

СТРАТЕГИИ БИЗНЕСА

анализ | прогноз | управление

Business Strategies

электронный научно-экономический журнал

Издается с 2013 года



СЕТЕВОЕ ИЗДАНИЕ
www.strategybusiness.ru «Стратегии бизнеса»
Издается с 2013 года
DOI: 10.17747/2311-7184-2020-9

Издание зарегистрировано в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).

Свидетельство о регистрации: ЭЛ № ФС 77–56252 от 28.11.2013

Периодичность издания – 12 номеров в год.

Учредитель и издатель – Общество с ограниченной ответственностью «Издательский дом «Реальная экономика»

Основные темы издания – стратегическое управление, поиски конкурентных преимуществ; управление инновациями и предпринимательство; управление эффективностью и результативностью деятельности; человеческий капитал; власть и контроль в компании; стратегические альянсы, слияния и поглощения; динамика социально-экономических систем; управление информационными ресурсами компании; глобальный бизнес, менеджмент в мультикультурной среде; планирование и прогнозирование.

Цели и задачи – важнейшими задачами журнала являются: обобщение научных и практических достижений в области стратегического управления предприятиями, повышение научной и практической квалификации менеджеров, бизнесменов.

Научная концепция издания предполагает публикацию современных достижений в области стратегического менеджмента, результатов научных исследований по данной тематике.

К публикации в журнале приглашаются как отечественные, так и зарубежные ученые и практики.

В журнале публикуются оригинальные статьи, результаты фундаментальных исследований, направленные на изучение стратегического анализа предпринимательской деятельности; изучение бизнес-стратегий; кейсы, лекции и обзоры литературы по широкому спектру вопросов экономики, а также результаты экспериментальных исследований. Большое значение редакция журнала уделяет вопросам подготовки кадров по специальности «Менеджмент».

Публикация всех материалов осуществляется бесплатно после оценки рецензентами. Качество статей оценивается посредством двустороннего слепого рецензирования.

Индексируется в базах данных – Российский индекс научного цитирования (РИНЦ), DOAJ (Directory of Open Access Journals), RePec: Research Papers in Economics, CyberLeninka, Академия Google, Соционет, WorldCat и других.

РЕДАКЦИЯ:

Главный редактор журнала – к.э.н., доцент кафедры «Стратегический и антикризисный менеджмент» Финансового университета при Правительстве РФ
Алексей Николаевич Кузнецов.

Адрес редакции: 190020, Санкт-Петербург, Старо-Петергофский пр., 43–45, лит. Б, оф. 4н
Телефон: (812) 346–50–15 (16)
Факс: (812) 325–20–99
e-mail: info@strategybusiness.ru
www.strategybusiness.ru

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Трачук Аркадий Владимирович – доктор экономических наук, профессор, декан факультета «Высшая школа управления», Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, генеральный директор АО «Гознак», Москва.

Тебекин Алексей Васильевич – профессор кафедры менеджмента Московского государственного института международных отношений МИД РФ, д.т.н., д.э.н., профессор, почетный работник науки и техники РФ.

Клейнер Георгий Борисович – заместитель директора ЦЭМИ РАН, руководитель научного направления «Мезоэкономика, микроэкономика, корпоративная экономика», д.э.н., профессор, член-корреспондент РАН.

Колесник Анатолий Петрович – Советник руководства ПАО «Почта Банк», д.э.н., к.т.н.

Юданов Андрей Юрьевич – член Европейской ассоциации историков бизнеса, заместитель председателя совета по проблемам экономической теории, маркетинга и менеджмента Финансового университета при Правительстве РФ, д.э.н., профессор, Заслуженный работник высшей школы РФ.

Ряховская Антонина Николаевна – д.э.н., профессор Департамента менеджмента Финансового университета при Правительстве РФ, Заслуженный экономист РФ.

Растова Юлия Ивановна – профессор кафедры менеджмента и инноваций Санкт-Петербургского государственного экономического университета, д.э.н., профессор.

СОДЕРЖАНИЕ

- | | |
|-----|---|
| 235 | Современные аспекты корпоративной социальной ответственности как средства устойчивого развития предприятий |
| 240 | Использование баз данных в построении и развитии бизнеса |
| 242 | Стратегии трансформации бизнеса в условиях пандемии COVID-19 |
| 246 | Перспективы глобального макроэкономического развития в условиях диспропорции мировой экономики |
| 250 | Инструментарий антикризисного менеджмента и необходимость его адаптации для компаний высокотехнологичного сектора экономики |

DOI: 10.17747/2311-7184-2020-9-235-239
УДК 331.101



Современные аспекты корпоративной социальной ответственности как средства устойчивого развития предприятий

Трофимова Наталья Николаевна
Кандидат экономических наук,
доцент кафедры менеджмента наукоемких производств
Санкт-Петербургского государственного университета аэрокосмического приборостроения
e-mail: tnn04@mail.ru

Аннотация. В статье рассмотрен вектор современного развития корпоративной социальной ответственности предприятий. С помощью авторского подхода, основанного на комплексном анализе, показана необходимость и важность внедрения концепции социальной ответственности в деятельность предприятий, определены основные направления международной деятельности ЮНИДО, содействующей развитию корпоративной социальной ответственности бизнеса. Научная новизна и практическая ценность статьи заключается в том, что автором на базе пирамиды Кэрролла предложена видоизмененная модель корпоративной социальной ответственности предприятий.

Ключевые слова: социальная ответственность предприятия, корпоративная социальная ответственность, устойчивое развитие, стейкхолдеры, бизнес-сообщество.

Modern aspects of corporate social responsibility as a means of sustainable development of enterprises

Trofimova Natalya Nikolaevna
Ph.D., Associate Professor,
chair of high-tech production management,
St. Petersburg State University of Aerospace Instrumentation

Abstract. The article examines the vector of modern development of corporate social responsibility of enterprises. With the help of the author's approach, based on a comprehensive analysis, the necessity and importance of introducing the concept of social responsibility into the activities of enterprises is shown, the main directions of UNIDO's international activities, contributing to the development of corporate social responsibility of business, are determined. The scientific novelty and practical value of the article lies in the fact that the author has proposed a modified model of corporate social responsibility of enterprises, built on the basis of the Carroll pyramid.

Keywords: corporate social responsibility, corporate social responsibility, sustainable development, stakeholders, business community.

С каждым годом предприятиями все больше внимания уделяется концепции корпоративной социальной ответственности, которая основана на добровольной системе взаимоотношений между заинтересованными сторонами (стейкхолдерами) и связана с инвестированием в разнообразные социальные проекты с целью получения долгосрочных финансово-экономических выгод от заботы об окружающей среде, обеспечения безопасности рабочих мест, повышения качества производимой продукции и реализуемых товаров [1].

Корпоративная социальная ответственность в целом была ответом на давление со стороны потребителей и гражданского общества, которое было основано на обвинениях в загрязнении окружающей среды, нарушениях прав человека и эксплуатации труда.

В результате бизнес-сообщество быстро осознало не только необходимость корпоративной социальной ответственности, но и ее стратегическую ценность для деловых отношений, повышения конкурентоспособности и устойчивого развития в долгосрочной перспективе [2; 3].

Однако в России о корпоративной социальной ответственности до 2000-х гг. не знало подавляющее большинство представителей бизнес-сообщества [4]. Сегодня под влиянием и с учетом зарубежного опыта ситуация постепенно меняется в лучшую сторону.

В мировом масштабе ЮНИДО (Организация Объединенных Наций по промышленному развитию) сформулировала свой подход к поощрению корпоративной социальной ответственности в качестве средства достижения повышения производительности и конкурентоспособности предприятий развивающихся стран. ЮНИДО также играет ведущую роль в системе ООН (Организация Объединенных Наций) с точки зрения поддержки экологически и социально ответственного предпринимательства с помощью своего учебного потенциала и инструментов поддержки для предприятий.

Так, например, в 2011 году в целях содействия устойчивому промышленному развитию и поддержки международных организаций в реализации проектов на территории России были созданы Национальные центры чистого производства.

В своих проектах по корпоративной социальной ответственности ЮНИДО ориентируется на несколько следующих уровней [5]:

1. Микроуровень поддержки корпоративной социальной ответственности.
Помощь на микроуровне подразумевает прямую поддержку группы компаний, принадлежащих к одному сектору, региону, кластеру, цепочке поставок и т.д. Из-за ограниченного охвата и расширения масштабов производства этот уровень является базовым.
2. Мезоуровень поддержки корпоративной социальной ответственности.
Поддержка на этом уровне сосредоточена на поддержке бизнеса и консультационных учреждениях (государственных или частных), которые стремятся расширить свой портфель услуг и укрепить свой институциональный потенциал. В этом контексте ЮНИДО оказывает помощь этим посредническим учреждениям для содействия внедрению концепций корпоративной социальной ответственности в их сферу влияния.
3. Макроуровень поддержки корпоративной социальной ответственности.
На макроуровне ЮНИДО участвует в политической деятельности, связанной с корпоративной социальной ответственностью с целью оказания поддержки правительственным учреждениям в определении того, какая государственная политика наилучшим образом поддерживает частный сектор страны в его усилиях по применению социально и экологически ответственных методов ведения бизнеса.

В основе программы ЮНИДО в области корпоративной социальной ответственности лежит Программа достижения ответственных предпринимателей (The Responsible Entrepreneurs Achievement Programme), которая основана на принципах Глобального договора ООН, а также международных стандартах (ISO 14001, ISO 26000, SA 8000, OHSAS 18001) и помогает внедрять ответственную деловую практику путем создания всемирной сети обученных и квалифицированных консультантов [6; 7].

Программа достижения ответственных предпринимателей является инструментом управления и позволяет предприятиям получить квалифицированную помощь по внедрению корпоративной социальной ответственности, согласованной с экономическими, социальными и экологическими аспектами бизнеса [8].

В том числе Программа достижения ответственных предпринимателей направлена на следующее [8]:

1. Создание всемирной системы сертифицированных консультантов и экспертов по корпоративной социальной ответственности.
2. Оказание помощи в реализации ответственного предпринимательства путем перевода принципов корпоративной социальной ответственности в коммерчески жизнеспособный подход к управлению.
3. Объединение лучших практик в области менеджмента на основе принципов корпоративной социальной ответственности.
4. Создание бизнес-процессов непрерывного совершенствования управления как основы для успешной реализации корпоративной социальной ответственности.
5. Сосредоточение внимания на реализации принципов и стандартов корпоративной социальной ответственности, а не на отчетности по ней.

В рамках концепции управления, основанной на корпоративной социальной ответственности, предприятия интегрируют социальные и экологические проблемы в свои бизнес-операции и взаимодействие со своими стейкхолдерами. При этом она выступает как способ достижения баланса экономических, экологических и социальных нормативов предприятия, но в то же время учитывая ожидания акционеров и заинтересованных сторон.

В этом смысле важно проводить различие между видами корпоративной социальной ответственности, которая может быть:

- стратегической концепцией управления бизнесом,
- благотворительностью,
- спонсорством.

Хотя все перечисленное может также внести ценный вклад в сокращение бедности и улучшение благосостояния общества, напрямую повысить репутацию компании (в том числе ее гудвилл) и укрепить ее бренд, концепция корпоративной социальной ответственности явно имеет более глобальное значение.

В целом корпоративная социальная ответственность представляет собой саморегулируемую бизнес-модель, которая помогает предприятию быть социально ответственным перед собой, своими заинтересованными сторонами и общественностью.

Практикуя корпоративную социальную ответственность, предприятия могут осознавать, какое влияние они оказывают на все аспекты общества, включая экономические, социальные и экологические.

Участие в корпоративной социальной ответственности означает, что в ходе обычной деятельности предприятие осуществляет свою деятельность таким образом, что улучшает общество и окружающую среду, вместо того чтобы вносить в них негативный вклад.

В исследовании О.У. Девлетова подчеркивается, что «несмотря на весьма впечатляющие результаты некоторых социально ответственных компаний в области социальной ответственности, социальная ответственность для большинства российских компаний пока еще не является приоритетом, и даже государственные предприятия могут ею пренебрегать, избегая подобным образом большей части налогов» [9].

Корпоративная социальная ответственность – это широкое понятие, которое может принимать разные формы в зависимости от компании и отрасли. Посредством программ корпоративной социальной ответственности предприятия могут принести пользу обществу, одновременно укрепляя свою деловую репутацию.

До настоящего времени ведущей моделью корпоративной социальной ответственности является четырехкомпонентная пирамида Кэрролла, которая была сформирована таким образом, чтобы охватить весь спектр ожиданий общества от деятельности предприятий [10].

Согласно модели Кэрролла (рис. 1) четыре вида социальной ответственности составляют общую корпоративную социальную ответственность [10]:

- экономическая корпоративная социальная ответственность (получение прибыли),
- юридическая корпоративная социальная ответственность (соблюдение законодательства),
- этическая корпоративная социальная ответственность (соблюдение законов этики),
- филантропическая корпоративная социальная ответственность (в том числе занятие благотворительностью).

По словам Кэрролла, использование пирамиды для изображения концептуальной модели корпоративной социальной ответственности предназначено «для того, чтобы показать, что общая корпоративная социальная ответственность бизнеса состоит из отдельных компонентов, которые вместе взятые составляют единое целое» [11].

Рис. 1. Модель корпоративной социальной ответственности (четырёхкомпонентная пирамида Кэрролла) [10]



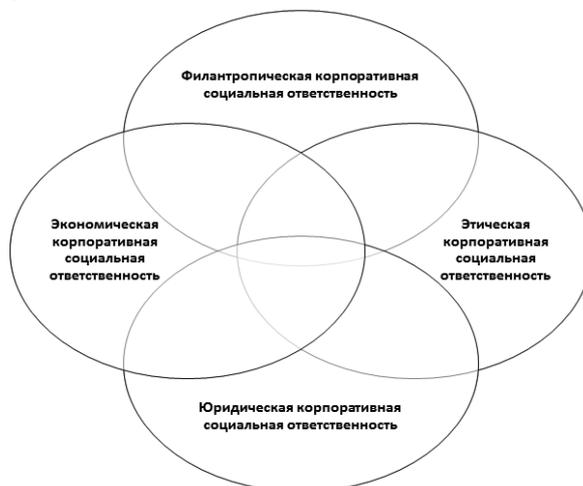
Модель Кэрролла классифицирует различные обязанности иерархически в порядке убывания важности. Самой фундаментальной является экономическая ответственность, «все другие обязанности бизнеса основаны на экономической ответственности, потому что без нее другие становятся спорными» [11].

Предполагается, что предприятия будут действовать в рамках закона, поэтому юридическая ответственность обозначается как следующий уровень пирамиды. Ниже приводится этическая ответственность, определяемая в терминах «тех действий, которые ожидаются или запрещаются членами общества, даже если они не закреплены в законе» [11].

Последней по важности, на вершине пирамиды, является благотворительная ответственность, которая носит дискреционный характер. В основном пирамида имеет целью описать необходимый и достаточный набор обязательств, которые социально ответственные предприятия должны одновременно выполнять, принимая во внимание их уменьшающуюся важность.

На наш взгляд, в современных условиях модель корпоративной социальной ответственности логичнее представлять как набор равноценных элементов (рис.2).

Рис. 2. Модель корпоративной социальной ответственности (видоизмененная модель Кэрролла)



Источник: составлено автором

Предложенная модель показывает, что корпоративная социальная ответственность предприятий перед обществом выступает единой философией делового поведения и является частью системного подхода к бизнесу, ориентированного на следующее [12]:

1. Предложение качественных продуктов и услуг для потребителей.
2. Создание безопасных условий труда, своевременная выплата заработных плат, инвестиции в развитие человеческого капитала.
3. Соблюдение законодательных требований (налоговых, трудовых, экологических и др.).
4. Построение надежных и открытых отношений со всеми заинтересованными сторонами.
5. Улучшение деловых операций с целью увеличения стоимости капитала и благосостояния акционеров.
6. Учет общественных ожиданий и следование общепринятым этическим ценностям в бизнес-процессах.
7. Содействие формированию гражданского общества через партнерские отношения и проекты развития местных сообществ.

Однако не все считают, что у бизнеса должна быть социальная ответственность. Так, например, экономист Милтон Фридман заявил, что «социальные обязанности бизнеса отличаются аналитической слабостью и отсутствием строгости» [12].

Фридман считал, что только люди могут иметь чувство социальной ответственности. Бизнес по своей природе не может быть социально ответственным, поскольку эта ответственность бросает вызов самой сути бизнеса, где прибыль превыше всего [12].

Содействие распространению корпоративной социальной ответственности среди большинства российских предприятий требует подходов, которые соответствуют существующим потребностям и возможностям этих предприятий и не оказывают негативного влияния на их экономическую деятельность.

Для обеспечения корпоративной социальной ответственности предприятиям необходимо:

- внедрять экологический менеджмент,
- повышать экологическую эффективность,
- привлекать инвестиции в развитие корпоративной социальной ответственности,
- налаживать взаимодействие с заинтересованными сторонами,
- соблюдать стандарты и условия труда,
- укреплять и развивать отношения между работниками и обществом,
- соблюдать принципы социальной справедливости,
- добиваться и не нарушать гендерный баланс,
- защищать и соблюдать права человека,
- обеспечивать надлежащее управление,
- своевременно принимать антикоррупционные меры.

Бизнес, помимо максимизации акционерной стоимости, должен действовать так, чтобы приносить пользу обществу. Социальная ответственность становится все более важной для инвесторов и потребителей, которые ищут проекты, которые не только приносят прибыль, но и способствуют росту благосостояния общества и окружающей среды.

Помимо этого, правильно реализованная концепция корпоративной социальной ответственности может принести предприятию ряд конкурентных преимуществ. К примеру:

- расширенный доступ к капиталу и рынкам,
- увеличение продаж и прибыли,
- снижение эксплуатационных расходов,
- повышение производительности и качества,
- укрепление базы человеческих ресурсов,
- улучшение имиджа и деловой репутации,
- рост количества клиентов,
- повышение лояльности всех стейкхолдеров,
- более эффективное управление рисками.

Кроме того, все больше инвесторов и потребителей учитывают приверженность компании социально ответственным практикам, прежде чем делать инвестиции или покупку [13; 14].

Таким образом, принятие социальной ответственности может принести пользу главной директиве – максимизации акционерной стоимости. Проще говоря, социальная ответственность – это всего лишь хорошая деловая практика, и неспособность осуществить ее может оказать вредное влияние на результаты финансовой деятельности предприятия.

Подводя итоги, можно сказать, что корпоративная социальная ответственность означает, что бизнес, помимо максимизации акционерной стоимости, должен действовать таким образом, чтобы приносить пользу обществу. Социально ответственные компании должны проводить политику, которая способствует благополучию общества и окружающей среды, уменьшая при этом негативное влияние на них. Компании могут действовать ответственно во многих отношениях, таких, как содействие волонтерству, внесение изменений, которые приносят пользу окружающей среде, и участие в благотворительности.

В настоящее время еще не достигнут консенсус в отношении общих подходов к корпоративной социальной ответственности. Это означает, что правила ведения социально ответственного бизнеса устанавливаются компаниями де-факто. При этом основы корпоративной социальной ответственности закладываются крупнейшими транснациональными корпорациями.

В результате небольшие предприятия, особенно в условиях нестабильной экономической ситуации, которая в последнее время наблюдается во всем мире, сталкиваются с подходами к корпоративной социальной ответственности, которые часто несовместимы с их экономическим положением и социальными целями.

Тем не менее они не могут позволить себе игнорировать корпоративную социальную ответственность, поскольку те же самые транснациональные корпорации, которые продвигают данную концепцию, также являются их стейкхолдерами (например, партнерами или клиентами).

Таким образом, очевидно, что корпоративная социальная ответственность важна не только для потребителей и прочих стейкхолдеров, но и для устойчивого развития самих предприятий.

Список литературы

1. Черенкова Е.З. Теоретические основы корпоративной социальной ответственности в России // Научные записки молодых исследователей. 2018. № 1. С. 47–50.
2. Романова О.А., Берг Д.Б., Матвеева Я.А. Формирование конкурентных стратегий промышленных предприятий с позиции корпоративной социальной ответственности // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2017. № 6 (54). С. 138–152.
3. Трофимова Н.Н. Ключевые проблемы современного корпоративного управления предприятиями реального сектора экономики // Стратегии бизнеса. 2020. Т. 8. С. 70–74.
4. Авилова М.Г. Корпоративная социальная ответственность в России: тенденции, проблемы, решения // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2016. Т. 34. С. 1–5.
5. UNIDO'S approach: overcoming the challenges CSR poses on SMEs // <https://www.unido.org/our-focus/advancing-economic-competitiveness/competitive-trade-capacities-and-corporate-responsibility/corporate-social-responsibility-market-integration/unidos-approach> (дата обращения: 01.08.2020).
6. Строева О.А., Мироненко Н.В., Иванов Х.М. Корпоративная социальная ответственность: российские и зарубежные стандарты // Среднерусский вестник общественных наук. 2016. № 1. С. 120–131.
7. Кутергина Г.В., Клестова И.А. Особенности применения корпоративной социальной ответственности в развитии российского региона // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. 2017. № 4. С. 126–135.
8. REAP: the heart of UNIDO's CSR Programme // <https://www.unido.org/our-focus/advancing-economic-competitiveness/competitive-trade-capacities-and-corporate-responsibility/corporate-social-responsibility-market-integration/reap> (дата обращения 01.08.2020).
9. Девлетов О.У. Методика социальной ответственности российского бизнеса в рамках взаимодействия с группами населения регионов: стратификационный подход // Бизнес и дизайн ревю. 2018. № 2 (10). С. 4.
10. Carroll B. A three-dimensional conceptual model of corporate performance // Academy of Management Review. 1979. № 4. P. 497–505.
11. Carroll B. The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders // Business Horizons. 1991. № 34. P. 39–48.
12. Иванина Е.А. Современные модели социальной ответственности // Политика, экономика и инновации. 2018. № 5 (22). С. 2.
13. Никифорова О.А., Митрофанова Д.О. Концепции социальной ответственности бизнеса: исходные понятия и классификации // Вестник СПбГУ. Серия 12. Социология. 2017. № 2. С. 214–228.
14. Дмитриев Н.Д. Инновационное развитие реального сектора отечественной экономики путем привлечения инвестиций // Сборник материалов VI международной научно-практической конференции «Актуальные проблемы науки и практики: Гатчинские чтения-2019». Гатчина: Государственный институт экономики, финансов, права и технологий. 2019. С. 574–578.



Использование баз данных в построении и развитии бизнеса

Щербакowa Е.А.

Кандидат на звание доктора бизнес-наук,
Университет Вестклифф, Ирвайн, США

Аннотация: В настоящее время компании, которые работают с большим объемом информации, активно разрабатывают и совершенствуют многочисленные инструменты для передачи, обработки и анализа данных. Для того, чтобы иметь возможность получать полезные для бизнеса сведения при помощи инструментов бизнес-аналитики, необходимо иметь четкие цели анализа и правильно подготовленные наборы данных. Данная статья исследует факторы, которые подтверждают важность наличия качественно подготовленных данных и их использование при построении стратегий развития бизнеса.

Ключевые слова: базы данных, бизнес-аналитика, стратегии развития бизнеса, информационные технологии, анализ данных

Shcherbakova E.A.

Doctor of Business Administration Candidate,
Westcliff University, Irvine, CA, USA

Abstract: Nowadays firms that are working with big data have developed multiple tools to transfer, operate and analyze data. But to be able to draw meaningful conclusions out of data analysis, a firm needs to obtain clean data and set clear goals for the analysis. This paper reviews the facts that prove the importance of well-maintained databases in the life of value-driven businesses.

Keywords: database, business analytics, business development strategy, information technology, data analysis

Роль баз данных в развитии бизнеса

Базы данных уже несколько десятилетий играют ключевую роль в бизнес-процессах современных фирм. Компании используют базы данных независимо от того, предоставляют ли они свою продукцию и сервисы в электронном формате или же ведут бизнес вне интернет-пространства. База данных содержит информацию о разных типах объектов (наименований), событий (транзакций), людей (сотрудников) и локаций [2].

Значение баз данных выросло за последние несколько десятилетий, поскольку объемы существующих данных растут огромными темпами с момента изобретения вычислительной техники. Но не только новые данные создаются и хранятся в базах данных. Цифровизация уже существующих объемов информации используется как в различных областях науки и индустрии, так и во многих областях искусства, гуманитарных и социальных наук [1]. Следовательно, для успешной работы с большими объемами информации необходимо знать, как оперировать базами данных и как развивать бизнес-стратегии на подтвержденной данными основе.

Типы баз данных

В настоящее время существует 3 типа баз данных, которые отличаются между собой своей структурой и целью назначения [1].

Реляционные базы данных состоят из набора таблиц, где данные могут быть сгруппированы разными путями без необходимости реформирования таблиц. Такие базы данных очень удобны при работе над поиском и анализом данных. Для их использования изобретаются специальные системы управления. Для взаимодействия с таким типом баз был разработан язык запросов и управления под названием Structured Query Language (SQL).

Сетевые базы данных хранят данные и взаимосвязи между ними таким способом, при котором каждая запись в базе имеет сеть связей с другими элементами информации.

Иерархические базы данных имеют древовидную структуру, в которой каждая запись соединена с еще несколькими. Подобная структура очень наглядна и логически выстроена и выглядит четче и понятнее, чем сетевая база данных.

Иерархические и сетевые базы данных не предполагают использования языка запросов SQL. Поэтому их называют No-SQL базами. Их активно используют компании, которые агрегируют и анализируют огромный объем информации. Провайдеры мультимедийного контента, такие, как Netflix и Hulu, обслуживая сотни миллионов подписчиков своих сервисов одновременно, используют No-SQL базу данных под названием Apache Cassandra.

Определение качества наборов данных при работе с базами данных

Качественно подготовленные наборы данных исключают наличие так называемых «грязных данных», которые являются неполными, нерелевантными, не поддающимися систематизации [4]. Также к грязным данным относятся недостающие или дублированные записи. Если анализировать такой некачественный набор данных, то результат такого анализа будет неточным и дезориентирующим. Поэтому для получения качественных результатов аналитикам необходимо подготовить наборы данных для работы. Процесс подготовки подразумевает исправление или удаление неточной, неполной или противоречивой информации [2]. При наличии наборов

данных, приведенных в порядок вышеуказанным способом, аналитики могут рассчитывать на получение четких результатов в результате использования описательных, предсказательных и предстательных подходов работы с данными.

Использование баз данных в развитии бизнеса

Благодаря полным и точно составленным базам данных компании имеют возможность предоставлять высококачественный сервис своим клиентам и одновременно могут оптимизировать свои бизнес-процессы с целью сокращения трат и увеличения выручки.

Очевидна огромная выгода наличия таких баз данных на службе любого бизнеса.

Стриминговые сервисы, такие, как Amazon Prime, Apple Plus, Netflix, ежедневно предоставляют развлекательный видеоконтент многомиллионной аудитории. При своей работе они агрегируют, сохраняют и оперируют данными пользователей для последующего их анализа и увеличения прибыли. Подобным сервисам критически необходимо ежедневно предоставлять своим пользователям к просмотру релевантный контент, во избежание потери интереса к подписке, поскольку клиенты оплачивают сервисы на основе ежемесячного членского взноса и могут закончить свою подписку в любой момент.

Еще одним примером использования качественных баз данных являются банки. При наличии качественных данных о бывших и текущих клиентах банки имеют возможность высчитать вероятность выплаты клиентами кредитов и рассчитать кредитные условия для различных слоев населения. Точность таких прогнозов напрямую зависит от качества агрегирования и анализа данных.

Социальные сети также являются агрегаторами огромного объема информации о пользователях. Facebook использует базу данных MySQL для работы с данными, которые изобилуют перекрестными ссылками. Анализ данных помогает социальной сети давать пользователям релевантные рекомендации по рекламируемым продуктам, потенциальным друзьям, группам по интересам. Одновременно с этим социальная сеть предоставляет данные о пользователях компаниям, которые рекламируют свою продукцию и услуги целевой аудитории. Без использования баз с качественными набором данных анализ поведения потребителей становится нечетким и ведет к потерям выручки [5].

Особое внимание стоит уделить случаям, когда базы данных используются на малых, среднего размера и микропредприятиях. Зачастую данные предприятия не систематизируют имеющиеся данные о текущих и бывших клиентах. Многие предприятия предпочитают файловую систему хранения, когда оригиналы и копии документов хранятся в распечатанном виде в папках. Такая система работы с данными клиентов особенно характерна для фирм, работающих в индустрии туризма, образования, недвижимости. Однако даже при необходимости следования законам хранения оригиналов документов в течение нескольких лет данные компании все же могут перейти на использование баз данных для оптимизации рабочих процессов, таких, как поиск нужной информации, анализ продуктивности компании, исследование статистики прошлых лет с целью увеличения прибыли. Для успешного внедрения использования баз данных таким компаниям нужно при необходимости провести цифровизацию архивов и внедрить использование систем управления взаимоотношениями с клиентами (CRM). Данные системы позволяют стандартизировать процессы взаимодействия с заказчиками и одновременно агрегируют данные, которые затем могут быть экспортированы в базу данных для последующего анализа. Использование таких решений помогает снизить количество персонала, обеспечивает доступ ко всем данным для авторизованных пользователей и дает возможность оперировать данными удаленно, без необходимости присутствия в офисе.

Подводя итоги, можно отметить, что с момента начала использования баз данных компании начали получать доступ к анализу данных, который дает возможность значительно улучшить эффективность и производительность. Компаниям, внедряющим использование баз данных, необходимо следить за качеством агрегируемой информации. Наличие качественных наборов данных позволяет получить статистику, необходимую для улучшения показателей продуктивности. Внедрение баз данных также стандартизирует подход к работе с информацией и предотвращает ее потерю.

Список литературы

1. Alfonso-Goldfarb, A. M., Waisse, S., & Ferraz, M. H. (2018). *New proposals for organization of knowledge and their role in the development of databases for history of science*. *Circumscribere: International Journal for the History of Science*, 21, 1. doi:10.23925/1980-7651.2018v21.
2. Baltzan, P., & Phillips, A. (2015). *Business driven information systems*. McGraw-Hill Higher Education.
3. Celko, J. (2014) *Complete Guide to NoSQL. What every SQL professional needs to know about non-relational databases*. Morgan Kaufmann
4. Schultz J., Crawford K., Richardson R. (2019). *Dirty Data, Bad Predictions: How Civil Rights Violations Impact Police Data, Predictive Policing Systems, and Justice*. *New York University Law Review*.
5. *Ten ways databases run your life*. (2020). Retrieved from <https://www.liquidweb.com/blog/ten-ways-databases-run-your-life/>
6. Winkler W. (2001). *Quality of Very Large Databases*. Bureau of the census statistical research division.



Стратегии трансформации бизнеса в условиях пандемии COVID-19

Лапшина А.М.

Студентка Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова

Анохина М.Е.

К.э.н., доцент кафедры организационно-управленческих инноваций

Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова

Аннотация. В условиях экономической нестабильности, вызванной пандемией Covid-19, компаниям необходимо адаптироваться к современным реалиям, чтобы сохранить свою жизнеспособность во время и после кризиса. Одной из форм адаптации является трансформация существующих бизнес-моделей. В рамках данной статьи раскрыты по содержанию и специфике наиболее популярные стратегии бизнеса в условиях пандемии Covid-19, показаны примеры успешной трансформации компаний в российской и мировой практике, а также сформулированы правила выбора стратегии с учетом современных вызовов.

Ключевые слова: стратегия, трансформация, кризис, бизнес-модель, пандемия.

BUSINESS TRANSFORMATION STRATEGIES DURING THE COVID-19 PANDEMIC

Lapshina A.M.

Student of Plekhanov Russian University of Economics,

Anokhina M.Y.

PhD, associate professor of department of organizational and managerial innovations

Plekhanov Russian University of Economics

Abstract. In the conditions of economic instability caused by the Covid-19 pandemic, the company must be adapted to modern realities in order to maintain its viability during and after the crisis. One form of adaptation is the transformation of existing business models. Covid-19 shows examples of successful company transformations in Russian and world practice, and formulates the rules for choosing a strategy taking into account modern challenges.

Keywords: strategy, transformation, crisis, business-model, pandemic.

В условиях пандемии нового коронавируса компании вынуждены демонстрировать достаточно высокую способность адаптации к новым реалиям, одной из форм которой является трансформация существующих бизнес-моделей. Ограничения в туристической индустрии, закрытие множества офлайн точек продаж, перевод на дистанционную работу миллионов сотрудников по всему миру – все это влечет за собой серьезные экономические последствия. Поэтому способность выжить и сохранить потенциал роста в кризис определяется умением компаний трансформировать свой бизнес. С уверенностью можно сказать, что только те организации, которые оперативно и точно отреагируют на текущий глобальный вызов, в том числе и посредством трансформации, смогут не только сохранить свое положение, но и по отдельным позициям значительно его укрепить.

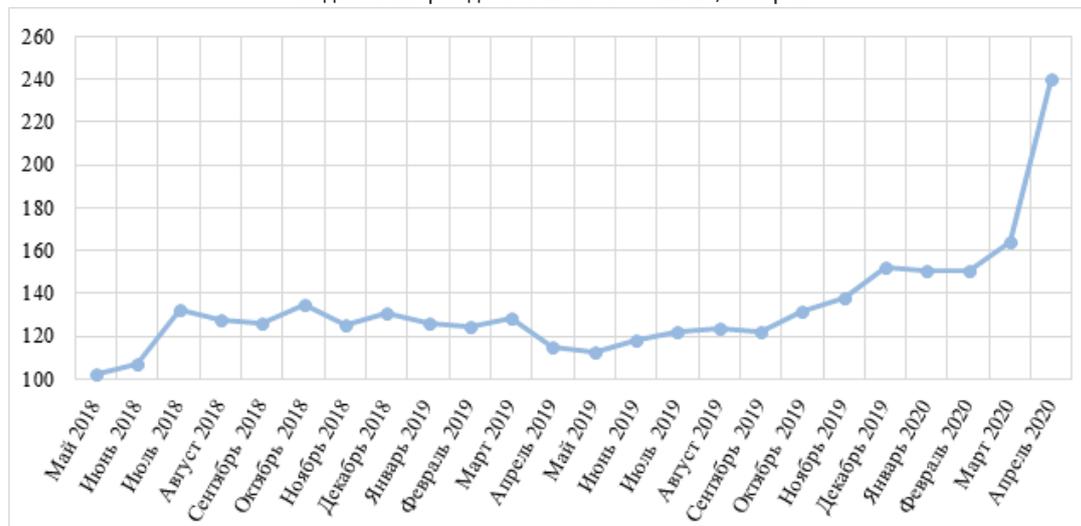
Среди наиболее распространенных в России и в мире стратегий трансформации, которые продемонстрировали свою действенность во время пандемии, можно выделить следующие:

1. Стратегия «тот же продукт и/или услуга, новые каналы продаж»;
2. Стратегия «та же инфраструктура, новый продукт и/или услуга»;
3. Стратегия «тот же продукт, новая инфраструктура».

Рассмотрим содержание стратегий трансформации и механизм их использования в практике бизнеса.

Стратегия «тот же продукт и/или услуга, новые каналы продаж» является проактивной стратегией трансформации бизнеса во время пандемии, и ее содержание определяется продажей таких же (или аналогичных) товаров или услуг, которые компания предоставляла до пандемии, но с использованием новых каналов сбыта. Наиболее эффективным инструментом продвижения продукции в таких условиях выступают онлайн-продажи. Об этом свидетельствуют данные, представленные на рис. 1.

Рис. 1 Количество запросов по фразе «заказать онлайн» в поисковой системе Яндекс за период 01.05.2018–30.04.2020, тыс. раз



Источник: Яндекс Подбор слов: [Электронный ресурс] – URL: <https://wordstat.yandex.ru/>

Так, запрос фразы «заказать онлайн» в поисковой системе Яндекс в апреле 2020 года был осуществлен около 240 тыс. раз, что в два раза больше, чем в апреле 2019 года, когда поиск по данной фразе был осуществлен 114 тыс. раз. Именно на апрель 2020 года приходится максимальное значение данного показателя. Такое положение обусловлено введением в России режима самоизоляции, рядом ограничений осуществления хозяйственной деятельности.

Сегодня многие компании по всему миру, которые раньше работали исключительно в офлайн-формате, проходят цифровую трансформацию и переходят в онлайн-режим деятельности, чтобы сохранить бизнес и клиентский поток. Примером является китайская косметическая компания «Lin Qingxuan». Ритейлер был вынужден закрыть 40% своих магазинов по всей стране, в том числе все торговые точки в городе Ухань, что повлекло за собой снижение продаж компании на 90%. Однако руководство Lin Qingxuan восприняло сложившуюся ситуацию как возможность цифровой трансформации бизнеса для его дальнейшего устойчивого развития. Компания переориентировала более 100 сотрудников офлайн-магазинов на работу в интернете. Используя онлайн-платформы, сотрудники проводили онлайн-трансляции; рекомендуя товары компании и предоставляя купоны на скидку, привлекали клиентов и стимулировали онлайн-продажи. В результате благодаря трансформации бизнеса онлайн-продажи одного консультанта за два часа возросли до объема продаж, равного продажам четырех розничных магазинах в обычные периоды. В целом, Lin Qingxuan в г. Ухань удалось увеличить продажи на 200% по сравнению с продажами предыдущего года.

Также стоит отметить, что подобная стратегия останется актуальной и после возобновления работы физических точек сбыта компаний, поскольку онлайн-площадки дают большое количество возможностей для развития и продвижения бизнеса. По словам экспертов, после пандемии большинство компаний будут рассматривать режим онлайн-деятельности как важнейшее условие динамичного развития бизнеса.

Не менее популярной стратегией трансформации бизнеса в условиях пандемии является использование организацией той же инфраструктуры, но с внедрением нового продукта или услуги. В связи со сложной эпидемиологической обстановкой во всем мире потребительский спрос на некоторые товары и услуги значительно снизился, что, в свою очередь, привело к недоиспользованию производственных мощностей компаний. При этом потребность в одних продуктах и услугах упала, спрос же на другие остался высоким и даже демонстрирует рост. В таких условиях отдельные организации, используя произошедший сдвиг в структуре спроса, переориентируют существующую инфраструктуру для производства новых товаров и услуг.

Согласно данным Forbes, одного из наиболее авторитетных и известных экономических изданий в мире, спрос на товары для дезинфекции и стерилизации только в России вырос в 210 раз за апрель 2020 года по отношению к апрелю 2019 года (рис. 2). Похожую тенденцию можно наблюдать и в других странах. Такие компании, как LVMH (французский производитель предметов роскоши), Pernod Ricard (французский производитель алкогольных напитков) и Skyoга (шотландская космическая компания), перешли за несколько дней на производство дезинфицирующих средств для рук.

Рис 2. Динамика роста спроса на отдельные категории товаров
(апрель 2020 года по отношению к апрелю 2019 года), %



Источник: Forbes: [Электронный ресурс] – URL: <https://www.forbes.ru/tehnologii/398955-rost-na-21000-kakie-tovary-stali-pokupat-rossiyane-vo-vremya-pandemii> (дата обращения: 19.05.2020)

Немало удачных примеров перепрофилирования деятельности и среди российских компаний. Так, например, отечественный производитель танцевальной обуви, одежды и аксессуаров Grishko, поставляющий товары в 74 страны мира в обычное время, начал изготавливать средства индивидуальной защиты. Было трансформировано 30% производства предприятия, которое было переориентировано на изготовление медицинских халатов, одноразовых бахил и масок.

Стратегия «тот же продукт, новая инфраструктура» также оказалась эффективной в условиях изменения структуры спроса. Компании, которые столкнулись с колоссально возросшим на их продукты или услуги спросом, стремятся оперативно расширить свою инфраструктуру, чтобы увеличить производственные мощности и/или расширить возможности по предоставлению услуг. Такая стратегия в большинстве случаев требует взаимодействия с внешними контрагентами.

Успешный пример реализации подобной стратегии можно рассмотреть на примере сотрудничества сервиса iGoods и компании «Ашан». Ритейлер, в магазинах которого можно купить товары различных категорий, от продуктов питания до бытовой техники, перестал самостоятельно справляться с огромным количеством онлайн-заказов от покупателей, поскольку спрос на доставку товаров во время режима самоизоляции стал огромным. Поэтому сеть гипермаркетов начала сотрудничать с компанией iGoods, которая является одним из крупнейших сервисов доставки в РФ. За первые три месяца совместной работы компания совершила доставок на сумму более 1,2 миллиарда рублей, что в два раза превысило показатель 2019 года. Сейчас маркетплейс активно развивает новые партнерские отношения с другими компаниями и уже работает с такими ритейлерами, как «Лента», «Карусель», «ВкусВилл», «Азбука Вкуса» и др.

Таким образом, прежде чем предпринять определенные меры трансформации во время кризиса, руководству компании предстоит ответить на следующие вопросы:

- 1) Существует ли в организации возможность осуществлять продажу продуктов/услуг через онлайн-каналы? Выход в интернет является наиболее доступным инструментом продвижения в нынешних условиях.
- 2) Может ли организация использовать имеющуюся инфраструктуру для производства новых продуктов или оказания новых услуг, которые пользуются высоким или умеренным спросом в настоящее время? Этот вопрос особенно актуален для организаций, которые столкнулись с проблемой снижения потребительского спроса.
- 3) Каким образом организация может в кратчайшие сроки увеличить свою способность производить и распространять продукты или услуги? Этот вопрос важен для организаций, которые пытаются справиться с резко возросшим спросом на их товары и услуги. В данном случае выстраивание новых партнерских отношений будет наиболее оптимальным вариантом для развития потенциала компании в кризисный период.

Таким образом, ответы на вышеуказанные вопросы позволят выбрать стратегию, которая в наибольшей степени подходит определенной компании. Независимо от выбранной стратегии, грамотная трансформация позволяет большинству компаний оставаться конкурентоспособными и продолжать успешно функционировать. Также следует отметить, что ответы на данные вопросы в формате стратегического реагирования на текущий кризис требуют высокой креативности, открытости к оспариванию предположений и готовности смотреть дальше очевидного в противодействии угрозам, используя новые возможности, созданные COVID-19.

Список литературы

1. Как цифровая трансформация помогает бизнесу пережить карантин из-за COVID-19. Реальный пример // TAdviser. М. 2005–2020: [Электронный ресурс] – URL: <http://www.tadviser.ru/a/518901> (дата обращения: 23.05.2020)
2. Рост на 21 000%: какие товары стали покупать россияне во время пандемии // Forbes. М. 2020: [Электронный ресурс] – URL: <https://www.forbes.ru/tehnologii/398955-rost-na-21000-kakie-tovary-stali-pokupat-rossiyane-vo-vremya-pandemii> (дата обращения: 19.05.2020)
3. Яндекс Подбор слов: [Электронный ресурс] – URL: <https://wordstat.yandex.ru/> (дата обращения: 28.05.2020)
4. How Chinese Companies Have Responded to Coronavirus // Harvard Business Review. С. 2020: [Электронный ресурс] – URL: <https://hbr.org/2020/03/how-chinese-companies-have-responded-to-coronavirus> (дата обращения: 01.05.2020)
5. New IDC Spending Guide Shows Continued Growth for Digital Transformation in 2020, Despite the Challenges Presented by the COVID-19 Pandemic // IDC. 2020: [Электронный ресурс] – URL: https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prUS46377220&utm_medium=rss_feed&utm_source=Alert&utm_campaign=rss_syndication (дата обращения: 21.05.2020)
6. Меньше прибыль, больше аудитория // Эксперт. Online. М. 2008 2020: [Электронный ресурс] – URL: <https://expert.ru/2020/05/4/menshe-pribyil-bolshe-auditoriya/> (дата обращения: 06.05.2020)

Перспективы глобального макроэкономического развития в условиях диспропорции мировой экономики

Дмитриев Николай Дмитриевич
Аспирант Высшей инженерно-экономической школы,
Институт промышленного менеджмента, экономики и торговли,
Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого,
195251, РФ, Санкт-Петербург, Политехническая улица, 29.
e-mail: ndmitriev1488@gmail.com

Аннотация. В статье проанализированы основные причины возникновения диспропорций мировой экономики, а также их влияние на глобальное макроэкономическое развитие. Была выявлена значительная диспропорция между развитыми и развивающимися странами, что приводит к кризисным ситуациям. Также было сделано предположение, что макроэкономические дисбалансы можно оценить, используя как рентные подходы, так и математические методы. Дальнейшие исследования предлагается направить на выявление взаимосвязи макроэкономического развития с возникновением глобальных диспропорций и объемом интеллектуализации субъектов на национальном и отраслевом уровне.

Ключевые слова: мировая экономика, макроэкономическое развитие, глобализация, диспропорции мировой экономики, макроэкономические дисбалансы, глобальное развитие.

PROSPECTS FOR GLOBAL MACROECONOMIC DEVELOPMENT UNDER CONDITIONS OF DISPROPORTION OF THE WORLD ECONOMY

Dmitriev Nikolay

Annotation. The article analyzes the main causes of imbalances in the global economy, as well as their impact on global macroeconomic development. The author has identified a significant imbalance between developed and developing countries, which leads to crises. It has also been suggested that macroeconomic imbalances can be assessed using various methods, such as rental approaches and mathematical methods. Further research is proposed to be directed to the relationship of macroeconomic development, the occurrence of imbalances and the amount of intellectualization at the national and sectoral levels.

Keywords: world economy, macroeconomic development, globalization, imbalances in the world economy, macroeconomic imbalances, global development.

Как развитые, так и развивающиеся субъекты мировой экономики выходят на траекторию стабильного экономического роста. Однако выявление особенностей его динамики является сложной и неоднозначной задачей. Мировая экономика находится в состоянии более глубоких перемен, чем даже в период промышленной революции конца XVIII – начала XIX веков, а ее дисбалансы приводят к кризисным ситуациям [11].

Сущность «глобальных дисбалансов» заключается в чрезмерно раздутым финансовом секторе во многих развитых странах по сравнению с реальным, а внутри финансового сектора возрастает объем инвестиционных вложений в операции с производными финансовыми инструментами. К мировым дисбалансам также относится соотношение темпов роста между развитыми и развивающимися странами, неравномерное размещение природных и трудовых ресурсов. Таким образом, дисбалансы мировой экономики представляют собой феномен, для которого подходит термин «диспропорция» [13].

В современных условиях без политического вмешательства невозможно достичь снижения рисков для мировой экономики и обеспечить стабильный экономический рост экономических субъектов. Взаимодействие правительств разных стран должно стремиться к сокращению локальных финансовых рисков и недопущению обострения торговых споров, а также консолидировать свои силы на достижение социальных, экологических, экономических и других глобальных целей в долгосрочной перспективе.

Несмотря на устойчивый экономический рост мировой экономики, можно сказать, что за ним скрываются диспропорции, которые повышают риски наступления мирового кризиса. Темпы роста в 2017 и 2018 годах в развитых странах составили около 2,2%, при этом уровень безработицы упал до минимума. В то же время в развивающихся странах Азии темп роста превысил 5%. За последние два года экономические темпы в большинстве стран планеты повысились. Происходит восстановление экономик сырьевых стран после падения цен на сырье в 2014–2015 годах [15; 16].

Говоря о странах с переходной экономикой, следует отметить, что ожидается замедление темпов экономического роста с 2,1% в 2018 году до 1,9% в 2019-м с ожиданием дальнейшей тенденции роста в 2020 году [16]. Однако такая позитивная динамика стоит под вопросом.

Налогово-бюджетные меры, принятые в США в 2018 году, благоприятно повлияли на темпы экономического роста, тогда как в других крупных мировых экономиках происходит их замедление. Это позволило зафиксировать темпы роста мировой экономики на уровне 3,1%. Тем не менее многие признаки показывают, что рост

достиг своего пика и плановые показатели в 3% за 2019 год могут быть недостижимы. К таким признакам относятся: замедление роста промышленного мирового производства, сокращение объемов торговли вследствие обострения торговых споров, рост геополитической напряженности, что повышает финансовую нестабильность отдельных регионов. Высокий уровень загруженности производственных мощностей в развитых странах может благоприятно сказаться на экономическом росте в краткосрочной перспективе [1; 6].

Прогноз, опубликованный Международным валютным фондом осенью 2019 года, показывает, что мировая экономика в 2019 году достигнет уровня роста на 3%, что станет минимальным показателем со времен глобального кризиса 2008–2009 годов, тогда как ВВП России увеличится лишь на 1,1% [10].

В табл. 1 приведены данные по ВВП на душу населения в 2018 году на основе доклада «Мировое экономическое положение и перспективы, 2019 год». На основе этих цифр можно сказать о неравномерности экономического роста, который обходит стороной регионы, наиболее нуждающиеся в нем.

Таблица 1. Средний ВВП на душу населения

Мир	\$ 11 400
Развитые страны	\$ 46 600
Страны с переходной экономикой	\$ 7 100
Развивающиеся страны	\$ 5 700
Латинская Америка	\$ 12 000
Западная Азия	\$ 11 600
Восточная Азия	\$ 8 700
Южная Азия	\$ 2 000
Африка	\$ 1 900

Составлено автором на основе: [18]

Нестабильное положение и экономический откат развивающихся стран приводят к неравномерности мирового экономического прогресса. В 2019 году наблюдается низкий темп роста доходов на душу населения в таких регионах, как Африка, Латинская Америка, Западная Азия, где значительная часть населения существует в нищенских условиях. Стоит учитывать, что даже развивающиеся страны с высоким темпом экономического роста обеспечивают свое развитие за счет промышленных районов, тогда как огромные территории практически не задействованы [17]. Несмотря на низкий уровень безработицы в таких странах, уровень дохода у населения невелик. Невозможность раскрытия своего потенциала связана с зависимостью темпов экономического роста от экспорта сырья. Такие диспропорции в мировой экономике не позволяют решить многие социальные проблемы.

Для обеспечения устойчивых темпов экономического роста необходимо учитывать повышение краткосрочных рисков. Страны со значительными макроэкономическими диспропорциями и высокими объемами внешней задолженности на сегодняшний день наиболее уязвимы. Локальные потрясения в таких странах могут привести к серьезным негативным последствиям для мировой экономики.

К таким краткосрочным угрозам можно отнести обострение торговых споров между крупными экономическими странами. За 2018–2019 годы наблюдается значительное возрастание споров, которые были переданы на рассмотрение Всемирной торговой организации. Политика США в области повышения ввозных пошлин повлекла за собой цепочку ответных мер, которые привели к сокращению роста мировой торговли. Данный факт свидетельствует о наличии угроз для мировой экономики: сокращение инвестиционных ресурсов, инфляционный рост, рост потребительских цен и другие негативные факторы [6].

Продолжение торговых войн приведет к глобальным сбоям в производственно-сбытовых цепочках всего мирового рынка. Существует вероятность, что это приведет к росту финансовой уязвимости стран с неразвитой рыночной экономикой и с большой зависимостью от крупных игроков мирового рынка. Это связано с возрастанием цен на импортные товары при сокращении доходов стран, что приведет к долговому кризису, как отраслевому, так и страны в целом.

Стоит отметить, что корректировки кредитно-денежной политики крупных экономических стран могут спровоцировать рост финансовых трудностей. Необходимо учитывать и другие факторы, которые могут поспособствовать наступлению кризиса. Например, климатические риски угрожают экономическим перспективам, особенно для островных развивающихся государств, а фундаментальные уязвимости долгосрочного характера ставят под угрозу устойчивость мирового экономического роста, а также его финансовые, социальные и экологические аспекты [14].

Постепенная трансформация мировой экономики приводит к росту накоплений среди населения, и многие страны ощущают нехватку свободных денежных средств. Например, общие сбережения таких азиатских экономических гигантов, как Китай, Япония, Южная Корея, Тайвань, Гонконг и Сингапур, достигают до 40% от их совместного ВВП. Данный показатель самый высокий за последние 35 лет [3].

Особое влияние в данном контексте стоит уделить монетизации рыночных экономик, что затрудняет развитие новых производств. Таким образом, проведение эффективной экономической политики возможно лишь с использованием монетарного регулятора [12].

Еще перед кризисом 2008 года экономисты говорили о проблеме глобальных дисбалансов. Можно сказать, что глобальная торговля удерживает баланс за счет компенсации дефицита в одних странах положительным сальдо в других.

В конце XX века положительное сальдо и дефицит были в районе 0,5% от глобального ВВП. Впоследствии данный показатель достиг 2% вплоть до наступления мирового кризиса. После глобальной рецессии уровень дисбаланса вновь достиг 1,5% от глобального ВВП, что может свидетельствовать о возможном наступлении мирового кризиса в ближайшей перспективе [3].

Важность дисбалансов связана с такими проблемами: потребление в странах с дефицитом превышает производство, что приводит к риску накопления долгов колоссальных размеров, в то время как страны с положительным сальдо будут страдать от экономических отклонений, связанных с политикой (включая валютные интервенции и другие способы снижения потребления), которая стимулирует чистый экспорт [6].

Если еще 10 лет назад половина дисбалансов приходилась на Америку, а Китай и страны – экспортеры нефти были ответственны за положительное сальдо, то уже на сегодняшний день нефтяной баланс имеет меньшее значение, что связано с сокращением цен на нефть и ростом ее добычи в США, а основным источником положительного сальдо стали страны с высоким уровнем сбережений.

На данный момент необходимо понять перспективы дисбаланса в будущем. Повышение дисбаланса мировой экономики не означает автоматического прихода нового финансового кризиса в ближайшей перспективе. Однако данный факт увеличивает уязвимость глобальной экономики для любых потрясений.

Стоит учитывать, что с повышением уровня геоэкономической интеграции национальной экономики возрастает влияние существующих диспропорций макроэкономического развития на страну. Для оценки данного влияния можно использовать различные методы, например использование рентного подхода [8].

Государства, используя инструменты экономической политики, должны повлиять на существующие экономические дисбалансы. Выявление закономерностей макроэкономических взаимосвязей даст возможность оценить ситуацию экономических систем, а изучение существующих дисбалансов позволит создать механизм их регулирования [2]. Достижение макроэкономического баланса невозможно без обеспечения грамотного проектного регулирования в области цифровизации, учитывая приоритетные направления инновационной экономики [7].

Современные экономические условия также ставят определенные задачи по необходимости оптимизации производственных процессов, для целей которых можно использовать математические методы. Несмотря на то что математическая и экономическая науки имеют свои объекты и предметы исследования, их взаимодействие позволяет решить множество проблем, возникающих в процессе ведения хозяйственной деятельности различными субъектами, в том числе и на макроэкономическом уровне. Проведение математического анализа диспропорций позволит создать аппарат их оценки и выявить факторы, оказывающие наиболее значительное влияние на их появление [4; 9].

Для сокращения диспропорций мировой экономики необходимо осуществлять развитие малого бизнеса на национальном уровне, так как именно малый бизнес является одним из главных элементов рыночной экономики, способствует созданию новых рабочих мест, обеспечивает самозанятость населения, служит стимулом роста инновационных проектов в стране, развивает инвестиционную составляющую, а также повышает конкурентоспособность предприятий разных уровней [5].

Особым фактором проявления макроэкономических диспропорций является интеллектуализация. Развитие интеллектуального капитала в развитых странах приводит к возрастанию значительных сверхприбылей, тогда как заторможенная интеллектуализация в развивающихся странах не позволяет осуществлять инновационное обновление. Предлагается в дальнейшем произвести корреляцию уровня интеллектуализации национальных экономик и отдельных хозяйствующих субъектов с проявлением макроэкономических диспропорций. Для этого требуется использовать методы оценки интеллектуального капитала, учитывающие множество факторов, таких, как экономический потенциал, количество и качество человеческих ресурсов и многое другое [19].

Одно из главных препятствий в области достижения устойчивого макроэкономического развития является высокий уровень неравенства, преодоление которого зависит от качества и доступности образования в развивающихся странах. Повышение уровня жизни населения с низкими доходами и расширение их социальной защиты с планомерным привлечением инвестиций в транспорт, энергетику и сельское хозяйство должны непременно привести к сокращению масштабов нищеты и разрыву между промышленными и сельскими территориями и, как следствие, к уменьшению разбалансированности между экономиками развитых и развивающихся стран.

Список литературы

1. *Алымкулова А.С.* Перспективы развития мировой экономики в посткризисный период // Экономика и бизнес: теория и практика. 2018. № 12–1.
2. *Баходурова С.А.* Макроэкономические аспекты устойчивого развития экономики // Вестник ГУУ. 2019. № 11.
3. Глобальные дисбалансы – угроза мировой экономике. URL: <https://www.vestifinance.ru/articles/77225> (дата обращения: 02.09.2019).
4. *Дмитриев Н.Д.* Application of a vector algebra for solving industrial problems // Сборник материалов Всероссийской молодежной научно-практической конференции с международным участием «LINGUANET». Севастополь: Севастопольский государственный университет. 2019. С. 209–211.
5. *Дмитриев Н.Д.* Современные формы государственной поддержки малого бизнеса в Российской Федерации // Вестник Гуманитарного университета. Екатеринбург: Гуманитарный университет. 2019. № 2. С. 19–24.

6. Доклад о торговле и развитии, 2018 год. Власть, платформы и иллюзия свободной торговли // Организация Объединенных Наций. Нью-Йорк и Женева. URL: https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/trdr2018overview_ru.pdf (дата обращения: 02.09.2019).
7. Жильцов С.А., Антонова А.Е., Пономарева Е.А., Романов А.А., Украинцев С.Д. Роль управления проектами в цифровой экономике // Экономика и предпринимательство. 2019. № 7 (108). С. 688–693.
8. Зайцев А.А., Дмитриев Н.Д. Использование рентного подхода к геоэкономической интеграции национальной экономики // Сборник материалов III Всероссийской научно-практической конференции «Актуальные проблемы современной науки: состояние, тенденции развития». Черкесск, 2019. С. 118–121.
9. Зайцев А.А., Дмитриев Н.Д. Математические методы в управлении промышленным производством // Сборник трудов научно-практической и учебной конференции «Фундаментальные и прикладные исследования в области управления, экономики и торговли». СПб: СПбПУ. 2019. С. 208–212.
10. Калюков Е. МВФ ухудшил прогноз роста мировой экономики до минимума за 10 лет. 2019. URL: <https://www.rbc.ru/economics/15/10/2019/5da5d84e9a7947c625849dba> (дата обращения: 19.12.19).
11. Кондратьев В.Б. Долгосрочные тенденции развития мировой экономики // Перспективы. 2019. URL: http://www.perspektivy.info/book/dolgosrochnyje_tendencii_razvitija_mirovoj_ekonomiki_2015-09-10.htm (дата обращения: 19.12.19).
12. Кулин А.А., Жильцов С.А. Эмиссионная политика Центрального банка Российской Федерации как сдерживающий фактор повышения уровня монетизации экономики // Экономика и управление: проблемы, решения. 2018. Т. 3. № 7. С. 75–81.
13. Маричева Н.Н. Глобальные дисбалансы в мировой экономике // Молодой ученый. 2014. № 6. С. 446–448. URL: <https://moluch.ru/archive/65/10802/> (дата обращения: 02.01.2020).
14. Мировое экономическое положение и перспективы, 2019 год: Краткое резюме // Economic Analysis & Policy Division. URL: <https://www.un.org/development/desa/dpad/publication/мировое-экономическое-положение-и-пе-2/> (дата обращения: 02.09.2019).
15. Обзор мировой экономики // EREPORT. Мировая экономика. URL: <http://www.ereport.ru/reviews/rev201811.htm> (дата обращения: 02.11.2019).
16. Перспективы развития мировой экономики (ПРМЭ) // Международный валютный фонд. URL: <http://www.ereport.ru/reviews/rev201811.htm> (дата обращения: 02.11.2019).
17. Akhmetshin E.M., Ilyasov R.H., Sverdlikova E.A., Tagibova A.A., Tolmachev A.V., Yumashev A.V. Promotion in emerging markets. European Research Studies Journal, 2018, 21 (Special Issue 2): 652–665.
18. World Economic Situation and Prospects 2019 // United Nations. New York, 2019. URL: <https://www.imemo.ru/files/File/ru/conf/2019/21012019/21012019-Doklad-01.pdf> (дата обращения: 02.11.2019).
19. Zaytsev A., Rodionov D., Dmitriev N., Kichigin O. Comparative analysis of results on application of methods of intellectual capital valuation // International scientific conference «Digital transformation on manufacturing, infrastructure and service» (DTMIS 2019). St. Petersburg. 2019.

DOI: 10.17747/2311-7184-2020-9-250-2254

УДК 338.24



Инструментарий антикризисного менеджмента и необходимость его адаптации для компаний высокотехнологического сектора экономики

Абрамова К.А., Восканов А.С.

ФГОБУ ВПО «Финансовый университет при Правительстве РФ», Москва,
e-mail: Kriska12@yandex.ru, alexkissman@mail.ru

Аннотация. Антикризисный менеджмент является сложной и комплексной наукой, исследующей компании различных секторов экономики и предлагающей решения по диагностике кризиса и его преодолению. Однако, к сожалению, в данный момент инструменты антикризисного менеджмента до сих пор не являются абсолютно универсальными и базируются на «нормативах», сильно различающихся от отрасли к отрасли. Поэтому возникает необходимость создания новых моделей диагностики риска банкротства, ориентированных на специфические отрасли, такие, как высокотехнологический сектор экономики. Методология исследования включает использование логического метода, метода экспертных оценок, метода статистического анализа и сопоставления данных. Кроме того, в статье рассмотрена модель Салова – Маслова, определены основные индикаторы и показана специфика развития компаний высокотехнологического сектора. Особым вкладом авторов является анализ инструментария антикризисного менеджмента, условий и особенностей его применения для компаний высокотехнологического сектора экономики. В настоящее время в России сформировались все необходимые условия для развития и расширения высокотехнологических компаний, однако вызовы мировой экономики вносят свои коррективы, в связи с чем необходимо иметь в арсенале теоретически проработанные способы и ориентиры для антикризисного управления проблемными компаниями.

Ключевые слова: антикризисный менеджмент, высокотехнологические компании, инструментарий, адаптация, кризис, инновации.

CRISIS MANAGEMENT TOOLS AND THE NEED FOR ADAPTATION FOR COMPANIES IN THE HIGH-TECH SECTOR OF THE ECONOMY

[Abramova K.](#), [Voscanov A.](#)
Financial University under
the Government of the Russian Federation

Abstract. Crisis management is a complex and complex science that studies companies in various sectors of the economy and offers solutions for diagnosing and overcoming the crisis. However, unfortunately, at the moment, crisis management tools are still not completely universal and are based on «standards», which vary greatly from industry to industry. Therefore, there is a need to create new models for diagnosing bankruptcy risk, focused on specific industries, such as the high-tech sector of the economy. The research methodology includes the use of the logical method, the method of expert estimates, the method of statistical analysis and data comparison. In addition, the article considers the Salov-Maslov model, identifies key indicators, and shows the specifics of the development of high-tech sector companies. A special contribution of the authors is the analysis of crisis management tools, conditions and features of its application for companies in the high-tech sector of the economy. At present, all the necessary conditions for the development and expansion of high-tech companies have been formed in Russia, however, the challenges of the global economy are making their own adjustments, and therefore it is necessary to have theoretically developed methods and guidelines for crisis management of problematic companies in the arsenal.

Keywords: anti-crisis management, high-tech companies, tools, adaptation, crisis, innovation

Введение. Антикризисный менеджмент является комплексной наукой, исследующей кризисные явления на макро- и микроуровнях и предлагающей решения для хозяйствующих субъектов для предотвращения кризиса, его диагностики и использования кризиса для роста компании. Основная цель антикризисного управления – изменить вектор влияния факторов, неблагоприятных для компании, путем использования всех существующих средств и методов современного менеджмента, а также формирования и реализации специальной стратегической программы в компании, направленной на устранение временных трудностей, поддержание и расширение позиции на рынке в любых условиях, используя собственные ресурсы.

В современной экономической системе преимущества получают те компании, которые не только успевают реагировать на бесконечно меняющиеся условия внешней среды, но и стремятся влиять на эту среду, создавая новые рынки, новые продукты и потребности. Именно такой рынок формируют высокотехнологические компании.

Так как компании высокотехнологических отраслей имеют определенную специфику, связанную с большим количеством НИиОКР в их деятельности, а также интеллектуальной собственности, не учитывать такие ключевые

факторы при анализе вероятности банкротства или обычном коэффициентном анализе неправильно и даже опасно.

Однако в отечественной литературе недостаточно проработан данный вопрос. Теория антикризисного менеджмента носит общий характер, мало ориентируясь на отраслевые особенности, которые имеют большую важность при диагностике состояния предприятия. Актуальность выбранной темы обосновывается низкой степенью разработанности данного вопроса в научной литературе, а также проблемой недостаточной оптимизацией моделей анализа банкротства к российским реалиям. Также важность разработки темы базируется на необходимости выявления специфики деятельности высокотехнологичных компаний.

Цель исследования. В данной статье представлены основные понятия антикризисного менеджмента, инструментарий для анализа вероятности банкротства предприятия, а также проанализирована методика балльной модели оценки вероятности банкротства. Кроме того, проанализирован понятийный ряд высокотехнологичных компаний с целью выявления слабых сторон современного инструментария антикризисного менеджмента компаний с большой долей НИиОКР в структуре операционной деятельности. Стоит заметить, что недостаточно проработан вопрос антикризисного управления именно в высокотехнологичных компаниях, что делает тему статьи особенно актуальной в сложившихся условиях.

Методы и материал исследования. Для определения особенностей высокотехнологичных компаний для начала стоит определиться с пониманием того, какие компании в данный момент можно называть высокотехнологичными. Существует большое количество различных взглядов на понимание высоких технологий, рассмотрим некоторые из них далее.

К сектору высокотехнологичных отраслей относят виды экономической деятельности, характеризующиеся высоким уровнем технологического развития. В эту группу традиционно включаются производственные виды экономической деятельности. К числу наукоемких видов экономической деятельности обычно относят виды экономической деятельности, производящие услуги. В настоящее время существуют различные подходы к выделению высокотехнологичного сектора экономики, что находит свое отражение в дифференциации перечней отраслей высокотехнологичного сектора экономики, приводимого разными авторами.

По определению многих исследователей, под высокотехнологичными компаниями понимаются компании, функционирующие в высокотехнологичных отраслях, таких, как: авиация, радиоэлектроника, медицина и многие другие. То есть в отраслях, в которых уровень наукоемкости составляет 3,5% и более [1, С. 238]. Это дает возможность сделать вывод, что у компаний, относящихся к сектору высокотехнологичных отраслей, большая часть активов относится к разделу внеоборотных активов, включающих в себя интеллектуальную собственность и нематериальные активы различного характера.

Для отнесения отрасли или компании к категории высокотехнологичных учеными используется несколько критериев [2, С. 47]:

1. Уровень наукоемкости. В настоящее время высокотехнологичная продукция – это та продукция, при производстве которой уровень наукоемкости составляет 3,5% и более. Уровень наукоемкости – это доля расходов компании на исследования для получения знания в области технологии в целях стимулирования инновации в области фундаментальных и прикладных исследований, отнесенная к результатам производства. Производство представляет собой ведущую наукоемкую технологию, если уровень наукоемкости превышает 8,5%. Уровень наукоемкости 2,5% представляет категорию среднего уровня, а 0,5% – низкого [3, С. 335].
2. Наукоотдача. Критерий, сопоставляющий объемы продаж высокотехнологичной продукции по отношению к затратам на НИОКР за конкретный период времени, обычно за год. Насколько эффективна наукоотдача на конкретном предприятии, показывает рост продаж новой, качественно отличной от предыдущего поколения продукции относительно роста всего рынка данной высокотехнологичной продукции, который включает в себя устаревшие, но тем не менее все еще востребованные на рынке технологии.
3. Индекс высоких технологий и инновационный индекс. Для оценки уровня развития технологий используются ежегодно вычисляемые индекс высоких технологий и инновационный индекс. Они отражают отношение занятых в сфере НИОКР в конкретной отрасли к совокупной занятости в данной отрасли. Индекс высоких технологий, разработанный некоммерческим аналитическим центром Милкена, отражает степень концентрации высокотехнологичных предприятий на определенных территориях. Индекс характеризуется двумя факторами: отношением продукции высокотехнологичных компаний в конкретном регионе к общенациональному производству в определенной отрасли; отношением доли высокотехнологичных предприятий региона в валовом внутреннем продукте к доле высокотехнологичных компаний в ВВП страны. Глобальный инновационный индекс рассчитывается как число зарегистрированных за год инновационных патентов в стране на душу населения, он также используется для оценки уровня инноваций за фиксированный период, чаще всего за год. Разработан в результате совместных исследований Бостонской консалтинговой группы и Национальной ассоциации производителей. При расчете индекса учитываются доля инновационных отчислений в фискальной политике государства, а также как применяются технологии в сферах образования и промышленности. Кроме того, особое внимание уделяется эффективности разработанных патентов, т.е. происходит ли передача технологий, оценивается производительность труда и результаты предпринимательской деятельности в данной сфере, а также учитывается наличие бизнес-миграции и экономический рост при применении патента.

4. Нацеленность на коммерциализацию результатов научной деятельности. Значительная часть международных центров исследования при формировании группы высокотехнологических отраслей опирается на коммерциализацию результатов деятельности компаний в национальном и международном направлении развития технологий, а также науки и техники.

По мнению авторов, высокотехнологичность компании определяется не столько принадлежностью к высокотехнологическому сектору экономики, сколько ориентацией стратегии на инновационные факторы развития. Инновационная деятельность должна носить комплексный характер, а значит, охватывать все ключевые бизнес-процессы на предприятии. Такой подход предполагает создание и использование системы инноваций [4, С. 56].

Так как под высокотехнологичными компаниями в общем виде в данный момент понимается форма организации бизнеса с целью объединения ресурсов для разработки, производства и коммерциализации многофункциональной, наукоемкой, содержащей ноу-хау продукции, отличающаяся оптимальным соотношением экономических выгод и рисков, создающих кумулятивный эффект инновационного развития [5, С. 476].

Для более ясного представления специфики антикризисного менеджмента в анализируемой отрасли необходимо понимать основные особенности высокотехнологических компаний, которые влияют непосредственно на деятельность организации.

Среди ключевых особенностей можно выделить:

1. Наличие высокой доли нематериальных активов и интеллектуальной собственности в структуре активов компании;
2. Пристальное внимание со стороны менеджмента к проблеме охраны информации и ноу-хау;
3. Наличие высокой квалификации у сотрудников (интеллектуальный капитал) Прохождение компанией длительного затратного периода, предшествующего достижению ею точки самоокупаемости;
4. Наличие специфических источников финансирования [6, с 446].

Специфика высокотехнологических компаний базируется именно на инновационном характере деятельности и создании высокотехнологичной продукции, имеющей определенный производственный цикл, необходимость формирования патентов и многого другого, влияющего в том числе и на структуру внеоборотных активов компании. Таким образом, важнейшими критериями, определяющими качественные характеристики высокотехнологических предприятий, являются современность используемых технологий и технологического оборудования, высокий уровень развития производственной культуры, использование большого количества инноваций при осуществлении своей деятельности, высокая добавленная стоимость выпускаемой продукции и ориентация стратегии компании развития на инновационные формы развития.

Результаты исследования и их обсуждение. Существует несколько подходов к определению антикризисного управления, его сущности и содержанию.

Антикризисное управление – это многофакторное понятие, и для анализа этой категории стоит рассмотреть такие аспекты, как: сущность антикризисного управления, его содержание и особенности реализации.

Реализация антикризисного управления осуществляется в предпринимательской, аналитической, организационно-управленческой, нормативно-методической, консультационной, образовательной, научно-исследовательской и других видах деятельности [7, с. 48].

Важным содержанием антикризисного управления является использование различных инструментов и механизмов для выявления и предупреждения кризиса. Среди инструментов антикризисного управления можно выделить инструменты по выявлению кризиса, такие, как [8, с. 87]: мониторинг (антикризисный мониторинг), экспресс-анализ, финансово-экономический анализ (комплексная бизнес-диагностика), диагностика вероятности кризиса.

Наиболее оптимальным и простым способом диагностики вероятности банкротства высокотехнологичной компании является на данный момент модель оценки риска банкротств при помощи балльно-рейтинговой методики. Их существует достаточно большое количество, однако наиболее приемлемая модель Салова – Маслова, более подробно представленная в табл. 1.

Таблица 1. Модель Салова – Маслова.

Факторы	Зоны / Баллы по зонам			
	риска	опасности	стабильности	благополучия
	0 баллов	1 балл	3 балла	5 баллов
I. Показатели оценки структуры баланса				
Коэффициент текущей ликвидности	< 1,2	1,2–1,5	1,5–1,8	> 1,8
Коэффициент обеспеченности собственными средствами	<0,05	0,05–0,1	0,1–0,15	>0,15
Соотношение чистых активов и уставного капитала	< 1,0	1,0–1,5	1,5–2,0	>2,0
II. Показатели рентабельности				
Коэффициент рентабельности всего капитала	<0,05	0,05–0,1	0,1–0,15	>0,15
Коэффициент использования собственных средств	<0,07	0,07–0,15	0,15–0,2	>0,2
Коэффициент рентабельности продаж	<0,1	0,1–0,2	0,2–0,3	>0,3
Коэффициент рентабельности по текущим затратам	<0,15	0,15–0,3	0,3–0,4	>0,4
III. Показатели финансовой устойчивости				
Коэффициент независимости	< 0,5	0,5–0,65	0,65–0,8	>0,8
Соотношение привлеченных и собственных средств	>0,8	0,8–0,5	0,5–0,2	<0,2
Коэффициент дебиторской задолженности	>0,15	0,15–0,1	0,1–0,05	<0,05
IV. Показатели платежеспособности				
Коэффициент абсолютной ликвидности	<0,2	0,2–0,3	0,3–0,4	>0,4
Промежуточный коэффициент покрытия	<0,7	0,7–0,85	0,85–1,0	> 1,0
Коэффициент обеспеченности запасами краткосрочных обязательств	<0,4	0,4–0,6	0,6–0,8	>0,8
V. Показатели деловой активности				
Общий коэффициент оборачиваемости	<0,4	0,4–0,6	0,6–0,8	>0,8
Коэффициент оборачиваемости запасов	<2,0	2,0–3,0	3,0–4,0	> 4,0
Коэффициент оборачиваемости собственных средств	<0,8	0,8–0,9	0,9–1,0	> 1,0

Данная модель строится на балльной оценке коэффициентов 5 базовых групп: структуры баланса, рентабельности, финансовой устойчивости, платежеспособности и деловой активности. Кроме того, в таблице приведены нормативы по коэффициентам, но, как можно заметить, нормативы не учитывают специфику отрасли, а являются общими и универсальными для различных секторов экономики [9, С. 281]. В разрезе высокотехнологичных отраслей такое обобщение, к сожалению, недопустимо в разрезе измененной структуры баланса с большим уклоном на нематериальные активы. Примеры структур баланса высокотехнологичных компаний можно увидеть в табл. 2.

Таблица 2. Структура активов крупных компаний высокотехнологичной отрасли*.

Показатели	Внеоборотные активы, в том числе	Нематериальные активы	Основные средства	Оборотные активы
ООО «Яндекс»	24031509	1548290	4647913	64433485
ООО «Вконтакте»	2183132	7443	1168891	6417909
ООО «Гугл»	151732	0	50011	12287216
АО «Лаборатория Касперского»	4204313	629910	2117605	6501251
АО «Айтеко»	838056	324124	415809	7881857

*Составлено автором на основании [9, с. 224]

Как можно увидеть из табл. 2, выделенные компании имеют структуру баланса со смещенными с классического понимания «акцентами» и увеличением доли внеоборотных активов, а также дебиторской задолженности, что позволяет с уверенностью сказать, что балльная система оценки вероятности банкротства на основе коэффициентного анализа требует доработки и адаптации. Так, многие коэффициенты, например коэффициенты ликвидности или финансовой устойчивости, базируются на активном использовании именно оборотных активов предприятия, несмотря на то что в высокотехнологичном секторе акцент с этой строки баланса смещен.

Показатель текущей ликвидности характеризует степень обеспеченности организации оборотными средствами для ведения своей профильной деятельности и своевременного погашения всех обязательств [10].

Выводы. Из проведенного исследования видно, что выявленная специфика высокотехнологичных компаний достаточно активно влияет на используемую модель диагностики риска банкротства, а также аналитику различных финансовых коэффициентов, определяющих ликвидность, рентабельность, финансовую устойчивость и иные немаловажные показатели оценки деятельности компании. Использование классических моделей оценки вероятности банкротства без их адаптации под отраслевую специфику может ввести менеджмент компании в заблуждение и привести к неверным управленческим решениям. В связи с этим следует обратить особое внимание на необходимость разработки новых моделей оценки вероятности банкротства и адаптации старых методик балльных оценок, со смещением весовых коэффициентов с уклона на оборотные средства в сторону нематериальных активов, наличие которых и делает высокотехнологичные компании таковыми.

Список литературы

1. Мишуткина Н.А., Скороход О.В. Состояние и развитие высокотехнологичного сектора экономики. // Секция «Экономика и бизнес». Актуальные проблемы авиации и космонавтики № 2, 2015. С. 237–239.
2. Фоломьев А.Н. Высокотехнологичный сектор в инновационной трансформации экономики России // Вестник Брянского государственного университета. № 3–1. 2012. С. 46–51.
3. Анискина А.О. Анализ основных характеристик и особенностей финансирования высокотехнологичных компаний // Инженерные инновации и экономика промышленности: труды научно-практической конференции с международным участием, 2015. Издательство ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого». С. 334–338.
4. Гаврилова С.В. Концептуальные основы определения высокотехнологичного сектора экономики и функционирования высокотехнологичных компаний // Экономика, Статистика и Информатика. № 2. 2014. С. 53–57.
5. Востриков В.С. Высокотехнологичные компании как фактор стратегического развития отечественной экономики. // Креативная экономика. 2015. С. 473–484.
6. Игнатов Е.В. Специфические особенности высокотехнологических компаний как объекта оценки в условиях инновационной экономики // Вестник ТГУ. 2008. С. 444–446.
7. Антикризисное управление: теория и практика. Учебник: коллектив авторов, под ред. А.Н. Ряховской, С.Е. Кована // Москва: КНОРУС. 2018. 378 с.
8. Нестерова С.И., Харитонов В.К.. Спектр-балльный анализ финансового состояния организации. // Сборник статей VIII Международной научно-практической конференции «Современные тенденции и инновации в науке и производстве». 03–04 апреля. М. 2019. С. 220–228.
9. Суханова И.Г. Специфика деятельности высокотехнологичных компаний в российской экономике. // Экономика, управление и финансы: современные подходы и конкурентное развитие. 2018. С. 222–228.
10. Постановление Правительства РФ от 25 июня 2003 г. № 367 «Об утверждении Правил проведения арбитражным управляющим финансового анализа» URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_42901/7456a19931f65ba12901dc5fc7aa4d75f6327d7e/ (Дата обращения: 06.04.2020)