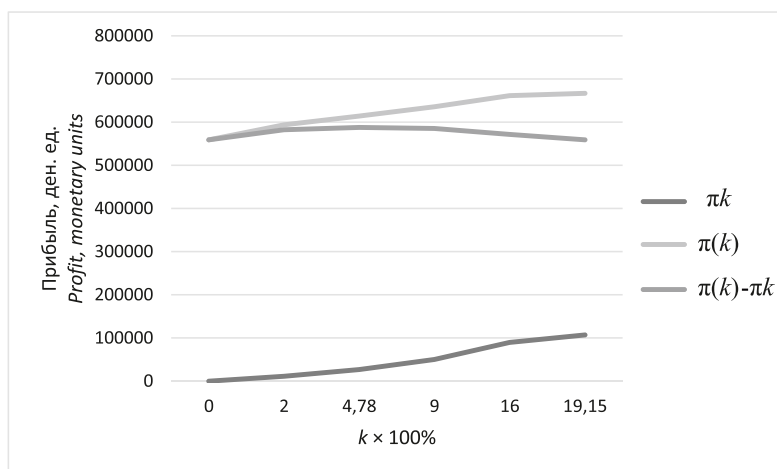


Рис. 3. Зависимость показателей прибыли от $k \times 100\%$

Fig. 3. Dependence of profit indicators on $k \times 100\%$

На основе полученных конечных формул установлены зависимости экономических характеристик деятельности фирм и системы в целом от инвестиционного процесса. Рассмотренные варианты инвестирования позволяют выявить наиболее и наименее привлекательные с позиции фирм, определить эффективный уровень прибыли, направляемой на совершенствование производственного производства,

что напрямую влияет на конкурентоспособность и устойчивость фирм. Безусловно, при реализации промышленной и инвестиционной политики в стране важно учесть интересы как бизнеса, так и государства. Предложенный подход позволяет определить направления реализации общих целей деятельности указанных субъектов по обеспечению технологического суверенитета страны.

Список литературы

1. Авдашева С.Б., Дзагурова Н.Б. Вертикальные ограничивающие контракты и их интерпретация в антимонопольном законодательстве // Вопросы экономики. 2010. № 5. С. 110–122. DOI: 10.32609/0042-8736-2010-5-110-122.
2. Агамирова М.Е., Дзагурова Н.Б. Подходы к классификации вертикальных ограничивающих соглашений // Современная конкуренция. 2014. № 6 (48). С. 20–30.
3. Аганбегян А.Г., Гранберг А.Г. Экономико-математический анализ межотраслевого баланса СССР. – М.: Мысль, 1968. – 357 с.
4. Анализ и моделирование экономики на основе межотраслевого баланса: монография / В.А. Ильин, Т.В. Ускова, Е.В. Лукин, С.А. Кожевников; под науч. рук. чл.-корр. РАН В.А. Ильина. – Вологда: ФГБУН ВолНЦ РАН, 2017. – 158 с.
5. Бауэрсокс Д. Дж, Клосс Д. Дж. Логистика: интегрированная цепь поставок: пер. с англ. – 2-е изд. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес» 2005. – 640 с.
6. Бездудная А.Г., Фриман М.Г. Бизнес-экосистемы компаний: конкуренция или сотрудничество, развитие цифровых подходов // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2021. № 4 (130). С. 129–134.
7. Дерябина М.А. Горизонтальные и вертикальные структуры в экономике: эволюция теоретических оснований // Вестник ИЭ РАН. 2019. № 5. С. 9–23. DOI: 10.24411/2073-6487-2019-10056.
8. Колесник Г.В. Экономико-математическое моделирование конкуренции в иерархических социально-экономических системах: дис. ... докт. экон. наук. – М., 2013. – 365 с.
9. Любященко С.Н. Моделирование работы технологической цепи с вертикальными и горизонтальными взаимосвязями участников и учетом спроса // Современная конкуренция. 2023. Т. 17. № 6. С. 39–54. DOI: 10.37791/2687-0657-2023-17-6-61-76.
10. Любященко С.Н. Моделирование функционирования производственно-хозяйственной цепи // Идеи идеалы. 2024. Т. 16. № 1-2. С. 333–350. DOI: 10.17212/2075-0862-2024-16.1.2-333-350.
11. Любященко С.Н. Формы взаимодействия участников в цепях поставок: полная интеграция против автономного функционирования // Современная конкуренция. 2023. Т. 17. № 2. С. 68–82. DOI: 10.37791/2687-0657-2023-17-2-68-82.
12. Мамонов В.И., Полуэктов В.А. Определение объема поставки продукции в цепи поставок // Бизнес. Образование. Право. 2019. № 2 (47). С. 142–147. DOI: 10.25683/VOLBI.2019.47.220.
13. Рубан М.Д. Цифровые бизнес-экосистемы как драйвер роста стартапов // Современная конкуренция. 2022. Т. 16. № 4. С. 85–94. DOI: 10.37791/2687-0657-2022-16-4-85-94.
14. Сафиуллин М.Р., Сафина А.А. Построение и экономическая оценка производственно-технологических цепочек (на примере нефтегазохимического комплекса Республики Татарстан). – Казань: Казанский федеральный университет, 2013. – 148 с.
15. Стаценко В.В., Бычкова И.И. Экосистемный подход в построении современных бизнес-моделей // Индустриальная экономика. 2021. № 1. С. 45–61. DOI: 10.47576/2712-7559_2021_1_45.

16. *Сторчева М.* Теория фирмы, управление цепочками поставок и маркетинг взаимоотношений // Вопросы экономики. 2014. № 1. С. 40–60. DOI: 10.32609/0042-8736-2014-1-40-60.
17. *Baker G., Gibbons R., Murphy K. J.* Relational contracts and the theory of the firms // Quarterly Journal of Economics. 2002. Vol. 117. No. 1. P. 39–84. DOI: 10.1162/003355302753399445.
18. *Bresnahan T. F., Levin J. D.* Vertical integration and market structure. Working Paper 17889. – Cambridge, 2012. DOI: 10.3386/w17889. URL: <http://www.nber.org/papers/w17889> (дата обращения: 18.03.2023).
19. *Chopra S., Meindl P.* Supply chain management. Strategy, planning and operation. Pearson, 2013. – 6th edition. – 516 p.
20. *Coase R.* The nature of the firm // Economica. 1937. Vol. 4. No. 16. P. 386–405. DOI: 10.1111/j.1468-0335.1937.tb00002.x.
21. *Grossman S., Hart O.* The Costs and Benefits of Ownership: A Theory of Vertical and Lateral Integration // Journal of Political Economy. 1986. Vol. 94. No. 4. P. 691–719. DOI: 10.1086/261404.
22. *Hart O.* Firms, Contracts, and Financial Structure. – Oxford and New York: Oxford University Press: Clarendon Press, 1995. – 240 p.
23. *Hart O., Jean T., Carlton D. W., Williamson O. E.* Vertical Integration and Market Foreclosure // Brookings Papers on Economic Activity. Microeconomics. 1990. P. 205–276. DOI: 10.2307/2534783.
24. *Hart O., Moore J.* Property Rights and the Nature of the Firm // Journal of Political Economy. 1990. Vol. 98. No. 6. P. 1119–1158. DOI: 10.1086/261729.
25. *Kolmar C.* 18 stunning supply chain statistics [2023]: facts, figures, and trends // Zippia. Oct. 24, 2022. URL: <https://www.zippia.com/advice/supply-chain-statistics/> (дата обращения: 18.03.2023).
26. *Lu Yi, Zhigang Tao.* Vertical Integration and Firm Performance. 2008. URL: <https://ssrn.com/abstract=1222484> (дата обращения: 18.03.2023).
27. *Som J.O., Cobblah C., Anyigba H.* The Effect of Supply Chain Integration on Supply Chain Performance. 2019. URL: <https://ssrn.com/abstract=3454081> (дата обращения: 18.03.2023).
28. *Spengler J. J.* Vertical Integration and Antitrust Policy // Journal of Political Economy. 1950. Vol. 58. No. 4. P. 347–352.
29. *Tirole J.* A Theory of Collective Reputations (with applications to the persistence of corruption and to firm quality // Review of Economic Studies. 1996. Vol. 63. No. 1. P. 1–22. DOI: 10.2307/2298112.
30. *Williamson O.* Comparative economic organization: The analysis of discrete structural alternatives // Administrative Science Quarterly. 1991. No. 2. P. 269–296. DOI: 10.2307/2393356.
31. *Williamson O.* The economic institutions of capitalism. – New York: Free Press, 1985. – 468 p.
32. *Williamson O.* Transaction cost economics: The natural progression // American Economic Review. 2010. Vol. 100. No. 3. P. 673–690. DOI: 10.1257/aer.100.3.673.
33. *Zipkin P.* A reply to Williamson's "Outsourcing..." // Production and Operations Management. 2012. Vol. 21. No. 3. P. 465–469. DOI: 10.1111/j.1937-5956.2011.01287.x.

Сведения об авторе

Любященко София Николаевна, ORCID 0000-0002-8484-5232, канд. экон. наук, доцент, кафедра экономической теории, Новосибирский государственный университет экономики и управления (НГУЭУ), Новосибирск, Россия, lubsofia@yandex.ru

Статья поступила 06.05.2024, рассмотрена 22.05.2024, принята 05.06.2024

References

1. *Avdasheva S.B., Dzagurova N.B.* Vertical Restrictions: Development of Theory, Antitrust Legislation and Enforcement. *Voprosy ekonomiki*, 2010, no.5, pp.110-122 (in Russian). DOI: 10.32609/0042-8736-2010-5-110-122.
2. *Agamirova M.E., Dzagurova N.B.* Types of vertical restraints and their classification criteria. *Sovremennaya konkurentsia*=Journal of Modern Competition, 2014, no.6(48), pp.20-30 (in Russian).

3. Aganbegyan A.G., Granberg A.G. *Ekonomiko-matematicheskii analiz mezhotraslevogo balansa SSSR* [Economic and mathematical analysis of the intersectoral balance of the USSR]. Moscow, Mysl' Publ., 1968, 357 p.
4. *Analiz i modelirovanie ekonomiki na osnove mezhotraslevogo balansa: monografiya* [Analysis and modeling of economics based on intersectoral balance: monograph]. V.A. Ilyin, T.V. Uskova, E.V. Lukin, S.A. Kozhevnikov; scientific supervision of the corresponding member RAS by V.A. Ilyin. Vologda, Institution of the Russian Academy of Sciences, 2017, 158 p.
5. Bowersox D.J., Kloss D.J. *Logistika: integrirovannaya tsep' postavok* [Logistics: An integrated supply chain]. Trans. from English. 2nd edition. Moscow, ZAO «Olimp-Biznes» Publ., 2005, 640 p.
6. Bezdudnaya A.G., Freeman M.G. Business ecosystems of companies: Competition or cooperation, development of digital approaches. *Izvestiya Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta*, 2021, no.4(130), pp.129-134 (in Russian).
7. Deryabina M.A. Horizontal and vertical structures in the economics: The evolution of theoretical foundations. *Vestnik Instituta Ekonomiki Rossiyskoy Akademii Nauk*=The Bulletin of the Institute of Economics of the Russian Academy of Sciences, 2019, no.19, pp.9-23 (in Russian). DOI: 10.24411/2073-6487-2019-10056.
8. Kolesnik G.V. *Ekonomiko-matematicheskoe modelirovanie konkurentsii v ierarkhicheskikh sotsial'no-ekonomicheskikh sistemakh. Dis. dokt. ekon. nauk* [Economic and mathematical modeling of competition in hierarchical socio-economic systems. Dr. econ. sci. dis.]. Moscow, 2013, 365 p.
9. Lyubyashchenko S.N. Modeling the Operation of a Technological Chain with Vertical and Horizontal Relationships of Participants and Taking into Account Demand. *Sovremennaya konkurentsia*=Journal of Modern Competition, 2023, vol.17, no.6, pp.39-54 (in Russian). DOI: 10.37791/2687-0657-2023-17-6-39-54.
10. Lyubyashchenko S. Modeling the Functioning of the Production and Economic Chain. *Idei i idealy*=Ideas and Ideals, 2024, vol.16, no.1-2, pp.333-350 (in Russian). DOI: 10.17212/2075-0862-2024-16.1.2-333-350.
11. Lyubyashchenko S.N. Forms of interaction of participants in supply chains: Full integration versus autonomous functioning. *Sovremennaya konkurentsia*=Journal of Modern Competition, 2023, vol.17, no.2(92), pp.68-82 (in Russian). DOI: 10.37791/2687-0657-2023-17-2-68-82.
12. Mamonov V.I., Poluektov V.A. Determining the scope of supply of products in the supply chain. *Biznes. Obrazovanie. Pravo*=Business. Education. Law, 2019, no.2(47), pp.142-147 (in Russian). DOI: 10.25683/VOLBI.2019.47.220.
13. Ruban M.D. Digital business ecosystems as a growth driver for startups. *Sovremennaya konkurentsia*=Journal of Modern Competition, 2022, vol.16, no.4, pp.85-94 (in Russian). DOI: 10.37791/2687-0657-2022-16-4-85-94.
14. Safiullin M.R., Safina A.A. *Postroenie i ekonomicheskaya otsenka proizvodstvenno-tehnologicheskikh tsepochek (na primere neftegazokhimicheskogo kompleksa Respubliki Tatarstan)* [Construction and economic assessment of production and technological chains (on the example of the petrochemical complex of the Republic of Tatarstan)]. Kazan, Kazan Federal University, 2013, 148 p.
15. Statsenko V.V., Bychkova I.I. Ecosystem approach in building modern business models. *Industrial'naya ekonomika*=Industrial Economics, 2021, no.1, pp.45-61 (in Russian). DOI: 10.47576/2712-7559_2021_1_45.
16. Storcheva M. Theory of the firm, supply chain management and relationship marketing. *Voprosy ekonomiki*, 2014, no.1, pp.40-60 (in Russian). DOI: 10.32609/0042-8736-2014-1-40-60.
17. Baker G., Gibbons R., Murphy K. J. Relational contracts and the theory of the firms. *Quarterly Journal of Economics*, 2002, vol.117, no.1, pp.39-84. DOI: 10.1162/003355302753399445.
18. Bresnahan T.F., Levin J.D. Vertical integration and market structure. Working Paper 17889. Cambridge, 2012. DOI: 10.3386/w17889. Available at: <http://www.nber.org/papers/w17889> (accessed 18.03.2023).
19. Chopra S., Meindl P. Supply chain management. Strategy, planning and operation. 6th edition. Pearson, 2013, 516 p.

20. Coase R. The nature of the firm. *Economica*, 1937, vol.4, no.16, pp.386-405. DOI: 10.1111/j.1468-0335.1937.tb00002.x.
21. Grossman S., Hart O. The Costs and Benefits of Ownership: A Theory of Vertical and Lateral Integration. *Journal of Political Economy*, 1986, vol.94, no.4, pp.691-719. DOI: 10.1086/261404.
22. Hart O. *Firms, Contracts, and Financial Structure*. Oxford and New York: Oxford University Press: Clarendon Press, 1995, 240 p.
23. Hart O., Jean T., Carlton D. W., Williamson O. E. Vertical Integration and Market Foreclosure. *Brookings Papers on Economic Activity. Microeconomics*, 1990, pp.205-276. DOI: 10.2307/2534783.
24. Hart O., Moore J. Property Rights and the Nature of the Firm. *Journal of Political Economy*, 1990, vol.98, no.6, pp.1119-1158. DOI: 10.1086/261729.
25. Kolmar C. 18 stunning supply chain statistics [2023]: facts, figures, and trends. *Zipppia*, Oct. 24, 2022. Available at: <https://www.zipppia.com/advice/supply-chain-statistics/> (accessed 18.03.2023).
26. Lu Yi, Zhigang Tao. Vertical Integration and Firm Performance, 2008. Available at: <https://ssrn.com/abstract=1222484> (accessed 18.03.2023).
27. Som J. O., Cobblah C., Anyigba H. The Effect of Supply Chain Integration on Supply Chain Performance, 2019. Available at: <https://ssrn.com/abstract=3454081> (accessed 18.03.2023).
28. Spengler J. J. Vertical Integration and Antitrust Policy. *Journal of Political Economy*, 1950, vol.58, no.4, pp.347-352.
29. Tirole J. A Theory of Collective Reputations (with applications to the persistence of corruption and to firm quality. *Review of Economic Studies*, 1996, vol.63, no.1, pp.1-22. DOI: 10.2307/2298112.
30. Williamson O. Comparative economic organization: The analysis of discrete structural alternatives. *Administrative Science Quarterly*, 1991, no.2, pp.269-296. DOI: 10.2307/2393356.
31. Williamson O. *The economic institutions of capitalism*. New York, Free Press, 1985, 468 p.
32. Williamson O. Transaction cost economics: The natural progression. *American Economic Review*, 2010, vol.100, no.3, pp.673-690. DOI: 10.1257/aer.100.3.673.
33. Zipkin P. A reply to Williamson's "Outsourcing...". *Production and Operations Management*, 2012, vol.21, no.3, pp.465-469. DOI: 10.1111/j.1937-5956.2011.01287.x.

About the author

Sofia N. Lyubyashenko, ORCID 0000-0002-8484-5232, Cand. Sci. (Econ.), Associate Professor, Economic Theory Department, Novosibirsk State University of Economics and Management (NSUEM), Novosibirsk, Russia, lubsofia@yandex.ru

Received 06.05.2024, reviewed 22.05.2024, accepted 05.06.2024

DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-5-98-110

Алгоритм отбора предприятий со стабильной предпринимательской активностью для обоснования институциональных и корпоративных решений

В.П. Полуянов^{1*}

¹Ростовский государственный экономический университет (РИНХ), Ростов-на-Дону, Россия

*PoluyanovVP@rambler.ru

Аннотация. Статья представляет собой авторский подход к обоснованию алгоритма отбора предприятий со стабильной предпринимательской активностью в условиях изменения внутренних и внешних условий их функционирования. Динамика институциональных условий деятельности и жизненный цикл предприятий на том или ином рынке зависит от принимаемых государством решений, глобальных трендов, связанных с процессами четвертой промышленной революции и других факторов. В статье отмечается, что методы оценки предпринимательской активности разработаны в рамках достаточно молодой теории бизнес-демографии и в настоящее время в сочетании с современными цифровыми технологиями обработки информации таят в себе существенный аналитический потенциал, который можно использовать для снятия неопределенности при принятии тех или иных государственных институциональных решений. Однако на сегодня отсутствует общепринятый подход к выбору метода применительно к фактической системе показателей оценки динамики функционирования предприятия на рынке. В работе предлагается методика отбора предприятий со стабильной предпринимательской активностью, состоящая из нескольких последовательных этапов: классификация предприятий по показателям бизнес-демографии; формирование кластера предприятий с максимальным периодом жизненного цикла с использованием базовых статистических подходов; оценка предприятий сформированного кластера по показателю полученной выручки с помощью коэффициента согласия Кендалла; отбор предприятий со стабильной предпринимательской активностью по критерию максимизации коэффициента согласия Кендалла. Апробирование предлагаемого алгоритма проведено на основе рынка ИТ-предприятий Ростовской области, осуществляющих свою деятельность по коду 62.02 ОКВЭД «Деятельность консультативная и работы в области компьютерных технологий». В результате сформирована выборка из 13 предприятий, оценка которой показала высокую согласованность по коэффициенту согласия Кендалла (0,704). Проверка по критерию Пирсона показала высокую статистическую достоверность полученного результата. Всё это предоставляет возможность для дальнейшего анализа тех внутренних факторов, за счет которых остальным предприятиям возможно обеспечить повышение уровня предпринимательской активности на изучаемом рынке и тем самым повысить уровень своей конкурентоспособности.

Ключевые слова: предпринимательская активность, методы оценки, алгоритм отбора, коэффициент согласия Кендалла, мероприятия по повышению конкурентоспособности

Для цитирования: Полуянов В.П. Алгоритм отбора предприятий со стабильной предпринимательской активностью для обоснования институциональных и корпоративных решений // Современная конкуренция. 2024. Т. 18. № 5. С. 98–110. DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-5-98-110

Algorithm for Selecting Enterprises with Stable Entrepreneurial Activity to Justify Institutional and Corporate Decisions

V. Poluyanov^{1*}

¹*Rostov State University of Economics (RSUE), Rostov-on-Don, Russia*

^{*}*PoluyanovVP@rambler.ru*

Abstract. The article represents the author's approach to substantiating the algorithm for selecting enterprises with stable entrepreneurial activity in the context of changing internal and external conditions of their functioning. The dynamics of the institutional conditions of activity and the life cycle of enterprises in a particular market depend on decisions made by the state, global trends associated with the processes of the fourth industrial revolution and other factors. The article notes that methods for assessing entrepreneurial activity were developed within the framework of a fairly young theory of business demography and currently, in combination with modern digital information processing technologies, contain significant analytical potential that can be used to remove uncertainty when adopting certain state institutional decisions. However, today there is no generally accepted approach to choosing a method in relation to the actual system of indicators for assessing the dynamics of the functioning of an enterprise in the market. The paper proposes a methodology for selecting enterprises with stable entrepreneurial activity, consisting of several successive stages: classification of enterprises according to business demographics; formation of a cluster of enterprises with the maximum life cycle period using basic statistical approaches; assessment of enterprises of the formed cluster in terms of revenue received using the Kendall coefficient of agreement; selection of enterprises with stable entrepreneurial activity according to the criterion of maximizing the Kendall coefficient of agreement. Practical testing of the proposed algorithm was carried out on the basis of the market of IT enterprises in the Rostov region operating under OKVED code 62.02 "Consulting activities and work in the field of computer technology". As a result, a sample of 13 enterprises was formed, the assessment of which showed high consistency according to the Kendall coefficient of agreement (0.704). Testing using the Pearson criterion showed high statistical reliability of the result obtained. All this provides an opportunity for further analysis of those internal factors due to which it is possible for other enterprises to ensure an increase in the level of entrepreneurial activity in the market under study and thereby increase their level of competitiveness.

Keywords: entrepreneurial activity, assessment methods, selection algorithm, Kendall's coefficient of agreement, measures to increase competitiveness

For citation: Poluyanov V. Algorithm for Selecting Enterprises with Stable Entrepreneurial Activity to Justify Institutional and Corporate Decisions. *Sovremennaya konkurentsia*=Journal of Modern Competition, 2024, vol.18, no.5, pp.98-110 (in Russian). DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-5-98-110

Введение

Современные турбулентные условия внешней среды оказывают существенное влияние на эффективность функционирования предприятия на рынке определенных товаров и услуг. Принимае-

мые органами государственного управления различные институциональные решения, процессы четвертой промышленной революции и многие другие факторы предприятиям необходимо учитывать в процессе управления своим конкурентным положе-

нием на рынке. В связи с этим необходим аналитический инструментарий для оценки влияния не только внутренних, но и внешних факторов. В частности, для проведения указанной аналитической работы актуальным является разработка практического алгоритма отбора предприятий со стабильной предпринимательской активностью, под которой следует понимать определенный уровень ежегодного роста показателей ненулевого оборота предприятия с ненулевой численностью наемных работников.

Цель работы – обосновать алгоритм отбора предприятий со стабильной предпринимательской активностью в условиях изменения внутренних и внешних условий их функционирования на определенном сегменте рынка ИТ-предприятий Ростовской области.

Обзор литературы

Предпринимательская активность предприятий в существенной мере определяет их потенциал роста, а значит, и конкурентоспособность. Поэтому отобрать предприятия со стабильной предпринимательской активностью означает выделить те из них, которые в рамках определенных внешних и внутренних факторов на том или ином рынке функционировали с повышением уровня контролируемого показателя на протяжении всего изучаемого периода. Это важно, в частности, в современных условиях цифровизации экономики, поскольку позволяет оценить степень влияния факторов процессов цифровой трансформации на институциональную структуру рынка.

Следует указать на то обстоятельство, что показатель предпринимательской активности нашел свое применение среди остальных показателей в современной трактовке теории бизнес-демографии. Основные особенности показателей, применяемых в бизнес-демографии, обсуждаются в работах О.В. Белицкой [1], С.Г. Важенина, И.С. Важениной [2], Е.В. Мезенце-

вой, Е.В. Королук [5], Ю.С. Положенцевой, И.В. Андросовой [6] и др.

В целом ряде публикаций (см., например, [14]) бизнес-демография рассматривается как достаточно новое прогрессивное направление, роль которого в настоящее время является недостаточно изученным для управления различными рынками в условиях воздействия изменяющихся внутренних и внешних факторов. Один из показателей бизнес-демографии – предпринимательская активности, под которой понимают определенный уровень ежегодно роста показателей оборота предприятия за определенный промежуток времени (обычно не менее трех лет).

В исследованиях также отмечается, что жизненный цикл предприятия в существенной степени определяется той макроэкономической средой, в которой они находятся [14]. В связи с этим при проведении исследования выдвинута гипотеза о том, что предпринимательская активность ИТ-предприятий определяется процессами цифровизации, которые по существу являются внешними факторами. Поэтому выделение группы успешно развивающихся предприятий позволит указать на те, для которых цифровизация не стала фактором повышения их активности, и в дальнейшем наметить соответствующие мероприятия по реорганизации воздействия внутренних факторов предприятия на указанные обстоятельства.

В работе [3] в результате анализа показателей ликвидации предприятий установлено, что большинство из них имеют возраст около 3 лет, однако данный показатель существенно дифференцирован как по федеральным округам, так и по отраслям экономики. Исследования показателей бизнес-демографии для ИТ-предприятий обнаружить не удалось.

Ряд работ характеризуют динамику [4] изменения показателей бизнес-демографии. Именно развитие статистики сбора соответствующих данных связывают с пер-

спективами оценки адаптации предприятий к воздействию внешним факторов и принимаемых управленческих решений.

Методы исследования

Инструментарий для достижения поставленной цели исследования предполагает использование хорошо известных методов ранжирования и классификации, которые ранее применялись автором (самостоятельно и в соавторстве) относительно другой эмпирической базы [7–13]. В отличие от указанных инструментов, определенной новизной отличается предложение использовать коэффициент согласия Кендалла для оценки степени влияния внешних факторов на сформированную выборку предприятий. Новизна данного предложения заключается в следующем: обычно коэффициент согласия Кендалла применяется для получения количественного выражения оценки ранжирования качественных показателей. Например, группе независимых экспертов предлагается ранжировать предпочтения относительно некоторых качественных условий формирования институциональной среды предприятий: законодательства, предпочтения предпринимателей и т. д. Ключевым является независимость экспертов. После того как они осуществляют ранжирование качественных факторов, производят оценку коэффициента согласия, который изменяется от 0 до 1. Решения принимаются по близости полученного коэффициента к единице, а в качестве рангов принимаются средние ранги, проставленные экспертами.

Таким образом, предлагаются следующие этапы алгоритма отбора предприятий со стабильной предпринимательской активностью:

1. Формирование базы исходной статистической информации по всем предприятиям рынка, содержащей демографические, финансовые и другие показатели предприятий за весь исследуемый период.

2. Классификация предприятий рынка по показателям бизнес-демографии.

3. Формирование по выделенному показателю деятельности кластера предприятий с максимальным периодом жизненного цикла с использованием базовых статистических подходов.

4. Оценка предприятий сформированного кластера по показателю полученной выручки с помощью коэффициента согласия Кендалла.

5. Отбор предприятий со стабильной предпринимательской активностью по критерию максимизации коэффициента согласия Кендалла.

Оценка предпринимательской активности на рынке ИТ-предприятий Ростовской области

Исходная база для получения практических результатов исследования сформирована на основании соответствующих запросов из данных сайта <https://www.list-org.com/>. Исследовались предприятия Ростовской области с видом деятельности по ОКВЭД 62.02 «Деятельность консультативная и работы в области компьютерных технологий». Данный сайт содержит сведения о 183 предприятиях, причем действующими по состоянию на момент исследования являются 106.

Распределение предприятий по выручке за каждый год исследуемого периода представлено в таблице 1.

Из таблицы 1 следует, что за исследуемый период суммарная выручка предприятий изменяется неравномерно, периоды падения чередуются с периодами резких скачков (2016, 2019 и 2022 гг.). Наблюдается непрерывный рост количества предприятий с ненулевой выручкой и уменьшение количества предприятий с нулевой выручкой.

В таблице 2 приведены цепные индексы показателей, приведенных в таблице 1.

Таблица 1. Выручка и количество предприятий по годам исследуемого периода

Table 1. Revenue and number of enterprises by year of the study period

Выручка Revenue \ Год Year	2022	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013
Выручка, млн руб.	3749	3175	2797	3403	1301	1020	1822	1435	1533	1696
Предприятий с ненулевой выручкой, ед.	73	72	66	60	67	67	70	66	59	48
Предприятий с нулевой выручкой, ед.	110	111	117	123	116	116	113	117	124	135

Таблица 2. Цепные индексы по годам исследуемого периода

Table 2. Chain indices by year of the period under study

Выручка Revenue \ Год Year	2022	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013
Выручка	1,18	1,14	0,82	2,62	1,28	0,56	1,27	0,94	0,90	1,00
Предприятий с ненулевой выручкой	1,01	1,09	1,10	0,90	1,00	0,96	1,06	1,12	1,23	1,00
Предприятий с нулевой выручкой	0,99	0,95	0,95	1,06	1,00	1,03	0,97	0,94	0,92	1,00

Базисный индекс по выручке за весь период с 2013 по 2022 г. составил 2,2, по количеству предприятий с ненулевой выручкой – 1,5, а по предприятиям с нулевой выручкой – 0,8.

Рассмотрение распределения предприятий по возрасту по годам исследуемого периода (табл. 3) показывает, что те предприятия, которые находятся в середине распределения (в возрасте 2–7 лет), утрачивают свои позиции, в то же время увеличивается количество вновь создаваемых предприятий и предприятий, длительное время работающих на данном рынке. Так, количество предприятий в возрасте 1 года за исследуемый период увеличилось в 2,6 раза, а старше 10 лет – в 3 раза.

При этом средний возраст предприятия на исследуемом рынке уменьшился с 4,76 года в 2013 г. до 2,8 лет в 2022 г. В та-

блице 4 приведен удельный вес предприятий различного возраста в общем количестве предприятий, а в таблице 5 – цепные индексы их удельного веса.

Базовый индекс, приведенный в таблице 5, показывает, что только по двум структурным единицам данной классификации наблюдается рост за исследуемый период – удельный вес предприятий в возрасте до 1 года (рост в 2,3 раза) и удельный вес предприятий старше 10 лет (рост в 2,6 раза).

Наконец, в таблице 6 приведен демографический баланс движения предприятий на рынке ИТ-предприятий Ростовской области.

Из данных таблицы 6 следует, что наибольшая активность по регистрации новых предприятий наблюдалась в 2020–2021 гг., а по ликвидации – в 2019–2022 гг. Несложно предположить, что подобная активность мо-

Таблица 3. Распределение количества предприятий по возрасту

Table 3. Distribution of the number of enterprises by age

Год Year	2022	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013
Возраст, лет Age, years										
До 1	13	8	9	6	11	9	8	4	12	5
1–2	7	8	4	10	9	8	4	12	5	7
2–3	6	3	10	9	8	3	12	5	7	7
3–4	2	10	9	7	3	9	5	7	7	4
4–5	8	9	6	3	9	5	6	7	4	10
5–6	8	5	2	8	5	6	7	4	10	8
6–7	5	1	8	5	6	6	3	10	8	13
7–8	1	8	5	5	6	2	9	8	13	11
8–9	7	3	4	5	2	9	8	13	11	4
9–10	3	2	3	2	9	7	12	11	4	4
> 10	39	42	43	49	43	40	29	21	17	13
Итого	99	99	103	109	111	104	103	102	98	86
Средний возраст	2,80	2,69	2,79	2,61	3,05	3,27	4,17	4,81	4,59	4,76

Таблица 4. Удельный вес предприятий различного возраста в общем количестве предприятий

Table 4. Share of enterprises of different ages in the total number of enterprises

Год Year	2022	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013
Возраст, лет Age, years										
До 1	13,1	8,1	8,7	5,5	9,9	8,7	7,8	3,9	12,2	5,8
1–2	7,1	8,1	3,9	9,2	8,1	7,7	3,9	11,8	5,1	8,1
2–3	6,1	3,0	9,7	8,3	7,2	2,9	11,7	4,9	7,1	8,1
3–4	2,0	10,1	8,7	6,4	2,7	8,7	4,9	6,9	7,1	4,7
4–5	8,1	9,1	5,8	2,8	8,1	4,8	5,8	6,9	4,1	11,6
5–6	8,1	5,1	1,9	7,3	4,5	5,8	6,8	3,9	10,2	9,3
6–7	5,1	1,0	7,8	4,6	5,4	5,8	2,9	9,8	8,2	15,1
7–8	1,0	8,1	4,9	4,6	5,4	1,9	8,7	7,8	13,3	12,8
8–9	7,1	3,0	3,9	4,6	1,8	8,7	7,8	12,7	11,2	4,7
9–10	3,0	2,0	2,9	1,8	8,1	6,7	11,7	10,8	4,1	4,7
> 10	39,4	42,4	41,7	45,0	38,7	38,5	28,2	20,6	17,3	15,1

Таблица 5. Индексы изменения удельного веса предприятий различного возраста в общей численности предприятий

Table 5. Indices of changes in the share of enterprises of various ages in the total number of enterprises

Год Year Возраст, лет Age, years	2022	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	Базисный Basic
До 1	1,6	0,9	1,6	0,6	1,1	1,1	2,0	0,3	2,1	2,3
1–2	0,9	2,1	0,4	1,1	1,1	2,0	0,3	2,3	0,6	0,9
2–3	2,0	0,3	1,2	1,1	2,5	0,2	2,4	0,7	0,9	0,7
3–4	0,2	1,2	1,4	2,4	0,3	1,8	0,7	1,0	1,5	0,4
4–5	0,9	1,6	2,1	0,3	1,7	0,8	0,8	1,7	0,4	0,7
5–6	1,6	2,6	0,3	1,6	0,8	0,8	1,7	0,4	1,1	0,9
6–7	5,0	0,1	1,7	0,8	0,9	2,0	0,3	1,2	0,5	0,3
7–8	0,1	1,7	1,1	0,8	2,8	0,2	1,1	0,6	1,0	0,1
8–9	2,3	0,8	0,8	2,5	0,2	1,1	0,6	1,1	2,4	1,5
9–10	1,5	0,7	1,6	0,2	1,2	0,6	1,1	2,6	0,9	0,7
> 10	0,9	1,0	0,9	1,2	1,0	1,4	1,4	1,2	1,1	2,6

Таблица 6. Демографический баланс движения предприятий на рынке ИТ-предприятий Ростовской области

Table 6. Demographic balance of the movement of enterprises in the market of IT enterprises in the Rostov region

Год Year	Предприятий на начало года Enterprises at the beginning of the year	Зарегистрировано Registered	Ликвидировано Liquidated
2013	87	12	1
2014	98	4	0
2015	102	8	0
2016	110	9	7
2017	112	11	8
2018	115	8	4
2019	119	9	10
2020	118	11	15
2021	114	14	15
2022	113	5	15
2023	103	5	2

жет быть связана с внешним воздействием на данный рынок происходивших в экономике процессов. Далеко не все предприятия смогли приспособиться к данному процессу, перестроить свои внутренние процессы

и адаптироваться к внешним воздействиям. По всей видимости, именно в этот период ряд из них потеряли (или снизили) свою предпринимательскую активность, что и отразилось на указанном результате.

Далее исследованы предприятия, более 10 лет работающие на рынке. Таких предприятий, функционирующих на исследуемом рынке по состоянию на 2023 г., оказалось 26.

По всем этим предприятиям было произведено построение соответствующей матрицы, содержащей исходные данные для расчета коэффициента согласия Кендалла. При этом по строкам матрицы располагаются отобранные 26 предприятий, по столбцам – года исследуемого периода, а на пересечении – выручка, полученная соответствующим предприятием за соответствующий год. Затем строится матрица рангов, для чего по каждому предприятию полученная за каждый год выручка ранжируется. Для ориентировки рассчитывается коэффициент согласия Кендалла, для чего используются следующие формулы:

$$r = \frac{12 \times S}{m^2(n^3 - n)},$$

$$A_j = \sum_{i=1}^m r_{ij},$$

$$\bar{A} = \frac{\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m r_{ij}}{n},$$

$$S = \sum_{j=1}^n (A_j - \bar{A})^2,$$

где m – количество предприятий;

n – количество лет;

S – сумма квадратов отклонений суммы рангов по предприятиям от среднего ранга;

r_{ij} – ранг i -го предприятия за j -й год.

Рассчитанный на основании построенной матрицы коэффициент согласия Кендалла применяется на данном этапе в качестве критерия оптимизации отбора предприятий со стабильной предпринимательской активностью. При этом используются следующие обстоятельства. На каждое предприятие воздействует группа внешних и внутренних факторов. В пределах одного года принимается воздействие внешних факто-

ров одинаковым для всех предприятий, а вот внутренние – разные. Поэтому если ранжирование по годам имеет высокую степень согласованности между предприятиями, то это с высокой степенью вероятности означает примерное равенство воздействия внутренних факторов внутри разных предприятий, и наоборот. Поэтому на данном этапе построенная матрица оптимизируется по критерию согласия Кендалла, при этом из предприятий исходной матрицы строится две матрицы: предприятий со стабильной предпринимательской активностью и предприятий с нестабильной предпринимательской активностью. Производится это путем перевода отдельных предприятий в группу с нестабильной предпринимательской активностью. Для этого последовательно отбираются по годам, начиная с 2022 г., те предприятия, которые получили 10-й ранг (минимальный). После перевода каждого предприятия производится перерасчет коэффициента согласия Кендалла по матрице со стабильной предпринимательской активностью. После перевода всех предприятий по результатам 2022 г. процесс продолжается по следующим в порядке убывания годам до тех пор, пока коэффициент согласия Кендалла не достигнет значения 0,7 или более.

Используя указанный алгоритм, из построенной ранее матрицы 13 предприятий были переведены в группу предприятий с нестабильной предпринимательской активностью. Доход оставшихся 13 предприятий по годам исследуемого периода приведен в таблицах 7 и 8.

В таблице 9 приведены соответствующие результаты ранжирования, а также сделаны предварительные вычисления для расчета коэффициента согласия Кендалла.

По результатам расчета средняя сумма рангов составила 71,5, квадрат отклонения от средней суммы рангов – 9814,5, коэффициент согласия Кендалла – 0,704. Рассчитанное фактическое значение критерия Пирсона составило 50,683, что свидетель-

Таблица 7. Доход предприятий со стабильной предпринимательской активностью за 2018–2022 гг., тыс. руб.

Table 7. Income of enterprises with stable entrepreneurial activity for 2018–2022, thousand rubles

№ п/п No.	Наименование предприятия (ООО) Name of the enterprise (LLC)	2022	2021	2020	2019	2018
1	Айти Плей	115 984	126 012	151 372	101 112	91 907
2	Асе Консалтинг	103 766	96 075	66 968	99 409	75 929
3	Торговый Дом «Метком»	84 109	70 541	50 403	44 883	40 148
4	Диорит-Техно	44 795	35 715	41 049	28 141	26 435
5	ХВД	30 884	27 517	18 972	3607	10 180
6	Сингра	27 196	4613	5676	3679	991
7	Компания «Союз»	26 356	22 282	20 502	21 118	16 592
8	Предприятие «Инис»	17 970	18 278	13 496	14 681	12 345
9	Инфра	14 167	11 226	9758	8834	9630
10	ЛВСК	6763	5049	3657	2933	2602
11	Висмая	3577	1908	855	2344	2230
12	Стилвэи	3314	2926	3133	3697	4117
13	Вариант	2934	2420	2154	2050	1831

Таблица 8. Доход предприятий со стабильной предпринимательской активностью за 2013–2017 гг., тыс. руб.

Table 8. Income of enterprises with stable entrepreneurial activity for 2013–2017, thousand rubles

№ п/п No.	Наименование предприятия (ООО) Name of the enterprise (LLC)	2017	2016	2015	2014	2013
1	Айти Плей	82 649	75 069	32 994	13 148	12 156
2	Асе Консалтинг	65 093	66 139	46 325	22 686	8178
3	Торговый Дом «Метком»	22 432	31 132	15 662	12 833	7960
4	Диорит-Техно	13 571	31 514	37 823	7292	2315
5	ХВД	8558	5003	4098	2446	6157
6	Сингра	686	618	1822	342	188
7	Компания «Союз»	13 711	14 710	11 974	10 403	9345
8	Предприятие «Инис»	13 156	13 237	12 989	10 991	11 708
9	Инфра	6705	6380	6465	6281	3519
10	ЛВСК	3675	1802	2945	2431	1734
11	Висмая	1725	1655	430	1823	167
12	Стилвэи	3763	3426	2232	1801	37
13	Вариант	1803	1644	1768	2010	1568

Таблица 9. Матрица для расчета коэффициента согласия Кендалла

Table 9. Matrix for calculating Kendall's coefficient of agreement

Год Year № п/п No.	2022	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013
1	3	2	1	4	5	6	7	8	9	10
2	1	3	5	2	4	7	6	8	9	10
3	1	2	3	4	5	7	6	8	9	10
4	1	4	2	6	7	8	5	3	9	10
5	1	2	3	9	4	5	7	8	10	6
6	1	3	2	4	6	7	8	5	9	10
7	1	2	4	3	5	7	6	8	9	10
8	2	1	4	3	8	6	5	7	10	9
9	1	2	3	5	4	6	8	7	9	10
10	1	2	4	6	7	3	9	5	8	10
11	1	4	8	2	3	6	7	9	5	10
12	5	7	6	3	1	2	4	8	9	10
13	1	2	3	4	6	7	9	8	5	10
Сумма рангов <i>Sum of ranks</i>	20	36	48	55	65	77	87	92	110	125
Отклонения от средней суммы рангов <i>Deviations from the average sum of ranks</i>	−51,5	−35,5	−23,5	−16,5	−6,5	5,5	15,5	20,5	38,5	53,5
Квадрат отклонения <i>Square deviation</i>	2652,3	1260,3	552,3	272,3	42,3	30,3	240,3	420,3	1482,3	2862,3

ствует о высокой статистической достоверности полученного результата.

Таким образом, на основании предложенного алгоритма отбора предприятий со стабильной предпринимательской активностью установлен перечень таких предприятий для ИТ-отрасли Ростовской области. Это позволяет оценить эффективность институциональных решений относительно указанного рынка предприятий, а также воздействие на него внешних процессов (цифровая трансформация, импортозамещение и т. д.). Кроме того, сформирован перечень предприятий с нестабильной предпринимательской активностью, на основании которого

может быть обоснован перечень мероприятий по устранению негативных факторов, относящихся к внутренним особенностям организации функционирования предприятия.

Заключение

В работе обоснованы предложения по алгоритму отбора предприятий со стабильной предпринимательской активностью, который включает следующие этапы:

1. Формирование базы исходной статистической информации по всем предприятиям рынка, содержащей демографические, финансовые и другие показатели

предприятий данного рынка за весь исследуемый период.

2. Классификация предприятий рынка по показателям бизнес-демографии.

3. Формирование по выделенному показателю деятельности кластера предприятий с максимальным периодом жизненного цикла с использованием базовых статистических подходов.

4. Оценка предприятий сформированного кластера по показателю полученной выручки с помощью коэффициента согласия Кендалла.

5. Отбор предприятий со стабильной предпринимательской активностью по критерию максимизации коэффициента согласия Кендалла.

Исходная база для получения практических результатов исследования сформирована на основании соответствующих запросов из данных сайта <https://www.list-org.com/>. Исследовались предприятия Ростовской области с видом деятельности по ОКВЭД 62.02 «Деятельность консультативная и работы в области компьютерных технологий». Данный сайт содержит сведения о 183 предприятиях, причем действующими по состоянию на момент исследования являются 106.

На основании предложенного алгоритма отбора предприятий со стабильной предпринимательской активностью установлен перечень таких предприятий для ИТ-отрасли Ростовской области. Это позволяет оценить эффективность институциональных решений относительно указанного рынка предприятий, а также воздействие на него внешних процессов (цифровая трансформация, импортозамещение и т.д.). Кроме того, сформирован перечень предприятий с нестабильной предпринимательской активностью, на основании которого может быть обоснован перечень мероприятий по устранению негативных факторов, относящихся к внутренним особенностям организации функционирования предприятия. Следовательно, указанный алгоритм предназначен для использования органами государственного и территориального управления для оценки воздействия внешних факторов на те или иные рынки для принятия обоснованных институциональных решений или оценки качества уже принятых решений, а также для применения менеджментом предприятий для обоснования решений по повышению конкурентоспособности предприятия путем устранения выявленных внутренних негативных факторов.

Список литературы

1. Белицкая О.В. Демография российского бизнеса: Ключевые проблемы и тенденции // Естественнo-гуманитарные исследования. 2021. № 34 (2). С. 26–30. DOI: 10.24412/2309-4788-2021-10944.
2. Важенин С.Г., Важенина И.С. Особенности трансформации бизнес-демографии предприятий в современном экономическом пространстве России // Федерализм. 2023. Т. 28. № 3 (111). С. 72–87. DOI: 10.21686/2073-1051-2023-3-72-87.
3. Кочетыгова О.В., Иноземцев Е.С., Головкин М.В. Анализ бизнес-демографии организаций Российской Федерации за 2012–2020 годы // Вестник ИЭАУ. 2021. № 31. С. 1–8.
4. Лебедева А.Б., Бакирова Р.Р. Анализ динамики смертности и рождаемости предприятий // Modern Science. 2021. № 7. С. 50–53.
5. Мезенцева Е.В., Королюк Е.В. Бизнес-демография как индикатор эффективности социально-экономического развития региона // Управленческий учет. 2022. № 2–1. С. 125–130. DOI: 10.25806/uu2-12022125-130.
6. Положенцева Ю.С., Андросова И.В. Перспективы развития бизнес-демографии хозяйствующих субъектов // ЦИТИСЭ. 2019. № 4 (21). С. 136–145. DOI: 10.15350/24097616.2019.4.15.

7. *Полуянов В.П.* Выбор предприятия-лидера по модели динамической оценки конкурентоспособности // Современная конкуренция. 2023. Т. 17. № 5. С. 73–82. DOI: 10.37791/2687-0657-2023-17-5-73-82.
8. *Полуянов В.П.* Ранжирование вузов Ростовской области по критерию эффективности их функционирования // Наука и общество – 2021: Материалы международной научной конференции (Ростов-на-Дону, 9 апреля 2021 г.) / под ред. Н.Б. Осипян, И.В. Макаровой, М.И. Жбанниковой. – М.: Московский университет им. С. Ю. Витте, 2021. С. 244–249.
9. *Полуянов В.П., Борисов Н.А.* Результаты сравнительного анализа инструментов для управления ИТ-продуктами на рынке программных средств // Информационные системы, экономика и управление: Ученые записки. – Ростов н/Д.: Ростовский государственный экономический университет (РИНХ), 2023. С. 168–174.
10. *Полуянов В.П., Полуянов Е.В.* Институциональная характеристика рынка компьютерных технологий и консультативной деятельности Ростовской области // Инновационные технологии в машиностроении, образовании и экономике. 2021. Т. 30. № 1 (19). С. 13–19.
11. *Полуянов В.П., Полуянов Е.В.* Ранжирование районов Ростовской области по показателю качества услуг ЖКХ // Региональные проблемы преобразования экономики. 2019. № 11 (109). С. 122–137. DOI: 10.26726/1812-7096-2019-11-122-137.
12. *Полуянов В.П., Полуянова Е.И.* Ранжирование филиалов вузов по критерию эффективности их функционирования (на примере Ростовской области) // Инновационные технологии в машиностроении, образовании и экономике. 2021. Т. 30. № 1 (19). С. 20–25.
13. *Полуянов В.П., Степаненко К.В.* Динамика отдельных показателей функционирования предприятий ИТ отрасли Ростовской области // Донецкие чтения 2023: образование, наука, инновации, культура и вызовы современности: Материалы VIII Международной научной конференции (Донецк, 25–27 октября 2023 г.). – Донецк: Донецкий государственный университет, 2023. С. 349–352.
14. *Сомов В.Л., Толмачев М.Н.* Тенденции развития основных показателей бизнес-демографии // Вопросы статистики. 2020. Т. 27. № 5. С. 58–64. DOI: 10.34023/2313-6383-2020-27-5-58-64.

Сведения об авторе

Полуянов Владимир Петрович, ORCID 0000-0001-5550-0182, докт. экон. наук, профессор, профессор кафедры информационных систем и прикладной информатики, Ростовский государственный экономический университет (РИНХ), Ростов-на-Дону, Россия, PoluyanovVP@rambler.ru

Статья поступила 12.04.2024, рассмотрена 25.04.2024, принята 13.05.2024

References

1. Belitskaya O.V. Demography of Russian business: Key problems and trends. *Estestvenno-gumanitarnye issledovaniya*=Natural-humanities studies, 2021, no.34(2), pp.26-30 (in Russian). DOI: 10.24412/2309-4788-2021-10944.
2. Vazhenin S.G., Vazhenina I.S. Features of transformation business demographies of enterprises in the modern economic space of Russia. *Federalism*, 2023, vol.28, no.3(111), pp.72-87 (in Russian). DOI: 10.21686/2073-1051-2023-3-72-87.
3. Kochetygova O.V., Inozemcev E.S., Golovko M.V. Analysis of the business demography of organizations in the Russian Federation for 2012–2020. *Vestnik IEAU*, 2021, no.31, pp.1-8 (in Russian).
4. Lebedeva A.B., Bakirova R.R. *Analiz dinamiki smernosti i rozhdaemosti predpriyatij* [Analysis of the dynamics of mortality and birth rates of enterprises]. Modern Science, 2021, no.7, pp.50-53.
5. Mezenceva E.V., Korolyuk E.V. Business demography as an indicator of the effectiveness of socio-economic development of the region. *Upravlencheskij uchet*=Management Accounting, 2022, no.2-1, pp.125-130 (in Russian). DOI: 10.25806/uu2-12022125-130.

6. Polozhenceva Yu.S., Androsova I.V. Prospects for the development of business demography of economic entities. *CITISE*, 2019, no.4(21), pp.136-145 (in Russian). DOI: 10.15350/24097616.2019.4.15.
7. Poluyanov V. Selecting a leader enterprise using a dynamic competitiveness assessment model. *Sovremennaya konkurentsia*=Journal of Modern Competition, 2023, vol.17, no.5, pp.73-82 (in Russian). DOI: 10.37791/2687-0657-2023-17-5-73-82.
8. Poluyanov V.P. Ranking of universities in the Rostov region by the criterion of the efficiency of their functioning. *Nauka i obshchestvo – 2021: Materialy mezhdunarodnoi nauchnoi konferentsii (Rostov-na-Donu, 9 aprelya 2021 g.)* [Science and Society – 2021: Proceedings of the International Scientific Conference (Rostov-on-Don, April 9, 2021)]. Ed. by N.B. Osipyan, I.V. Makarova, M.I. Zhbannikova. Moscow, *Moskovskij universitet im. S. Yu. Vitte*, 2021, pp.244-249 (in Russian).
9. Poluyanov V.P., Borisov N.A. *Rezultaty sravnitel'nogo analiza instrumentov dlya upravleniya IT-produktami na rynke programmnykh sredstv* [Results of a comparative analysis of tools for managing IT products on the software market]. *Informacionnye sistemy, ekonomika i upravlenie: Uchenye zapiski* [Information Systems, Economics and Management: Scientific Notes]. Rostov-on-Don, Rostov State Economic University (RINH), 2023, pp.168-174.
10. Poluyanov V.P., Poluyanov E.V. Institutional characteristics of the market of computer technologies and consultative activities of the Rostov region. *Innovacionnye tekhnologii v mashinostroenii, obrazovanii i ekonomike*, 2021, vol.30, no.1(19), pp.13-19 (in Russian).
11. Poluyanov V.P., Poluyanov E.V. Ranking of districts of the Rostov region by housing and utilities quality indicator. *Regional'nye problemy preobrazovaniya ekonomiki*, 2019, no.11(109), pp.122-137 (in Russian). DOI: 10.26726/1812-7096-2019-11-122-137.
12. Poluyanov V.P., Poluyanov E.I. Ranking of university branches by the criterion of the efficiency of their functioning (on the example of the Rostov region). *Innovacionnye tekhnologii v mashinostroenii, obrazovanii i ekonomike*, 2021, vol.30, no.1(19), pp.20-25 (in Russian).
13. Poluyanov V.P., Stepanenko K.V. *Dinamika otdel'nykh pokazatelej funkcionirovaniya predpriyatij IT otrasli Rostovskoj oblasti* [Dynamics of individual performance indicators of IT industry enterprises in the Rostov region]. *Doneckie chteniya 2023: Obrazovanie, nauka, innovacii, kul'tura i vyzovy sovremennosti: Materialy VIII Mezhdunarodnoj nauchnoj konferencii (Doneck, 25–27 oktyabrya 2023 g.)* [Donetsk Readings 2023: Education, Science, Innovation, Culture and Challenges of Our Time: Proceedings of the VIII International Scientific Conference (Donetsk, October 25–27, 2023)]. Donetsk, *Doneckij gosudarstvennyj universitet*, 2023, pp.349-352.
14. Somov V.L., Tolmachev M.N. Trends of main indicators of business demography. *Voprosy statistiki*, 2020, vol.27, no.5, pp.58-64 (in Russian). DOI: 10.34023/2313-6383-2020-27-5-58-64.

About the author

Vladimir P. Poluyanov, ORCID 0000-0001-5550-0182, Dr. Sci. (Econ), Professor, Information Systems and Applied Informatics Department, Rostov State University of Economics (RSUE), Rostov-on-Don, Russia, PoluyanovVP@rambler.ru

Received 12.04.2024, reviewed 25.04.2024, accepted 13.05.2024

DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-5-111-123

Компаративный анализ гибких методологий разработки программного обеспечения в условиях современных высококонкурентных рынков

А.Ю. Анисимов^{1*}, Е.Н. Токмакова¹, А.Е. Трубин¹

¹Университет «Синергия», Москва, Россия

*anisimov_au@mail.ru

Аннотация. Проблема выбора эффективной методологии управления проектами является одной из ключевых задач в области разработки информационных систем. В современном мире разработка программного обеспечения представляет собой один из наиболее востребованных видов проектной деятельности, и практически в каждой сфере производства используется специализированное программное обеспечение, которое играет центральную роль в функционировании предприятий. В связи с этим создание эффективного процесса разработки становится важнейшим условием успешной реализации проекта. Несмотря на существование большого количества современных методологий управления, выбор наиболее подходящей остается сложной задачей, требующей детального анализа целей и критериев. Успешность проекта как для исполнителя, так и для заказчика во многом зависит от корректного выбора модели управления. Целью исследования является анализ ключевых аспектов методологий управления разработкой программного обеспечения в условиях высококонкурентных современных рынков. Основная задача исследования включает сравнительный анализ гибких методологий управления разработкой ПО. В статье представлены результаты сравнительного анализа существующих гибких методологий. Обоснована целесообразность применения методологии Kanban в качестве инструмента управления разработкой ПО, а также выявлены потенциальные риски, связанные с выбором оптимальной методологии. Полученные результаты имеют как теоретическое, так и практическое значение, содействуя обоснованному выбору наиболее подходящей методологии управления проектами в сфере разработки ИС в условиях современных высококонкурентных рынков.

Ключевые слова: управление проектами, управление разработкой проектов ПО, гибкие методологии, традиционные методологии, риски, Kanban, Agile

Для цитирования: Анисимов А.Ю., Токмакова Е.Н., Трубин А.Е. Компаративный анализ гибких методологий разработки программного обеспечения в условиях современных высококонкурентных рынков // Современная конкуренция. 2024. Т. 18. № 5. С. 111–123. DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-5-111-123

Comparative Analysis of Flexible Software Development Methodologies in Modern Highly Competitive Markets

A. Anisimov^{1*}, E. Tokmakova¹, A. Trubin¹

¹*Synergy University, Moscow, Russia*

**anisimov_au@mail.ru*

Abstract. The problem of choosing an effective project management methodology is one of the key tasks in the field of information systems development. In the modern world, software development is one of the most demanded types of project activities, and in almost every field of production specialized software (software) is used, which plays a central role in the functioning of enterprises. In this regard, the creation of an effective development process becomes the most important condition for the successful implementation of the project. Despite the existence of a large number of modern management methodologies, choosing the most appropriate one remains a difficult task that requires a detailed analysis of goals and criteria. The success of the project, both for the contractor and for the customer, largely depends on the correct choice of the management model. The purpose of the study is to analyze key aspects of software development management methodologies in highly competitive modern markets. The main objective of the study includes a comparative analysis of flexible software development management methodologies. The article presents the results of a comparative analysis of existing flexible methodologies. The expediency of using the Kanban methodology as a software development management tool is substantiated, and potential risks associated with choosing the optimal methodology are identified. The results obtained have both theoretical and practical significance, contributing to the informed choice of the most appropriate project management methodology in the field of IP development in modern highly competitive markets.

Keywords: project management, software project development management, flexible methodologies, traditional methodologies, risks, Kanban, Agile

For citation: Anisimov A., Tokmakova E., Trubin A. Comparative Analysis of Flexible Software Development Methodologies in Modern Highly Competitive Markets. *Sovremennaya konkurentsia*=Journal of Modern Competition, 2024, vol.18, no.5, pp.111-123 (in Russian). DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-5-111-123

Введение

Растущий спрос на цифровые решения со стороны бизнеса, государства и общества стимулирует инновации в ИТ-сфере, способствуя ускоренному росту данного сектора. Разработка высокотехнологичных продуктов стала одним из приоритетов как внутри страны, так и во всем мире. Высокая потребность в ИТ-продуктах заставляет их производителей искать новые решения и подходы, способствующие сокращению времени

на разработку без негативного влияния на качество конечного продукта. Изменение процессов разработки ПО затрагивает как его техническую и бизнес-сторону, так и систему управления. Новшества в одной из этих составляющих оказывает воздействие и на другие две области разработки.

Любой проект направлен на получение прибыли от производимого продукта, а заказчик, в свою очередь, заинтересован в качественном продукте, пользующемся спросом у потребителя. Именно баланси-

рование интересов исполнителя и заказчика в рамках реализации любого проекта, в том числе ИТ-проекта, является ключевым при решении о переходе от традиционных методологий в управлении проектами к гибким.

Традиционные методологии разработки программного обеспечения, такие как Waterfall, основываются на последовательном выполнении фаз проекта, начиная от сбора требований и заканчивая внедрением и сопровождением системы. Данный подход характеризуется высоким уровнем предсказуемости и контроля, что делает его привлекательным для проектов с четко определенными требованиями и временными рамками.

Каждый этап в каскадной модели является автономным. Для перехода на следующий этап в разработке необходимо, чтобы предыдущие этапы были полностью закончены. Вносить корректировки в середине процесса в каскадной модели не представляется возможным. Именно поэтому основным требованием к применению каскадной модели является представление процесса разработки перед началом самого процесса [14].

Каскадная модель разработки является легко адаптируемой для смены команд. Waterfall-модель не подразумевает жестких временных ограничений на разработку, каждый этап прорабатывается детально. В условиях такой работы у любого участника команды, независимо от уровня его компетенций, есть возможность избежать проблем с пониманием целей проекта при знакомстве с ним и продуктом, который является результатом работы в проекте.

Нехватка наиболее подходящих моделей и инструментов является основной проблемой гибкого управления процессом разработки ИС. В большинстве случаев не только глобальные изменения в ИТ-сегменте влияют на эффективность модели управления, но и корректировки, происходящие внутри проекта (изменение

требований, сроков поставки продукта, финансирования и т. п.).

В современных компаниях, создающих ИС, чаще всего для управления разработкой проекта используются Agile. Руководители не всегда выбирают одну методологию, а чаще всего используют смешанный или гибридный подход. Такой выбор чаще всего обусловлен тем, что одна методология не может полностью покрыть все проектные аспекты и требования [13]. Комбинирование двух или даже трех методик позволяет создать эффективную модель контроля процесса разработки ИС его управления.

Гибридная методология представляет собой интеграцию элементов различных подходов к разработке программного обеспечения, что позволяет адаптировать процессы под конкретные условия проекта и потребности клиентов.

Преимущества гибридной методологии, такие как улучшенное управление рисками, повышенная вовлеченность команды, делают ее привлекательной для различных типов проектов и организаций. Однако ее успешное применение требует тщательной интеграции, четкого определения процессов и ролей, а также наличия высококвалифицированных специалистов, что позволяет минимизировать риски и обеспечить достижение высоких результатов в разработке программного обеспечения [10].

Основу гибридной модели управления разработкой ИТ-проекта должен составлять закон синергии, так как только на данной основе будет производиться совместный эффект, который будет больше, чем разрозненное функционирование каждой из моделей управления по отдельности. Проекты, использующие гибридное управление, берут адаптивность и гибкость Agile-методик и комбинируют их с традиционными методами управления разработки проектов [7].

Гибкие методологии позволяют адаптироваться к изменениям и непрерывно улуч-

шать процесс разработки, что приводит к созданию высококачественного продукта, удовлетворяющего потребности пользователей. Их преимущества при разработке программного обеспечения, такие как гибкость и адаптивность, улучшенное взаимодействие с клиентом, постоянное улучшение процессов, повышенная мотивация и вовлеченность команды, а также сокращение времени выхода на рынок, делают их незаменимыми в условиях современных динамичных и высококонкурентных рынков.

Agile-методологии позволяют также наладить процессы в проектах, разработках в которых изначально была построена на основе каскадной модели.

Организация процесса на основе философии Agile также положительно влияет на мотивацию участников команды. Распределение задач и их ежедневное обсуждение делает процесс прозрачным. Каждый член команды ежедневно видит результаты достижений. Кроме того, задачи более понятны участникам, а значит, увеличивается уровень ответственности в работе. Достичь такого эффекта довольно проблематично, следуя традиционным методологиям. Команда меньше общается, нет культуры ежедневных митингов и обсуждений задач, результат проделанной работы чаще всего виден только в конце этапа.

Сравнительный анализ гибких методологий

Гибкие методологии предлагают иной подход к разработке программного обеспечения, основанный на итеративной разработке, что позволяет командам быстро адаптироваться к изменениям требований и максимально использовать возможности для улучшения продукта.

Несмотря на большое разнообразие Agile, представленных на сегодняшний день, большинство проектов, занимающихся разработкой ПО, не могут применять

их в чистом виде [4]. Такая ситуация чаще всего складывается вследствие нескольких факторов:

1. Изначально проект был построен с использованием стандартных методологий управления процессом разработки.

2. Ландшафт проекта включает в себя множество систем.

3. Большинство команд работают с использованием традиционных методологий управления разработкой ИС.

4. Команды не всегда являются full-stack. Существуют команды, занимающиеся только тестированием.

Выбор подходящей методологии зависит от множества факторов, включая тип проекта, размер команды, организационную культуру и требования клиентов, что требует тщательного анализа, сравнения и адаптации для достижения наилучших результатов в разработке программного обеспечения.

Сравнение Agile-методологий было произведено, основываясь на следующих критериях (табл. 1):

1. Развитие – это критерий, определяющий, насколько хорошо проходит процесс разработки ПО на том или ином этапе.

2. Первоначальный план – определяет последовательность действий, которые необходимо произвести для исполнения бизнес-процессов.

3. Документация – характеристика, определяющая принцип ведения документации в проекте.

4. Тестирование – критерий, описывающий подход к проверке функционирования ПО.

5. Команда – критерий, определяющий участников команды и их роли и обязанности.

6. Инспекция кода – критерий, определяющий подход к проверке исходного кода программы с целью избегания ошибок, допущенных в процессе разработки, и их исправления до представления продукта заказчику.

Таблица 1. Сравнительный анализ гибких методологий

Table 1. Benchmarking Agile methodologies

Методология <i>Methodology</i> Критерий <i>Criterion</i>	Scrum	Kanban	Extreme Programming (XP)	Feature Driven Development (FDD)	Model Driven Development (MDD)	Domain Driven Development (DDD)
Развитие	Каждый этап разработки (итерация) включает в себя написание кода, инспекцию кода, тестирование	Не включает в себя инструменты для регулирования процесса разработки ПО. Дает возможность отслеживать процесс разработки	Автотестирование кода (юнит и функциональное). Непрерывная интеграция. Ревью кода. Постоянно обновляющийся план работы	Декомпозиция функций на подобласти. Основное внимание уделяется дизайну и написанию кода. Всегда есть продукт, который можно показать заказчику	Не включает в себя инструменты для регулирования процесса разработки ПО. Предлагает инструменты для написания кода (концепция модельно-ориентированного подхода)	Не включает в себя инструменты для регулирования процесса разработки ПО
Первоначальный план	Точное планирование каждой итерации	Не включает в себя инструменты для планирования	Приблизительное планирование. Постоянное обновление плана по мере конкретизации требований	Не включает в себя инструменты для планирования	Не включает в себя инструменты для планирования	Не включает в себя инструменты для планирования
Документация	Нестрогое ведение документации	Не включает в себя инструменты для регулирования ведения документации	Нестрогое ведение документации	Нестрогое ведение документации. Основным источником документации – написанный код	Нестрогое ведение документации. Основным источником документации – UML-диаграммы, модели	Нестрогое ведение документации. Основным источником документации – схемы с описанием верхнеуровневой архитектуры
Тестирование	В конце каждой итерации	Не включает в себя инструменты для регулирования процесса тестирования	Автотестирование	Не включает в себя инструменты для регулирования процесса тестирования	Не включает в себя инструменты для регулирования процесса тестирования	Не включает в себя инструменты для регулирования процесса тестирования
Инспекция кода	Опционально	Не включает в себя инструменты для регулирования процесса инспекции кода	Обязательный этап	Не включает в себя инструменты для регулирования процесса инспекции кода	Не включает в себя инструменты для регулирования процесса инспекции кода	Не включает в себя инструменты для регулирования процесса инспекции кода

Источник: составлено авторами по материалам [2, 5–8, 11].

Результаты сравнительного анализа Agile, представленные в таблице 1, показали, что Scrum является универсальной методологией, отвечающей всем заявленным критериям. Узконаправленными методологиями можно назвать Model Driven Development и Feature Driven Development, так как эти методологии соответствуют только одному из шести заявленных критериев сравнения и больше ориентированы на отлаживание процессов, в которые вовлечены только разработчики, но не целая команда.

Все рассмотренные методологии в той или иной степени предлагают инструменты для регулирования процесса разработки ПО. Критерию «Развитие» не соответствует только модель Domain Driven Development. Сквозное регулирование процесса предлагает Scrum. Инструменты данной методологии позволяют отслеживать и отлаживать процессы на всех этапах – планирования, разработки, тестирования, а также технической поддержки. В Scrum есть четко регулированные сроки поставки ИТ-продукта, кроме того, обозначены роли для каждого участника команды, что позволяет разделить ответственность и функции в команде. У всех остальных рассмотренных моделей нет такого обширного инструментария. Так, например, в Kanban нет обязательных ролей и регулярных спринтов. Весь процесс работы представлен как непрерывное производство. Основная задача Kanban – это визуализация процесса и ограничение количества незавершенной работы (WIP) [1].

Extreme Programming, в свою очередь, подразумевает практику тесного взаимодействия с заказчиком. Представитель заказчика является частью команды и в зону его ответственности входит написание пользовательских историй (User Story), а также решение по срокам и порядку реализации этих историй. Разработка в XP осуществляется итерациями длительностью 2–3 недели [1]. Экстремальность данной

методологии заключается в поверхностном подходе к решению задач. В качестве решения принимается первое, самое простое решение, которое будет расширяться в последующих итерациях [11].

Feature Driven Development, Model Driven Development и Domain Driven Development, согласно результатам сравнительного анализа, предлагают наименьшее количество инструментов для управления процессом разработки. Эти три методологии больше ориентированы на бизнес-процессы, чем на процессы взаимодействия внутри команды. FDD, MDD и DDD не предлагают разделение на роли, в них нет ограничения по срокам выпуска функциональности. Они не способны удовлетворить потребность в регулировании процесса разработки, но они могут быть использованы как дополнительный инструмент или фреймворк в совокупности с методологиями Scrum или XP.

Данные, представленные далее в таблице 2, позволяют заключить, что только две методологии соответствуют критерию «Первоначальный план». Четко структурированный и оформленный план проекта предлагает методология Scrum. XP, в свою очередь, также предлагает план процесса разработки, но только в верхнеуровневом виде. Ввиду того, что XP больше ориентирован на проекты, в которых изначально нет хорошо сформулированных требований, эта методология построена таким образом, что способствует адаптации процесса разработки к постоянно меняющемуся плану и требованиям.

Критерий «Документация» можно назвать опциональным в каждой из представленных методологий. В Scrum и XP есть оформленные требования в виде пользовательских историй, но нет подробно описанных тест-кейсов. В XP источник тест-кейсов – это автоматизированные тесты, то есть код, написанный для проверки функциональности кода самого приложения, а в Scrum тест-кейсы чаще всего оформ-

лены в чек-листы. FDD в качестве инструмента для документации предлагает написанный код. Выбор такой модели разработки ПО накладывает ответственность на разработчиков, чей код должен быть понятным. В MDD и DDD вся основная документация оформлена в UML-диаграммы и модели.

Последними критериями, которые были взяты в качестве критериев сравнительного анализа, были «Тестирование» и «Инспекция кода». Целью обоих критериев является проверка функциональности приложения с целью предотвращения возникновения ошибок. Отличием является то, что инспекция кода – это тоже тестирование, только статическое, то есть без запуска кода. В Scrum, например, не выделяют инспекцию кода как отдельный этап в процессе разработки. Несмотря на это, многие команды проводят инспекцию каждый раз перед выдачей кода заказчику.

В отличие от Scrum, Extreme Programming выделяет инспекцию кода как отдельный этап в разработке. Учитывая специфику направленности этой методологии, можно сказать, что для XP этот этап обязательный, так как методология в целом ориентирована на регулирование процессов, связанных с написанием кода.

В FDD, DDD, MDD и Kanban нет четких инструкций по проведению тестирования и выделению его в качестве отдельного этапа в процессе разработки. Тем не менее это не означает, что данные методологии полностью исключают этап тестирования. Отсутствие тестирования как этапа разработки ПО, вероятно, обусловлено тем, что эти методологии применимы как дополнительный инструмент, но не способны в одиночку удовлетворить потребности в регулировании процесса разработки.

Проведя сравнительный анализ Agile в разработке ПО, можно сделать ряд выводов касательно их применения в качестве самостоятельного инструмента для регулирования процесса.

Как показал анализ, наиболее универсальной методологией является Scrum, так как она покрывает все потребности проекта, а именно четкое распределение ролей и обязанностей, сроки, которые команда выделяет на процесс разработки, планирование и написание документации, анализ проделанной работы и работу над ошибками. Построение процесса разработки с применением методологии Scrum является более эффективным в случае, если команда высокомотивирована и дисциплинирована, а также имеет опыт работы в сфере разработки программного обеспечения.

Больше всего инструментов после методологии Scrum предлагает методология Extreme Programming. В ней нет разделения на роли, но осуществляется планирование, инспекция кода, тестирование, что больше подходит проектам, в которых требования не ясны или быстро меняются. В общем и целом процесс разработки, согласно методологии XP, является более неформальным, но одновременно требует от команды высокого уровня самодисциплины. Данная методология не предполагает написания большого количества отчетов или построения множества моделей.

Kanban-методология больше ориентирована на ограничение количества незавершенной работы и достижение наибольшей эффективности в проекте. Основным инструментом, который предлагает Kanban, является визуализация процесса. Использование Kanban-доски позволяет следить за процессом развития проекта, контролировать количество невыполненных или начатых задач. Тем не менее Kanban как методология управления разработкой проекта обретает наибольшую эффективность в совокупности с другими методологиями, например Scrum. Иными словами, Kanban хорошо использовать как дополнительный набор инструментов для управления процессом. Кроме того,

Kanban удобен для тех команд, которые ограничены в человеческих ресурсах, так как эта методология не подразумевает четкого распределения ролей.

Model Driven Development, Feature Driven Development и Domain Driven Development, так же как и Kanban, довольно проблематично использовать в чистом виде, так как эти методологии ориентированы на бизнес-процессы. Такие методологии больше подходят для многоуровневых проектов, в которых очень большое количество реализаций. Одновременно с этим они допускают риск возникновения неудачного результата, причиной которого может являться непонимание концепции проекта и его бизнес-целей. Кроме того, использование этих методологий усложняется тем, что в них нет разделения на роли.

Применение Kanban-методологии в качестве инструмента управления разработкой ИС

Разработка современного ПО – это в первую очередь кросс-функциональная и командная деятельность, для осуществления которой необходим правильно подобранный инструмент управления. Ключевую роль играет система управления и контроля, так как техническая модернизация сама по себе не имеет столь высокого положительного влияния, если она происходит обособлено. Задача управления в данном случае – это оптимизация процессов путем внедрения технологических новшеств. Правильно построенная модель управления процессом разработки ПО является первым основным шагом к успеху команды.

Помимо того, что Kanban – это отдельная методология, она также представляет собой инструмент для построения процесса создания продукта. Руководители проекта сами определяют, как они будут использовать эти инструменты.

Стоит отметить, что в Kanban присутствует своя философия, которая основана на принципе непрерывного совершенствования, осуществляемого за счет выбора задач из списка невыполненной работы и перемещения этих задач в основной и постоянный поток работы [8].

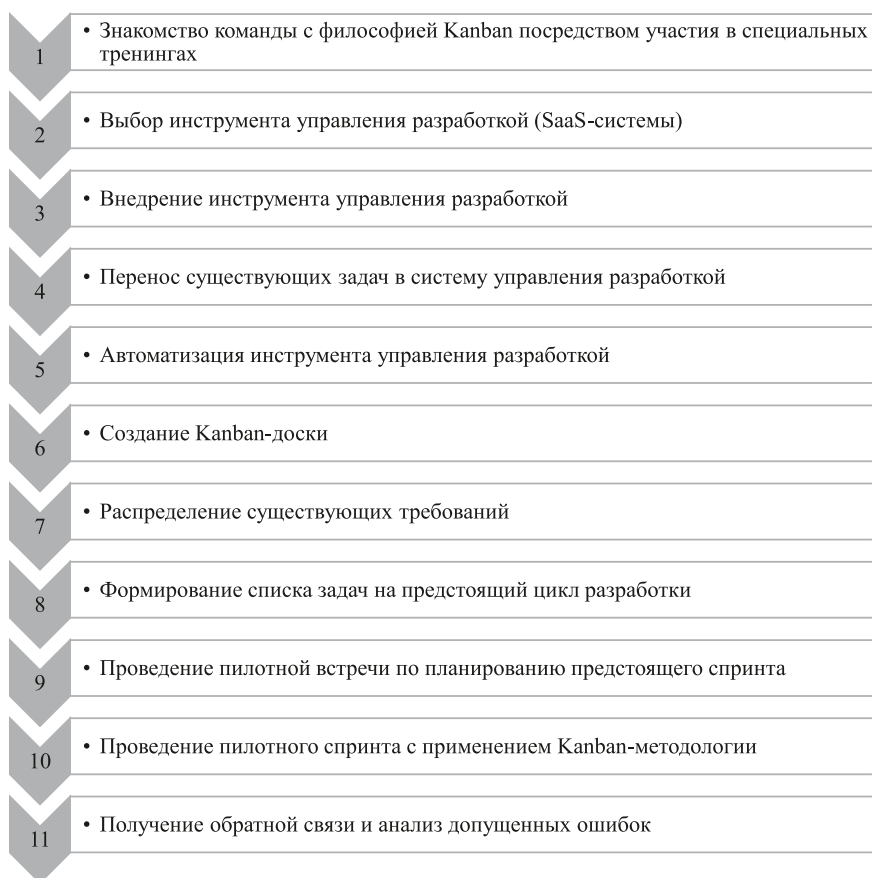
Внедрение Kanban-методики в проект, построенный на базе каскадной модели, позволяет не только визуализировать процесс работы, но также и упростить его. Сам процесс внедрения Kanban-методологии не является затратным как с финансовой, так и с организационной точки зрения [8].

Основным этапом внедрения Kanban-методологии является знакомство всех участников команды с философией Kanban. Все члены команды должны понимать, как работают процессы и какова цель методики. Чаще всего компании нанимают специалистов для проведения специальных тренингов с целью ознакомления команды с базовыми знаниями о методике Kanban. После этого все участники команды должны настроить процесс в инструменте для управления процессом разработки – создать соответствующие сущности, сформировать список задач на ближайший спринт, настроить Kanban-доску.

Начиная с момента планирования и заканчивая релизом задачи, весь процесс разработки является понятным и прозрачным для ее участников. Кроме этого, такой подход в управлении процессом разработки позволяет улучшить коммуникацию внутри команды и повышает мотивацию среди ее участников путем визуализации процесса.

Таким образом, внедрение Kanban-методологии заключается в следующих этапах (рис. 1).

Использование инструмента Kanban делает процесс более эффективным, визуализируя состояние процесса разработки на момент поступления задачи в тестирование. Можно наглядно увидеть, позволяют ли ресурсы команды взять в работу дополнительную задачу.



Источник: составлено авторами по материалам [2, 3, 5, 8].

Рис. 1. Этапы внедрения Kanban-методологии

Fig. 1. Stages of implementing Kanban methodology

Риски выбора эффективной методологии управления разработкой проекта

В существующих реалиях выбор эффективной методологии управления процессом – это основа успешной реализации проекта. В связи с этим необходимо проводить тщательный анализ и оценку рисков, связанных с каждой методологией, и выбирать ту, которая наилучшим образом соответствует уникальным характеристикам и требованиям конкретного ИТ-проекта.

Основные потенциальные риски были классифицированы на внешние и внутренние (табл. 2).

Для определения наиболее эффективного варианта необходимо выделить ряд критериев, например финансовая составляющая проекта, возможности команды и т. д. Выделение критериев методологии управления разработкой ИТ-проектов предоставляет возможность команде выбрать модель управления, которая идеально соответствует не только целям проекта, но и возможностям команды и требованиям заказчика. Отсюда следует вывод, что одним из возможных рисков могут быть неправильно выделенные критерии и, как следствие, неверно подобранная концепция управления разработкой. Данный риск может возникнуть еще до нача-

Таблица 2. Классификация потенциальных рисков

Table 2. Classification of potential risks

Виды рисков <i>Types of risks</i>	Область возникновения <i>Area of origin</i>
Внутренние	Организационная. Неполное понимание необходимости перехода на новую модель разработки
	Проект. Неправильная оценка особенностей конкретного проекта
	Команда. Неправильная оценка возможностей команды, недостаточный опыт и подготовка команды в выбранной методологии могут снизить эффективность ее применения
	Сопротивление изменениям. Внедрение новой методологии может столкнуться с сопротивлением сотрудников и недостаточной поддержкой руководства
	Недостаток ресурсов. Внедрение новой методологии может требовать дополнительных ресурсов (время, финансы, технологии), которые не всегда доступны
Внешние	
• конкурентные	Конкуренция. Смежные команды могут создать наиболее эффективную систему управления процессом
• рыночные	Внешняя среда. Возможно появление непредвиденных обстоятельств, способных повлиять на финансирование внедрения новой методики

Источник: составлено авторами по материалам [1, 4, 7, 9, 12].

ла первого этапа внедрения новой методологии.

Главным риском при внедрении новой методологии в проекте является неполное понимание необходимости перехода на новую модель разработки. В таком случае снижается эффективность внедрения новой методологии, так как участники команды не способны следовать всем принципам внедряемой методологии. Данный риск существует на всех этапах во время пилотного спринта.

Другим, не менее существенным риском является риск неправильной оценки возможностей команды. Данному риску больше всего подвержен этап разработки, так как из-за неправильной оценки возможностей команды возникает вероятность, что команда не успеет выполнить задачи, взятые в спринт.

Все риски, связанные с внедрением Kanban-методологии в проекте, могут проявить себя в течение первого спринта,

по итогам которого у команды будет возможность проанализировать их и обдумать решение.

Заключение

В современной индустрии разработки программного обеспечения существует множество методологий, каждая из которых предлагает уникальный подход к управлению проектами, обеспечивая различные уровни гибкости, контроля и предсказуемости.

Различия методологий при разработке ПО отражают разнообразие подходов к управлению проектами и стремление к оптимизации процессов для достижения наилучших результатов. Проведенный сравнительный анализ современных гибких методологий управления разработкой программного обеспечения позволяет глубже понять их преимущества и недостатки в условиях высококонкурентных рынков.

В статье обоснована целесообразность внедрения Kanban-методологии в качестве эффективного инструмента управления разработкой программного обеспечения. Методология Kanban ориентирована на управление процессами разработки проекта, сосредотачивая внимание на ограничении количества одновременно выполняемых задач и достижении оптимальной эффективности. Основным средством, предлагаемым Kanban, является визуализация процесса работы. Кроме того, Kanban удобен для команд с ограниченными человеческими ресурсами, поскольку не требует строгого разделения ролей. Применение Kanban повышает эффективность процесса разработки проекта ИС.

Выбор эффективной методологии управления проектом является многогранной задачей, требующей тщательного анализа и учета множества факторов, таких как специфика проекта, характеристики команды, уровень подготовки и т.д. Недооценка рисков, связанных с неправильным выбором методологии, может привести к значительным организационным, временным и финансовым потерям, что в конечном счете негативно скажется на успешности реализации проекта. Поэтому для минимизации этих рисков рекомендуется проводить предварительный анализ и пилотное внедрение выбранной методологии, а также обеспечивать обучение и поддержку команды на всех этапах проекта.

Список литературы

1. Абдалов М.С., Трубин А.Е., Нечаев А.М., Чаусов Д.Н. Оценка эффективности применения технологий моб-программирования в управлении IT-проектами // Современная конкуренция. 2023. Т. 17. № 4. С. 80–89. DOI: 10.37791/2687-0649-2023-17-4-80-89.
2. Богданов А.Е., Давлеткиреева Л.З. Применимость методологии Kanban для управления небольшими IT-проектами с мелкими командами разработчиков // Глобальная экономика в XXI веке: роль биотехнологий и цифровых технологий: сборник научных статей. – М., 2020. С. 24–28.
3. Васильева А.Д., Буторин А., Котегова Л. Технология управления проектами на основе методологии Agile // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2021. № 1-2. С. 118–124.
4. Гришаева И.Н., Вайтекунайте П.Ю. Использование гибких моделей управления командами IT-проектов // Управление человеческими ресурсами – основа развития инновационной экономики: материалы X Международной научно-практической конференции. – Красноярск, 2021. С. 250–254. DOI: 10.53374/9785864338810_25.
5. Кобзев А., Трифонов И.В. Анализ современных тенденций использования гибких методов в разработке проектов // Стратегии бизнеса. 2021. Т. 9. № 3. С. 69–73. DOI: 10.17747/2311-7184-2021-3-69-73.
6. Козлов С.В., Иванова М.В. Основные принципы применения технологии экстремального программирования при разработке программного обеспечения // Современное состояние и перспективы развития науки и образования: сборник научных трудов. – Анапа, 2021. С. 196–205.
7. Коломыцева А.О., Белоусов В. Современные технологии управления проектами информатизации на основе методологий Agile-Scrum и Waterfall // Новое в экономической кибернетике. 2017. № 4. С. 106–118.
8. Метельская Ю.Н., Шафранович П.С., Кашникова И.В. Использование Scrum, Kanban в проектах гибкой разработки программного обеспечения для различных сфер деятельности организаций // Роль и место инноваций в сфере агропромышленного комплекса: материалы Всероссийской (национальной) научно-практической конференции. – Курск, 2020. С. 419–423.
9. Онокой Л.С. Гибкие подходы к разработке программного обеспечения: эволюция и перспективы развития // Качество. Инновации. Образование. 2021. № 1 (171). С. 57–67. DOI: 10.31145/1999-513x-2021-1-56-66.

10. Раубецкий А.В. Технология управления проектами и проектными командами на основе методологии гибкого управления проектами Agile // Научные исследования в современном мире: опыт, проблемы и перспективы развития: сборник научных статей. – Уфа, 2023. С. 57–66.
11. Родина М. А. Экстремальное программирование (XP): подходы и опыт «гибкого» внедрения в современных компаниях // Взгляд молодых ученых на проблемы устойчивого развития: сборник научных статей. – М., 2019. Т. 8. С. 142–148.
12. Торосян Е.К., Тюлькина А.С. Критерии выбора методологии управления IT-проектами // Петербургский экономический журнал. 2020. № 1. С. 99–108. DOI: 10.25631/PEJ.2020.1.99.10.
13. Филатов Е.А., Курзаева Л.В. К вопросу о выборе Agile-технологий управления проектами // Управление проектами: сборник статей. – Магнитогорск, 2023. С. 48–57.
14. Cohen E. The Definitive Guide to Project Management Methodologies // Workamajig. URL: <https://www.workamajig.com/blog/project-management-methodologies> (дата обращения: 29.10.2024).

Сведения об авторах

Анисимов Александр Юрьевич, ORCID 0000-0002-8113-4523, канд. экон. наук, доцент, заместитель директора по учебно-методической работе факультета информационных технологий, доцент кафедры информационного менеджмента им. профессора В.В. Дика, Университет «Синергия», Москва, Россия, anisimov_au@mail.ru

Токмакова Елена Николаевна, ORCID 0000-0001-9963-2726, канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры цифровой экономики, Университет «Синергия», Москва, Россия, e_tokmakova@mail.ru

Трубин Александр Евгеньевич, ORCID 0000-0002-7189-5679, канд. экон. наук, доцент, заведующий кафедрой цифровой экономики, Университет «Синергия», Москва, Россия, niburt@yandex.ru

Статья поступила 19.07.2024, рассмотрена 05.08.2024, принята 20.08.2024

References

1. Abdalov M., Trubin A., Nechaev A., Chausov D. Performance Evaluation of Application Mob Programming Technologies in IT Project Management. *Sovremennaya konkurentsia*=Journal of Modern Competition, 2023, vol.17, no.4, pp.80-89 (in Russian). DOI: 10.37791/2687-0649-2023-17-4-80-89.
2. Bogdanov A.E., Davletkireeva L.Z. *Primenimost' metodologii Kanban dlya upravleniya nebol'shimi IT-proektami s melkimi komandami razrabotchikov* [Applicability of the Kanban methodology for managing small IT projects with small development teams]. *Global'naya ekonomika v XXI veke: rol' biotekhnologii i tsifrovyykh tekhnologii: sbornik nauchnykh statei* [Global Economy in the 21st Century: The Role of Biotechnologies and Digital Technologies: Collection of Scientific Articles]. Moscow, 2020, pp.24-28.
3. Vasilyeva A.D., Butorin A., Kotegova L. Project management technology based on the Agile methodology. *Vestnik Altaiskoi akademii ekonomiki i prava*, 2021, no.1-2, pp.118-124 (in Russian).
4. Grishaeva I.N., Vaitekunaite P.Yu. Using flexible models of IT-project team management. *Upravlenie chelovecheskimi resursami – osnova razvitiya innovatsionnoi ekonomiki: materialy X Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii* [Human Resource Management – The Basis for the Development of an Innovative Economy: Materials of the X International Scientific and Practical Conference]. Krasnoyarsk, 2021, pp.250-254 (in Russian). DOI: 10.53374/9785864338810_25.
5. Kobzev A. Trifonov I.V. Analysis of current trends in the use of flexible methods in project development. *Strategii biznesa*=Business Strategies, 2021, vol.9, no.3, pp.69-73 (in Russian). DOI: 10.17747/2311-7184-2021-3-69-73.
6. Kozlov S.V., Ivanova M.V. *Osnovnye printsipy primeneniya tekhnologii ekstremal'nogo programmirovaniya pri razrabotke programmnogo obespecheniya* [Basic principles of using Extreme

- Programming technology in software development]. *Sovremennoe sostoyanie i perspektivy razvitiya nauki i obrazovaniya: sbornik nauchnykh trudov* [Current state and prospects for the development of science and education, collection of scientific papers]. Anapa, 2021, pp.196-205.
7. Kolomyshcheva A.O., Belousov V.V. Modern technologies and management of informatization projects based on methodologies agile-scrum and waterfall. *Novoe v ekonomicheskoi kibernetike*, 2017, no.4, pp.106-118 (in Russian).
 8. Metelskaya Yu.N., Shafranovich P.S., Kashnikova I.V. *Ispol'zovanie Scrum, Kanban v proektakh gibkoi razrabotki programmogo obespecheniya dlya razlichnykh sfer deyatel'nosti organizatsii* [The use of Scrum, Kanban in flexible software development projects for various areas of activity of organizations]. *Rol' i mesto innovatsii v sfere agropromyshlennogo kompleksa: materialy Vserossiiskoi (natsional'noi) nauchno-prakticheskoi konferentsii* [The role and Place of Innovation in the Field of Agro-industrial Complex: Materials of the All-Russian (National) Scientific and Practical Conference]. Kursk, 2020, pp.419-423.
 9. Onokoy L.S. Flexible approaches to the development of software: Evolution and prospects of development. *Kachestvo. Innovatsii. Obrazovanie*=Quality. Innovation. Education, 2021, no.1(171), pp.56-66 (in Russian). DOI: 10.31145/1999-513x-2021-1-56-66.
 10. Raubetsky A. V. Project and project team management technology based on agile project management methodology. *Nauchnye issledovaniya v sovremennom mire: opyt, problemy i perspektivy razvitiya: sbornik nauchnykh statei* [Scientific Research in the Modern World: Experience, Problems and Development Prospects: Collection of Scientific Articles]. Ufa, 2023, pp.57-66 (in Russian).
 11. Rodina M.A., Mukhin K.Yu. Extreme Programming (XP): Approaches and best practices of “agile” implementing to modern companies. View of Young Scientists on the Problems of Sustainable Development: Collection of Scientific Articles. Moscow, 2019, vol.8, pp.142-148 (in Russian).
 12. Torosyan E.K., Tyulkina A.S. Selection criteria for IT project management. *Peterburgskii ekonomicheskii zhurnal*=St. Petersburg Economic Journal, 2020, no.1, pp.99-108 (in Russian). DOI: 10.25631/PEJ.2020.1.99.10.
 13. Filatov E.A., Kurzaeva L.V. *K voprosu o vybere Agile-tekhologii upravleniya proektami* [On the issue of choosing Agile project management technologies]. *Upravlenie proektami: sbornik statei* [Project Management: Collection of Articles]. Magnitogorsk, 2023, pp.48-57.
 14. Cohen E. The Definitive Guide to Project Management Methodologies. Workamajig. Available at: <https://www.workamajig.com/blog/project-management-methodologies> (accessed 29.10.2024).

About the authors

Alexander Yu. Anisimov, ORCID 0000-0002-8113-4523, Cand. Sci. (Econ.), Assistant Professor, Deputy Director for Educational and Methodological Work of Information Technologies Faculty, Information Management Department named after Professor V.V. Dick, Synergy University, Moscow, Russia, anisimov_au@mail.ru

Elena N. Tokmakova, ORCID 0000-0001-9963-2726, Cand. Sci. (Econ.), Associate Professor, Digital Economy Department, Synergy University, Moscow, Russia, e_tokmakova@mail.ru

Alexander E. Trubin, ORCID 0000-0002-7189-5679, Cand. Sci. (Econ.), Associate Professor, Director of Digital Economy Department, Synergy University, Moscow, Russia, niburt@yandex.ru

Received 19.07.2024, reviewed 05.08.2024, accepted 20.08.2024

DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-5-124-139

Стратегии маркетплейсов в условиях динамики поведения потребителей

Т.П. Горелова^{1*}

¹Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва, Россия

*tamara.gorelova2013@gmail.com

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению стратегических методов развития маркетплейсов в связи с изменениями в потребительском поведении. Автор обращает внимание, что такой фактор, как поведение потребителей, необходимо считать главным при формировании стратегии. Для решения поставленной задачи были использованы методы системного анализа и синтеза, метод индукции, контент-анализ научной литературы и статистических обзоров по исследуемой тематике, материалы периодической печати российских и зарубежных авторов. Автор обосновывает важность учета поведения потребителей при формировании стратегий развития маркетплейсов. Выводы и решения, представленные в исследовании, подкреплены статистическими данными по изменению поведения потребителей – применению устройств и возрастающей роли социальных сетей при совершении покупки товаров в онлайн-среде; уделено внимание потребительской психологии на маркетплейсах. Показано влияние цифровизации и формирование ИТ-решений маркетплейсами с целью удовлетворения самых сложных потребительских запросов с экономической точки зрения. Проведен разбор практических кейсов изменений в потребительском поведении и изучены способы адаптации маркетплейсов. Предложено три направления развития маркетплейсов и подробно рассмотрено каждое из них с учетом изменений потребительского поведения. На основе анализа изменений потребительского поведения на маркетплейсах сформированы рекомендации по применению подхода Mobile First и определены направления развития маркетплейсов по развитию персонализированных уникальных предложений, по использованию новых технологий и инструментов для улучшения пользовательского опыта на маркетплейсах. Статья вносит определенный вклад в научно-прикладное понимание трансформации поведения потребителей и направлений развития маркетплейсов в условиях неопределенности.

Ключевые слова: изменение поведения потребителей, функционирование маркетплейсов, применение цифровых технологий, развитие онлайн-платформ, формирование ИТ-решений

Для цитирования: Горелова Т.П. Стратегии маркетплейсов в условиях динамики поведения потребителей // Современная конкуренция. 2024. Т. 18. № 5. С. 124–139. DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-5-124-139

Marketplace Strategies in the Context of Consumer Behavior

T. Gorelova^{1*}

¹*Financial University under the Government Russian Federation, Moscow, Russia*

**tamara.gorelova2013@gmail.com*

Abstract. The article is devoted to the consideration of strategic methods for the development of marketplaces in connection with changes in consumer behavior. The author draws attention to the fact that such a factor as consumer behavior should be considered the main one when forming a strategy. To solve this problem, methods of system analysis and synthesis, the method of induction, content analysis of scientific literature and statistical reviews on the subject under study, materials of periodicals by Russian and foreign authors were used. The author substantiates the importance of taking into account consumer behavior when forming strategies for the development of marketplaces. The conclusions and solutions presented in the study are supported by statistical data on changing consumer behavior – the use of devices and the increasing role of social networks when shopping for goods in an online environment, attention is paid to consumer psychology on marketplaces. The influence of digitalization and the formation of IT solutions by marketplaces in order to meet the most complex consumer needs from an economic point of view is shown. Practical cases of changes in consumer behavior have been analyzed and ways of adapting marketplaces have been studied. Three directions for the development of marketplaces are proposed and each of them is considered in detail, taking into account changes in consumer behavior. Based on the analysis of changes in consumer behavior on marketplaces, recommendations on the application of the "Mobile First" approach were formed and directions for the development of marketplaces for the development of personalized unique offers, the use of new technologies and tools to improve the user experience on marketplaces were determined. The article makes a definite contribution to the scientific and applied understanding of the transformation of consumer behavior and the directions of marketplaces development in conditions of uncertainty.

Keywords: changing consumer behavior, functioning of marketplaces, use of digital technologies, development of online platforms, formation of online solutions

For citation: Gorelova T. Marketplace Strategies in the Context of Consumer Behavior. *Sovremennaya konkurentsia*=Journal of Modern Competition, 2024, vol.18, no.5, pp.124-139 (in Russian). DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-5-124-139

Введение

Маркетплейсы – это онлайн-платформы, которые связывают продавцов и покупателей, обеспечивая им доступ к широкому ассортименту товаров и услуг. Начиная с 2020 года под влиянием внешних факторов маркетплейсы с каждым днем

демонстрируют уверенный рост, растущую популярность у потребителей и важность в экономике. Интересен тот факт, что те же внешние факторы – пандемия и цифровизация, к которым маркетплейсы показали устойчивость, вызвали изменения в потребительском поведении и стали катализаторами этих изменений. В результате маркетплей-

сы должны находить новые пути адаптации, формировать уникальные подходы к потребителям, пересматривать реализуемые стратегии с целью сохранения своего клиента, удержания рыночной доли и повышения своей конкурентоспособности на рынке.

Изменения в потребительском поведении могут предоставить маркетплейсам новые возможности для развития. Например, изменения в спросе на определенные товары и услуги могут создать новые ниши на рынке, которые маркетплейсы смогут успешно занять. Также маркетплейсы могут использовать новые технологии, такие как искусственный интеллект и машинное обучение, для улучшения пользовательского опыта на платформе. Однако изменения в потребительском поведении могут представлять вызовы для маркетплейсов. Например, изменения в предпочтениях потребителей могут привести к уменьшению спроса на определенные товары и услуги, что может повлиять на доходность маркетплейсов.

Обзор литературных источников

Тема маркетплейсов с позиции реализуемых стратегий, применяемых инструментов, разных форм работы вызывает повышенный интерес в академической среде. В свою очередь, тема поведения потребителей не просто обсуждается и вызывает интерес, а систематически рассматривается с учетом различных конъюнктурных факторов.

Следовательно, актуальность рассматриваемой темы обусловлена тем, что сочетание двух составляющих – развитие стратегий на маркетплейсах и поведение потребителей в электронной коммерции – находится в недостаточной проработанности.

А.Ю. Анисимов и О.В. Поляков [1] представили интересную точку зрения по вопросу эволюции маркетплейсов. В исследовании сделан акцент на том, что маркетплейсы важны для развития электронной коммер-

ции, дано аналитическое обоснование значения маркетплейсов в современной экономике и обществе.

П.С. Романцова, С.А. Шахватова, Е.С. Маркова в работе «Маркетплейсы как главный тренд электронной коммерции» рассматривают маркетплейсы как каналы продаж и подкрепляют свои суждения статистическими, графическими данными [8].

Е.Е. Тарасова, Е.В. Матузенко, О.А. Глазунова в работе «Маркетплейсы как онлайн-платформы развития интернет-торговли в России» представляют интересное исследование по обозначенному вопросу с данными по среднему чеку; по товарным группам, продавцам, стратегии развития подробно не рассматривались [10].

Заслуживает внимания работа Karla Tauscher и Sven M. Laudien на тему Understanding platform business models: A mixed methods study of marketplaces, в которой рассматривается успех маркетплейсов в их формируемых бизнес-моделях и акцентируется внимание на том, что в условиях цифровизации развитие бизнеса необходимо начинать именно с бизнес-модели [19].

Научная работа «Повышение эффективности деятельности промышленного предприятия на основе создания маркетплейса (на примере АО «СПК»)» подтверждает актуальность исследуемой темы, заключающейся в том, что маркетплейсы интересны для всех типов предприятий [2]. В работе маркетплейсы рассматриваются как современный инструмент и технологии электронной коммерции по повышению эффективности деятельности предприятия.

И.А. Ковалева и А.А. Канке исследовали вопрос «Современные тренды потребительского поведения или почему покупатели выбирают онлайн?» [5]. В работе маркетплейс рассматривается как один из возможных каналов электронной торговли.

В работах Д.И. Хлебовича и И.В. Кординой [11], Д.А. Штоды и И.В. Мусатовой [13], Н. Chen, Y. Hao и Y. Yan [16], J. Moon,

Y. Choe и H. Song [17], в которых изучается динамика развития маркетплейсов, авторы обращают внимание на организацию онлайн-торговли с позиции важности выстраивания новой бизнес-модели, разбирая пошагово процесс реализации компаниями цифровой трансформации.

Таким образом, на сегодняшний день проведено достаточно исследований, посвященных теме развития маркетплейсов и изменений в потребительском поведении. В данных работах маркетплейсы в основном изучаются как канал продаж, способ повышения эффективности деятельности предприятия, а вот вопрос поведения потребителей на маркетплейсах и реагирование маркетплейсов на изменение потребительского поведения изучен недостаточно.

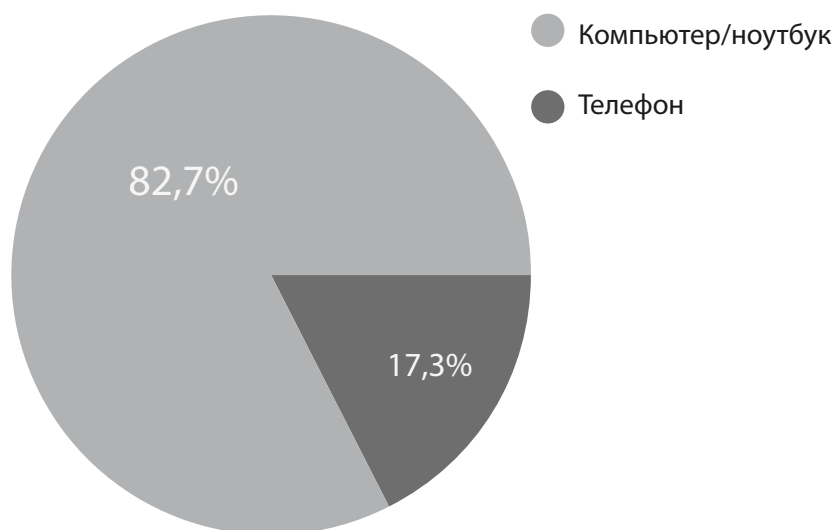
Изменение поведения потребителя

Рассмотрим различные изменения поведения потребителя, которое в последние годы изменилось под влиянием развития цифровых технологий и распространения интернета.

1. Одним из основных изменений является *увеличение доли мобильных устройств* в интернет-трафике. Согласно исследованию компании StatCounter, доля мобильного интернета в России составляет более 60% от общего количества посещений сайтов (рис. 1). Это означает, что мобильные приложения и мобильные версии сайтов становятся всё более важными для маркетплейсов (рис. 2).

По данным ООН, на июль 2023 года численность населения Земли достигла 8,05 млрд человек, при этом за последний год увеличение составило 70 млн человек. В 2023 году число мобильных пользователей превысило 7,3 млрд. Люди проверяют свой смартфон в среднем 63 раза в день. 87% смотрят (читают, играют) в телефоне как минимум один час до сна¹. В таблице 1 представлено сравнение поведения потребителя по владению и применению устройств.

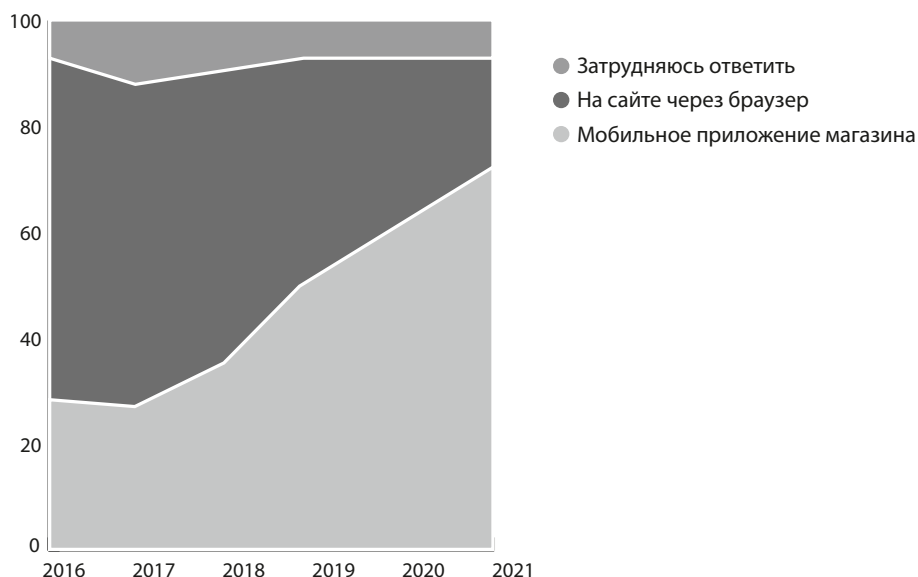
¹ Ломакин С. Как концепция Mobile First изменила весь маркетинг // TexTerra. URL: <https://texterra.ru/blog/kak-kontseptsiya-mobile-first-izmenila-didzhital-marketing-i-nashu-zhizn.html> (дата обращения: 19.12.2023).



Источник: Шуст А. Как контент на маркетплейсах влияет на поведение покупателей // АО «ТБанк». URL: <https://secrets.tinkoff.ru/blogi-kompanij/kontent-vliyaet-na-pokupatelej/> (дата обращения: 20.01.2024).

Рис. 1. Применение устройств для совершения покупки на маркетплейсах

Fig. 1. Using devices to make purchases on marketplaces



Источник: Мобильные приложения маркетплейсов: только факты // vc.ru. URL: <https://vc.ru/services/469280-mobilnye-prilozheniya-marketpleysov-tolko-fakty> (дата обращения: 20.01.2024).

Рис. 2. Покупки на мобильных устройствах на сайтах и в приложениях магазинов, %

Fig. 2. Purchases on mobile devices on store websites and apps, %

По данным международного отчета The Future Shopper Report 2023, по показателю «траты в онлайн-мире» 32% приходится на мобильные телефоны; 17% – на ноутбуки; 16% – на настольные ПК, показывая, что покупки, совершаемые с помощью мобильных устройств, являются лидером по количеству потраченных денег¹.

Следовательно, изменения в потребительском поведении в части роста запросов и осуществления покупок с мобильных устройств оказывают существенное влияние на маркетплейсы. Так, маркетплейсы должны адаптироваться к увеличивающейся роли мобильных устройств в интернет-трафике, предоставлять удобные и функциональные мобильные приложения и мобильные версии сайтов [3]. Например, маркетплейс Wildberries предлагает своим клиентам мобильное приложение, с помо-

щью которого они могут совершать покупки в удобное для них время.

2. Еще одним изменением в поведении потребителей является увеличение роли социальных сетей в процессе выбора и покупки товаров. Согласно исследованию компании eMarketer, в России более 50% пользователей интернета используют социальные сети для поиска и покупки товаров (табл. 2). Исходя из данного факта, маркетплейсам необходимо учитывать роль социальных сетей и создавать свои страницы в социальных сетях, чтобы привлекать больше покупателей. Например, маркетплейс «Яндекс.Маркет» имеет свою страницу в социальной сети ВКонтакте, на которой регулярно публикуются новости, акции и скидки.

3. Изменение в потребительском поведении – выбор продавцов и товара. Так, до недавнего времени потребители на маркетплейсах при совершении покупок руководствовались факторами «цена», «бренд», «ассортимент» и т. д. На сегодняшний день ситуация изменилась, и потребители всё

¹ The Future Shopper Report 2023 // VML. URL: <https://www.vml.com/insight/the-future-shopper-report-2023> (дата обращения: 19.12.2023).

Таблица 1. Сравнительный анализ пользователей мобильных устройств и десктопов

Table 1. Comparative analysis of mobile device and desktop users

Показатели <i>Indicators</i>	Смартфон <i>Smartphone</i>	Десктоп и ноутбук <i>Desktop and laptop</i>
Обладатели устройства, %	96,8	57,7
Возраст пользователя, лет	От 16 до 64	
Трафик, %	55,50	41,92
Предпочитаемый способ выхода в интернет, %	94,4	десктоп – 63,4; планшет – 25,7

Источник: Рынок мобильных приложений 2023: обзор Digital 2023 July Global Statshot Report // Sostav.ru. URL: <https://www.sostav.ru/blogs/141843/40108> (дата обращения: 20.01.2024).

Таблица 2. Частота покупок по каналам продаж, доля, %

Table 2. Frequency of purchases through sales channels, share, %

Каналы продаж <i>Sales channels</i>	Ежедневно <i>Daily</i>	Еженедельно <i>Weekly</i>	Ежемесячно <i>Monthly</i>	Реже <i>Less often</i>	Никогда <i>Never</i>	Итого % тех, кто совершает покупки не реже одного раза в месяц <i>Total % that shop at least monthly</i>
Торговая площадка онлайн <i>Online marketplace</i>	13	30	26	18	12	69
В местном магазине <i>In-store – local</i>	12	35	21	21	10	68
В магазине big box <i>In-store – big box</i>	12	31	25	24	8	68
Мобильное приложение <i>Mobile app</i>	13	21	16	18	32	50
Веб-сайт бренда <i>Brand's website</i>	11	16	19	29	26	46
Всплывающее окно <i>Pop-up</i>	10	20	13	22	35	43
Социальные медиа <i>Social media</i>	15	11	12	15	47	38
Прямая трансляция <i>Livestream</i>	9	13	11	11	55	33

Источник: Dentsu Consumer Navigator: Retail & eCommerce 2023 // Dentsu. URL: <https://drive.google.com/file/d/1KV3dU4GhOmFbW0N1Ov3fi5irPyW0HVKY/view> (дата обращения: 19.12.2023).

больше обращают внимание на рейтинг продавцов, отзывы и рекомендации других пользователей. Данные исследования, проведенного экспертами сервиса по управлению рекламой и аналитики на Wildberries Market Papa, показывают, что потребители откажутся от покупок, если: а) товар имеет плохую оценку других потребителей – 39%; б) отзывы отсутствуют – 31%; в) продано малое количество товара – 18%. При совершении покупок покупатели обращают внимание на следующее: а) товары с хорошим рейтингом – 25%; б) фото и видео в карточке товара – 30%; в) цена – 13%; г) срок доставки – 8%¹. Поэтому маркетплейсы должны фокусировать свое внимание на контроле качества товаров и услуг, а также создании системы отзывов и рекомендаций. Так, маркетплейс Ozon предоставляет своим клиентам возможность оставлять отзывы о товарах и продавцах, а также использовать систему рекомендаций на основе предыдущих покупок.

4. Ожидаемое изменение в поведении потребителей – это *рациональность, выбор товара по более доступным ценам*. Согласно данным международного отчета The Future Shopper Report 2023, цена остается главным показателем при принятии решения о покупке товара, а именно: а) цена как главный фактор при принятии решения о покупке – 56%; б) неудовлетворенность ценой, а следовательно, отказ от покупки или переход на другую площадку – 46%. Заслуживают внимания данные исследовательской компании NielsenIQ, представленные в июле 2023 года на ежегодной конференции «Agro Outlook Russia 2023 – Среднесрочный прогноз для аграрных рынков». 90% покупателей считают цену товара главным критерием для выбора продуктов питания, то есть

цена важна для каждой девяти из десяти покупателей. Представленная экспертная точка зрения не имеет категоричного негативного характера, а, наоборот, позволяет рассматривать данный фактор как статичную ситуацию, объясняемую рядом обстоятельств, имеющих место в установленный период времени. С 2014 года россияне адаптировались к условиям неопределенности, и рациональность становится нормой, а не ограничением, модели потребления трансформируются, лояльность меняет фокус, потребитель приспособился к условиям неопределенности и становится обладателем оптимистичного характера².

5. Значительное влияние на изменения в поведении потребителя оказывает *совершенствование сервисной политики*. Считаем, что на сегодняшний день потребителю предоставляется на выбор несколько способов доставки, да еще с выбором удобного временного диапазона. Конечно, в современных условиях все бизнес-процессы, бизнес-модели проходят цифровую трансформацию с ориентацией на потребителя [7], и, безусловно, совершенствование сервиса осуществляется, поскольку является одним из важных факторов при совершении покупки. На сегодняшний день при условии уже развитого сервиса потребители желают: а) ускоренную доставку – 48%; б) получение заказа в течении 1–2 часов – 23%; в) упрощенную процедуру возврата товаров – 19%; г) возможность бесплатной отмены товара (при большом заказе) – 35%³.

Изучая аспекты изменения поведения потребителя [4], считаем необходимым рассмотреть потребительскую психологию

¹ Задорожный С. Поведение покупателя на маркетплейсе. Много статистики от Market Papa // ECOMHUB. URL: <https://ecomhub.ru/buyer-behavior-on-the-marketplace-lots-of-statistics-from-market-papa/> (дата обращения: 25.12.2023).

² Локтев К., NielsenIQ. 90% покупателей считают цену товара главным критерием для выбора продуктов. Milknews. URL: <https://milknews.ru/interviu-i-blogi/nielsen-potreblenie-vsheh.html> (дата обращения: 25.12.2023).

³ Тренды покупательского поведения 2023 // Fox-inbox. URL: <https://fox-inbox.ru/tpost/3nd6cbj931-trendi-pokupatelskogo-povedeniya-2023> (дата обращения: 20.01.2024).

на маркетплейсе. Безусловно, данный вопрос изучался бизнесом, и было выявлено, что прежде всего принципиальных отличий в поведении потребителей при принятии решений о покупке офлайн и онлайн нет, поскольку потребитель, используя тот или иной канал, осуществляет покупку. То есть принципиальная разница только в том, что онлайн и, конкретно, на маркетплейсах потребитель может осуществлять покупку и получать удовольствие от процесса выбора товара, знакомиться с новиками в любое удобное для него время, формировать подборку товара для сравнения и возвращаться к заинтересовавшему его товару позже. В то время как шопинг в офлайне, при посещении торговых центров, дает потребителю другие эмоции, так как предоставляет возможность как ознакомиться с товаром в физическом контакте, так и отложить товар. При этом есть ограничения: совершить покупку можно только в часы работы торгового центра.

Маркетплейс Wildberries в большей степени предлагает к продаже товар, который имеет небольшое описание, достаточно большое количество фотографий с выделенным ценником и в то же время предоставляет возможность добавления необходимого товара в корзину и сравнения, что создает у покупателя ощущение гипермаркета.

Маркетплейс Ozon, наоборот, о представленном к продаже товаре дает больше информации, хотя фото самого товара меньше. Потребитель приходит на Ozon целенаправленно приобрести конкретный товар, получить о нем нужную информацию и совершить покупку. Таким образом, маркетплейсам с целью повышения эффективности своей деятельности нужно больше опираться на потребительскую психологию, понимать, что потребитель покупает не только товар, а эмоции (95% решений о покупке товара – это эмоции), удобство. При ведении потребителя к покупке надо делать упор

на эмоции, проводить акции, выставлять красивые, информативные фото и видео, качественное описание, SEO и т.д.¹

ИТ-решения маркетплейсов

Маркетплейсы начали активно использовать искусственный интеллект и машинное обучение для анализа потребительского поведения и прогнозирования спроса на товары. Это позволяет маркетплейсам более точно предсказывать потребности покупателей и оптимизировать ассортимент товаров и услуг. В связи с изменениями в потребительском поведении и с учетом опыта потребителей маркетплейсы вынуждены вносить корректировки в свои стратегии развития. Рассмотрим несколько примеров таких изменений.

Маркетплейс Wildberries начал использовать роботизированные системы для обработки заказов и сортировки товаров, что позволило ускорить процесс обработки заказов и снизить затраты на персонал (табл. 3).

Еще одним примером является маркетплейс Ozon, который начал активно развивать собственную службу доставки. Это позволило маркетплейсу улучшить качество доставки и снизить затраты на сторонние службы доставки (табл. 4).

Примеры изменений на маркетплейсах показывают, что успешные маркетплейсы адаптируются к изменениям в потребительском поведении и развиваются в соответствии с новыми требованиями потребителей. На сегодняшний день важно не просто использовать современные технологии в деятельности маркетплейсов – роботизированные системы, собственные службы доставки, искусственный интеллект и машинное обучение для оптимизации процес-

¹ Потребительская психология на маркетплейсе: Что и как покупают на Wildberries и Ozon // WBСON. RU. URL: <https://wbcon.ru/2022/10/03/potrebpsihiologiya/> (дата обращения: 20.01.2024).

Таблица 3. Применяемые ИТ-решения Wildberries

Table 3. Wildberries IT solutions used

Год Year	ИТ-решения IT solutions	Планируемый результат Planned result
2022	Запустил сервис автоподсказок при заполнении карточек товаров	Сервис даст советы по изменению карточек товаров: поможет структурировать и оптимизировать информацию о продукте
2023	Применил рейтинг перевозчиков и курьеров: через рабочий интерфейс менеджеры ПВЗ оценивают состояние коробок, целостность упаковки и т.д.	Социальный рейтинг будет мотивировать перевозчиков и курьеров к более ответственному подходу к оказанию услуг
2023	Запустил автоматизированную линию сортировки заказов	Это дополнительно увеличит скорость доставки заказов до покупателей по всей России
2023	Изменил формат поисковой выдачи товаров по видео (по фильтрам пользователи могут выбрать товары с видеообзорами)	Данный инструмент позволит продавцам повысить конверсию и сократить долю возвратов товаров на 20–30%

Источник: составлено автором на основе: Информационные технологии в Wildberries // TAdviser. URL: https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%98%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%B5_%D1%82%D0%B5%D1%85%D0%BD%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D0%B8_%D0%B2_Wildberries (дата обращения: 25.12.2023).

Таблица 4. Применяемые ИТ-решения Ozon

Table 4. Ozon IT solutions used

Год Year	ИТ-решения IT solutions	Результат Result
2021	Работает робототехническая лаборатория	Создание решений для роботизации фулфилмент-центров и сортировочных хабов, робототехнических систем для эффективного хранения, обработки и доставки заказов*
2022	Организовал виртуальный распределительный центр	Продавец загружает количество товара, который он хочет поставить на склады FBO, а умный алгоритм Ozon сам распределяет товары по региональным складам на основании продаж в прошлых периодах**
2023	Разработал устройство для измерения габаритов и веса любого товара	Позволяет оптимизировать размещение товаров на складе и эффективнее использовать доступные площади***
2023	Создал собственную систему модерации карточек товаров на базе методов машинного обучения	Система автоматизирует проверку новых позиций и сокращает время обработки карточки в 10 раз****

Примечание:

* Озон Технологии // TAdviser. URL: https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%9A%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%8F:%D0%9E%D0%B7%D0%BE%D0%BD_%D0%A2%D0%B5%D1%85%D0%BD%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D0%B8 (дата обращения: 11.01.2024).

** Ларин А. Что нового появилось на Ozon с июня: обзор актуальных нововведений и инструментов // Оборот.ру. URL: <https://oborot.ru/articles/izmenenia-ozon-i170105.html> (дата обращения: 11.01.2024).

*** Ozon разработал собственное устройство для измерения габаритов и веса любого товара // CNews. URL: https://www.cnews.ru/news/line/2023-11-22_ozon_razrabotal_sobstvennoe (дата обращения: 11.01.2024).

**** Марьина А. Ozon внедрил технологии машинного обучения для ускоренной модерации товаров // RB.RU. URL: <https://rb.ru/news/ozon-moderation/> (дата обращения: 11.01.2024).

Источник: составлено автором на основе данных компании Ozon [10–13].

сов и повышения качества обслуживания, а осуществлять их внедрение с применением стратегического подхода. Следовательно, изменения в потребительском поведении являются важным фактором, который необходимо учитывать при разработке стратегии развития маркетплейсов. Успешные маркетплейсы должны адаптироваться к изменениям, развиваться в соответствии с новыми требованиями потребителей и использовать современные технологии [9] для оптимизации процессов и улучшения качества обслуживания.

Среди российских маркетплейсов можно выделить Ozon и Lamoda, которые также предлагают широкий выбор товаров и услуги доставки и оплаты товаров. Анализ существующих маркетплейсов позволяет выявить их особенности и преимущества. Каждый маркетплейс имеет свои сильные и слабые стороны, поэтому потребителям необходимо выбирать тот маркетплейс, который больше

всего соответствует их потребностям и требованиям. При управлении развитием маркетплейсов следует учитывать изменения в поведении потребителей, поскольку именно данный фактор оказывает сильное влияние на успех платформы (табл. 5).

Рассмотрим возможные направления развития маркетплейсов с учетом изменений потребительского поведения.

**Первое направление развития:
Концентрация на пользовательском опыте**

На сегодняшний день потребители ищут простые в использовании и интуитивно понятные торговые площадки, которые обеспечат им беспрепятственный процесс совершения покупок. Чтобы удовлетворить этот спрос, торговые площадки должны уделять первостепенное внимание пользовательскому опыту, инвестируя в удобные интерфейсы, функции персонализации и быструю загрузку страниц [12].

Таблица 5. Примеры кейсов изменений в потребительском поведении и способы адаптации маркетплейсов

Table 5. Examples of cases of changes in consumer behavior and ways to adapt marketplaces

Варианты изменений <i>Options for changes</i>	Способы адаптации маркетплейсов <i>Ways to adapt marketplaces</i>
Рост доли мобильных устройств в интернет-трафике	Разработка удобных и функциональных мобильных приложений и мобильных версий сайтов
Увеличение роли социальных сетей в процессе выбора и покупки товаров	Создание своих страниц в социальных сетях и активное продвижение своих товаров и услуг в социальных медиа; использование социальных сетей для рекламы и продвижения товаров
Рост значимости отзывов и рекомендаций других пользователей	Создание системы отзывов и рекомендаций для товаров и продавцов; контроль качества товаров и услуг
Потребность в ускорении процесса обработки заказов и снижении затрат на персонал	Использование роботизированных систем для обработки заказов и сортировки товаров
Необходимость улучшения качества доставки и снижения затрат на сторонние службы доставки	Развитие собственной службы доставки
Необходимость оптимизации ассортимента товаров и услуг	Использование искусственного интеллекта и машинного обучения для анализа потребительского поведения и прогнозирования спроса на товары; более точное предсказывание потребностей покупателей и оптимизация ассортимента товаров и услуг

Источник: составлено автором на основе [6, 14, 15].

Второе направление развития: Формирование прозрачности и доверия

В условиях цифровизации потребители с повышенным вниманием и осторожностью относятся к предоставлению своих личных данных при совершении покупок в интернете. Поэтому торговые площадки должны делать упор на прозрачность взаимодействия бизнеса и покупателей на всех этапах покупки, чтобы завоевать доверие своих клиентов. Этого можно достичь путем внедрения безопасных платежных систем, предоставления четкой информации о продуктах и продавцах, а также внедрения систем отзывов клиентов.

Третье направление развития: Предоставление услуг с добавленной стоимостью

Потребители ищут нечто большее, чем просто место для покупки товаров. Им нужны торговые площадки, которые предоставляют дополнительные услуги, такие как рекомендации по продуктам, программы лояльности и персонализированные рекламные акции. Предлагая эти услуги, торговые площадки могут повысить вовлеченность и лояльность клиентов.

Мы считаем, что реализация обозначенных направлений развития маркетплейсов на основе подхода, ориентированного на мобильные устройства или Mobile First, позволит маркетплейсам в полной мере осуществить учет потребностей мобильных пользователей. Философия Mobile First была озвучена в 2010 году Google на Всемирном мобильном конгрессе – «мобильные устройства прежде всего», мир должен готовиться к новому тренду. Философия Mobile First к 2020 году стала главным приоритетом в веб-разработке с целью улучшения пользовательского опыта для владельцев мобильных устройств. Mobile First можно рассматривать по-разному: как концепцию, методологию, стратегию, подход, принцип разработки сайтов. Суть Mobile First заключается в проектировании интерфейса сайта, ориентиро-

ванного на мобильные устройства. Следовательно, применение маркетплейсами Mobile First поможет им взаимодействовать с потребителями, учитывая и осуществляя исполнение самых требовательных запросов.

Ключом к успеху торговых площадок в сегодняшнем меняющемся потребительском ландшафте является определение приоритетов потребностей и предпочтений клиентов. Предоставляя удобный и персонализированный опыт покупок, укрепляя доверие, предлагая услуги с добавленной стоимостью, обслуживая мобильных пользователей и обеспечивая устойчивость, торговые площадки могут привлекать и удерживать постоянных клиентов. Мобильный дизайн: в 2021 году на глобальное использование мобильного интернета приходилось 54,8% всего интернет-трафика (Statista). Кроме того, 85% онлайн-покупателей в США использовали мобильное устройство для совершения покупки (Statista).

Таким образом, подход, ориентированный на мобильные устройства, или Mobile First (рис. 3), может помочь сделать платформу маркетплейса доступной и удобной для большинства потребителей с предоставлением услуг на более высоком уровне:

- Пользовательский контент. Согласно опросу BrightLocal, 93% потребителей читают онлайн-отзывы перед покупкой. Кроме того, 91% потребителей в возрасте от 18 до 34 лет доверяют онлайн-обзорам не меньше, чем личным рекомендациям (BrightLocal). Включение пользовательского контента, такого как обзоры продуктов и рейтинги, может помочь завоевать доверие потенциальных клиентов. Подход Mobile First будет стимулировать оставлять отзывы и знакомиться с рекомендациями других пользователей в режиме реального времени.
- Интеграция с социальными сетями. В 2021 году во всем мире насчитывалось 4,2 миллиарда активных пользователей социальных сетей (Statista). Кроме того,

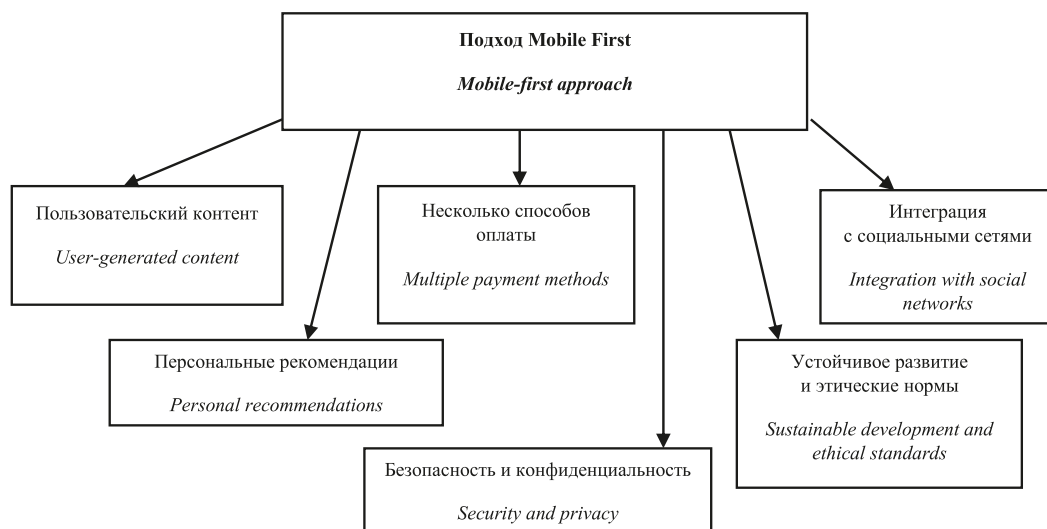


Рис. 3. Подход Mobile First и направления развития маркетплейсов

Fig. 3. The "Mobile First" approach and directions for the development of marketplaces

54% пользователей социальных сетей изучают товары в социальных сетях, прежде чем совершить покупку (GlobalWebIndex). Подход Mobile First позволит интегрировать функции социальных сетей в рынок, поставщики могут охватить более широкую аудиторию и взаимодействовать с потенциальными клиентами.

- **Персональные рекомендации.** 91% потребителей с большей вероятностью будут делать покупки у брендов, которые предоставляют персонализированные предложения и рекомендации (Accenture). Кроме того, 80% потребителей с большей вероятностью совершат покупку у бренда, предлагающего персонализированный опыт (Epsilon). Используя данные клиентов для предоставления персонализированных рекомендаций по продуктам, торговые площадки могут повысить удовлетворенность клиентов и увеличить продажи.
- **Несколько способов оплаты.** Согласно опросу Baymard Institute, 6% онлайн-покупателей в США отказываются от своей корзины из-за отсутствия способов оплаты. Кроме того, 56% потребителей

предпочитают расплачиваться кредитными или дебетовыми картами (Statista), а 28% – использовать цифровые кошельки, такие как PayPal (Statista). Предлагая несколько вариантов оплаты, торговые площадки могут снизить количество отказов от корзины и увеличить количество успешных транзакций. Подход Mobile First поможет маркетплейсам быть более мобильными и удобными для потребителей на этапе оплаты, что отразится на повышении лояльности потребителей.

- **Устойчивое развитие и этические нормы.** Согласно опросу GlobalWebIndex, 61% потребителей в возрасте от 18 до 34 лет готовы платить больше за экологичные продукты. Кроме того, 46% потребителей готовы сменить бренд, если другой бренд соответствует их ценностям (Эдельман). Внедряя принципы устойчивого развития и этические нормы на рынке, поставщики могут привлекать сознательных потребителей и формировать лояльность к бренду [19]. Подход Mobile First поможет сформировать уникальную группу потребителей и вести с ней работу, применяя принципы зеленого маркетинга.

- Безопасность и конфиденциальность. Согласно опросу, проведенному Norton-LifeLock, 79% потребителей в США обеспокоены безопасностью своей личной информации при совершении покупок в интернете. Кроме того, 49% потребителей отказываются от своей корзины из-за опасений по поводу безопасности платежей (Институт Беймарда). Внедрив надежные меры безопасности и обеспечив конфиденциальность данных клиентов, торговые площадки могут укрепить доверие и снизить количество отказов от корзины [18]. Применение подхода Mobile First маркетплейсам даст возможность установить тесный контакт с потребителем посредством направлений персональных рекомендаций и формирования персонального подхода.

Заключение

В исследовании представлены основные факторы, определяющие поведение потребителей в условиях цифровизации. С учетом выявленных изменений и тенденций в поведении потребителей были изучены цифровые стратегические решения маркетплейсов.

На основе изменений в статистике потребительского поведения были предложены направления развития маркетплейсов: концентрация на пользовательском опыте, формирование прозрачности и доверия, предоставление услуг с добавленной стоимостью, которые будут способствовать маркетплейсам в развитии цифровой платформы, отвечающей потребностям и ожиданиям

современных потребителей, что приведет к увеличению трафика, продаж и лояльности клиентов.

Автором сформированы предложения по применению подхода Mobile First, способствующие развитию платформенной бизнес-модели маркетплейсов с учетом современных цифровых решений, которые уже реализованы маркетплейсами. Предлагаемые направления развития маркетплейсов в сочетании с подходом Mobile First позволяют маркетплейсам осуществлять стратегические решения в комплексе и тем самым реализовывать масштабный замысел по улучшению пользовательского опыта на всех устройствах.

Итак, изменения в потребительском поведении оказывают существенное влияние на маркетплейсы. Следовательно, маркетплейсы должны адаптироваться к изменениям и развиваться в соответствии с новыми требованиями потребителей. Важными аспектами, которые необходимо учитывать при развитии маркетплейсов, являются рост доли мобильных устройств в интернет-трафике, увеличение роли социальных сетей в процессе выбора и покупки товаров, а также внимание потребителей к рейтингам продавцов, отзывам и рекомендациям других пользователей.

Таким образом, для того чтобы успешно конкурировать на рынке, маркетплейсы должны активно развивать платформенную бизнес-модель, создавать свои страницы в социальных сетях и активно продвигать свои товары и услуги в социальных медиа, контролировать качество товаров и услуг.

Список литературы

1. Анисимов А.Ю., Поляков О.В. Эволюция маркетплейсов на российском рынке от новаторства до массовой популярности // Современная конкуренция. 2023. Т. 17. № 3. С. 76–86. DOI: 10.37791/2687-0649-2023-17-3-76-86.
2. Байшихина А.О. Повышение эффективности деятельности промышленного предприятия на основе создания маркетплейса (на примере АО «СПК»): магист. дис. – Екатеринбург, 2023. – 79 с. URL: https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/128437/1/m_th_a.o.baishikhina_2023.pdf (дата обращения: 15.12.2023).

3. Горелова Т.П. Мобильная коммерция в условиях цифровой экономики // Проблемы теории и практики управления. 2019. № 12. С. 69–79.
4. Горелова Т.П., Серебровская Т.Б. Поколение N: формирование новых цифровых потребителей // Проблемы теории и практики управления. 2021. № 6. С. 263–280. DOI: 10.46486/0234-4505-2021-6-263-280.
5. Ковалева И.А., Канке А.А. Современные тренды потребительского поведения или почему покупатели выбирают онлайн? // Вестник евразийской науки. 2023. Т. 15. № 3. С. 1–17.
6. Коваль П.К., Полбин А.В. Оценка потребительского поведения домохозяйств в РФ // Вопросы экономики. 2022. № 3. С. 98–117. DOI: 10.32609/0042-8736-2022-3-98-117.
7. Паредес-Леон Ф., Родригес-Сальвадор М., Кастильо-Вальдес П.Ф. Влияние трансфера технологий на развитие предпринимательского потенциала // Форсайт. 2023. Т. 17. № 1. С. 80–87. DOI: 10.17323/2500-2597.2023.1.80.87.
8. Романцова П.С., Шахватова С.А., Маркова Е.С. Маркетплейсы как главный тренд электронной коммерции // Инновационная экономика и право. 2022. № 4 (23). С. 80–87. DOI: 10.53015/2782-263X_2022_4_80.
9. Ружанская Л.С., Кузык М.Г., Симачев Ю.В., Федюнина А.А. Факторы применения сквозных цифровых технологий: вызовы для российских производителей // Вопросы экономики. 2023. № 9. С. 5–28. DOI: 10.32609/0042-8736-2023-9-5-28.
10. Тарасова Е.Е., Матузенко Е.В., Глазунова О.А. Маркетплейсы как онлайн-платформы развития интернет-торговли в России // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2020. № 4 (95). С. 100–112. DOI: 10.21295/2223-5639-2022-4-100-112.
11. Хлебович Д.И., Кордина И.В. Специализированный маркетплейс как перспективный формат электронной коммерции // BENEFICIUM. 2023. № 1 (46). С. 51–59. DOI: 10.34680/BENEFICIUM.2023.1(46).51-59.
12. Чкалова О.В., Копасовская Н.Г., Большакова И.В. Электронные маркетплейсы как драйвер развития рынка продуктового ретейла // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2022. № 2 (66). С. 38–47. DOI: 10.52452/18115942_2022_2_38.
13. Штода Д.А., Мусатова И.В. Стратегическое управление трансформацией торговых интернет-платформ: проблемы и решения // Современная конкуренция. 2023. Т. 17. № 4. С. 64–79. DOI: 10.37791/2687-0649-2023-17-4-64-79.
14. 5 миллионов подписчиков: как мы ведем страницы AliExpress в социальных сетях. VC.ru. 31.01.2019. URL: <https://vc.ru/pichesky/57228-aliexpress-smm> (дата обращения: 20.12.2023).
15. Wildberries запустил автоматизированную линию сортировки заказов на одном из крупнейших складов страны // Retail.ru. 13.06.2023. URL: <https://www.retail.ru/news/wildberries-zapustil-avtomatizirovannuyu-liniyu-sortirovki-zakazov-na-odnom-iz-k-13-iyunya-2023-229601/> (дата обращения: 20.12.2023).
16. Chen H., Hao Y., Yan Y. The introduction strategy of the emerging online marketplace considering risk attitude and channel power // International Journal of General Systems. 2020. Vol. 49. No. 5. P. 470–496. DOI: 10.1080/03081079.2020.1748617.
17. Moon J., Choe Y., Song H. Determinants of Consumers' Online/Offline Shopping Behaviours during the COVID-19 Pandemic // International Journal of Environmental Research and Public Health (IJERPH). 2021. Vol. 18. No. 4. Article 1593. DOI: <https://doi.org/10.3390/ijerph18041593>.
18. Niu B., Li Q., Mu Z., Chen L., Ji P. Platform logistics or self-logistics? Restaurants' cooperation with online food-delivery platform considering profitability and sustainability // International Journal of Production Economics. 2021. Vol. 234. Article 108064. DOI: 10.1016/j.ijpe.2021.108064.
19. Tauscher K., Laudien S. M. Understanding platform business models: A mixed methods study of marketplaces // European Management Journal. 2018. Vol. 36. No. 3. P. 319–329. DOI: 10.1016/j.emj.2017.06.005.

Сведения об авторе

Горелова Тамара Петровна, ORCID 0000-0003-3546-9426, канд. экон. наук, доцент, кафедра операционного и отраслевого менеджмента, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва, Россия, tamara.gorelova2013@gmail.com

Статья поступила 12.04.2024, рассмотрена 29.04.2024, принята 13.05.2024

References

1. Anisimov A.Yu., Polyakov O.V. The evolution of marketplaces in the Russian market from innovation to mass popularity. *Sovremennaya konkurentsia=Journal of Modern Competition*, 2023, vol.17, no.3, pp.76-86 (in Russian). DOI: 10.37791/2687-0649-2023-17-3-76-86.
2. Baishikhina A.O. *Povyshenie effektivnosti deyatel'nosti promyshlennogo predpriyatiya na osnove sozdaniya marketplace (na primere AO «SPK»)*. Dis. magist. [Improving the efficiency of an industrial enterprise based on the creation of a marketplace (on the example of JSC SEC). Master's dis.]. Ekaterinburg, 2023, 79 p. Available at: https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/128437/1/m_th_a.o.baishikhina_2023.pdf (accessed 15.12.2023).
3. Gorelova T.P. Mobile commerce in the digital economy. *Problemy teorii i praktiki upravleniya=Problems of Management Theory and Practice*, 2019, no.12, pp.69-79 (in Russian).
4. Gorelova T.P., Serebrovskaya T.B. Generation N: Shaping new digital consumers. *Problemy teorii i praktiki upravleniya=Problems of Management Theory and Practice*, 2021, no.6, pp.263-280 (in Russian). DOI: 10.46486/0234-4505-2021-6-263-280.
5. Kovaleva I.A., Kanke A.A. Modern trends in consumer behavior or why do buyers choose online? *Vestnik evraziiskoi nauki=The Eurasian Scientific Journal*, 2023, vol.15, no.3, pp.1-17 (in Russian).
6. Koval P.K., Polbin A.V. Estimates of households consumer behavior in Russia. *Voprosy ekonomiki*, 2022, no.3, pp.98-117 (in Russian). DOI: 10.32609/0042-8736-2022-3-98-117.
7. Paredes-Leon F., Rodriguez-Salvador M., Castillo-Valdez P.F. Evaluating the impact of technology transfer from the perspective of entrepreneurial capacity. *Foresait=Foresight*, 2023, vol.17, no.1, pp.80-87 (in Russian). DOI: 10.17323/2500-2597.2023.1.80.87.
8. Romantsova P.S., Shakhvatova S.A., Markova E.S. Marketplaces as the main trend of e-commerce. *Innovatsionnaya ekonomika i pravo*, 2022, no.4(23), pp.80-87 (in Russian). DOI: 10.53015/2782-263X_2022_4_80.
9. Ruzhanskaya L.S., Kuzyk M.G., Simachev Yu.V., Fedyunina A.A. End-to-end digitalization factors: Challenges for Russian manufacturers. *Voprosy ekonomiki*, 2023, no.9, pp.5-28 (in Russian). DOI: 10.32609/0042-8736-2023-9-5-28.
10. Tarasova E.E., Matuzenko E.V., Glazunova O.A. Marketplaces as online development platforms of internet trade in Russia. *Vestnik Belgorodskogo Universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava=Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law*, 2020, no.4(95), pp.100-112 (in Russian). DOI: 10.21295/2223-5639-2022-4-100-112.
11. Khlebovich D.I., Kordina I.V. Specialized marketplace as a promising format of e-commerce. *BENEFICIUM*, 2023, no.1(46), pp.51-59 (in Russian). DOI: 10.34680/BENEFICIUM.2023.1(46).51-59.
12. Chkalova O.V., Kopasovskaya N.G., Bolshakova I.V. Electronic marketplaces as a driver for the development of the food retail market. *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N.I. Lobachevskogo. Seriya: Sotsial'nye nauki*, 2022, no.2(66), pp.38-47 (in Russian). DOI: 10.52452/18115942_2022_2_38.
13. Shtoda D.A., Musatova I.V. Strategic management of transformation of online trading platforms: Problems and solutions *Sovremennaya konkurentsia=Journal of Modern Competition*, 2023, vol.17, no.4, pp.64-79 (in Russian). DOI: 10.37791/2687-0649-2023-17-4-64-79.
14. *5 millionov podpischikov: kak my vedem stranitsy AliExpress v sotsial'nykh setyakh* [5 million subscribers: how we maintain AliExpress pages on social networks]. VC.ru, 31.01.2019. Available at: <https://vc.ru/pichesky/57228-aliexpress-smm> (accessed 20.12.2023).

15. *Wildberries запустил автоматизированную линию сортировки заказов на одном из крупнейших складов страны* [Wildberries has launched an automated order sorting line at one of the largest warehouses in the country]. Retail.ru, 13.06.2023. Available at: <https://www.retail.ru/news/wildberries-zapustil-avtomatizirovannuyu-liniyu-sortirovki-zakazov-na-odnom-iz-k-13-iyunya-2023-229601/> (accessed 20.12.2023).
16. Chen H., Hao Y., Yan Y. The introduction strategy of the emerging online marketplace considering risk attitude and channel power. *International Journal of General Systems*, 2020, vol.49, no.5, pp.470-496. DOI: 10.1080/03081079.2020.1748617.
17. Moon J., Choe Y., Song H. Determinants of Consumers' Online/Offline Shopping Behaviours during the COVID-19 Pandemic. *International Journal of Environmental Research and Public Health* (IJERPH), 2021, vol.18, no.4, article 1593. DOI: <https://doi.org/10.3390/ijerph18041593>.
18. Niu B., Li Q., Mu Z., Chen L., Ji P. Platform logistics or self-logistics? Restaurants' cooperation with online food-delivery platform considering profitability and sustainability. *International Journal of Production Economics*, 2021, vol.234, article 108064. DOI: 10.1016/j.ijpe.2021.108064.
19. Tauscher K., Laudien S. M. Understanding platform business models: A mixed methods study of marketplaces. *European Management Journal*, 2018, vol.36, no.3, pp.319-329. DOI: 10.1016/J.emj.2017.06.005.

About the author

Tamara P. Gorelova, ORCID 0000-0003-3546-9426, Cand. Sci. (Econ.), Associate Professor, Operational and Industry Management Department, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia, Tamara.gorelova2013@gmail.com

Received 12.04.2024, reviewed 29.04.2024, accepted 13.05.2024

Правила оформления материалов в журнале «Современная конкуренция / Journal of Modern Competition»

Тематический диапазон журнала

Специальности:

5.2.1. Экономическая теория (экономические науки).

5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (экономические науки).

5.2.6. Менеджмент (экономические науки).

I. Общие требования к подготовке статей

1. Материал статьи должен быть оформлен в соответствии с редакционным шаблоном.

2. Указание идентификатора **ORCID** для авторов статьи является обязательным.

3. Минимальный объем статьи с учетом сведений об авторах, аннотации и списка литературы на русском и английском языках – **10 страниц Word** в формате **Шаблона оформления статьи**.

4. Заголовок статьи не должен содержать более **125 символов** (включая пробелы).

5. При оформлении заголовка статьи на английском языке следует использовать **правило капитализации** (все слова, за исключением союзов, предлогов и артиклей, пишутся с прописной буквы).

6. **Аннотация к статье** должна быть подготовлена в соответствии с требованиями редакции журнала (см. *раздел II настоящих Правил*).

7. **Ключевые слова** должны содержать терминологию, соответствующую содержанию конкретного пункта паспорта специальности, по которому авторы позиционируют статью.

8. Все источники в **списке литературы** должны быть оформлены в соответствии со

стандартом редакции (см. *раздел V настоящих Правил*).

9. Список литературы на латинице **References** должен быть оформлен в строгом соответствии с редакционными требованиями (см. *раздел VI настоящих Правил*).

10. На каждый источник **списка литературы** в тексте статьи обязательно должна быть затекстовая ссылка (в квадратных скобках).

11. Во всех источниках, имеющих **индекс DOI**, он должен быть обязательно указан.

12. **Электронные источники** должны быть проверены автором на работоспособность и описаны в формате активной ссылки с обязательным указанием **даты обращения**.

13. Ссылки на **данные с сайтов**, не представляющие собой отдельный материал с заголовком, оформляются как постраничные сноски по тексту статьи.

14. **Иллюстрации** должны быть представлены в соответствии с техническими требованиями (см. *раздел III настоящих Правил*).

15. **Таблицы** должны быть оформлены в соответствии с редакционными требованиями (см. *раздел III настоящих Правил*).

16. На **все иллюстрации и таблицы** обязательно должны иметься ссылки в тексте.

17. **Формулы и переменные** должны быть набраны в соответствии с техническими требованиями (см. *раздел IV настоящих Правил*).

II. Требования к аннотациям

1. В аннотации должны быть отражены наиболее важные элементы статьи, которые показывают уровень и качество полученных результатов, в том числе:

- актуальность и новизна;
- используемые методы решения поставленной задачи;
- полученные результаты;
- выводы исследования;
- теоретическая и практическая значимость исследования.

2. Аннотация дает возможность установить основное содержание научной статьи, показать ее выигрышные стороны, привлечь внимание к материалам исследования, определить ее релевантность и принять решение о подробном изучении полного материала статьи.

3. При написании аннотации рекомендуется использовать такие **формулировки**, как, например:

Статья посвящена рассмотрению...

В статье обосновывается...

Автор обращает внимание на...

Приводятся суждения...

Отмечается, что...

На основе анализа... приводятся суждения о...

4. Объем аннотации должен составлять 200–250 слов.

5. Если для перевода текста аннотации используется автоматический переводчик, автору необходимо проверить результат и при необходимости скорректировать английский текст, чтобы он адекватно воспринимался зарубежным читателем. Профессиональную терминологию следует дополнительно проверять с помощью специальных словарей.

III. Требования к иллюстрациям и таблицам

1. Иллюстрации выполняются в **серых тонах**, поскольку наше издание монохром-

ное. Если рисунок был изначально выполнен автором в цвете, необходимо перевести его в серые тона и не забыть убрать в тексте **ссылки** на цветочные элементы изображения.

2. Изображение на рисунках должно быть **четким**, текст – **хорошо читаемым**. Редакция просит отнестись с пониманием к тому, что рисунки ненадлежащего **качества** не смогут быть опубликованы в журнале.

3. Все надписи внутри рисунка должны быть продублированы **на английском языке**, в том числе легенды диаграмм и обозначения координатных осей графиков.

4. **Текстовый контент таблиц** также должен быть продублирован на английском языке, за исключением случаев, когда его объем достаточен для того, чтобы таблицу можно было воспринимать как структурированный фрагмент основного текста статьи.

5. **Заемствованные изображения** должны иметь в подрисуночной надписи **ссылку на источник** в виде постраничной сноски или, если источник включен в список литературы, номера позиции списка в квадратных скобках.

6. Требование 5 касается также **ранее опубликованных иллюстраций** автора статьи.

7. Рисунки, выполненные средствами **Word**, должны быть сгруппированы и доступны для редактирования.

8. Иллюстрации, выполненные внешними средствами – **Visio**, **Excel** и др., – просьба предоставлять также в отдельных файлах формата vsd, xls и т. д.

9. В отдельных файлах предоставляются также **растровые изображения** – фотографии, сканы, скриншоты.

IV. Требования к формулам и переменным

1. Для набора формул и переменных **не допускается** использование конструктора уравнений Word.

2. Математические выражения, не требующие специальной символики, а также отдельные переменные набираются **строковым редактором** (клавиатурный ввод) с использованием при необходимости режима «Вставка символа».

3. Формулы, включающие специализированные символы, не содержащиеся на клавиатуре и в опции Word «Вставка символа», набираются с помощью внешнего редактора **MathType**.

4. Одно выражение **не может** быть набрано частично во внешнем редакторе формул, а частично строковым редактором.

5. Нумеруются только формулы, на которые есть **ссылки** по тексту статьи.

6. **Греческие** и **русские** буквы, а также цифры и скобки даются прямым шрифтом, курсивятся только **латинские** буквы, обозначающие **скалярные величины**.

7. Жирным шрифтом выделяются только **структурированные объекты** – обозначения векторов (если не используется значок вектора), матриц, множеств, кортежей и т. п.

8. В качестве **знака умножения** используется точка с пробелами с двух сторон. Также пробелами отбиваются другие математические знаки, такие как +, –, =, <, > и т. д.

9. **Дробная часть** числа отделяется запятой (не точкой).

V. Оформление списка литературы

1. **Индекс DOI** при его наличии у цитируемого источника указывается обязательно (автор должен **проверить** наличие DOI по каждому источнику).

2. Ссылки на электронные источники должны быть приведены в **активном формате**, с указанием **даты обращения**.

3. Если материал из интернета не имеет отдельного заголовка, он не включается в список литературы, а ссылка на него дается **постраничной сноской** по тексту статьи.

4. Формат ссылки на источники по тексту статьи – порядковый номер источника по списку в квадратных скобках [**№ источника**].

5. Источники в списке литературы располагаются либо **по алфавиту**, либо **в порядке цитирования**. При оформлении по алфавиту сначала указываются **русскоязычные** источники, затем **иностранные**. В начало списка выносятся **законы** и **подзаконные акты**.

6. При указании количества и диапазона страниц в списке литературы используется не дефис, а **среднее тире**.

VI. Правила оформления References

1. **Порядок источников** в References должен совпадать с русским списком литературы.

2. Ф. И. О. авторов в References **не курсивятся**.

3. При оформлении References, в отличие от списка литературы, **не используются** знаки «слеш» и «тире».

4. Следует также обратить внимание на другие отличия оформления References от списка литературы в плане используемых **обозначений** и **знаков пунктуации**.

5. **Транслитерация названия** цитируемой работы (курсивом после Ф. И. О. авторов) и его **самостоятельный перевод на английский язык** в квадратных скобках дается в случае, когда у цитируемой работы нет официально опубликованного названия на английском языке.

ПОЯСНЕНИЕ. Транслитерация названия нужна для книг, а также статей в российских журналах, вышедших в период, когда еще не было требования ВАК и РИНЦ публиковать английские версии названий работ. В таком случае каждый автор, включающий данную работу в свой список литературы, может перевести ее название по-разному. Из-за этого работа

не будет однозначно идентифицироваться в зарубежных наукометрических базах. Для решения данной проблемы, помимо перевода на английский, приводится транслитерация названия работы, которая будет однозначной.

6. Соответственно, если у цитируемой работы **есть опубликованное английское название**, то транслитерировать русское название не нужно, английское название работы указывается без квадратных скобок. Если при этом работа написана на русском языке, в конце описания источника (перед DOI) ставится пометка в круглых скобках (*in Russian*).

7. Если у **журнала** есть русское название, то **обязательно** приводится курсивом его транслитерация. Если при этом у журнала есть и **официальное английское название** (*необходимо проверить это на сайте журнала или издательства*), то оно приводится прямым шрифтом после транслитерации русского названия, отделенное знаком равенства, и без квадратных скобок.

8. Если же у русского журнала или издательства **нет официального английского названия**, *не нужно* самостоятельно его переводить – указывается только транслитерация русского названия.

9. Для **русского названия издательства** в случае п. 8 после транслитерации курсивом русского названия указывается сокращение Publ. прямым шрифтом.

10. Для учебных пособий, сборников конференций и диссертаций **описание вида источника** дается в виде транслитерации кур-

сивом и перевода на английский, прямым шрифтом в квадратных скобках.

11. Для транслитерации следует использовать сайт www.translit.net. На сайте необходимо предварительно выбрать **вариант транслитерации «BSI»** – Британский институт стандартов.

VII. Указание сведений об авторах

В разделе **About the authors** следует использовать следующие обозначения:

доктор наук – Dr. Sci. (предметная область)

кандидат наук – Cand. Sci. (предметная область)

предметная область – Eng., Econ., Phys.-Math.

соискатель ученой степени – Applicant for Dr. Sci. / Cand. Sci. (предметная область)

профессор – Professor

доцент – Associate Professor

ассистент – Assistant

преподаватель – Lecturer

старший преподаватель – Senior Lecturer

старший научный сотрудник – Senior Researcher

ведущий научный сотрудник – Leading Researcher

аспирант – Postgraduate

магистр – Master of <предметная область>

студент – Student

магистрант – Master's Student

ПОДПИСКА-2025

Журнал «Современная конкуренция / Journal of Modern Competition» выходит 6 раз в год:

Февраль Апрель Июнь Август Октябрь Декабрь

Стоимость подписки на 2025 год:

1 номер – 1310 руб. 3 номера – 3390 руб. 6 номеров – 7860 руб.

Вы можете выбрать любой удобный для вас вид подписки.

Подписка через редакцию

Отправьте заявку на arozantsev@synergy.ru
или позвоните по тел. +7 (495) 800-10-01 (доб. 33-04)
Доставка включена в стоимость подписки.

Подписка по почте

По объединенному каталогу «Газеты и журналы» подписной индекс 88060;
по каталогу российской прессы «Почта России» подписной индекс п1967;
по каталогу агентства «Урал Пресс» подписной индекс 20498.

Руководитель службы маркетинга А.А. Розанцев,
тел.: +7 (495) 800-10-01 (доб. 33-04), e-mail: arozantsev@synergy.ru

Доставка осуществляется заказной бандеролью с уведомлением.

Электронный выпуск, а также отдельные статьи журнала можно приобрести на сайтах
www.moderncompetition.ru, www.elibrary.ru и www.litres.ru

К оплате принимаются все виды электронных платежей, банковские карты.

Учредитель и издатель:

Негосударственное образовательное частное учреждение высшего образования
«Московский финансово-промышленный университет «Синергия».

Свидетельство о регистрации ПИ №ФС 77-57863 от 25.04.2014.

Выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи,
информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).

Редакция:

Заместители главного редактора А.И. Коваленко, В.И. Хабаров, Е.А. Власова

Выпускающий редактор А.Ю. Погорелова

Литературный редактор и корректор Ю.А. Голоперова

Верстка Д.О. Мальков

Адрес редакции и издателя:

129090, Москва, ул. Мещанская, д. 9/14, стр.1 (юр.д.); 125315, Москва, Ленинградский проспект, д. 80Б, корп. 3

Тел.: +7 (495) 987-43-74 (доб. 33-04);

e-mail: evlasova@synergy.ru; www.moderncompetition.ru

Наши реквизиты:

Университет «Синергия»

ИНН 7729152149

КПП 770201001

ОГРН 1037700232558

Р/с 40703810338180120073

БИК 044525225

К/с 30101810400000000225

Сбербанк России (ПАО) Вернадское ОСБ

При перепечатке и цитировании материалов ссылка на журнал «Современная конкуренция /
Journal of Modern Competition» обязательна. Редакция не несет ответственности
за достоверность информации, опубликованной в рекламных объявлениях.

© Университет «Синергия»

Подписано в печать 30.10.2024

Тираж 100 экз.

Отпечатано в ООО «САМ ПОЛИГРАФИСТ»
129090, г. Москва, Протопоповский пер., д. 6