

Журнал «Казанский экономический вестник» входит в перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени доктора и кандидата наук, утвержденных ВАК РФ.

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Научный консультант

Д.А. Таюрский, доктор физико-математических наук, профессор

Научный редактор

Н.Г. Багаутдинова, доктор экономических наук, профессор

Главный редактор

А.Р. Сафиуллин, доктор экономических наук, доцент

Члены редколлегии:

Ж.М. Аяпова, кандидат экономических наук, доцент, директор Бизнес-школы АО «Казанский гуманитарно-юридический университет» (г. Астана, Республика Казахстан);

В.И. Вагизова, доктор экономических наук, профессор, Институт управления, экономики и финансов, ФГБОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»;

Х.Н. Кафтанджиев, доктор философских наук, профессор, Софийский университет «Св. Климент Охридски»;

Н.В. Киносьян, PhD, Университет Кардиффа (г. Кардифф, Уэльс, Великобритания), ФГБОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»;

И.А. Киришин, доктор экономических наук, профессор, Институт управления, экономики и финансов,

ФГБОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»;

И.К. Кочар, PhD, Экономический университет во Вроцлаве (г. Вроцлав, Польша);

Л.И. Куликова, доктор экономических наук, профессор,

Институт управления, экономики и финансов, ФГБОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»;

Р.М. Марданшина, кандидат педагогических наук, доцент, Институт управления, экономики и финансов,

ФГБОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»;

А.Р. Масалимова, доктор педагогических наук, доцент, Институт психологии и образования, ФГБОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»;

А.Н. Мельник, доктор экономических наук, профессор, Институт управления, экономики и финансов,

ФГБОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»;

В.И. Питербарг, доктор физико-математических наук, профессор, ФГБОУ ВО «Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова»;

Е.Г. Попкова, доктор экономических наук, профессор,

ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный технический университет»;

Л.Н. Сафиуллин, доктор экономических наук, профессор,

Институт управления, экономики и финансов, ФГБОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»;

М.Р. Сафиуллин, доктор экономических наук, профессор,

Институт управления, экономики и финансов, ФГБОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»;

Н.З. Сафиуллин, доктор экономических наук, профессор,

Институт управления, экономики и финансов, ФГБОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»;

А.Ю. Соколов, доктор экономических наук, доцент,

Институт управления, экономики и финансов, ФГБОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»;

Б.В. Соколов, доктор технических наук, профессор,

ФГБУН «Санкт-Петербургский институт информатики и автоматизации Российской академии наук»;

Е.В. Фахрутдинова, доктор экономических наук, профессор,

Институт управления, экономики и финансов, ФГБОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»;

А.И. Шигаев, доктор экономических наук, доцент,

Институт управления, экономики и финансов, ФГБОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет».

Учредитель издания

ФГАОУ ВО

«Казанский (Приволжский) федеральный университет»

Адрес редакции:

420012,

Республика Татарстан,

г. Казань,

ул. Бутлерова, д. 4.

Тел. 2-91-13-26

Электронная версия журнала

«Казанский экономический вестник»

<http://www.ej.kpfu.ru>

Журнал включен

в Реферативный журнал и Базы данных ВИНИТИ.

Сведения о журнале

ежегодно публикуются

в международной справочной

системе по периодическим

и продолжающимся изданиям

“Ulrich’s Periodicals Directory”

Договор с ВИНИТИ

R0181/034-06

Редактор:

Р.Р. Аубакиров

Компьютерная верстка:

А.И. Галиуллина

Основан в 2005 году

Зарегистрировано в федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций. Свидетельство о регистрации ПИ № ФС77-48457 от 31 января 2012 г.

Формат 60x84/8. Усл. печ. л. 5,3. Тираж 500 экз.

Дата выхода в свет: 30.10.2023. Заказ 61/12.

© Институт управления, экономики и финансов КФУ, 2023

Отпечатано в типографии

Издательства Казанского университета

Адрес издателя: 420008, г. Казань,

ул. Профессора Нухина, 1/37

тел. (843) 206-52-14 (доп. 1705), 206-52-14 (доп. 1704)

Свободная цена

Точка зрения авторов может не совпадать с позицией редакции.

Рукописи рецензируются и не возвращаются.

При перепечатке ссылка на «Казанский экономический вестник» обязательна.

The journal "Kazan economic vestnik" is included into the list of the leading reviewed scientific journals and editions, in which main scientific results of candidate and doctoral dissertations, approved by State Commission for Academic Degrees and Titles, must be published.

EDITORIAL BOARD

Scientific Adviser

D.A. Tayurskii (Doctor of Physical and Mathematical Sciences, Full Professor)

Science Editor

N.G. Bagautdinova (Doctor of Economic Sciences, Full Professor)

Editor-in-chief

A.R. Safullin (Doctor of Economic Sciences, Docent)

Members of the Editorial Board:

Zh. Ayapova (Doctor of Science in Economics, Associate Professor, Head of the Business School 'Kazakh Humanitarian Law University', Astana, The Republic of Kazakhstan)

V. Vagizova (Doctor of Science in Economics, Full Professor, Institute of Management, Economics and Finance, Kazan (Volga region) Federal University)

Kh. Kaftandzhiev (Doctor of Philological Sciences, Full Professor, Sofia University "St. Kliment Ohridski")

N. Kinoshyan (PhD, Cardiff University, Cardiff, Wales, United Kingdom, Kazan (Volga region) Federal University)

I. Kirshin (Doctor of Science in Economics, Full Professor, Institute of Management, Economics and Finance, Kazan (Volga region) Federal University)

I. Kochar (PhD, Wrocław Economic University, Wrocław, Poland)

L. Kulikova (Doctor of Science in Economics, Full Professor, Institute of Management, Economics and Finance, Kazan (Volga region) Federal University)

R. Mardanshina (Doctor of Pedagogic Sciences, Associate Professor, Institute of Management, Economics and Finance, Kazan (Volga region) Federal University)

A. Masalimova (Doctor of Pedagogic Sciences, Associate Professor, Institute of Psychology and Education, Kazan (Volga region) Federal University)

A. Melnik (Doctor of Science in Economics, Full Professor, Institute of Management, Economics and Finance, Kazan (Volga region) Federal University)

V. Peterburg (Doctor of Physical and Mathematical Sciences, Full Professor, Lomonosov Moscow State University)

E. Popkova (Doctor of Science in Economics, Full Professor, Volgograd State Technical University)

L. Safullin (Doctor of Science in Economics, Full Professor, Institute of Management, Economics and Finance, Kazan (Volga region) Federal University)

M. Safullin (Doctor of Science in Economics, Full Professor, Institute of Management, Economics and Finance, Kazan (Volga region) Federal University)

N. Safullin (Doctor of Science in Economics, Full Professor, Institute of Management, Economics and Finance, Kazan (Volga region) Federal University)

A. Sokolov (Doctor of Science in Economics, Associate Professor, Institute of Management, Economics and Finance, Kazan (Volga region) Federal University)

B. Sokolov (Doctor of Engineering Sciences, Full Professor, St. Petersburg Institute for Informatics and Automation of the Russian Academy of Sciences)

E. Fakhrutdinova (Doctor of Science in Economics, Full Professor, Institute of Management, Economics and Finance, Kazan (Volga region) Federal University)

A. Shigaev (Doctor of Science in Economics, Associate Professor, Institute of Management, Economics and Finance, Kazan (Volga region) Federal University)

Founder of the edition
Kazan (Volga region)
Federal University

Editors Office address:

420012,
Tatarstan Republic,
Kazan, 4 Butlerov st.
Tel. 2-91-13-26

Internet version of the journal
"Kazan economic vestnik"
<http://www.ej.kpfu.ru>

The journal is included in the abstracting journal and VINITI database. The information about the journal is annually published in the international reference system on periodical and continuing publications "Ulrich's Periodicals Directory". Agreement with VINITI RO181/034-06

Editor:

P.P. Aubakirov

Computer lead out:

A.I. Galiullina

Founded in 2005

The journal is registered by the Federal Supervising Service on observance in the sphere of communication, information technologies and mass communications.
Registration certificate: of January 31, 2012.

Format 60x84/8. Circulation 500 copies.
Release date 30.10.2023. Order № 61/12.
© Institute of Economics and Finance KFU, 2023
Printed at the publishing house of the Kazan University
Publisher address: 420008, Kazan, 1/37 Professor Nuzhin Str.
Tel. (843) 206-52-14 (1705), 206-52-14 (1704)
Free price

The authors' view point may not coincide with the opinion of the Editorial Board.
The manuscripts are reviewed and are not returned.
When reprinted the reference to «Kazan economic vestnik» is required.

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ

<i>Д.М. Шакирова, А.И. Токарева, А.В. Афанасьев, Е.А. Патрушев, Д.А. Воронцев, Ж.А. Тимонина.</i>	
Корпоративный конфликт в современном мире.....	5
<i>А.Р. Галявиев.</i> Цифровая репутация и ее взаимосвязь с капитализацией компании	11
<i>А.Р. Насыбуллина, А.Р. Сафиуллин.</i> Технико-экономическое обоснование внедрения газового оборудования как направление оптимизации деятельности АЗС	21

РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

<i>И.Н. Козин, М.В. Чуваилова, А.Н. Козин.</i> Состояние и направления повышения конкурентоспособности региональной промышленности	26
---	----

ФИНАНСЫ И КРЕДИТ

<i>С.Г. Авдонина, А.И. Подгорная, С.И. Грудина.</i> Управление финансовой устойчивостью в условиях нестабильной бизнес-среды	33
--	----

ВОПРОСЫ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА

<i>Л.Г. Нигматуллина, С.М. Луговнина.</i> Мотивы изобретательской активности в высшем учебном заведении	40
---	----

CONTENTS

ECONOMICS AND MANAGEMENT OF NATIONAL ECONOMY

- D.M. Shakirova, A.I. Tokareva, A.V. Afanasyev,
E.A. Patrushev, D.A. Vorontsev, Z.A. Timonina.***
Corporate conflict in the modern world 4
- A.R. Galyaviev.*** Digital reputation
and its relationship with the company's
capitalization 11
- A.R. Nasybullina, A.R. Safiullin.***
Feasibility study of the introduction of GAS
equipment as a direction for optimizing the
activities of refill stations 21

REGIONAL ECONOMY

- I.N. Kozin, M.V. Chuvashlova, A.N. Kozin.***
State and directions for increasing competitiveness
of regional industry 26

FINANCE AND CREDIT

- S.G. Avdonina, A.I. Podgornaya, S.I. Grudina.***
Managing financial stability in an unstable
business environment 33

ISSUES OF HUMAN CAPITAL

- L.G. Nigmatullina, S.M. Lugovnina.***
Motives of inventive activity
in higher education 40

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ

УДК 331.104.22

Д.М. ШАКИРОВА,

кандидат социологических наук, доцент

Казанский государственный энергетический университет

А.И. ТОКАРЕВА,

студент

Казанский государственный энергетический университет

А.В. АФАНАСЬЕВ,

студент

Казанский государственный энергетический университет

Е.А. ПАТРУШЕВ,

студент

Казанский государственный энергетический университет

Д.А. ВОРОНЦЕВ,

студент

Казанский государственный энергетический университет

Ж.А. ТИМОНИНА,

студент

Казанский государственный энергетический университет

КОРПОРАТИВНЫЙ КОНФЛИКТ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Аннотация. В большинстве случаев дисбаланс в положении сотрудников компании связан с ростом конфликтов в команде. Они могут возникать по объективным организационным поводам, но, как правило, чаще всего носят субъективный и социальный характер. Управление конфликтами, анализ их уровня и происхождения и умение предотвращать и разрешать столкновения с очень малыми последствиями являются функциями менеджера. В данной статье описывается роль корпоративного конфликта в компании. Для нормального функционирования любой организации крайне необходима благоприятная среда. Иногда конфликты в организации могут играть очень важную роль, в частности тормозить развитие компании. Поэтому, чтобы максимально эффективно ими управлять, нужно научиться справляться с разногласиями в обществе. Для решения различных конфликтных ситуаций необходимо знать виды конфликтов. В данной статье рассматриваются корпоративные конфликтные ситуации в организациях, виды и причины их появления. В работе приводится пример такого конфликта. Вопросы корпоративного управления, развития и совершенствования представляют в настоящее время и в ближайшем будущем особую актуальность, о чем свидетельствуют многочисленные исследования, опубликованные в научной литературе, посвященной проблемам управления бизнесом.

Ключевые слова: конфликт, корпоративный, решение, менеджер, акционер, фактор, разрешение, акционерное общество, компания, способы.

Конфликт неминуем в жизни людей, даже если они пытаются жить в гармонии в различных коллективах. Поэтому весьма значимо, чтобы соперничество не мешало установлению отношений, а, напротив, помогало сходиться в интересах и находить гармоничные способы решения спорных ситуаций. Всякий менеджер обязан иметь разнообразные варианты решения сложных задач, выхода за рамки привычных поступков, развития нестандартного мышления, нарушения существующих схем. Многие менеджеры не приветствуют появление конфликтов в рабочей группе, считая, что они мешают нормальному ходу работы и деловой активности. Но если организация не столкнется с противоречиями, она никогда не добьется успеха в своем развитии [1].

Т.В. Кашанина считает, что предмет корпоративных конфликтов – противоречия между акционерным обществом, управленцами организации и акционерами, споры между подразделениями компании и т. д. [9]. Автор проекта Центра исследований и экономического и финансового развития Российской академии экономики выявляет конфликт на предприятии как противоборство между двумя или несколькими сторонами из круга акционеров, управляющих и директоров [11].

Корпоративный конфликт – это рискованное для компании явление, которое может привести к глобальным проблемам. Деловые конфликты зачастую являются причиной убытков компании из-за различия интересов деловых партнеров по отношению как к прямым потерям, так и к упущенным возможностям [2]. Во избежание конфликтов в организации нужно не только определить основные источники и причины их возможного возникновения, но и наметить пути разрешения разногласий. Также следует учитывать, что степень конфликтности зависит от состава контрагентов. Основываясь на этих нормах, следует различать два основных типа корпоративных конфликтов: внутренние (конфликты между руководителями компании и ее акционерами) и внешние (вызванные радикальной политикой других компаний) [12].

Источником внутреннего конфликта, который отражает отношения между руководителями компаний и их инвесторами, является

тип системы управления организацией. Одной из основных причин рецидива данного вида корпоративного конфликта является закрытость акционерного общества (АО). По сути, акционерное общество как форма объединения капитала должно объективно представлять интересы людей, которых оно объединяет. Поэтому прозрачность и открытость информации должна быть важной чертой АО [3]. Но у российских акционерных обществ совсем другие интересы. На самом деле их менеджеры часто видят в акционерах не деловых партнеров, а барьер для действий.

Многие АО получают свое первоначальное состояние за счет приватизации государственных организаций, что, как следствие, становится причиной их закрытости. В пример можно привести следующие компании: Росгосстрах, Норникель, Роснефть. Кроме того, эти акционерные общества по-прежнему имеют значительный объем внебиржевого финансирования. Эта ситуация объективно создает большие риски для инвесторов, поскольку неизбежно приводит к конфликту интересов между руководителями организаций и акционерами [6].

Закрытость АО создает неясность для инвесторов, ведь поначалу невозможно получить доступ к положению компании на фондовой бирже. Инвесторам стало очень проблематично отслеживать структуру компании, что приводит к нестабильности их положения [13].

Отношения между руководством компании и акционерами должны основываться на принципе предельной открытости. Для наилучшего выхода основные силы руководства компании должны быть направлены на бизнес, а инвесторы, в свою очередь, должны брать роль партнеров для успешного выполнения работы компании в будущем [4]. Примером таких отношений между членами АО являются такие крупные компании, как Лукойл, Газпром или АФК «Система».

Можно сказать, что основным способом минимизации внутренних конфликтов акционеров и руководителей в компании являются формирование обстановки для совершенствования, а также разработка управленческой политики, направленной на сохранение открытости для инвесторов. Залогом рыночного

успеха является переход российских предприятий на корпоративное управление гражданским бизнесом [7].

Внешние корпоративные конфликты можно разделить на две категории: первая определяется направлением влияния внешнего подразделения на компанию (ее активы), тогда как вторая категория характеризуется одновременным направлением конкурирующего конфликта интересов компании и внешнего подразделения в сторону одного и того же независимого объекта.

Примером внешнего бизнес-конфликта первой категории могут быть инициативные действия внешней компании по захвату контроля над компанией, определению действий этой компании в целом или конфискации каких-либо активов, представляющих интерес для внешней компании [5].

Во второй категории, в которой объектом воздействия является тот, на который одновременно направлены действия как предприятия, так и внешних субъектов, можно обнаружить противостояние предприятия с внешним субъектом для установления контроля над одним и тем же объектом (например, хозяйствующее предприятие, проявляющее интерес к виду деятельности или активам не только предприятия, но и других внешних субъектов) [8].

Как пример корпоративного конфликта можно рассмотреть спор компаний Facebook и Apple. Под конец 2020 г. у этих компаний появились разногласия из-за безопасности личных данных и надзора за своими пользователями. Изначально Apple огласила новость, что появилась опция для пользователей iPhone, которая предусматривала, что при установлении какого-либо приложения будет всплывать окно с вопросом о согласии на передачу данных разработчику. Нововведения планировали внедрить с 2021 г. Таким образом, Apple заставляет задуматься своих пользователей о слежке за ними, ведь компании по типу того же Facebook копируют неприлично много персональных данных. Компания Apple назвала эту ситуацию пренебрежением конфиденциальностью пользователей. Действия Apple задела социальную сеть Facebook, как и Google, значимую часть своей прибыли получает именно от работы с рекла-

мой. Но из-за нововведений с начала 2021 г. пользователи iPhone смогут сами решать, разрешать ли просматривать их данные. Партнеры социальной сети, как и она сама, начали опасаться того, что пользователи выберут не их сторону. Большое влияние оказали ярлыки конфиденциальности, появившиеся в приложениях устройств Apple перед внедрением планируемых новшеств. Они содержат в себе данные, которые копируют разработчики для персонализации продукта, а также проведения аналитики и рекламных кампаний. В итоге Facebook обвинила производителей iPhone в том, что они стремятся к тому, чтобы отвлечь пользователей от проблем с безопасностью собственных данных. Компания Facebook заняла такую позицию, что Apple лидирует на рынке и пользуется этим для сбора конфиденциальных данных, которыми не смогут пользоваться другие. «Мы говорим не о конфиденциальности, а о прибыли», – заявила социальная сеть. Эльдар Муртазин, являющийся аналитиком Mobile Research Group, уверен, что антимонопольное расследование со стороны Facebook может значительно повлиять на Apple, но его продолжительность составит 1,5–2 года. Муртазин предполагает, что Apple придется пойти на компромисс. По мнению аналитика, позиция Facebook выглядит железобетонной [14].

Исходя из вышесказанного, можно добавить, что лидеры могут успешно справляться с конфликтами и находить соответствующие решения, учитывая личные особенности каждого члена команды – темперамент, характер, интересы. Понимание причин конфликтов и их типов помогает лучше управлять организацией и устранять столкновения в кратчайшие сроки [10]. Следствием такой работы станет сплочение коллектива, объединенного совместной идеей, т. е. различия не будут больше играть решающей роли, не будет больше разрушительной силы, поскольку они перестанут влиять на личностные характеристики людей в коллективе. Для успешного разрешения различных конфликтных ситуаций в АО важно создать позитивную экономическую среду и возможности для развития организации цивилизованными методами.

Литература

1. Gatlin J., Wysocki A., Kepner K. Understanding Conflict in the Workplace // EDIS, IFAS Extension. 2012. P. 2.
2. Обозов Н.Н. Психология конфликта. СПб.: ЛНПП «Облик», 2001. 51 с.
3. Nizamutdinova S.M. Public relations in organizations in sportsman students view: Development of management tools or healthy and friendly relations formation // Journal of Human Sport and Exercise. 2021. Vol. 16. Spec. Is. 3. P. 1272–1279.
4. Antonova L.I., Guschina O.M. The management of sustainability of innovative development using a system of key performance indicators industry competitiveness: Digitalization, management, and integration (vol. 1) // Lecture Notes in Networks and Systems. 2020. Vol. 115. P. 387–394.
5. Rudnev E.A. Professional development and human resources management in networks // Independent Journal of Management & Production. 2016. Vol. 7. P. 567–587.
6. Aliiev V.M. Balanced scorecard as an effective management tool for a project-oriented company // Ad Alta: Journal of Interdisciplinary Research. 2019. Vol. 9. P. 164–169.
7. Burov V.V., Remorenko I.M. Management of collaboration based on the analysis of social structure // Digital Transformation and Global Society. 2016. Vol. 674. P. 344–349.
8. Stepanov E.I. Modern conflictology. General approaches to modeling, monitoring and management of social conflicts: textbook. М.: LKI, 2015. 176 p.
9. Батаева Б.С. Корпоративное управление: направления совершенствования. М.: ИПР СПО Минобразования России, 2002. С. 80, 136.
10. Юрьева Ю.П. Корпоративные конфликты в российских акционерных обществах // Право и политика. 2006. № 8.
11. Кашанина Т.В. Корпоративное право: учебник. 5-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт; Высшее образование, 2010.
12. Корпоративные конфликты в современной России и за рубежом. М., 2011.
13. Конфликтология / В.П. Ратников и др.; под ред. В.П. Ратникова. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Юнити-Дана, 2005.
14. Apple и Facebook поссорились из-за новых правил конфиденциальности // Российская газета. URL: <https://rg.ru/2021/02/08/apple-i-facebook-possorilis-iz-za-novyh-pravil-konfidencialnosti.html/> (дата обращения: 16.06.2022).

Информация об авторах

Шакирова Динара Марселевна, кандидат социологических наук, доцент, Казанский государственный энергетический университет.

E-mail: dinara.mm@yandex.ru

Токарева Анна Игоревна, студент, Казанский государственный энергетический университет.

E-mail: anya.tocareva@mail.ru

Афанасьев Артем Валерьевич, студент, Казанский государственный энергетический университет.

E-mail: afartem2002@yandex.ru

Патрушев Егор Артурович, студент, Казанский государственный энергетический университет.

E-mail: Patrushevjegor@yandex.ru

Воронцев Денис Александрович, студент, Казанский государственный энергетический университет.

E-mail: denis-corbie@yandex.ru

Тимонина Жанна Александровна, студент, Казанский государственный энергетический университет.

E-mail: timlerion02@gmail.com

D.M. SHAKIROVA,
Candidate of Sociology, Associate Professor
Kazan State Power Engineering University

A.I. TOKAREVA,
Student
Kazan State Power Engineering University

A.V. AFANASYEV,
Student
Kazan State Power Engineering University

E.A. PATRUSHEV,
Student
Kazan State Power Engineering University

D.A. VORONTSEV,
Student
Kazan State Power Engineering University

Z.A. TIMONINA,
Student
Kazan State Power Engineering University

CORPORATE CONFLICT IN THE MODERN WORLD

Abstract. In most cases, an imbalance in the position of company employees is associated with an increase in conflicts. They may arise for objective organizational reasons, but they are often subjective and social in nature. Conflict management, analysis of the level of their origin and the ability to prevent and resolve collisions with very small consequences are the functions of a manager. This article describes the role of corporate conflict in the company. A favorable environment is extremely necessary for the normal functioning of the organization. Sometimes conflicts in an organization can play a very important role. Therefore, in order to manage them effectively, you need to learn how to cope with disagreements in society. To solve conflict situations, it is necessary to know the types of conflicts. This article discusses corporate conflict situations in organizations, types and causes of their occurrence. The paper provides an example of such a conflict. Discussions on the topic of corporate conflicts, their types and methods of solution are widely considered in the scientific literature on business management today, since the emerging problems of corporate governance, development and improvement at Russian enterprises are relevant in the present and near future.

Keywords: conflict, corporate, decision, manager, shareholder, factor, resolution, joint stock company, campaign, methods.

References

1. *Gatlin J., Wysocki A., Kepner K.* Understanding Conflict in the Workplace // EDIS, IFAS Extension. 2012. P. 2.
2. *Obozov N.N.* Psychology of conflict. SPb.: LNPP "Oblik", 2001. 51 p.
3. *Nizamutdinova S.M.* Public relations in organizations in sportsman students view: Development of management tools or healthy and friendly relations formation // Journal of Human Sport and Exercise. 2021. Vol. 16. Spec. Is. 3. P. 1272–1279.
4. *Antonova L.I., Guschina O.M.* The management of sustainability of innovative development using a system of key performance indicators industry competitiveness: digitalization, management, and integration (vol. 1) // Lecture Notes in Networks and Systems. 2020. Vol. 115. P. 387–394.
5. *Rudnev E.A.* Professional development and human resources management in networks // Independent Journal of Management & Production. 2016. Vol. 7. P. 567–587.

6. *Aliiev V.M.* Balanced scorecard as an effective management tool for a project-oriented company // *Ad Alta: Journal of Interdisciplinary Research*. 2019. Vol. 9. P. 164–169.
7. *Burov V.V., Remorenko I.M.* Management of collaboration based on the analysis of social structure // *Digital Transformation and Global Society*. 2016. Vol. 674. P. 344–349.
8. *Stepanov E.I.* Modern conflictology. General approaches to modeling, monitoring and management of social conflicts: textbook. M.: LKI, 2015. 176 p.
9. *Bataeva B.S.* Corporate governance: Directions of improvement. M.: IPR SPO of the Ministry of Education of Russia, 2002. P. 80, 136.
10. *Yuryeva Yu.P.* Corporate conflicts in Russian joint-stock companies // *Law and Politics*. 2006. No. 8.
11. *Kashanina T.V.* Corporate law: textbook. – 5th ed., reprint. and additional. M.: Yurayt; Higher Education, 2010.
12. Corporate conflicts in modern Russia and abroad. M., 2011.
13. Conflictology / V.P. Ratnikov et al.; ed. by V.P. Ratnikov. 2nd ed., reprint. and additional. M.: Unity-Dana, 2005.
14. Apple and Facebook quarreled over new privacy rules // *Rossiyskaya Gazeta*. URL: <https://rg.ru/2021/02/08/apple-i-facebook-possorilis-iz-za-novyh-pravil-konfidencialnosti.html/> (accessed: 16.06.2022).

УДК 338.27

А.Р. ГАЛЯВИЕВ,
аспирант

*Центр перспективных экономических исследований
Академии наук Республики Татарстан*

ЦИФРОВАЯ РЕПУТАЦИЯ И ЕЕ ВЗАИМОСВЯЗЬ С КАПИТАЛИЗАЦИЕЙ КОМПАНИИ

Аннотация. В данной работе предпринята попытка исследовать и количественно измерить взаимосвязи между изменениями, происходящими в цифровой репутации компании, и ее ключевыми финансовыми показателями. Это позволяет проводить системную политику в современном цифровом пространстве, задействовать новые инструменты для повышения узнаваемости организации и в конечном счете положительно влиять на капитализацию. Применяя комплекс экономико-статистических методов в совокупности с интернет-метриками, автору удалось выявить новые значимые формы связей между финансовыми результатами, размером и активностью профильных сообществ, а также активностью компании в интернет-среде. Разработанный автором подход доказывает растущую и значимую роль цифрового присутствия и онлайн-взаимодействия во влиянии на финансовое положение компании в современном мире. Компании могут заметно влиять на параметры рыночной капитализации за счет стратегического улучшения своей цифровой видимости и вовлечения аудитории в реализуемые программы. В статье также подчеркивается необходимость дальнейших исследований, особенно лонгитюдных и расширенных выборок, с целью получения более полного представления об этой динамике, а также выявления отраслевых и региональных особенностей формирования цифровой репутации организаций.

Ключевые слова: рыночная капитализация, цифровая репутация, регрессионный анализ, социальные платформы, цифровые драйверы развития организации, поисковые запросы, цифровой маркетинг, ключевые финансовые показатели развития компании, узнаваемость компании, интернет-метрики, Интернет, интернет-сообщества, цифровое присутствие организации, цифровой профиль компании, онлайн-взаимодействие, цифровая видимость, цифровая вовлеченность.

Введение

В современном мире Интернет открывает новый быстрорастущий виртуальный глобальный рынок, оказывающий влияние не только на человека и образ его жизни, но и на деятельность компаний и организаций. Более того, бизнес все больше и больше зависит не только от своих реальных операций и присутствия на рынке, но также и от своего цифрового следа, присутствия в новом информационном пространстве, что подтверждает важность учета концепции цифровой репутации в планировании и ведении процессов того или иного финансового субъекта [1]. Это говорит о ее важности и значимости влияния на деловую среду.

Цифровая репутация относится, как правило, к общественному мнению или восприятию юридического лица или бизнеса на основе их присутствия и действий в цифровой среде [2].

Она основана на множестве факторов, действий и поведений, к которым можно получить доступ и проанализировать в Интернете [3]. Наличие собственного сайта, присутствие на ключевых цифровых платформах и агрегаторах, активность в социальных медиа, в результатах поисковых опросов, онлайн-обзорах, ссылках сторонних веб-страниц и другие цифровые коммуникационные средства, формируют уникальный набор данных для каждой организации в виде цифровой репутации [4], которая, в свою очередь, начинает оказывать растущее влияние на принятие решений экономическими агентами (партнерами, инвесторами, поставщиками, потребителями и т. д.) и в конечном счете на результирующие финансово-экономические показатели и репутацию. В последние годы этот тренд обозначился особенно явно [5, 6].

Положительная цифровая репутация привлекает потенциальных новых экономическими агентов в цифровую экосистему организации, увеличивает конкурентность и доступность ресурсов, что в свою очередь приводит к повышению рыночной капитализации. И наоборот, негативное цифровое присутствие может снизить интерес и доверие, сформировав условия для потенциального снижения рыночной стоимости компании.

Таким образом, понимание связи между цифровой репутацией и капитализацией компании для полного учета всех современных факторов и драйверов развития организации очень важно. Это исследование направлено на изучение количественных форм взаимосвязей между цифровой репутацией и размерами и динамикой капитализации компании на основе многомерных экономико-статистических методов, что позволит не только обеспечить понимание структуры факторов, формирующих цифровую репутацию, но и предложить комплекс методов и инструментов ее оценки для обеспечения действенного долгосрочного управления рыночной стоимостью компании.

Обзор литературы

Значительный научный вклад в теоретические исследования термина «репутация» и его взаимосвязи с деятельностью организации внесли работы Г. Даулинга, Ч. Фомбруна, Д.Л. Дипхауса, М. Эберла, М. Швайгера, Дж.Б. МакГюра, Т. Шньюса, Б. Бранча, С. Рахеля, С. Швайгера, С. Роуз, С. Томпсона, С. Тишера, Л. Хильдебранда, К.В. Реела, О.И. Калинского, Д.Р. Абдрахмановой и Д.Л. Курбангалиевой.

Вопросам изучения особенностей оценки цифровой репутации посвящены работы зарубежных и российских ученых, таких как Н. Парк, К.М. Ли, Т. Уолш, П. Дорчак, П. Маркович, Ф. Поллак, Р. Ботсман, Э. Эрт, А. Флейшер, Н. Меган, К. Кейзер, Дж. Пфедфер, Б. Шнейр, С. Котлер, П. Диамандис, С.В. Панасенко, А. Ставнийчук, В. Дзагоева, В. Логинова, М. Растяпина, Е.А. Красильникова, П.М. Митина, Т.А. Смирнова и др. Проблемам изучения форм взаимосвязи репутации и имиджа, бренда стран и регионов посвящены науч-

ные исследования М.Р. Сафиуллина, И.С. Ваджиной, Л.А. Ельшина и А.С. Груничева.

В результате многочисленных исследований и работ сложилось несколько относительно самостоятельных направлений, изучающих вопросы, связанные с репутацией, которые можно сгруппировать по следующим аспектам [8]:

- через призму маркетинга – в соответствии с подходами Д. Аакера, Д. Огилви, Г. Даулинга, К.В. Реела, А. Топалиян, Ч. Фомбруна, М. Альвессона, А. Кармели, А. Тишлера, М. Шенли, В.Е. Рева, В.Н. Косых и А.Т. Найфонова;

- репутация организации как элемент гудвилла – работы И.Ф. Шера, Ф. Пикслей, К.Д. Ларсона, П.У. Миллера, О.И. Калинского, Д.В. Луговского, Т.Г. Белозеровой, С.В. Панасенко, В.П. Чеглова, А.В. Шишкина и Я.В. Соколова;

- репутация как способ устранения информационной асимметрии – исследования С. Шапиро, В.П. Риндовой, И.О. Уильямсона, А.П. Петкова, Дж.М. Севера, П.Р. Найара, О. Вана, Ю. Вассилевой, Ф.В. Малахова, Н.В. Михайловой и Ю.С. Колесниковой;

- репутация с точки зрения ресурсно-ориентированного подхода – труды Э. Пенроуз, Дж. Барни, Б. Вернерфельдта, Р.М. Гранта, Д. Тиса, З.Дж. Лин, Б.-В. Лин, Х. Янга, Б. Ария, Н.В. Бонг, И.И. Решетниковой, А.Е. Карлика, В.В. Платонова, М.Р. Сафиуллина и Д.Л. Курбангалиевой.

Несмотря на значительный прогресс в области изучения цифровой репутации в целом, вопросы теоретического и практического использования цифровой репутации в системе управления конкретной организацией, к сожалению, раскрыты недостаточно полно. Во многом это связано как с дефицитом релевантной информации, так и с серьезной флуктуацией набора изучаемых параметров ввиду того, что важнейшие институциональные элементы находятся в стадии формирования, конфигурации и состав факторов постоянно меняется. Большинство существующих исследований фокусируются на отраслевых или предметных областях и частных показателях (продажи, удовлетворенность клиентов и т. п.). В этой связи хотелось бы особо отметить труды зарубежных исследований František Pollak, Peter

Dorčak и Peter Marković [7], которые идеологически близки к настоящему исследованию, так как ими была разработана актуальная по сей день выборка аргументов – составляющих цифровой репутации организации. Однако их подход основан на готовых индексах сторонних ресурсов и закрытых базах данных, что не позволяет проверить достоверность полученных результатов и, соответственно, организовать действенное управление составляющими цифровой репутации.

В данном исследовании предпринята попытка творческого переосмысления и адаптации вышеназванных подходов с опорой на открытые данные по показателям деятельности крупных международных публичных компаний и общедоступные характеристики их цифровых следов на наиболее популярных платформах и агрегаторах.

Методы и этапы исследования

Данные этого исследования были взяты из общедоступных источников [9, 10, 11, 12]. Основное внимание уделялось ведущим крупным публично торгуемым компаниям, чьи акции котируются на мировой фондовой бирже, что позволяет отслеживать ключевые показатели в режиме реального времени и быстро оценивать изменения их рыночной капитализации. Деятельность таких компаний, их продуктовые, территориальные, маркетинговые стратегии, продуктовые портфели, решения и проекты подробно освещаются и обсуждаются в Интернете. Это позволяет точно изучить логику и взаимосвязь рассматриваемых показателей и критериев.

Методологическим ограничением подхода является его ориентация на промышленные организации. Маркетплейсы и ИТ-агрегаторы, организации, такие как Amazon, Uber, Wildberries и др., были исключены из анализа, поскольку их цифровая репутация является внутренней и закрытой в указанных экосистемах и не дает произвести объективную сравнительную оценку данных.

Для сбора данных использовались открытые авторитетные агрегаторы информации и

платформы, такие как Google Trends, Investing, Wordtracker, Google Ads, Яндекс Метрика, YouTube, Popsters. Альтернативные источники были необходимы для обеспечения репрезентативности и достоверности исходных данных и результатов исследований.

Ключевым зависимым сводным показателем деятельности организации был выбран показатель рыночной капитализации. Для сбора данных использовались ресурсы сайта Investing.com (данные собраны 17 июня 2023 г.). Основным критерием отбора независимых показателей для проведения анализа был выбран интерес аудитории к компании (некоторая условная величина интереса (спроса) пользователей интернет-ресурсов к бренду, предмету/услуге, проекту изучаемой компании). В результате был обоснован выбор следующих показателей: количество запросов по предмету (поисковая строка) Wordtracker (за период с 17.05.2023 по 17.06.2023), тыс. в месяц; количество подписчиков на платформе YouTube (за весь период с открытия канала по 17.06.2023), тыс. чел.; совокупное количество просмотров на YouTube (за весь период с открытия канала по 17.06.2023), млн ед.; количество поисковых запросов по бренду на платформе Wordtracker (за период с 17.05.2023 по 17.06.2023), тыс.; рейтинг популярности запросов по организации на платформе Google Trends (с 17.06.2018 по 17.06.2023) (табл. 1).

Для приведения данных к общей сопоставимой базе был рассчитан индекс популярности каждой организации. В качестве референтной (эталонной) компании была выбрана корпорация Puma, данные по которой не использовались в исследовании. Ее рейтингу был присвоен параметр «единица», рейтинг исследуемых компаний был соотнесен с рейтингом компании Puma. Для более высокой точности анализа использовался максимально доступный период представления данных – в данном случае это 5 лет. Для определения взаимосвязей между этими показателями был проведен корреляционный и регрессионный анализы. Расчеты производились при помощи статистических алгоритмов программы Excel входящая в состав Microsoft Office.

Таблица 1

Исходные данные компаний для сравнительного анализа

Компания	Капитализация, млн долл.	Количество запросов по предмету, тыс.	Количество поисковых запросов по бренду, тыс.	Количество просмотров, млн	Количество подписчиков тыс. чел.	Рейтинг популярности запросов по организации
	Investing	Wordtracker		YouTube		Google Trends
Apple	2 541,00	4 532,90	4 280	1 004,40	16 900	38
Toyota	185,00	18 376,70	1 060	154,90	654	16
LVMH	459,90	14 739,20	960	499,00	1 860	3
Coca-Cola	271,10	1 666,50	186	5 304,60	4 000	2
NVIDIA	656,30	2 404,60	647	212,40	1 090	3
Tesla	576,10	459,60	1 920	240,90	2 380	7
Microsoft	2 120,00	12 504,30	1 600	77,40	1 010	14
McDonald's	215,40	1 850,00	1 410	19,90	648	7
Nike	184,40	459,00	2 630	417,10	1 730	18
Caterpillar	122,50	34,60	128	172,42	270	3
Boeing	133,29	25,28	230	254,41	661	3
Ford	55,00	574,00	833	92,66	2 290	63
Pepsi	250,60	1 666,50	115	63,29	939	3

Значение коэффициента корреляции больше 0,5 или меньше $-0,5$ говорит о присутствии линейной зависимости переменных. Обратное же значение говорит о ее отсутствии. В промежутки имеющих значение переменных попадают такие аргументы как, количество запросов в поисковой строке по бренду и количество подписчиков на YouTube относительно капитализации компании. Для выявления отношения между зависимой и независимой переменной и для того, чтобы предсказать неизвестные значения зависимой переменной, применяются возможности регрессионного анализа.

Важно отметить, что помимо взаимосвязи аргументов с капитализацией наблюдается зависимость между переменными «Количество подписчиков на платформе YouTube» и «Количество поисковых запросов по бренду», однако значение данного коэффициента (0,75) недостаточно для того, чтобы обозначить их мультиколлинеарными и исключить из дальнейшего анализа.

Корреляционный анализ позволяет вывести данные линейной зависимости аргументов для обоснования выбора показателей для дальней-

шей работы. Произведенные результаты расчетов представлены в табл. 2.

Для проведения последующих статистических вычислений также были исключены аргументы, которые не показали значимой зависимости в результате корреляционного анализа (табл. 3). Это необходимо для того, чтобы изъять данные, заведомо имеющие слабую связь с капитализацией компании, что повысит точность дальнейшего анализа.

На основании переменных из табл. 3 стало доступно привести статистически более точные и обоснованные результаты расчетов, основанные на регрессионном анализе. Регрессионная статистика и дисперсионный анализ позволят оценить объективность нашей модели, ее значимость и вероятность ошибки как аргументов, так и модели в целом.

Одним из значимых коэффициентов нашей модели является множественный R . Эта статистика необходима в тот момент, когда нужно описать зависимость между переменными. В данном случае множественный $R = 0,74$. Если данному коэффициенту дать качественную оценку, то сила связи будет являться высокой.

Таблица 2

Результаты корреляционного анализа

	Капитализация, млн долл.	Количество запросов по предмету, тыс.	Количество поисковых запросов по бренду, тыс.	Количество просмотров, млн	Количество подписчиков, тыс.	Рейтинг популярности запросов по организации
Капитализация, млн долл.	1					
Количество запросов по предмету, тыс.	0,266307	1				
Количество поисковых запросов по бренду, тыс.	0,689481	0,08104	1			
Количество просмотров, млн	-0,01779	-0,12321	-0,12468	1		
Количество подписчиков, тыс.	0,705902	-0,03935	0,758532	0,250296	1	
Рейтинг популярности запросов по организации	0,230671	-0,04366	0,430476	-0,15322	0,433037	1

Таблица 3

Выборочные аргументы для регрессионного анализа

	Капитализация, млн долл.	Количество поисковых запросов по бренду, тыс.	Количество подписчиков, тыс.
	Investing.com	Wordtracker	YouTube
Apple	2 541	4 280	16 900
Toyota	185	1 060	654
LVMH	460	960	1 860
Coca-Cola	271	186	4 000
NVIDIA	656	647	1 090
Tesla	576	1 920	2 380
Microsoft	2 120	1 600	1 010
McDonald's	215	1 410	648
Nike	184	2 630	1 730
Caterpillar	123	128	270
Boeing	133	230	661
Ford	55	833	2 290
Pepsi	251	115	939

Значимость F – коэффициент, обозначающий достоверность модели. Когда уровень значимости модели $F < 0,05$, это означает, что наша регрессионная модель соответствует данным и является достоверной. Также важно, что значимость F меньше коэффициента Стьюдента (0,518) – это говорит о том, что уравнение является значимым.

Показатель P – значение дисперсионного анализа – указывает на вероятность ошибки связи между x_1 , x_2 и y , в данном случае для x_1 она будет составлять 21 %, а для x_2 – 29 %.

При помощи общих коэффициентов дисперсионного анализа y , x_1 , x_2 (табл. 4) стало доступным вывести данные y расчетного по каждой компании и рассчитать вероятность ошибки прогнозируемых данных.

Используя данные, приведенные в табл. 4, мы вывели формулу, позволяющую производить дальнейший анализ влияния переменных на капитализацию компаний, что открывает возможность для ведения более эффективных управленческих действий по распределению маркетингового бюджета и ведения финансового плана предприятия:

$$\text{Капитализация} = 94,4(y) + x_1(0,078) *$$

$$* \text{количество поисковых запросов по бренду} + x_2(0,24) *$$

$$* \text{количество подписчиков на платформе} \quad (1)$$

Было выявлено, что часть компаний подобранных для анализа данных будет иметь более высокий процент вероятности ошибки значимости коэффициентов на капитализацию компаний. В данных методах анализа присутствуют слабые или средние значения, все это обусловлено тем, что аргументы из приведенных выше таблиц не равномерно распределены на плоскости и имеют большой диапазон разброса. Их было бы возможно, улучшить путем добавления большего количества аргументов других компаний, однако они достаточны для того, чтобы показать высокую значимость модели в целом и взаимосвязь аргументов. Так же из анализа был исключен метод автокорреляции, так как он должен основываться на данных, собранных в разных временных периодах, что на данный момент технически не является возможным.

Результаты исследования и их практическая значимость

Благодаря использованию статистического программного обеспечения и анализу данных выявлена корреляционная зависимость, которая способствует пониманию взаимодействия между цифровой репутацией компании и ее рыночной капитализацией.

Таблица 4

Ошибки на основании коэффициентов дисперсионного анализа

Компания	Y расчетный	Ошибка, %
Apple	2 442,67	3,87
Toyota	401,40	116,97
LVMH	471,01	2,42
Coca-Cola	450,39	66,13
NVIDIA	335,51	48,88
Tesla	743,41	29,04
Microsoft	559,56	73,61
McDonald's	485,50	125,40
Nike	864,42	368,77
Caterpillar	146,34	19,46
Boeing	201,39	51,09
Ford	473,76	761,38
Pepsi	195,22	22,10

Анализ полученной формулы (1) показывает, что влияние количества подписчиков (цифровой платформы) на капитализацию компании в три раза (3,08) выше, чем количество поисковых запросов (по бренду компании). Соответственно при разработке стратегии продвижения компании в новом информационном пространстве, необходимо учитывать данный факт для получения более высоких экономических показателей.

Стоит особо отметить высокую корреляционную зависимость между количеством подписчиков на платформе YouTube и рыночной капитализацией в выбранных для исследования компаниях. Коэффициент корреляции 0,74 указывает на значительную взаимосвязь, указывающую на то, что компании с большим количеством подписчиков на платформе YouTube, как правило, имеют более высокую рыночную капитализацию. Это согласуется с идеей о том, что сильное присутствие в Интернете и вовлечение широкой аудитории могут привести к повышению узнаваемости и ценности бренда, что впоследствии повлияет на восприятие рынка и финансовые показатели компании.

Общее количество просмотров на платформе YouTube продемонстрировало отрицательную корреляционную зависимость с капитализацией компаний. Это может быть связано с тем, что просмотры являются менее стабильным показателем по сравнению с подписчиками, поскольку они могут сильно колебаться в зависимости от различных факторов, таких как качество контента, стратегии продвижения и популярные темы, также в счет не брались термин глубины просмотра, что остается актуальным для дальнейшего изучения.

Корреляционный анализ отдельных показателей выявил разную степень связи с рыночной капитализацией компании. Примечательно, что количество поисковых запросов для бренда показало существенную корреляцию с рыночной капитализацией, предполагая, что известность бренда и интерес к нему в пространстве поисковых систем могут свидетельствовать о финансовом положении компании на рынке.

Рейтинг популярности запросов для организации в Google Trends показал слабую связь с рыночной капитализацией. Это говорит

о том, что, хотя мода является аспектом цифровой репутации компании, она может быть не так влиятельна, как показатели прямого взаимодействия, такие как количество подписчиков или поисковые запросы для бренда.

Эти результаты подчеркивают растущую важность цифрового следа компании для влияния на ее финансовые результаты. Сильная положительная корреляция между подписчиками на платформе YouTube и рыночной капитализацией подразумевает ключевую роль участия цифровых медиа в формировании общественного мнения и рыночной оценки компаний.

Точно так же заметная корреляция между запросами поисковых систем для бренда и рыночной капитализацией указывает на роль узнаваемости компании и онлайн-интереса в обеспечении финансового успеха компании. Таким образом, эти результаты согласуются с растущим объемом исследований, подчеркивающих важность цифрового маркетинга и стратегий онлайн-взаимодействия в стимулировании роста бизнеса и рыночной капитализации.

С практической точки зрения эти выводы имеют ряд последствий как для компаний, так и для экономистов. Компании могут использовать эту информацию для более эффективного распределения ресурсов, вкладывая больше средств в свое присутствие в Интернете и стратегии взаимодействия, с целью повышения своей рыночной капитализации.

Например, компании могут сосредоточиться на расширении своей базы подписчиков на платформе YouTube, совершенствовании своих стратегий поисковой оптимизации для увеличения количества поисковых запросов, связанных с брендом, и использовании стратегий, которые увеличивают общее количество просмотров их цифрового контента.

Для экономистов и рыночных аналитиков эти результаты добавляют еще один уровень к анализу эффективности компании и динамики рынка. Рассматривая показатели цифровой репутации, они могут обеспечить более целостную оценку рыночной стоимости компании и потенциала роста.

Несмотря на выводы, исследование не лишено ограничений.

Во-первых, оно ориентировано исключительно на промышленные организации, за исключением торговых площадок, ИТ-агрегаторов и организаций, являющихся посредниками в экономике совместного потребления, что может повлиять на обобщаемость результатов.

Во-вторых, исследование носит перекрестный характер и не учитывает временной аспект. Это исключает возможность оценки долгосрочного воздействия цифровой репутации на рыночную капитализацию. Дальнейшие лонгитюдные исследования могут дать дополнительное представление о динамике этих отношений с течением времени.

В-третьих, хотя выявленные корреляции являются статистически значимыми, они не подразумевают причинно-следственную связь. Потребуется дальнейшие исследования, чтобы установить причинно-следственные связи между переменными, включая такие потенциальные факторы, как размер компании, отрасль, сегмент рынка и финансовые показатели, которые могут повлиять как на цифровую репутацию, так и на рыночную капитализацию.

Заключение и рекомендации

Данное исследование было направлено на определение взаимосвязи между цифровой репутацией компании и ее рыночной капитализацией. Основные выводы выявили значительную положительную корреляцию между рыночной капитализацией компании и такими показателями, как количество подписчиков и просмотров на платформе YouTube, а также количество поисковых запросов, связанных с брендом. Эти результаты подчеркивают важную роль эффективного цифрового присутствия и онлайн-взаимодействия в улучшении финансового положения компании.

Это исследование вносит свой вклад в растущий объем исследований на стыке цифрового маркетинга и финансовых показателей. Оно предоставляет данные, подтверждающие идею о том, что цифровая репутация значительно влияет на рыночную капитализацию компании, подчеркивая взаимодействие между цифровым миром и финансовыми рынками.

Путем количественной оценки взаимосвязи между показателями цифровой репутации

и рыночной капитализацией это исследование добавляет перспективу к традиционному финансовому анализу, который не всегда включает влияние цифрового взаимодействия. Таким образом, это исследование помогает расширить теоретическое понимание цифрового влияния и его финансовых последствий.

Результаты исследования показывают, что компании могут повысить свою рыночную капитализацию, инвестируя в свое цифровое присутствие и вовлеченность. Предлагаются следующие конкретные стратегии:

1. Повышение вовлеченности на YouTube. Учитывая высокую корреляцию между количеством подписчиков на платформе YouTube и рыночной капитализацией, компаниям следует сосредоточиться на создании и привлечении своей аудитории на платформе YouTube. Этого можно добиться за счет регулярного качественного контента, интерактивных функций и целевого продвижения.

2. Управление цифровой репутацией на основе бренда. Исследование также выявило значительную взаимосвязь между поисковыми запросами, по бренду, и рыночной капитализацией. Таким образом, компаниям следует расставлять приоритеты в стратегиях управления цифровой репутацией так, чтобы официальные страницы бренда в сети имели качественных модераторов, выделялись высоким откликом, обратную связь, и производили контент опровергающий негативный отклик о бренде. Также важнейшую роль занимают сенсационные заявления и достижения.

Хотя исследование дало ценную информацию, оно также открывает несколько направлений для будущих исследований:

1. Лонгитюдные исследования. Поскольку исследование было перекрестным, будущие исследования могли бы выиграть от лонгитюдного подхода для изучения влияния цифровой репутации на рыночную капитализацию с течением времени.

2. Расширение выборки. Текущая выборка была ограничена промышленными организациями. Будущие исследования могут быть направлены на распределение компаний по сегментам рынка, отраслям и масштаба. Хотя были выявлены значительные корреляции, бу-

душие исследования могут быть направлены на установление причинно-следственных связей между переменными.

3. Включение дополнительных переменных. Будущие исследования могут также учитывать дополнительные переменные, такие как показатели вовлеченности в социальные сети, рейтинги онлайн-обзоров или посещаемость веб-сайта, чтобы получить более полное представление о взаимосвязи между цифровой репутацией компании и ее рыночной капитализацией.

Основываясь на этих выводах, будущие исследования могут помочь уточнить понимание роли цифровой репутации в финансовых показателях компании, предоставив ценную информацию как для бизнеса, так и для экономистов и финансовых аналитиков.

Литература

1. Груничев А.С. Репутационный капитал и его влияние на параметры социально-экономического развития регионов: методология исследования (на примере регионов Приволжского федерального округа): дис. ... докт. экон. наук. Казань, 2019. 374 с.

2. Мерзлякина Г.С. Цифровой гудвилл предприятия: содержание понятия и возможность оценки // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. 2022. № 2. С. 24–33.

3. Chaffey D., Ellis-Chadwick F. Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. 7th ed. London: Pearson Education Limited, 2019.

4. Решетникова И.И. Репутационный капитал как фактор обеспечения конкурентоспособности

российского бизнеса: теория, методология исследования, проблемы формирования и управления в условиях глобализации рынков: автореф. дис. ... докт. экон. наук. Волгоград, 2011. 48 с.

5. Володина А.О. Факторы, влияющие на капитализацию компании // Вестник ГУУ. 2021. № 4. С. 146–151.

6. Тенденции развития Интернета: готовность экономики и общества к функционированию в цифровой среде: аналитический доклад / Г.И. Абдрахманова, М.Д. Ванюшина, К.О. Вишневский и др. М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2021.

7. IDIMT-2020: Digitalized Economy, Society and Information Management: 28th Interdisciplinary Information Management Talks (Kutna Hora, September 2–4, 2020). Schriftenreihe Informatik (vol. 49) / ed. by P. Doucek, G. Chroust, V. Oškrdal. Linz: Trauner Verlag, 2020. 497 p.

8. Курбангалиева Д.Л. Репутация организации как ключевой драйвер капитализации в условиях цифровизации (на примере автомобильной промышленности): дис. ... канд. экон. наук. Казань, 2022. 197 с.

9. Котировки и финансовые новости // Investing.com. URL: <https://ru.investing.com/markets>.

10. Статистика и анализ // Wordtracker.com. URL: <https://www.wordtracker.com>.

11. Динамика популярности // Google Trends. URL: <https://trends.google.ru/trends>.

12. Статистика и аналитика контента // Popsters.ru. URL: <https://popsters.ru>.

Информация об авторе

Галявиев Алмаз Радикович, аспирант первого года обучения, Центр перспективных экономических исследований Академии наук Республики Татарстан.

E-mail: almazkz@gmail.com

A.R. GALYAVIEV,
Postgraduate Student

Center for Advanced Economic Research of the Academy of Sciences
of the Republic of Tatarstan

DIGITAL REPUTATION AND ITS RELATIONSHIP WITH THE COMPANY'S CAPITALIZATION

Abstract. This paper attempts to explore and quantify the relationship between changes occurring in a company's digital reputation and its key financial indicators. This allows you to pursue a systematic policy in the modern digital space, use new effective tools to increase the recognition of the organization and, ultimately, have

a positive impact on capitalization. Using a set of economic and statistical methods in conjunction with Internet metrics, the author was able to identify new significant forms of connections between financial results, the size and activity of specialized communities, and the company's activity in the Internet environment. The approach developed by the author proves the growing and significant role of digital presence and online interaction in influencing the financial position of a company in the modern world. Companies can significantly influence market capitalization parameters by strategically improving their digital visibility and engaging audiences in their programs. The article also highlights the need for further research, especially longitudinal and larger samples, to gain a more complete understanding of these dynamics, as well as to identify industry and regional characteristics of the formation of digital reputation of organizations.

Keywords: market capitalization, digital reputation, regression analysis, social platforms, digital drivers of the organization's development, search queries, digital marketing, key financial indicators of the company's development, company awareness, Internet metrics, Internet, online communities, digital presence of the organization, digital company profile, online interaction, digital visibility, digital engagement.

References

1. *Grunichev A.S.* Reputation capital and its influence on the parameters of socio-economic development of regions: research methodology (on the example of the regions of the Volga Federal District): dis. ... doc. econ. sciences. Kazan, 2019. 374 p.
2. *Merzlikina G.S.* Digital goodwill of an enterprise: the content of the concept and the possibility of evaluation // Bulletin of the Astrakhan State Technical University. Series: Economics. 2022. No. 2. P. 24–33.
3. *Chaffey D., Ellis-Chadwick F.* Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. 7th ed. London: Pearson Education Limited, 2019.
4. *Reshetnikova I.I.* Reputation capital as a factor in ensuring the competitiveness of Russian business: theory, research methodology, problems of formation and management in the context of globalization of markets: abstract of dis. ... doc. econ. sciences. Volgograd, 2011. 48 p.
5. *Volodina A.O.* Factors influencing the capitalization of a company // Vestnik GUU. 2021. No. 4. P. 146–151.
6. Trends in the development of the Internet: readiness of the economy and society to function in the digital environment: analytical report / G.I. Abdrakhmanova, M.D. Vanyushina, K.O. Vishnevsky et al. M.: Publishing House of the Higher School of Economics, 2021.
7. IDIMT-2020: Digitalized Economy, Society and Information Management: 28th Interdisciplinary Information Management Talks (Kutna Hora, September 2–4, 2020). Schriftenreihe Informatik (vol. 49) / ed. by P. Doucek, G. Chroust, V. Oškrdal. Linz: Trauner Verlag, 2020. 497 p.
8. *Kurbangaliyeva D.L.* Reputation of an organization as a key driver of capitalization in the context of digitalization (using the example of the automotive industry): dis. ...cand. econ. sciences. Kazan, 2022. 197 p.
9. Quotes and financial news // Investing.com. URL: <https://ru.investing.com/markets>.
10. Statistics and analysis // Wordtracker.com. URL: <https://www.wordtracker.com>.
11. Dynamics of popularity // Google Trends. URL: <https://trends.google.ru/trends>.
12. Statistics and content analytics // Popsters.ru. URL: <https://popsters.ru>.

УДК 338

А.Р. НАСЫБУЛЛИНА,
магистрант

Казанский (Приволжский) федеральный университет

А.Р. САФИУЛЛИН,
доктор экономических наук, профессор
Казанский (Приволжский) федеральный университет

ТЕХНИКО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ВНЕДРЕНИЯ ГАЗОВОГО ОБОРУДОВАНИЯ КАК НАПРАВЛЕНИЕ ОПТИМИЗАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АЗС

Аннотация. В статье раскрывается целесообразность трансформации АЗС в АГКНС на примере Республики Татарстан. Разъясняется тенденция к увеличению числа транспортных средств, требующих расширения деятельности АЗС за счет обеспечения газовых установок и сопутствующего газового оборудования. Определен состав газовой инфраструктуры, необходимый для расширения деятельности АЗС. Выявляются основные, ключевые компоненты целесообразности расширения числа АГКНС как в центральных районах Казани, так и на окраинных территориях города и подъездных путях. Предоставляются технические характеристики газового осушителя DTRA-NGX как наиболее востребованной модели в системе газового оборудования в отношении потенциальной АГКНС в одном из центральных районов Казани и на окраинной территории в зависимости от транспортного потока. Определены характеристики компрессора, который пригоден для осушителя DTRA-NGX с учетом специфики производительности. На основании средних показателей объемов инвестиций в АГКНС были определены экономические показатели для одной АЗС и выявлены ключевые параметры, определяющие финансовую эффективность АГКНС в течение планируемого срока окупаемости. За счет приведенных показателей и на фоне строительства новой трассы М-12 выявлена потенциальная возможность значительного сокращения срока окупаемости рассматриваемого инвестиционного проекта.

Ключевые слова: газовое оборудование, АЗС, техническая характеристика, экономический показатель, окупаемость, инвестиционный проект.

Расширение «деятельности» автозаправочной станции (АЗС) за счет внедрения газового оборудования существенно увеличивает потенциальный автомобильный поток вне зависимости от локации АЗС. Часть автомобилей переоборудуются для заправки газом, что определяет целесообразность расширения деятельности АЗС с учетом таких транспортных средств. Особенно важно учитывать автомобили, заправляющиеся газом, для АЗС, на которых преимущественно заправляются грузовые транспортные средства. Такие АЗС располагаются на автомобильных трассах и на окраинных территориях населенных пунктов. Немаловажным аспектом выступает экологичность транспортного средства и стоимость заправки. В совокупности обозначенные факторы определяют целесообразность расширения

деятельности АЗС, в том числе для легковых транспортных средств [4, 8].

В финансовом аспекте расширение деятельности АЗС означает для предприятия существенные инвестиционные вложения, которые должны быть рассчитаны с учетом многих показателей, начиная со стоимости газа и завершая удобством подъезда к соответствующим газовым колонкам. В экономическом смысле предприятию предстоит рассчитать целесообразность выбора газового оборудования и обеспечения инфраструктуры на территории АЗС за счет расширения числа топливных и газовых колонок [2, 7].

Стоит отметить, что АЗС на территории Российской Федерации относятся к IV классу опасности во многом по причине того, что расширение деятельности АЗС за счет газового

го оборудования усиливает степень опасности на территории [1]. Исходя из этого, АЗС при обеспечении дополнительного дохода должна ориентироваться на два ключевых и критических фактора, а именно способность газового оборудования обеспечивать безопасность и оптимальную окупаемость внедряемых технических установок. Вместе с тем следует отметить, что при внедрении газового оборудования АЗС трансформируется в автомобильную газонаполнительную компрессорную станцию (АГНКС) [3].

Отличительной особенностью АГНКС является поступление природного газа (метана) по газопроводу, далее метан проходит этап осушки при помощи компрессора и впоследствии под высоким давлением закачивается в газовые аккумуляторы или специальные газовые баллоны. Техническая инфраструктура АГНКС состоит из следующих блоков: подключения, предварительной очистки газа, компримирования, подготовки компримированного природного газа (КПГ), аккумуляции, редуцирования, а также непосредственно газозаправочных колонок [2].

По состоянию на 2023 г. на территории Республики Татарстан функционируют более 35 АГНКС, также некоторые АЗС в настоящее время находятся на стадии проектирования и обеспечения территории соответствующей инфраструктурой. Однако данных станций для обеспечения транспортного потока недостаточно [6]. Соответственно, представляется целесообразным постепенное расширение АЗС до уровня АГНКС.

Для того чтобы оценить финансовый потенциал внедрения газового оборудования на территории АЗС, представляется целесообразным привести технические характеристики для осу-

шителя DTRA-NGX, который является ключевым компонентом газовой системы АГНКС (табл. 1).

Для того чтобы в аккумулятор попадало наименьшее количество влаги, необходимо определить оптимальное оборудование, которое обеспечивает преимущественно высокое давление, так как при таком давлении процесс осушки заметно дешевле. Исходя из данных, представленных в табл. 1, оптимальным является оборудование DTR 30 NGX-3, так как при входном давлении производительность рассматриваемого осушителя выше, что отражается на показателях давления. Данный показатель актуален для крупной АГНКС, которая функционирует географически на окраине крупных городов, например, таких как Казань, и на подъездных трассах. Для АЗС, функционирующей на территории центральных районов Казани, достаточен осушитель DTR 18 NGX-1,5.

Производительность осушителя во многом зависит от конечного транспортного потока, так как модель осушителя сопряжена с соответствующей газовой системой, рассчитанной на транспортные потоки [5]. Целесообразность осушителя метана DTRA-NGX состоит в том, что рассматриваемое оборудование рассчитано на стационарный объект и позволяет автоматически переключать его с рабочего режима в режим непосредственной регенерации, сохраняя систему безопасности за счет клапанов предохранительной направленности для каждой колонны, каждый предохранительный клапан настраивается на соответствующее расчетное давление исследуемого осушителя.

Вне зависимости от ожидаемого транспортного потока потенциальной АГНКС как на территории одного из центральных районов Казани, так и на окраине города рекомен-

Таблица 1

Технические характеристики газового осушителя DTRA-NGX [10]

Наименование модели осушителя	Размер подсоединения, FLG	Производительность при входном давлении (нм ³ /час)					
		0,7 бар	3,5 бар	7 бар	10 бар	16 бар	25 бар
DTR 18 NGX-1,5	1,5	176	460	815	1 115	1 754	2 683
DTR 18 NGX-2	2	324	849	1 505	2 096	3 238	4 951
DTR 30 NGX-3	3	540	1 415	2 509	3 493	5 396	8 251

дуются компрессор следующих технических характеристик: производительность не менее 200 м³/час (при входном давлении 50 бар); диапазон давления входного газа от 25 до 220 бар; мощность электродвигателя должна составлять 18 кВт; тип охлаждения – жидкостный; количество ступеней сжатия – 2 шт. Компрессор с обозначенными техническими характеристиками в равной степени пригоден для заправки грузовых и легковых транспортных средств. При этом рассматриваемое оборудование обладает расширенным экономическим потенциалом, так как кроме метана исследуемый компрессор может сжимать воздух, гелий, а также кислород и другие газовые компоненты [10].

Из расчета для одной АЗС, которую предлагается трансформировать в АГНКС, объем инвестиций должен составить 112 663 тыс. руб. Расчеты были произведены на основании средних показателей инвестируемых средств в подобные объекты в других субъектах Российской Федерации [11]. Основные экономические показатели предлагаемой АГНКС представлены в табл. 2.

Исходя из данных, представленных в табл. 2, выход на самоокупаемость для одной потенциальной АГНКС предполагается в течение четырех лет в случае, если инвестиционные средства будут обеспечены в полном объеме. В результате эксплуатации внедряемого газового оборудования в течение обозримого интервального периода времени, чистый средний операционный доход за один год может

варьироваться в пределах нормативных значений. При этом потенциальная АГНКС может обеспечить доходность в полном объеме по истечении 48 мес. Рентабельность вложенного инвестиционного капитала по отношению к одной АГНКС составляет более 238 %, чтократно превышает вложенные инвестиционные средства.

В настоящее время, согласно официальным данным Министерства энергетики Российской Федерации (Минэнерго РФ), число АГНКС на территории государства достигло отметки 900 объектов. К 2035 г. планируемое количество АГНКС, согласно расчетам ведомства, должно достичь 1 435 объектов. При этом по состоянию на 2023 г. общее потребление метана достигло отметки 1,7 млрд м³. К 2025 г. ожидаемый показатель должен быть в три раза выше текущих данных [9].

В заключение следует отметить, что для АЗС Республики Татарстан представляется целесообразным перейти к АГНКС ввиду заметного увеличения спроса на природный газ в качестве заправочного ресурса. На примере осушителя и технических характеристик очевидно, что АЗС с любыми производительными мощностями может определить для своей деятельности соответствующее газовое оборудование с учетом требований безопасности. Экономическая оценка инвестиционного проекта потенциального АГНКС указывает на кратную геометрическую прогрессию при изначальных финансовых вложениях в об-

Таблица 2

Экономические показатели трансформации АЗС в АГНКС

№	Наименование показателя	Числовые значения показателя
1	Временной интервал для обеспечения экономической эффективности, мес.	120
2	Объем инвестиций, руб.	112 663 248
3	Чистый средний операционный доход в год, тыс. руб.	44 128
4	Чистая прибыль за весь период реализации инвестиционного проекта, тыс. руб.	4 493 128
5	Средняя рентабельность за весь период реализации инвестиционного проекта, %	17,4
6	Рентабельность вложенного инвестиционного капитала, %	238,3
7	Срок окупаемости инвестиционного проекта в совокупности, мес.	48
8	Ставка дисконтирования, %	3,9
9	Дисконтированный срок окупаемости инвестиционного проекта в совокупности, мес.	50

щую инфраструктуру объекта. Средний срок окупаемости инвестиционных ресурсов для одного АГНКС составляет 48 мес., при этом положительная динамика в отношении средней доходности может прослеживаться уже на следующем году реализации рассматриваемого проекта. На фоне активного дорожного строительства на территории Республики Татарстан и значительного увеличения транспортного потока за счет строительства новой трассы М-12 срок окупаемости инвестиционного проекта по переходу АЗС к АГНКС может существенно сократиться.

Литература

1. *Алабьев В.Р., Ашихмин В.Д., Плаксиенко О.В., Тишин Р.А.* Перспективы промышленной добычи метана в условиях шахты имени В.М. Бажанова с использованием вертикальных скважин, пробуренных с поверхности // Записки Горного института. 2020. Т. 241. С. 3–9.
2. *Бокий Б.В.* Основы промышленной технологии извлечения и использования метана // Горный информационно-аналитический бюллетень (ГИАБ). 2007. № 1. С. 360–367.
3. *Величко Ю.В.* Целесообразность и необходимость создания автомобильных газонаполнительных компрессорных станций и автомобильных газозаправочных станций на базе существующих автозаправочных станций // Вестник науки. 2021. Т. 1. № 3 (36). С. 33–39.
4. *Грушевенко Д.А., Грушевенко Е.В., Кулагин В.Г.* Энергопотребление российского автомобильного сектора: роль технологических инноваций в межтопливной конкуренции // Форсайт. 2018. № 4. С. 35–44.
5. *Грязнов М.Б.* Применение газомоторного топлива в Российской Федерации: проблемы и перспективы // Финансы: теория и практика. 2013. № 4. С. 21–31.
6. *Исмагилов Е.Р.* Клиентоориентированность как важнейший фактор конкурентоспособности и экономической эффективности автозаправочного бизнеса // Цифровая экономика: перспективы развития и совершенствования. 2022. № 14. С. 145–148.
7. *Мальшева А.С.* Анализ составляющих эффективности совершенствования системы риск-ориентированного подхода // Точная наука. 2020. № 85. С. 9–11.
8. *Митрова Т.А., Галкина А.А.* Межтопливная конкуренция // Экономический журнал ВШЭ. 2013. № 3. С. 372–389.
9. Официальный сайт Министерства энергетики Российской Федерации. URL: <https://minenergo.gov.ru/node/24006?ysclid=lq8tq1uuw4213373587/> (дата обращения: 17.12.2023).
10. Портал оборудования для метановых заправок. URL: <https://agnks.com/> (дата обращения: 17.12.2023).
11. *Чикишев Е.М., Тестов А.С., Ширяев К.А.* Развитие городской газотранспортной сети для повышения эффективности использования АГНКС // Нефтегазовый терминал. 2020. № 17. С. 304–309.

Информация об авторах

Насыбуллина Алида Радисовна, магистрант, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

E-mail: alida.wuman@mail.ru

Сафиуллин Азат Рашитович, доктор экономических наук, профессор, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

E-mail: safiullin.ar@gmail.com

A.R. NASYBULLINA,
Master's Student
Kazan (Volga Region) Federal University

A.R. SAFIULLIN,
Doctor in Economics, Professor
Kazan (Volga Region) Federal University

FEASIBILITY STUDY OF THE INTRODUCTION OF GAS EQUIPMENT AS A DIRECTION FOR OPTIMIZING THE ACTIVITIES OF REFILL STATIONS

Abstract. The article reveals the expediency of the transformation of gas stations into AGCNS on the example of the Republic of Tatarstan. The trend towards an increase in the number of vehicles requiring the expansion of gas station operations by providing gas installations and related gas equipment is explained. The composition of the gas infrastructure necessary to expand the activities of the gas station has been determined. The main key components of the expediency of expanding the number of CNG stations both in the central districts of Kazan and in the outskirts of the city and access roads are identified. The technical characteristics of the DTRA-NGX gas dehumidifier are provided as the most in-demand model in the gas equipment system in relation to a potential CNG station in one of the central districts of Kazan and on the outskirts, depending on the traffic flow. The characteristics of the compressor, which is suitable for the DTRA-NGX dehumidifier, taking into account the specifics of performance, have been determined. Based on the average investment volumes in CNG stations, economic indicators for one gas station were determined and key parameters were identified that determine the financial efficiency of CNG stations during the planned payback period. Due to these indicators and against the background of the new M-12 highway, the potential for a significant reduction in the payback period of the investment project under consideration has been identified.

Keywords: gas equipment, refill station, technical characteristics, economic indicator, payback, investment project.

References

1. *Alabyev V.R., Ashikhmin V.D., Plaksienko O.V., Tishin R.A.* Prospects for industrial methane production in the conditions of the mine named after V.M. Bazhanov using vertical wells drilled from the surface // Notes of the Mining Institute. 2020. Vol. 241. P. 3–9.
2. *Bokiy B.V.* Fundamentals of industrial technology for the extraction and use of methane // Mining Information and Analytical Bulletin (GIAB). 2007. No. 1. P. 360–367.
3. *Velichko Yu.V.* The feasibility and necessity of creating automobile gas-filling compressor stations and automobile gas filling stations on the basis of existing gas stations // Bulletin of Science. 2021. Vol. 1. No. 3 (36). P. 33–39.
4. *Grushevenko D.A., Grushevenko E.V., Kulagin V.G.* Energy consumption of the Russian automotive sector: the role of technological innovation in inter-fuel competition // Foresight. 2018. No. 4. P. 35–44.
5. *Gryaznov M.B.* Application of gas engine fuel in the Russian Federation: problems and prospects // Finance: Theory and Practice. 2013. No. 4. P. 21–31.
6. *Ismagilov E.R.* Customer focus as the most important factor in the competitiveness and economic efficiency of the gas station business // Digital Economy: Prospects for Development and Improvement. 2022. No. 14. P. 145–148.
7. *Malysheva A.S.* Analysis of the components of the effectiveness of improving the risk-based approach system // Exact Science. 2020. No. 85. P. 9–11.
8. *Mitrova T.A., Galkina A.A.* Inter-fuel competition // HSE Economic Journal. 2013. No. 3. P. 372–389.
9. Official website of the Ministry of Energy of the Russian Federation. URL: <https://minenergo.gov.ru/node/24006?ysclid=lq8tqluuw4213373587> (accessed: 17.12.2023).
10. Equipment portal for methane gas stations. URL: <https://agnks.com/> (accessed: 17.12.2023).
11. *Chikishev E.M., Testov A.S., Shiryayev K.A.* Development of the city gas transportation network to increase the efficiency of using CNG filling stations // Oil and Gas Terminal. 2020. No. 17. P. 304–309.

РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

УДК 338.45

И.Н. КОЗИН,

аспирант

Ульяновский государственный университет

М.В. ЧУВАШЛОВА,

доктор экономических наук, доцент

Ульяновский государственный университет

А.Н. КОЗИН,

Заместитель генерального директора

Центр развития промышленности Ульяновской области

СОСТОЯНИЕ И НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Аннотация. Конкурентоспособность промышленности является существенным фактором и условием экономического развития Российской Федерации. В работе дана характеристика состояния развития российского промышленного производства в условиях санкционного давления, выявлены основные факторы, сдерживающие развитие данной отрасли в последние годы, такие как, разрыв кооперационных связей, ограничение деятельности большей части иностранных компаний в России, импортозависимость, низкий уровень цифровой инфраструктуры, локальное внедрение технологий, технологическая безработица, нехватка высококвалифицированных сотрудников, низкий уровень автоматизации и инновационной активности, слабая освоенность технологий, низкий уровень цифровой грамотности специалистов и управленческого персонала промышленного сектора, недостаточность финансовых средств для развития отрасли, неразвитость социальной ответственности компаний и др. С помощью статистических показателей проанализирована динамика развития регионального промышленного производства, определены направления развития данного сектора. Доказано, что, несмотря на ряд деструктивных факторов, общий объем промышленного производства в России за последние пять лет увеличился. Аналогичную динамику демонстрирует промышленность Ульяновской области. Среди ключевых секторов роста уровня конкурентоспособности промышленного сектора региона можно выделить развитие высокотехнологичных производств, техническое перевооружение, рост производительности труда.

Ключевые слова: промышленность, конкурентоспособность, факторы развития, санкции, регион, динамика производства.

В настоящее время проблема повышения конкурентоспособности отечественной промышленности становится все более актуальной, что связано с изменением факторов функционирования данного сектора экономики на глобальном и национальном уровнях в условиях санкционного давления.

На деструктивную роль санкционного давления в функционировании российской про-

мышленности указывают ряд исследователей [4, 6, 9]. По мнению А.А. Афанасьева, результатом санкционного давления явилось «нарушение привычных способов организации народного хозяйства, затронувшее значительные сегменты российской экономики» [1]. Прекращение трансграничных взаимоотношений и лимитирование функционирования существенной части иностранных компаний

на территории страны определили «реальную угрозу технологической целостности национальной экономики» [2]. Среди основных проблем технологического развития отечественной промышленности на фоне антиросийских санкций Т.Д. Климачев и Д.А. Карасев выделяют импортозависимость, нехватку у персонала и руководства знаний технологий, нехватку высококвалифицированных сотрудников, изношенность основных фондов, низкий уровень цифровой инфраструктуры, локальное внедрение технологий, технологическую безработицу [5].

В.В. Доржиева отмечает, что под санкционным влиянием в отечественной промышленности происходит «изменение условий относительно использования цифровых продуктов, поставок оборудования и технологий». Высокая импортозависимость промышленности от

иностранного программного обеспечения снижает конкурентоспособности данного сектора экономики [3].

К группе факторов, сдерживающих развитие отечественной промышленности, И.Н. Краковская относит низкий уровень автоматизации и инновационной активности, слабую освоенность технологий, недостаточный уровень финансового потенциала и цифровой грамотности руководства и ведущих специалистов, низкий уровень корпоративной социальной ответственности [7].

Несмотря на ряд деструктивных факторов, общий объем промышленного производства в России за 2018–2022 гг. увеличился на 42,5 % [11]. Аналогичную динамику объемов производства промышленной продукции демонстрирует Ульяновская область (табл. 1).

Таблица 1

**Промышленное производство в Российской Федерации,
Приволжском федеральном округе и Ульяновской области по видам деятельности, %**

Годы / показатели	Российская Федерация	Приволжский федеральный округ	Ульяновская область
<i>Добыча полезных ископаемых, млн руб.</i>			
2018 г.	18 498 185	2 552 946	7 982
2019 г.	18 326 648	2 635 747	13 374
2020 г.	14 294 245	2 027 686	14 825
2021 г.	23 280 419	3 511 284	21 445
2022 г.	26 454 638	3 787 966	21 464
Место региона в РФ (округе)	45	8	х
Темп прироста, %	43	48,4	169,9
<i>Обрабатывающие производства, млн руб.</i>			
2018 г.	43 949 885	9 144 779	256 859
2019 г.	44 583 563	9 460 849	316 814
2020 г.	45 071 419	8 948 174	292 463
2021 г.	60 335 178	11 409 142	333 166
2022 г.	63 667 188	12 393 332	341 324
Место региона в РФ (округе)	47	11	х
Темп прироста, %	44,9	35,5	32,9
<i>Обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха, млн руб.</i>			
2018 г.	5 562 591	973 775	28 434
2019 г.	5 697 113	991 461	27 330
2020 г.	5 719 972	965 532	26 423
2021 г.	6 350 825	1 046 377	29 101
2022 г.	6 636 935	1 077 857	30 516
Место региона в РФ (округе)	55	10	х
Темп прироста, %	19,3	10,7	7,3

<i>Водоснабжение; водоотведение, организация сбора и утилизация отходов, деятельность по ликвидации загрязнений, млн руб.</i>			
2018 г.	1 075 362	220 798	9 935
2019 г.	1 127 420	228 503	9 240
2020 г.	1 269 303	241 148	12 657
2021 г.	1 674 242	340 765	13 462
2022 г.	1 700 040	315 454	10 413
Место региона в РФ (округе)	40	9	х
Темп прироста, %	58,1	42,9	4,8
<i>Объем отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и услуг собственными силами – всего, млн руб.</i>			
2018 г.	69 086 024	12 892 298	303 210
2019 г.	69 734 744	13 316 559	366 758
2020 г.	66 354 939	12 182 539	346 368
2021 г.	91 640 664	16 307 567	397 174
2022 г.	98 458 801	17 574 608	403 717
Место региона в РФ (округе)	49	10	х
Темп прироста, %	42,5	36,3	33,1

Источник: составлено и рассчитано по данным [8].

Общий темп роста стоимости промышленного производства Ульяновской области за пять лет составил 33,1 %, что ниже общероссийского и окружного показателя на 9,4 и 3,2 процентных пункта соответственно. Наиболее высокие темпы развития сложились в добыче полезных ископаемых, где за 2018–2022 гг. показатель составил 268,9 %. Незначительными темпами роста характеризуются обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха (на 7,3 %) и водоснабжение; водоотведение, организация сбора и утилизация отходов, деятельность по ликвидации загрязнений (на 4,8 %). Стоимость про-

дукции обрабатывающего сектора за пять лет в регионе увеличилась на 32,9 %.

В целом по критерию «Стоимость промышленной продукции» Ульяновская область занимает 10-е место в рейтинге регионов Приволжского федерального округа и 49-е место в рейтинге регионов России.

В структуре промышленного производства Ульяновской области наибольшая доля приходится на обрабатывающее производство. За последние пять лет доля данного сектора незначительно уменьшилась, составив 84,5 %, что выше общероссийского и окружного показателей соответственно на 19,8 и 14,0 процентных пункта (табл. 2).

Таблица 2

Структура промышленного производства Ульяновской области по видам деятельности, %

Показатели	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2022 г. к 2018 г., ±
Промышленное производство – всего	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	х
Добыча полезных ископаемых	2,6	3,6	4,3	5,4	5,3	2,7
Обрабатывающие производства	84,7	86,4	84,6	83,9	84,5	-0,2
Обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха	9,4	7,5	8,1	7,3	7,6	-1,8
Водоснабжение; водоотведение, организация сбора и утилизация отходов, деятельность по ликвидации загрязнений	3,3	2,5	3,0	3,4	2,6	-0,7

Источник: составлено и рассчитано по данным [8].

Общая численность работников данного сектора экономики региона уменьшилась на 12,8 %, составив 92,3 тыс. человек, большая часть которых задействована в сфере обрабатывающего производства. С учетом представленных данных средний темп сокращения численности работников предприятий промышленности за последние пять лет составил 3,4 %. В масштабах российской экономики численность работающих в промышленном производстве за 2018–2022 гг. сократилась только на 2,5 %, составив 9 636,3 тыс. человек. Показатель динамики численности работников отрасли в год не превысил 1 %. В целом по регионам Приволжского федерального округа темп сокращения численности работников промышленного производства составил 6,3 %, или 1,6 % в год. На данный момент общая численность занятых в промышленном производстве Приволжского федерального округа составляет 224,2 тыс. человек. Доля работников промышленного производства региона в 2022 г. составила 4,1 % по федеральному округу (в 2018 г. – 1,1 %) и 1,0 % по стране в целом (в 2018 г. – 4,4 %).

Индексы промышленного производства свидетельствуют о неравномерной динамике развития сектора (рис. 1). Основной этап спада

промышленности приходится на 2020 г. В целом за 2018–2022 гг. общий темп роста объемов производства продукции промышленности в области соответствует 5,8 %, что ниже общероссийского показателя на 6,2 процентных пункта, окружного показателя – на 5,4 процентных пункта.

В 2022 г. индекс обрабатывающей промышленности области составил 92,5 %, что обусловлено влиянием антироссийских санкций. При этом следует отметить, что их влияние оказалось большее влияние на развитие промышленности региона по сравнению с общероссийским развитием промышленности. Снижение объемов производства в обрабатывающем сегменте в целом по стране составило только 1,3 %. Нивелированию влияния высоких темпов снижения обрабатывающего сектора на формирование индекса промышленного производства в регионе послужила положительная тенденция роста добычи полезных ископаемых, энергетики и водоснабжения – 102,8, 126,9 и 107,4 % соответственно.

В целом завершение деятельности на территории страны ряда крупных зарубежных компаний, таких как Vestas, DMG MORI и ООО «Мартур», а также частичная приостановка деятельности ООО «Бриджстоун Мануфэкчу-

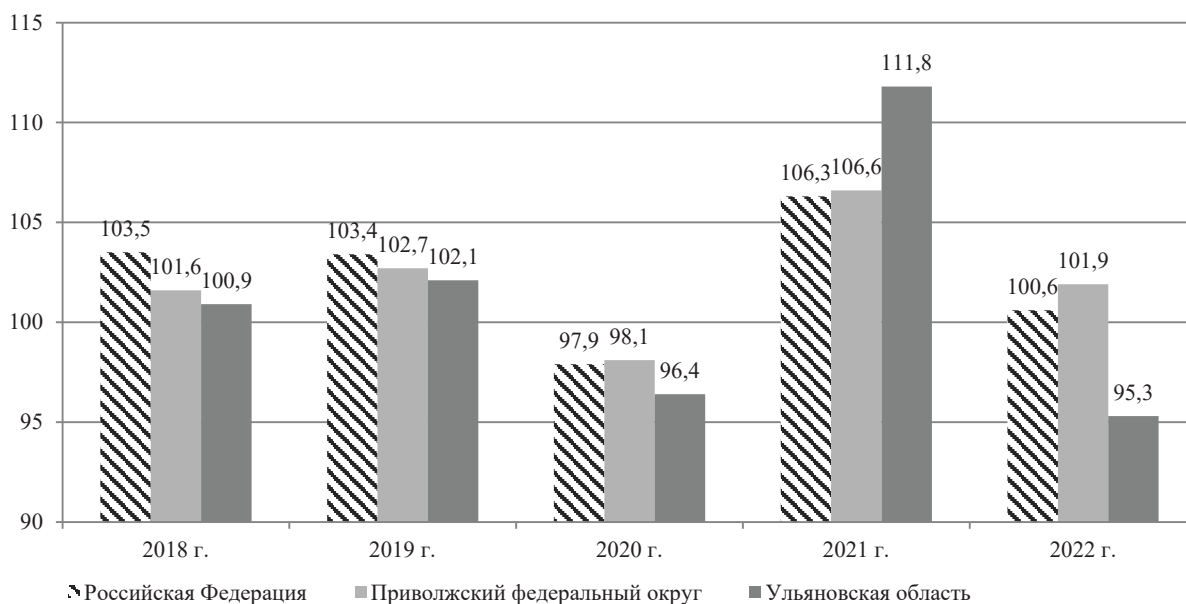


Рис. 1. Индексы промышленного производства Российской Федерации, регионов Приволжского федерального округа и Ульяновской области

ринг СНГ», ООО «Немак Рус», ООО «Исузу Рус», ООО «Джойсон Сейфти Системс Рус» и ООО «Шеффлер Рус» привели к тому, что индекс промышленного производства снизился до 95,3 %. Существенные проблемы в своем развитии испытывают предприятия автотранспортной отрасли, доля которых в объеме областного производства продукции промышленности составляет 20 %. Сокращение объемов производства за 2022 г. отмечено на таких предприятиях, как АО «Ульяновский моторный завод» (на 3 %), ООО «Федерал-Могул Димитровград» (на 7 %), ООО «ДААЗ» (на 32 %), ООО «Димитровградский завод порошковой металлургии» (на 34 %), ООО «Джойсон Сейфти Системс Рус» (в 2,6 раза).

При этом положительная динамика объемов промышленного производства сохранилась на ряде крупных предприятий, таких как филиал ПАО «Ил» – Авиастар – в 4,5 раза, АО «Аэрокомпозит-Ульяновск» – на 45 % больше продукции, чем в 2021 г. ООО «СК “Памир”» и ООО «Димитровградский литейный завод» характеризуются увеличением объемов производства на 32 и 73 % соответственно. В отрасли автомобилестроения объемы производства существенно увеличили ООО «УАЗ-Механосборочное производство» (рост в 2022 г. по сравнению с 2021 г. составил 83 %), ООО «УАЗ-Автокомпонент» (темп роста 26 %). В меньшей степени динамику роста демонстрируют ООО «Димитровградский вентиляционный завод» (14 %), ООО «Майор» (11 %), ООО «УАЗ» (10 %), ООО «Автодом» (6 %) и ООО «СИМАЗ» (только 1 %).

Несмотря на непростую экономическую ситуацию в стране, в 2022 г. в регионе реализовано 14 инвестиционных проектов с общим объемом инвестиций 10,4 млрд руб., в том числе завод по производству упаковки из гофрированного картона компании «Архбум» – 2,6 млрд руб., завод по производству литых автокомпонентов ООО «Немак» – 2,2 млрд руб., завод по производству электроустановочных изделий ООО «Легран Волга» – 2,0 млрд руб. Реализация данных проектов позволила создать 1 477 рабочих мест, соответственно по вышеуказанным заводам 250, 100 и 300 рабочих мест. Еще восемь инвесторов приступили

к реализации своих проектов в 2022 г. Общая сумма инвестиций в реализацию проектов составляет более 10 млрд руб.

Важно отметить, что по итогам 2022 г. в рамках промышленной кооперации было выявлено в общей сложности 257 кооперационных цепочек и проектов импортозамещения. Предположительная сумма инвестиций данных проектов может составить 800 млн руб. Положительной динамикой развития характеризуются предприятия высокотехнологичного направления (например, ООО «ТестГен», АО «ГНЦ НИИ-АР» и ООО НПФ «Сосны»).

В результате перечисленных преобразований финансовый результат деятельности промышленных предприятий региона в 2022 г. составил 23 352,9 млн руб., что выше уровня 2019 г. в 2,4 раза, 2020 г. – в 196,7 раза, 2021 г. – на 5,0 %. В 2018 г. данный сектор характеризовался отрицательным финансовым результатом, равным 4 930,9 млн руб.

Можно согласиться с мнением М.А. Шабковой, что «существующие перспективы промышленного отраслевого развития отечественной экономики в период санкционных ограничений связаны в первую очередь с преодолением существующих проблем и ограничений деятельности, поиском новых ниш и установлением более долгосрочных и устойчивых отношений, формированием новых бизнес-моделей с учетом полученного опыта» [10].

Среди ключевых направлений повышения конкурентоспособности региональной промышленности следует выделить развитие высокотехнологичных производств, техническое перевооружение, рост производительности труда. Приоритетным останется вопрос обеспечения предприятий промышленности кадрами. Еще одно важное направление – поиск новых ниш рынка, освобождаемых иностранными компаниями, и наращивание добавленной стоимости за счет развития кооперационных цепочек.

Новым вектором развития региональной промышленности могут стать технопарки (индустриальные парки «Промышленная зона “Заволжье”» и «Инза»), на создание и развитие которых выделено более 613 млн руб.

Устойчивое функционирование производственных систем, как за счет существующих, так и за счет новых программ импортозамещения остается ключевым направлением проектов, направленных на производство определенной высокотехнологичной линейки продукции. Существенным фактором развития отрасли остается использование кластерных инвестиций.

Литература

1. *Афанасьев А.А.* Промышленность России: текущее состояние и условия формирования // Вопросы инновационной экономики. 2023. Т. 13. № 1. С. 105–126.
2. *Афанасьев А.А.* Становление ограниченно открытой экономики суверенного типа в современной России: понятие, этапы, сущностные характеристики // Экономические отношения. 2022. № 3. С. 345–366.
3. *Доржиева В.В.* Цифровая трансформация промышленности и промышленная политика в условиях внешних ограничений // Вопросы инновационной экономики. 2023. Т. 13. № 2. С. 637–648.
4. *Ибрагимова Р.С.* Приоритетные направления реструктуризации промышленности России в условиях глобальных вызовов // Россия: тенденции и перспективы развития. 2023. № 18-1. С. 626–628.
5. *Климачев Т.Д., Карасев Д.А.* Исследование практики и системных проблем применения технологий четвертой промышленной революции в различных отраслях российской промышленности // Вопросы инновационной экономики. 2023. Т. 13. № 4.
6. *Коркин М.А.* Анализ развития российской промышленности в условиях импортозамещения // Управление. 2023. Т. 11. № 1. С. 29–39.
7. *Краковская И.Н.* Трансформация занятости в промышленности в условиях цифровизации: предпосылки и направления // Экономика труда. 2022. Т. 9. № 1. С. 97–112.
8. Российский статистический ежегодник. 2023: статистический сборник. М.: Росстат, 2023. 691 с.
9. *Урасова А.А., Щеглов Е.В.* Актуальные факторы стратегической конкурентоспособности промышленности субъектов Российской Федерации в новых условиях // Экономика, предпринимательство и право. 2023. Т. 13. № 2. С. 365–380.
10. *Шабыкова М.А.* Направления развития промышленности России в условиях санкционных ограничений // Финансовые рынки и банки. 2023. № 1. С. 115–120.
11. *Шацкий А.А.* Региональное развитие промышленности в Российской Федерации в условиях санкций и ограничений // Управление. 2023. Т. 11. № 2. С. 170–178.

Информация об авторе

Козин Илья Николаевич, аспирант, Ульяновский государственный университет.

E-mail: koin@unikomlc.ru

Чувашлова Марина Владимировна, декан факультета управления, доктор экономических наук, доцент, Ульяновский государственный университет.

E-mail: chuvashlova@mail.ru

Козин Андрей Николаевич, заместитель генерального директора, Центр развития промышленности Ульяновской области

E-mail: andrey_82@mail.ru

I.N. KOZIN,
Postgraduate Student
Ulyanovsk State University

M.V. CHUVASHLOVA,
Doctor of Economics, Associate Professor
Ulyanovsk State University

A.N. KOZIN,
Deputy General Director
Industrial Development Center of the Ulyanovsk region

STATE AND DIRECTIONS FOR INCREASING COMPETITIVENESS OF REGIONAL INDUSTRY

Abstract. The competitiveness of industry is an essential factor and condition for the economic development of the Russian Federation. The work characterizes the state of development of Russian industrial production in the context of sanctions pressure, identifies the main factors hindering the development of this industry in recent years, such as the severance of cooperative ties, restriction of the activities of most foreign companies in Russia, import dependence, low level of digital infrastructure, local implementation of technologies, technological unemployment, lack of highly qualified employees, low level of automation and innovation activity, poor technology uptake, low level of digital literacy of specialists and management personnel in the industrial sector, insufficient financial resources for the development of the industry, underdeveloped social responsibility of companies, etc. With the help of statistical indicators, the dynamics of the development of regional industrial production were analyzed, and the directions for the development of this sector were determined. It has been proven that, despite a number of destructive factors, the total volume of industrial production in Russia has increased over the past five years. The industry of the Ulyanovsk region demonstrates similar dynamics. Among the key sectors for increasing the level of competitiveness of the region's industrial sector, one can highlight the development of high-tech industries, technical re-equipment, and growth in labor productivity.

Keywords: industry, competitiveness, development factors, sanctions, region, production dynamics.

References

1. Afanasyev A.A. Industry of Russia: current state and conditions of formation // *Issues of Innovative Economics*. 2023. Vol. 13. No. 1. P. 105–126.
2. Afanasyev A.A. The formation of a limited open economy of the sovereign type in modern Russia: Concept, stages, essential characteristics // *Economic Relations*. 2022. No. 3. P. 345–366.
3. Dorzhieva V.V. Digital transformation of industry and industrial policy in the context of external restrictions // *Issues of Innovative Economics*. 2023. Vol. 13. No. 2. P. 637–648.
4. Ibragimova R.S. Priority directions for restructuring Russian industry in the context of global challenges // *Russia: Trends and Development Prospects*. 2023. No. 18-1. P. 626–628.
5. Klimachev T.D., Karasev D.A. Study of practice and systemic problems of application of technologies of the fourth industrial revolution in various sectors of Russian industry // *Issues of Innovative Economics*. 2023. Vol. 13. No. 4.
6. Korkin M.A. Analysis of the development of Russian industry in the conditions of import substitution // *Management*. 2023. Vol. 11. No. 1. P. 29–39.
7. Krakovskaya I.N. Transformation of employment in industry in the context of digitalization: prerequisites and directions // *Labor Economics*. 2022. Vol. 9. No. 1. P. 97–112.
8. Russian Statistical Yearbook. 2023: Statistical Collection. M.: Rosstat, 2023. 691 p.
9. Urasova A.A., Shcheglov E.V. Current factors of strategic competitiveness of industry of the constituent entities of the Russian Federation in new conditions // *Economics, Entrepreneurship and Law*. 2023. Vol. 13. No. 2. P. 365–380.
10. Shabykova M.A. Directions for the development of Russian industry under the conditions of sanctions restrictions // *Financial Markets and Banks*. 2023. No. 1. P. 115–120.
11. Shatsky A.A. Regional development of industry in the Russian Federation under conditions of sanctions and restrictions // *Management*. 2023. Vol. 11. No. 2. P. 170–178.

ФИНАНСЫ И КРЕДИТ

УДК 331.101.37

С.Г. АВДОНИНА,
кандидат экономических наук, доцент
Казанский (Приволжский) федеральный университет

А.И. ПОДГОРНАЯ,
кандидат экономических наук, доцент
Казанский (Приволжский) федеральный университет

С.И. ГРУДИНА,
кандидат экономических наук, доцент
Казанский (Приволжский) федеральный университет

УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТЬЮ В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОЙ БИЗНЕС-СРЕДЫ

Аннотация. Статья посвящена исследованию возможностей управления финансовой устойчивостью российских хозяйствующих субъектов в современных условиях нестабильной бизнес-среды. Цель статьи – изучение методов управления предпосылками возникновения финансовой несостоятельности для управления финансовой устойчивостью хозяйствующего субъекта в постоянно меняющихся условиях ведения бизнеса. Идея является актуальной, поскольку внешние экономические ограничения, высокий уровень инфляции, быстрые изменения валютного курса, рынков сбыта, перестройка логистических цепочек оказывают прямое влияние на деятельность современных российских хозяйствующих субъектов. Стратегической целью хозяйствующего субъекта становится внедрение интегрированной системы финансовых и нефинансовых показателей, характеризующих имеющиеся у него ресурсы для успешного функционирования в условиях нестабильной экономической среды. Существует очень много моделей для диагностики неплатежеспособности, несостоятельности хозяйствующих субъектов. Однако нет единого подхода по выбору и адаптации моделей диагностики финансовой несостоятельности хозяйствующих субъектов. Управление финансовой устойчивостью хозяйствующего субъекта в значительной мере реализуется с учетом специфики различных отраслей экономики. В статье приводится классификация основных направлений управления финансовой устойчивостью для каждого вида антикризисного управления, система управления, уровни управления финансовой устойчивостью, предлагается к рассмотрению акцент на выявление кризисного поля хозяйствующего субъекта.

Ключевые слова: финансовая устойчивость, нестабильность, неопределенность, кризисное поле, опережающее антикризисное управление, упреждающее антикризисное управление, превентивное антикризисное управление.

В настоящее время вопросы обеспечения финансовой устойчивости и платежеспособности российских хозяйствующих субъектов являются весьма актуальными. Цель данной статьи – изучение методов управления предпосылками возникновения финансовой несостоятельности для управления финансовой устойчивостью

хозяйствующего субъекта в условиях нестабильной бизнес-среды. Обеспечение финансовой устойчивости касается долгосрочных целей развития хозяйствующего субъекта. Достижение допустимого показателя финансовой устойчивости имеет значения как для клиентов и партнеров предприятия, так и для его соб-

ственников, менеджмента и персонала. Напротив, платежеспособность является краткосрочной характеристикой финансового состояния, и в ее обеспечении заинтересованы кредиторы хозяйствующего субъекта.

Изучению данного предмета исследования посвящены работы многих известных экономистов [1, 2, 3, 4,]. По мнению Т.И. Григорьевой, финансовая устойчивость может быть определена как возможность обеспечения роста деловой активности при сохранении платежеспособности в условиях допустимого уровня финансового риска. По ее мнению, можно выделить три зоны, требующие особого внимания при анализе финансовой устойчивости: структура капитала, сохранение ликвидности и платежеспособности и допустимые финансовые риски [2]. Управление финансовой устойчивостью хозяйствующего субъекта в классической литературе рассматривается как целенаправленное воздействие на финансовое положение предприятия в конкретном направлении для достижения поставленных целей при наименьших затратах.

Следовательно, финансовая устойчивость – это многоплановое понятие. Традиционно факторы, влияющие на финансовую устойчивость, условно можно разделить на две группы: внутренние и внешние. На внутренние факторы хозяйствующий субъект, как правило, может оказывать непосредственное влияние. В них заключается экономический потенциал преодоления кризиса. К таким факторам могут быть отнесены: система менеджмента и маркетинга, структура активов и капитала, уровень финансовых рисков, ассортиментная политика и др. К внешним, не зависящим от деятельности хозяйствующего субъекта факторам, можно отнести: стабильность законодательной базы и налоговой системы, инфляция, уровень реальных доходов населения, спрос на продукцию, политическая обстановка в стране, международная конкуренция и др.

Если финансовая устойчивость – это допустимый для стабильной хозяйственной деятельности интервал изменений показателей, при помощи которых можно оценить финансовое состояние хозяйствующего субъекта в условиях нестабильной внешней среды, то управле-

ние финансовой устойчивостью существенно сокращает финансовые риски компании. Данный подход основан на анализе показателя финансового риска деятельности компании в зависимости от доли заемных средств в общей величине капитала. Он помогает оценить вероятность нарушения выполнения платежных обязательств.

Мы предлагаем рассмотреть данное понятие в контексте способности хозяйствующего субъекта управлять своими финансовыми обязательствами в перспективе устойчивого развития. Под управлением следует понимать диагностику, выбор индикаторов кризисного поля, анализ ситуации и принятие управленческих решений.

Для управления финансовой устойчивостью предприятия выбираются ключевые количественные индикаторы, в виде набора параметров с учетом целевых ориентиров. Можно выделить два основных направления выбора параметров: количественный и качественный [7]. На сегодняшний день нет единой методики или модели для диагностики неплатежеспособности и финансовой несостоятельности хозяйствующих субъектов. Это связано с тем, что данные модели в основном разрабатываются для различных видов экономической деятельности хозяйствующих субъектов с учетом их специфики.

В зависимости от воздействия факторов кризиса на хозяйствующий субъект можно выделить основные направления управления финансовой устойчивостью: управление для поддержания устойчивого развития хозяйствующего субъекта и антикризисное управление, основной задачей которого является восстановление утраченной устойчивости [8]. Управление финансовой устойчивостью необходимо не только на стадии до возникновения кризиса (в данном случае целью управления финансовой устойчивостью является предотвращение этого кризиса), но и на стадии уже возникшего кризиса как превентивная мера предупреждения новых кризисов и восстановления бизнеса после кризиса [9]. В связи с этим можно выделить следующие виды управления финансовой устойчивости (табл. 1).

**Направления управления финансовой устойчивостью
для каждого вида антикризисного управления**

Вид антикризисного управления	Характеристика	Инструменты управления финансовой устойчивостью
Опережающее антикризисное управление	Анализ и контроль финансово-экономического состояния. Антикризисное управление, направленное на поддержание текущих показателей финансовой устойчивости	Мониторинг, опережающая диагностика, инструменты поддержания устойчивости, превентивные меры
Упреждающее антикризисное управление	Анализ и контроль финансово-экономического состояния. Обнаружение неявных факторов для предотвращения кризисной ситуации. Управление по слабым сигналам	Контроль за финансовыми показателями устойчивости, диагностика, механизмы поддержания существующего уровня финансовой устойчивости, превентивные меры
Реактивное антикризисное управление	Разработка стратегического плана выхода из кризисного положения. Восстановление финансовой устойчивости	Оперативная реструктуризация деятельности хозяйствующего субъекта. Стратегическая реструктуризация деятельности хозяйствующего субъекта

Опережающее и упреждающее антикризисное управление может осуществляться начиная с определения кризисного поля, которое является ориентиром для прогнозирования антикризисного потенциала хозяйствующего субъекта. Кризисное поле представляет собой выявление методом экспресс-диагностики кризис-индикаторов хозяйствующего субъекта, обеспечивающих его антикризисный потенциал [10]. Данный метод позволяет опреде-

лить проблемные зоны до проявления явных признаков несостоятельности хозяйствующих субъектов и на качественном уровне решать проблему повышения антикризисного потенциала. Главная цель метода «Кризисное поле» заключается в том, чтобы заранее выявить признаки надвигающегося кризиса и оценить его масштабность для последующей разработки корректирующих мер (рис. 1).

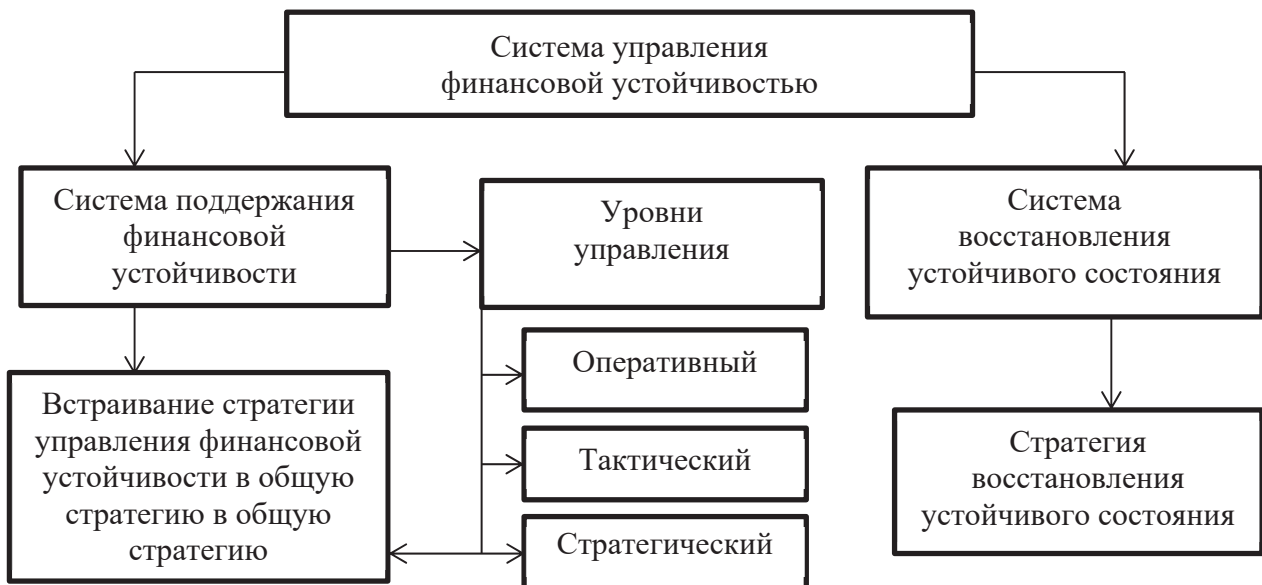


Рис. 1. Система управления финансовой устойчивостью

В зависимости от фактора времени и степени глобальности решаемых задач управление финансовой устойчивостью может реализовываться на оперативном, тактическом и стратегическом уровне.

Подсистема поддержания достигнутого уровня финансовой устойчивости имеет вспомогательный и перманентный характер, поскольку, с одной стороны, предупреждение кризиса – постоянная задача жизнеобеспечения хозяйствующего субъекта, а с другой – поддержание устойчивости хозяйствующего субъекта в ходе его деятельности создает предпосылки для достижения стратегических целей.

В то же время подсистема восстановления финансовой устойчивости играет особую самостоятельную роль только в определенном случае. Угроза утраты устойчивости и разрушения бизнеса приводит управление устойчивостью в плоскость стратегических задач, поскольку от этого зависит дальнейшая жизнеспособность бизнеса.

Для каждого уровня управления существуют свои антикризисные инструменты (табл. 2).

Оперативный уровень управления финансами связан с реализацией мер по повышению эффективности использования финансовых средств и поддержанию соответствующего уровня ликвидности, эффект от которых проявляется в краткосрочном периоде. Построение системы оперативного управления финансовой устойчивости будет являться одной из важнейших задач финансового менеджмента, так как на этом уровне можно минимизировать большинство финансовых проблем и рисков [11].

На тактическом уровне управления устойчивостью обеспечивается контроль финансового равновесия за счет применения инструментов политики управления оборотным и основным капиталом. Суть этого процесса заключается в поддержании восстановительного порога сопротивляемости бизнеса негативным факторам кризиса (необходимость обеспечить притока финансовых ресурсов над их потреблением).

Стратегический уровень предполагает решения долгосрочного характера, предусматривающие осуществление инвестиций в поддержание функционирования бизнеса и его развитие. Ключевой инструмент стратегического уровня управления – разработка стратегии.

В условиях быстро меняющейся бизнес-среды стратегические горизонты весьма размыты, и рыночный успех компании будет зависеть от скорости реагирования на внешние угрозы. Нестабильные условия функционирования компании выводят на первый план тактическое и оперативное управление финансовой устойчивостью.

Существуют различные критерии низкой финансовой устойчивости хозяйствующего субъекта. Одним из них является отсутствие у компании собственных оборотных средств и необходимость использования заемного финансирования для обеспечения текущей хозяйственной деятельности. Зависимость от внешних источников финансирования находит отражение в относительных показателях финансовой устойчивости. Высокая доля заемного капитала в валюте баланса связана с повышенными рисками утраты ликвидности и банкротства.

Таблица 2

Уровни управления финансовой устойчивостью хозяйствующего субъекта

№ этапа	Уровни управления	Этап	Инструменты
1	Оперативный	Восстановление порога сопротивляемости	Влияние на все характеристики финансового состояния (прибыльность и ликвидность бизнеса)
2	Тактический	Поддержание финансового равновесия	Балансирование ликвидности бизнеса
3	Стратегический	Обеспечение устойчивого развития и роста фундаментальной стоимости бизнеса	Управление темпами роста, факторами фундаментальной стоимости, инвестициями развития, восстановления финансовой устойчивости хозяйствующего субъекта

Соотношение дебиторской и кредиторской задолженности является важным показателем контроля над финансовой устойчивостью. В условиях нестабильной бизнес-среды организации, являющиеся нетто-заемщиками, генерируют повышенные риски банкротства и утраты платежеспособности.

Большое значение имеет обеспечение достаточного уровня рентабельности собственного капитала и оборачиваемости активов. Надлежащее исполнение текущих обязательств можно обеспечить за счет поддержания определенной доли наиболее ликвидных активов в структуре баланса. Тщательное отслеживание перечисленных индикаторов будет направлено на поддержание текущего уровня финансовой устойчивости и предотвращение кризисной ситуации.

Таким образом, управление финансовой устойчивостью необходимо не только на стадии до возникновения кризиса, но и на стадии уже возникшего кризиса как превентивная мера предупреждения новых кризисов и восстановления бизнеса после кризиса. Опережающее и упреждающее антикризисное управление может осуществляться начиная с определения кризисного поля, которое является ориентиром для прогнозирования антикризисного потенциала хозяйствующего субъекта.

В зависимости от фактора времени и степени глобальности решаемых задач управление финансовой устойчивостью может реализовываться на оперативном, тактическом, стратегическом уровне. Для каждого уровня управления существуют свои антикризисные инструменты. Оперативный уровень управления финансовой устойчивостью связан с реализацией мер по повышению эффективности использования финансовых средств и поддержанию соответствующего уровня ликвидности. На тактическом уровне обеспечивается контроль финансовой устойчивости за счет применения инструментов политики управления оборотным и основным капиталом. Стратегическим направлением является комплексное улучшение финансового состояния за счет осуществления инвестиций в развитие бизнеса.

Следует отметить, что управление финансовой устойчивостью хозяйствующего субъекта в значительной мере реализуется с учетом специфики различных отраслей экономики.

Литература

1. Савицкая Г.В. Экономический анализ: учебник. 15-е изд., испр. и доп. М.: Инфра-М, 2022. 514 с.
2. Григорьева Т.И. Финансовый анализ для менеджеров: оценка, прогноз. 3-е изд., испр. и доп. М.: Юрайт, 2015. 124 с.
3. Грачев А.В. Анализ и управление финансовой устойчивостью предприятия: учебно-практическое пособие. М.: Финпресс, 2002. 208 с.
4. Инструменты и методы антикризисного управления: учебник / под ред. А.Н. Ряховской, Л.В. Волкова. М.: Магистр, 2021. 624 с.
5. Дмитриева С.И., Барабанищikov В.Ю. Сущность, факторы и меры по отраслевому управлению финансовой устойчивости бизнеса // Инновационная наука. 2020. № 12. С. 68–72.
6. Фаянцева Е.Ю. Внутренний контроль как метод управления финансовой устойчивостью компании в условиях экономической нестабильности // Вестник Финансового университета. 2014. № 3. С. 43.
7. Podgornaya A.I., Grudina S.I., Avdonina S.G. Anticrisis Potential of Innovative Enterprises (Russia and Germany Case Study) // The Proceedings of 6th World Conference on Educational Sciences (Malta, June 2, 2015). Vol. 191. P. 275–279.
8. Podgornaya A.I., Grudina S.I. Self-Developing Systems in the Conditions of Anti-Recessionary Management // Procedia Economics and Finance. 2015. Vol. 23. P. 1074–1078.
9. Podgornaya A.I., Grudina S.I., Avdonina S.G. An Enterprise Flexible Development Model // Procedia Economics and Finance. 2015. Vol. 24. P. 519–522.
10. Datsyk A.A., Podgornaya A.I., Grudina S.I., Avdonina S.G. The formation of organization flexible development strategy // Academy of Strategic Management Journal. 2016. Vol. 15. No. 1. P. 75–82.
11. Mironova M.D., Nugumanova L.F., Markova S.V. Company management based on predictable sustainability of activities in an environment of uncertainty // International Multidisciplinary Scientific Geo-Conference Surveying Geology and Mining Ecology Management, SGEM. 2018. Vol. 18. Is. 5.3. P. 143–150.

Информация об авторах

Авдони́на Софья Геннадьевна, кандидат экономических наук, доцент, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

E-mail: avdoninas@yahoo.com

Подгорная Алла Игоревна, кандидат экономических наук, доцент, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

E-mail: oreola77@mail.ru

Грудина Светлана Игоревна, кандидат экономических наук, доцент, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

E-mail: switki@yandex.ru

S.G. AVDONINA,

PhD in Economics, Associate Professor

Kazan (Volga Region) Federal University

A.I. PODGORNAYA,

PhD in Economics, Associate Professor

Kazan (Volga Region) Federal University

S.I. GRUDINA,

PhD in Economics, Associate Professor

Kazan (Volga Region) Federal University

MANAGING FINANCIAL STABILITY IN AN UNSTABLE BUSINESS ENVIRONMENT

Abstract. The article is devoted to the study of the possibilities of managing the financial stability of Russian business entities in modern conditions of an unstable business environment. The purpose of the article is to study methods for managing the prerequisites for the occurrence of financial insolvency to manage the financial stability of an economic entity in an unstable business environment. The idea is relevant, since external economic restrictions, high inflation, rapid changes in exchange rates, sales markets, and restructuring of supply chains have a direct impact on the activities of modern Russian business entities. The strategic goal of an economic entity is the introduction of an integrated system of financial and non-financial indicators that characterize the resources it has for successful functioning in an unstable economic environment. There are many models for diagnosing insolvency and insolvency of business entities. However, there is no single approach to selecting and adapting models for diagnosing the financial insolvency of business entities. Financial stability management is largely implemented taking into account the specifics of various sectors of the economy. The article provides a classification of the main areas of financial stability management for each type of anti-crisis management, a management system, levels of financial stability management, and proposes for consideration an emphasis on identifying the crisis field of an economic entity.

Keywords: financial stability, instability, uncertainty, crisis field, proactive crisis management, proactive crisis management, preventive crisis management.

References

1. *Savitskaya G.V.* Economic analysis: textbook. 15th ed., rev. and additional. M.: Infra-M, 2022. 514 p.
2. *Grigorieva T.I.* Financial analysis for managers: assessment, forecast. 3rd ed., rev. and additional. M.: Yurayt, 2015. 124 p.
3. *Grachev A.V.* Analysis and management of the financial stability of an enterprise: educational and practical guide. M.: Finpress, 2002. 208 p.
4. Tools and methods of crisis management: textbook / ed. by A.N. Ryakhovskaya, L.V. Volkov. M.: Master, 2021. 624 p.
5. *Dmitrieva S.I., Barabanshchikov V.Yu.* Essence, factors and measures for industry management of business financial sustainability // Innovative Science. 2020. No. 12. P. 68–72.

6. *Fayantseva E.Yu.* Internal control as a method of managing the financial stability of a company in conditions of economic instability // *Bulletin of the Financial University*. 2014. No. 3. P. 43.

7. *Podgornaya A.I., Grudina S.I., Avdonina S.G.* Anticrisis Potential of Innovative Enterprises (Russia and Germany Case Study) // *The Proceedings of 6th World Conference on Educational Sciences (Malta, June 2, 2015)*. Vol. 191. P. 275–279.

8. *Podgornaya A.I., Grudina S.I.* Self-Developing Systems in the Conditions of Anti-Recessionary Management // *Procedia Economics and Finance*. 2015. Vol. 23. P. 1074–1078.

9. *Podgornaya A.I., Grudina S.I., Avdonina S.G.* An Enterprise Flexible Development Model // *Procedia Economics and Finance*. 2015. Vol. 24. P. 519–522.

10. *Datsyk A.A., Podgornaya A.I., Grudina S.I., Avdonina S.G.* The formation of organization flexible development strategy // *Academy of Strategic Management Journal*. 2016. Vol. 15. No. 1. P. 75–82.

11. *Mironova M.D., Nugumanova L.F., Markova S.V.* Company management based on predictable sustainability of activities in an environment of uncertainty // *International Multidisciplinary Scientific GeoConference Surveying Geology and Mining Ecology Management, SGEM*. 2018. Vol. 18. Is. 5.3. P. 143–150.

ВОПРОСЫ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА

УДК 338.242

Л.Г. НИГМАТУЛЛИНА,

кандидат экономических наук, доцент

Казанский (Приволжский) федеральный университет

С.М. ЛУГОВНИНА,

кандидат экономических наук, доцент

Поволжский государственный технологический университет

МОТИВЫ ИЗОБРЕТАТЕЛЬСКОЙ АКТИВНОСТИ В ВЫСШЕМ УЧЕБНОМ ЗАВЕДЕНИИ

Аннотация. В работе рассмотрены вопросы, касающиеся мотивации изобретательской активности в высшем учебном заведении. Для выявления основных мотивов изобретательской активности было проведено анкетирование среди ученых Казанского государственного университета. В анкетировании приняли участие 25 респондентов из числа наиболее активных в изобретательском отношении ученых институтов университета, имеющих большее количество патентов на изобретения. За период времени с 2018 по 2022 г. наибольшую изобретательскую активность показали институт фундаментальной медицины и биологии, институт геологии и нефтегазовых технологий, инженерный институт и институт физики. Именно по данным направлениям науки проводятся фундаментальные и прикладные исследования и разработки, которые определены в университете как приоритетные и перспективные. Результаты проведенного анкетирования показали, что среди факторов, способствующих изобретательской активности, основным является внутренняя мотивация (70,8 % ответов респондентов), которая включает, в том числе, материальное стимулирование изобретателей (64 %) и обусловило желание респондентов обеспечить материально-правовую базу для стимулирования (морального и материального) автора – создателя объекта интеллектуальной собственности (52 %). Факторами, препятствующими творческой активности, были названы: нехватка времени на изобретательскую деятельность (47,8 %); не внедрение разработок (30,4 % респондентов); проблемы, связанные с организацией бизнеса, его финансированием и маркетингом (все по 32 %).

Ключевые слова: мотивы изобретательской активности, положительные и отрицательные факторы изобретательской активности ученых, моральные и материальные факторы, объекты интеллектуальной собственности, инновационная деятельность в высших учебных заведениях.

Подходы к оценке научной деятельности в целом основаны на учете и оценке различных показателей, которые можно разделить на экономические и наукометрические.

Номенклатура показателей различных видов научной деятельности и продукции может содержать довольно большое количество наименований, но постоянно пополняться ввиду расширения научной сферы и областей исследова-

ния. Оба подхода, как известно, носят относительный и субъективный характер [1].

Одним из показателей инновационной активности является творческая (изобретательская) активность. Условием и содержанием творческой активности в свою очередь являются мотивы, побуждающие ученых, работников интеллектуального труда постоянно проявлять изобретательскую активность. С целью выяв-

ния мотивов, стимулирующих творческую деятельность ученых университета, было проведено анкетирование среди наиболее активных изобретателей, выражающееся количеством поданных заявок на изобретения и полученных положительных решений о выдаче патентов [2]. Данные о количестве патентов на изобретения, полученных основными структурными подразделениями (институтами) КФУ за период с 2018 по 2022 г., представлены в табл. 1.

За период времени с 2018 по 2022 г. наибольшую изобретательскую активность показали Институт фундаментальной медицины и биологии, Институт геологии и нефтегазовых технологий, Инженерный институт и Институт физики. Исследования и разработки перечисленных структурных подразделений университета определены как приоритетные и перспективные.

В анкетировании приняло участие всего 25 респондентов из числа ученых вышеперечисленных институтов, хотя ожидалось, что количество ответивших на вопросы анкеты будет гораздо больше.

Анализируя результаты анкетирования, было отмечено, что средний возраст изобретателей составляет примерно 40 лет, с преобладанием лиц старшего возраста. Как показывает практика, в число соавторов изобретений, как правило, включают руководителей проводимых исследований и руководителей соответствующих подразделений, а также молодых ученых (магистрантов, аспирантов и другие категории молодых ученых), которые непосред-

ственно проводят исследования и испытания, а затем и составляют описание изобретения.

Целью анкетирования изобретателей – ученых университета было выявление основных факторов, влияющих на изобретательскую активность респондентов и определение мер, способствующих повышению ее эффективности.

Изобретательство – это творческий процесс, требующий затрат интеллектуального труда, глубоких профессиональных знаний, владения методикой решения изобретательских задач, наконец, времени для генерирования новой идеи и материализации ее в описании технического решения, а затем составления заявки на получение охранного документа, например, патента. То есть изобретательство – это довольно трудоемкий процесс, требующий затрат интеллектуальных ресурсов и времени [8].

По результатам анкетирования были сделаны следующие выводы.

В качестве основных факторов, способствующих активизации изобретательского творчества ученых явились амбиции и стремление к творческому самовыражению (44 % респондентов), что является, в том числе, внутренним мотивом (70,8 %). По мнению 45,8 % респондентов, способствует творческой активности ученых благоприятная творческая обстановка в коллективе.

Отмечена положительная роль в активизации и содействии изобретательской деятельности ученых и сотрудников такого подразделения университета как патентно-лицензионного отдела (66,7 %). Также институт и кафедры

Таблица 1

Количество патентов на изобретения, полученных основными структурными подразделениями (институтами) КФУ за период с 2018 по 2022 г., шт.

Основные структурные подразделения (институты) КФУ	Годы					Всего
	2018	2019	2020	2021	2022	
Институт фундаментальной медицины и биологии	16	14	11	16	12	69
Институт геологии и нефтегазовых технологий	2	4	6	8	10	30
Инженерный институт	1	1	8	3	13	26
Институт физики	6	6	3	5	4	24
Химический институт имени А.М. Бутлерова	1	1	2	2	8	14
Институт экологии и природопользования	–	–	2	2	1	5
Итого	30	26	31	35	46	168

способствуют изобретательской активности коллег (соответственно 37,5 и 16,7 %).

В основе мотивов творческой (изобретательской) активности ученых, на наш взгляд, независимо от сферы деятельности и статуса субъекта лежат внутренние стимулы, а именно стремление к творчеству как высшей ступени потребностей. Именно возможность и умение генерировать новые идеи и создавать уникальные технические решения является источником самоутверждения и, в хорошем смысле, удовлетворения тщеславных амбиций ученого-исследователя. В настоящее время одной из возможностей проявить свои творческие способности также является участие сотрудников университета в грантовых проектах, конкурсах и др., отсюда еще одним фактором, стимулирующим творческую активность – это стремление решить техническую задачу в рамках научно-исследовательской работы (36 %). Еще одним фактором, способствующим желанию получить патент на техническое решение, является возможность получить еще одну публикацию, так как патент на изобретение приравнивается к публикации в журналах, аффилированных ВАК (28 %) [7, 10].

Как известно, получение охранного документа на техническое решение и подтверждение тем самым статуса объекта интеллектуальной собственности не считается основной целью изобретателя – новатора. Конечной целью, и это очевидно, является коммерциализация созданного объекта интеллектуальной собственности, что, конечно же, должно принести как моральный, так и материальный результат автору – создателю данного объекта. В связи с этим возможность в перспективе внедрить результат технического творчества и создать малое инновационное предприятие по его внедрению и иному коммерческому использованию 37,5 % респондентов отметили как один из мотивов активизации изобретательской деятельности [5, 9].

Известно также, что только моральное удовлетворение амбиций изобретателя является недостаточным стимулом изобретательской активности. Положительное решение о выдаче охранного документа на объект интеллектуальной собственности, подтверждающий его ста-

тус, а затем возможность его внедрения (коммерциализации) до 1990-х гг. в нашей стране являлось основанием для материального стимулирования изобретателей [3, 4].

Данное положение реализовывалось в соответствии с Законом СССР от 31.05.1991 № 2213-1 «Об изобретениях в СССР», согласно которому автору изобретения по договору с работодателем – правообладателем полагалось вознаграждение при использовании данного технического решения в размере не менее 15 % от прибыли в год, а при заключении лицензионного договора после выручки от продажи лицензии – в размере не менее 20 % от выручки, причем в данном случае, в соответствии со ст. 32 данного закона, без ограничений в выплате максимального размера вознаграждения. То есть, по усмотрению правообладателя, размер вознаграждения мог быть не ограничен [3].

В настоящее время на официальном уровне также разрабатываются поощрительные меры для изобретателей – авторов технических решений, предусматривающие существенные изменения в сторону увеличения материального стимулирования авторов изобретений. В частности, для научных учреждений и образовательных организаций высшего образования вознаграждение предусмотрено в размере 50 %, вознаграждающихся работодателем [3, 4].

То есть в случае коммерциализации объекта интеллектуальной собственности, созданного в рамках данного учреждения, распределение дохода между автором и работодателем осуществляется поровну, т. е. 50 на 50. Это говорит об актуальности и необходимости справедливого распределения вознаграждения и повышения значимости творческого процесса при создании объекта интеллектуальной собственности. Признаются равнозначными по трудоемкости процессами создание технического решения (роль автора) и внедрение (коммерциализация) объекта интеллектуальной собственности (роль правообладателя). В основе данного решения, на наш взгляд, реализуется подход «выиграл – выиграл» как конкурентная стратегия бизнеса [6].

В качестве факторов, препятствующих изобретательской активности, респонденты назвали большую загруженность в связи с выпол-

нением текущей учебно-методической работы и нехватку времени на творческую изобретательскую деятельность (47,8 %). Еще одна проблема связана с ощущением отсутствия целесообразности создания объектов интеллектуальной собственности (изобретений), так как они большей частью не внедряются (30,4 % респондентов), а также, по мнению 21,7 % респондентов, изобретательская деятельность никак не поощряется в коллективе.

Одной из основных проблем является проблема внедрения создаваемых охраноспособных разработок. Особенно остра эта проблема, на наш взгляд, стоит для высших учебных заведений, где научно-исследовательские работы связаны с направлением научной специализации ведущих ученых подразделения университета. Известно, что для успешной коммерциализации объектов интеллектуальной собственности должна быть обеспечена «рыночная тяга», т. е. рыночный спрос. В связи с этим у изобретателей – ученых возникают проблемы, связанные с организацией бизнеса, его финансированием и маркетингом (все по 32 %).

Итак, результаты проведенного анкетирования показали, что среди факторов, способствующих изобретательской активности, основным является внутренняя мотивация (70,8 % ответов респондентов), которая включает, в том числе, материальное стимулирование изобретателей (64 %) и обусловила желание респондентов обеспечить материально-правовую базу для стимулирования (морального и материального) автора – создателя объекта интеллектуальной собственности (52 %).

Факторами, препятствующими творческой активности, были названы: нехватка времени на изобретательскую деятельность (47,8 %); не внедрение разработок (30,4 % респондентов); проблемы, связанные с организацией бизнеса, его финансированием и маркетингом (все по 32 %).

Литература

1. *Нигматуллина Л.Г.* Изобретательская активность как показатель развития инновационной деятельности высшего учебного заведения // Ин-

новационная парадигма экономических механизмов хозяйствования: сборник научных трудов VIII Международной научно-практической конференции. Симферополь, 2023. С. 408–411.

2. *Нигматуллина Л.Г.* Инновационная экономика России: проблемы развития // Инновационные машиностроительные технологии, оборудование и материалы – 2022 (МНТК «ИМТОМ-2022»): материалы XI Международной научно-технической конференции. Казань, 2022. Ч. 1. С. 264–267.

3. Закон СССР от 31.05.1991 № 2213-1 «Об изобретениях в СССР».

4. Постановление Правительства РФ от 2 июня 2023 г. № 921 «О внесении изменения в Правила выплаты вознаграждения за служебные изобретения, служебные полезные модели, служебные промышленные образцы».

5. *Пильчугов А.В., Костин А.А., Орлова Т.С.* Мотивация изобретательской деятельности как часть системы управления интеллектуальной собственностью // Управление интеллектуальным капиталом: материалы Международной научно-практической конференции (Екатеринбург, 27 апреля 2012 г.). Екатеринбург: Издательство Уральского государственного экономического университета, 2012.

6. *Chumarina G.R., Abulkhanova G.A., Fakhrutdinova L.R.* Improvement of motivation system of restaurant business organization // *Astra Salvensis*. 2017. Vol. 2017. P. 127–136.

7. *Fakhrutdinova L.R., Syradoev D.V., Terehova T.A., Antonova N.V.* Organizational Forms and Methods of Production Management Control // *Mediterranean Journal of Social Sciences*. 2015. Vol. 6. Is. 3. P. 727.

8. *Fakhrutdinova L.R., Eidelman B.M., Rozhko M.V., Pratchenko O.V.* Methodological Approaches of Formation of Evaluative Indicators of Quality of Life // *Mediterranean Journal of Social Sciences*. 2014. Vol. 5. Is. 24. P. 251–255.

9. *Lugovnina S.M., Nigmatullina L.G., Fakhrutdinova L.R.* Features of crisis management at the enterprises of a housing and communal services and infrastructure // *Ad Alta: Journal of Interdisciplinary Research*. 2020. Vol. 10. Is. 2. P. 124–126.

10. *Bodrov R.G., Kokh I.A., Khairullov D.S.* Managing sustainable development of the regional economy in the conditions of Russian's accession into WTO // *Academy of Strategic Management Journal*. 2016. Vol. 15. Spec. Is. 1. P. 154–160.

Информация об авторах

Нигматуллина Лилия Габдулахатовна, кандидат экономических наук, доцент, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

E-mail: LGNigmatullina@kpfu.ru

Луговнина Светлана Михайловна, кандидат экономических наук, доцент, Поволжский государственный технологический университет.

E-mail: lugovninasm@yandex.ru

L.G. NIGMATULLINA,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Kazan (Volga Region) Federal University

S.M. LUGOVNINA,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Volga State Technological University

MOTIVES OF INVENTIVE ACTIVITY IN HIGHER EDUCATION

Abstract. The paper discusses issues related to the motivation of inventive activity in higher education. To identify the main motives of inventive activity, a survey was conducted among scientists of Kazan State University. The survey was attended by 25 respondents from among the most inventively active scientists of the university institutes with a larger number of patents for inventions.

During the period from 2018 to 2022, the Institute of Fundamental Medicine and Biology, the Institute of Geology and Oil and Gas Technologies, the Engineering Institute and the Institute of Physics showed the greatest inventive activity. It is in these areas of science that fundamental and applied research and development are carried out, which are identified at the university as priority and promising.

The results of the survey showed that among the factors contributing to inventive activity, the main one is internal motivation (70,8 % of respondents' responses), which includes, among other things, material incentives for inventors (64 %) and determined the respondents' desire to provide a material and legal basis for stimulating (moral and material) the author – creator of the intellectual property object (52 %). Factors hindering creative activity were named: lack of time for inventive activity (47,8 %); non-implementation of developments (30,4 % of respondents); problems related to the organization of business, its financing and marketing (all 32 %).

Keywords: motives of inventive activity, positive and negative factors of inventive activity of scientists, moral and material factors, objects of intellectual property, innovative activity in higher educational institutions.

References

1. *Nigmatullina L.G.* Inventive activity as an indicator of the development of innovation activity of a higher educational institution // Innovative paradigm of economic management mechanisms: collection of scientific papers of the VIII International Scientific and Practical Conference. Simferopol, 2023. P. 408–411.
2. *Nigmatullina L.G.* Innovative economy of Russia: problems of development // Innovative engineering technologies, equipment and materials – 2022 (ISTC “IMTOM-2022”): materials of the XI International Scientific and Technical Conference. Kazan, 2022. Part 1. P. 264–267.
3. USSR Law No. 2213-1 of 31.05.1991 “On Inventions in the USSR”.
4. Decree of the Government of the Russian Federation No. 921 of June 2, 2023 “On Amendments to the Rules for Payment of Remuneration for Service Inventions, Service Utility Models, Service Industrial Designs”.
5. *Pilchugov A.V., Kostin A.A., Orlova T.S.* Motivation of inventive activity as part of the intellectual property management system // Intellectual capital management. Materials of the International Scientific and Practical Conference (Yekaterinburg, April 27, 2012). Yekaterinburg: Publishing House of the Ural State University of Economics, 2012.
6. *Chumarina G.R., Abulkhanova G.A., Fahrutdinova L.R.* Improvement of motivation system of restaurant business organization // *Astra Salvensis*. 2017. Vol. 2017. P. 127–136.

7. *Fakhrudinova L.R., Syradoev D.V., Terehova T.A., Antonova N.V.* Organizational Forms and Methods of Production Management Control // *Mediterranean Journal of Social Sciences*. 2015. Vol. 6. Is. 3. P. 727.

8. *Fakhrudinova L.R., Eidelman B.M., Rozhko M.V., Pratchenko O.V.* Methodological Approaches of Formation of Evaluative Indicators of Quality of Life // *Mediterranean Journal of Social Sciences*. 2014. Vol. 5. Is. 24. P. 251–255.

9. *Lugovnina S.M., Nigmatullina L.G., Fakhrudinova L.R.* Features of crisis management at the enterprises of a housing and communal services and infrastructure // *Ad Alta: Journal of Interdisciplinary Research*. 2020. Vol. 10. Is. 2. P. 124–126.

10. *Bodrov R.G., Kokh I.A., Khairullov D.S.* Managing sustainable development of the regional economy in the conditions of Russian's accession into WTO // *Academy of Strategic Management Journal*. 2016. Vol. 15. Spec. Is. 1. P. 154–160.

ТРЕБОВАНИЯ К ПУБЛИКАЦИИ В ЖУРНАЛЕ «КАЗАНСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ВЕСТНИК»

1. Файл назвать как «Фамилия 1_Фамилия 2 (на русс.)_название статьи (3–5 слов, на русс.)_дд_мм_гг (дата, например 27_03_2017)».
2. Аннотация – не менее 150 слов (вместе с предложениями).
3. Ключевые слова – не менее 5 слов.
4. Объем статьи, включая таблицы и рисунки, не должен превышать 1 авт. л., т. е. 40 тыс. знаков (с пробелами).
5. Весь текст, рисунки и таблицы набираются шрифтом Times New Roman – 14; межстрочный интервал – 1,5; все поля – 2 см.
6. Рисунки, диаграммы и таблицы создаются с использованием черно-белой гаммы и должны быть редактируемы. Все рисунки и таблицы должны иметь название и ссылки в тексте (см. образец).
7. Список литературы – не менее 10 источников, в том числе с выходными данными из базы Scopus, WoS (не менее 5 источников).
8. Выходные данные источников оформляются по образцу. На каждый источник из списка литературы (References) должна быть ссылка в тексте в прямых скобках.
9. Текст должен быть структурирован (введение, методология, результат, заключение) по образцу.
10. Рукопись не должна быть опубликована ранее, быть оригинальной, представлять научный интерес и соответствовать тематике журнала. Ссылки на неопубликованные материалы в тексте не допускаются.
11. Все материалы должны носить открытый характер. Наличие ограничительного грифа служит основанием для отклонения материала от открытой публикации.
12. К рукописи необходимо приложить следующие сведения о авторе(ах): фамилия, имя, отчество; ученая степень, ученое звание; место работы, должность; телефоны для связи с автором. Автор должен сообщить редакции также свой электронный адрес, по которому ему направляется файл статьи для предложений и исправлений (в соответствии с Законом об авторском праве).
13. Рукописи, не соответствующие указанным требованиям, редакцией не рассматриваются.
14. В редакцию высылаются один тщательно вычитанный и подписанный автором (соавторами) экземпляр статьи, справка об авторе/ах (анкета), рецензия внешняя, аннотация на русском и английском языках, ключевые слова на русском и английском языках (по образцу) и электронный вариант всех документов на электронном носителе либо по электронной почте kpfu116@mail.ru

Электронная версия журнала «Казанский экономический вестник»

<http://www.ej.kpfu.ru>

Адрес редакции: 420012, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Бутлерова, д. 4.

Телефон редакции: 291-13-26.