

Борисов Сергей Игоревич

Балтийская академия туризма и предпринимательства

Роль устойчивого развития в формировании конкурентоспособности современного предприятия

Аннотация. Концепция устойчивого развития, формирующая идею устойчивости управления как в макроэкономическом масштабе, так и в развитии предприятия, является следствием неконтролируемых последствий динамичного экономического развития. Деградация окружающей среды произошла в результате кумулятивных последствий деятельности экономики, руководствуясь критерием краткосрочной максимизации прибыли, при этом не заботясь о правильном ходе экологических функций. Предприятие должно устойчиво работать по всей цепочке зависимостей, формируя правильные отношения с поставщиками и собственным человеческим капиталом, который на самом деле создает наиболее сложную для имитации добавленную стоимость. Рост значимости нематериальных факторов в процессе создания устойчивого конкурентного преимущества и социальный характер его построения указывает на новое место для концепции социально ответственного предприятия. Целью статьи является оценка взаимосвязи между теоретическими предпосылками идеи устойчивого развития и социальной ответственности бизнеса и предприятия, а также выявление как преимуществ, так и барьеров, связанных с реализацией теории в деловой практике, вытекающих из принятой стратегии конкурентоспособности предприятия.

Ключевые слова: устойчивое развитие, корпоративная социальная ответственность, конкуренция, конкурентоспособность, конкурентное преимущество, предприятия.

Borisov Sergey Igorevich

Baltic Academy of Tourism and Entrepreneurship

The role of sustainable development in shaping the competitiveness of a modern enterprise

Abstract. The concept of sustainable development, which forms the idea of sustainable management both on a macroeconomic scale and in the development of an enterprise, is a consequence of the uncontrolled consequences of dynamic economic development. Environmental degradation occurred as a result of the cumulative effects of economic activity, guided by the criterion of short-term profit maximization, while not caring about the correct course of environmental functions. The company must work steadily along the entire chain of dependencies, forming the right relationships with suppliers and its own human capital, which in fact creates the most difficult value added to simulate. The growing importance of intangible factors in the process of creating a sustainable competitive advantage and the social nature of its construction indicates a new place for the concept of a socially responsible enterprise. The purpose of the article is to assess the relationship between the theoretical prerequisites of the idea of sustainable development and social responsibility of business and enterprise, as well as to identify both advantages and barriers associated with the implementation of the theory in business practice, arising from the adopted strategy of competitiveness of the enterprise.

Keywords: sustainable development, corporate social responsibility, competition, competitiveness, competitive advantage, enterprises.

Динамичный экономический рост XX в., связанный с развитием науки и техники, осуществляемый с участием форсированной индустриализации, несогласованной с требованиями охраны окружающей среды, привел к возникновению неконтролируемых последствий в природной среде. Игнорирование экономическим механизмом естественных издержек индустриализации создало иллюзию эффективности такого направления развития. Управление экономикой было лишено прямых инструментов, показывающих экономическое значение природных благ, которые, впрочем, в соответствии с действующей тогда теорией, не имели объективной ценности. Все свободные товары рано или поздно должны получить свою цену. Однако это произойдет, если в результате деятельности человека их использование будет ограничено или даже невозможно из-за загрязнения или истощения. Цена, напротив, определяет, наряду с ценой их приобретения, также ограничения в их приобретении. Следовательно, эти товары должны рассматриваться как экономические товары и учитываться в экономическом исчислении.

Целью статьи является оценка взаимосвязи между теоретическими предпосылками идеи устойчивого развития и социальной ответственности бизнеса и предприятия, а также выявление как преимуществ, так и барьеров, связанных с реализацией теории в деловой практике, вытекающих из принятой стратегии конкурентоспособности предприятия.

Появление новых идей, связанных с устойчивостью управления, обусловлено неблагоприятными тенденциями в области эксплуатации товаров и ресурсов окружающей среды. Деграция окружающей среды произошла в результате кумулятивных последствий деятельности экономики, руководствуясь критерием краткосрочной максимизации прибыли, при этом не заботясь о правильном ходе экологических функций. Чаще всего проявляется в виде разрушения [2, с. 21]:

- природных ресурсов, приводящих к прямому замедлению экономического роста, вследствие истощения ресурсов или ухудшения их качества;
- трудовых ресурсов, накопление последствий деграции окружающей среды в организме человека, приводит чаще всего к сокращению срока трудоспособности, за счет увеличения прогулов по болезни, снижения способности к концентрации и творческой работе;
- создания устойчивого преимущества путем создания экологических потерь, которые будут вынуждены нести все пользователи окружающей среды.

«Устойчивость» в экономическом плане можно интерпретировать как сохранение природных ресурсов в течение длительного периода их использования. В предметной литературе существует большое разнообразие трактовок относительно устойчивости использования природного капитала. Они в значительной степени отражают отношения между сторонниками сохранения природы и экспансивными формами ведения хозяйства. В результате можно выделить три группы взглядов [5, с. 128]:

1. Первая концепция подчеркивает сохранение природы и основана на экологических знаниях о зависимостях, происходящих в экосистемах.

2. Вторая концепция, принимая во внимание знания о взаимоотношениях между экономикой и окружающей средой, ищет компромисс и возможность рационального управления природными ресурсами с сохранением устойчивости их использования.

3. Третья, наиболее технократическая теория, является продолжением экономической теории экономического роста и экономики благосостояния, которые в очень узком плане учитывают вопросы, связанные с безопасным использованием ресурсов окружающей среды.

В современной экономике все большее одобрение получает концепция устойчивого развития, требующая рассмотрения окружающей среды как ценности в производственном процессе наравне с капиталом и трудом. Несмотря на отсутствие общего соответствия значению этого термина, принято считать, что эта политика должна решать экологические проблемы таким образом, чтобы обеспечить как материальную, так и социальную основу для дальнейшего развития. Концепция устойчивого развития выходит далеко за рамки традиционной экономики окружающей среды и ее трудно внедрить, поскольку существует

большая неопределенность в отношении того, как сравнить текущее использование природных ресурсов и тех, которые были созданы человеком в будущем.

Можно сказать, что это новая философия глобального развития, в том смысле, что она включает не только сельское хозяйство, но и лесное хозяйство, сохранение водных и воздушных ресурсов, а также промышленность – все это должно быть связано с природной средой таким образом, чтобы не нарушать ее внутреннее равновесие.

Устойчивым развитием признается такое социальное и экономическое развитие, которое обеспечит удовлетворение потребностей нынешнего поколения без ограничения возможностей развития будущим поколениям на основе изученных социальных, естественных и экономических законов [8, с. 374].

Социально-экономическая деятельность, отрицательно влияющая на размер нашего экологического пространства, подвергает будущие поколения потере хотя бы части окружающей среды, на которой они могли бы основывать свое процветание. Поэтому необходимостью становится введение такой политики, направленной на противодействие процессам деградации окружающей среды. Дальнейший экономический рост в высокоразвитых странах, как и развитие более бедных стран, должен принимать гораздо более устойчивую форму, чем классический рост, поскольку только такое развитие становится ключом к пониманию взаимосвязи между окружающей средой и развитием. Составляющие устойчивого развития должны гармонично способствовать созданию постоянного потока доходов, обеспечению приемлемого для общества равенства, сохранению производимого и природного капитала и защите животворных процессов, происходящих в окружающей среде.

Для реализации вышеуказанных предположений необходимо пересмотреть действующие планы землепользования страны, пересмотреть международные экономические соглашения и изменить правовое регулирование, связанное с этим. Интеграция экономических и экологических целей в принятие решений в ходе реализации стратегии стабильного развития потребует изменения институциональных взглядов, целей и решений на каждом уровне.

В настоящее время проблема различий в темпах развития разных стран, безусловно, заключается не в разнообразном оснащении факторами производства. В настоящее время диверсифицирован общий потенциал развития, в который могут быть включены многие факторы (различные системные характеристики, способ реагирования субъектов, организаций и учреждений, рыночные реалии, рынок капитала, банковская система).

Технология сочетает в себе технические и социально-институциональные компоненты. Они измеримы (машины, устройства) и иррациональны по своей природе, в основном содержатся в ноу-хау, опыте, организационных, управленческих способностях, методах и методах управления [11, с. 191]. Ее также можно рассматривать как различные виды знаний, позволяющие корректировать и правильно подбирать средства для достижения поставленных целей. Часть этого знания содержится в машинах, но большая часть его находится в умах людей, организационных структурах, моделях поведения, которые находятся под влиянием стратегий различных экономических субъектов и социальных институтов. Так понимаемый технологический прогресс тесно связан с рыночными структурами, моделями конкуренции, социального регулирования и качеством системы образования и рабочей силы.

Специфической особенностью продуктов и технологий современной эпохи является их преобразующее влияние на всю экономику путем проникновения новинок во все ее отрасли. Текущий этап преобразований называется технологической перестройкой, т.к. он заключается в изменении внутренней структуры элементов существующей системы и носит преимущественно качественный характер [1, с. 12]. Чтобы понять качественные аспекты изменений, необходимо перенести уровень анализа с макроэкономического уровня на мезо или микроэкономический уровень. Механизм формирования специализации производства на международном уровне аналогичен: основными определяющими факторами здесь

являются достигнутый отдельными регионами уровень технического прогресса и обусловленный этим технологический разрыв, а сравнительное преимущество формируется в значительной степени под влиянием стратегий транснациональных корпораций и региональной политики.

Понятие конкурентоспособности в экономической теории не является однозначным термином. С точки зрения М. Портера, конкурентоспособность экономики означает ее способность производить и предлагать товары и услуги с такими техническими параметрами, ценами, качеством и условиями продажи, которые находят покупателей на внутреннем и внешнем рынках. В этом смысле понятие конкурентоспособности относится как к хозяйствующим субъектам, как к предприятиям, так и к регионам или целым экономикам.

В то время как относительно легко определить детерминанты конкурентоспособности предприятий, гораздо сложнее определить проблему конкурентоспособности по отношению к целым экономикам. Формирование международной конкурентоспособности экономики каждой из стран является многогранным и сложным вопросом и фактически зависит от конкурентоспособности отдельных экономических субъектов. Следовательно, отсутствие в литературе предмета однозначного и общепринятого определения привело к выработке набора факторов, характеризующих конкурентоспособность с точки зрения микроэкономического макроса [4, с. 15].

Конкурентоспособность для отдельных государств должна рассматриваться системно по этим причинам, поскольку конкурирующие на рынках товаров и услуг страны должны задействовать все силы при одновременном привлечении всей сети государственных и частных хозяйствующих субъектов. Конкурентоспособность предприятий все чаще определяется факторами, связанными с качеством, современностью, постоянным совершенствованием продукции. Все меньшее значение имеют затраты на производство и цена продукции. В то же время, с динамичным развитием науки и технического прогресса, сокращается жизненный цикл продукта, поэтому в конкурентной борьбе выигрывают те предприятия, которые характеризуются инновационными продуктами и процессами.

В общем, конкурентоспособность предприятия можно охарактеризовать как ресурсы, навыки и способности, обеспечивающие преимущество перед другими субъектами, работающими в том же секторе или смежных отраслях, и, следовательно, многомерную характеристику предприятия, обусловленную его внутренней характеристикой, а также связанную со способностью адаптироваться к изменениям, происходящим в окружающей среде. Это особенность, определяющая отличительные способности предприятия к таким действиям, которые обеспечивают стабильное и долгосрочное развитие и способствуют созданию рыночной стоимости [7, с. 113].

Это означает, что конкурентоспособность является относительной, потому что, оценивая уровень конкурентоспособности предприятия, мы сталкиваемся с проблемой выбора правильных контрольных объектов и принятия соответствующих критериев и показателей. Таким образом, конкурентоспособность компании должна анализироваться на фоне других сопоставимых организаций, работающих в том же секторе. В этом плане она рассматривается как результат предпринимаемых предприятием действий, связанных с конкуренцией за клиента.

Ключевые детерминанты конкурентоспособности современных предприятий носят интерактивный характер, поскольку представляют собой совокупность взаимосвязанных факторов, которые создают многомерное пространство. При этом их следует рассматривать не как отдельные изолированные переменные, а как совокупность взаимозависимых элементов, которые находятся в одном и том же временном горизонте и взаимопроникают друг в друга. Они являются результатом наиболее важных элементов и условий, происходящих в рыночной среде и внутри предприятия [10, с. 164].

Факторы, возникающие в среде, не зависят от предприятия и являются производными механизмов регулирования рынка и государственной политики, формируемых на основе анализа экономической ситуации страны и состояния мировой экономики. Внутренние факторы являются результатом действий, предпринимаемых предприятием на основе анализа финансового состояния, производственных ресурсов, методов управления, организационной структуры, научно-исследовательского потенциала или принятой стратегии развития.

Р.А. Фатхутдинов считает, что конкурентоспособность предприятий следует рассматривать как систему, созданную следующими элементами [13, с. 144]:

- потенциал конкурентоспособности, понимаемый как совокупность материальных и нематериальных ресурсов предприятия, ключевых компетенций и возможностей, позволяющих получить устойчивое и труднодоступное конкурентное преимущество перед конкурентами;
- конкурентное преимущество, всегда относительное к участникам рынка, которое можно понимать как результат эффективного использования конфигурации компонентов конкурентного потенциала, позволяющих предприятию генерировать привлекательное рыночное предложение и эффективные инструменты конкуренции;
- инструменты конкуренции, которые могут быть определены как сознательно и целенаправленно используемые инструменты и методы для создания капитала клиентов и создания ценности компании;
- конкурентная позиция, понимаемая как достигнутый предприятием результат конкуренции в данном секторе, рассматривается на фоне результатов, достигнутых конкурентами, другими словами – место на шкале экономических и неэкономических выгод, которые предприятие предоставляет всем своим заинтересованным сторонам, по сравнению с местами, занимаемыми конкурентами.

Анализируя взаимосвязь между выделенными факторами этой системы, можно увидеть, что потенциал конкурентоспособности влияет на конкурентные преимущества, которые, в свою очередь, определяют выбор инструментов конкуренции, позволяющих получить и сохранить предполагаемую конкурентную позицию. Однако организационная реальность кажется гораздо более сложной, поэтому трудно признать, что простое управление конкурентным потенциалом является ключевым фактором, обеспечивающим достижение определенной позиции на рынке [3, с. 129].

В то же время стоит отметить, что в отдельных секторах деятельности существуют специфические условия процесса, определяющие рамки и формы конкуренции. Для многих субъектов стратегической областью целевого потребителя является не индивидуальный получатель, а другое юридическое лицо, определяемое различными внутренними факторами или пользующееся другими свободами предпринимательской деятельности. Ситуация еще больше усложняется динамическим признанием факторов, требующих гибкого подхода к внедрению современных технологических решений, продуктовых инноваций для комплексного удовлетворения динамично меняющихся предпочтений потребителя. По этим же причинам эта модель не исчерпывает сложности факторов, определяющих конкурентоспособность предприятия, а может стать отправной точкой для последующих исследований и анализов, учитывающих особенности индивидуально рассматриваемых зависимостей.

Предприятия, стремящиеся сохранить конкурентное преимущество в условиях глобализации рыночной экономики, должны, прежде всего, предпринимать инновационные действия с новаторскими характеристиками, которые трудно имитировать. Суть этого процесса заключается в необходимости обеспечения удовлетворения и предпочтений текущих и будущих клиентов и максимизации стоимости предприятия для акционеров. Однако сосредоточение внимания только на потребностях внешней аудитории может оказаться неэффективным действием и в долгосрочной перспективе привести к неблагоприятным последствиям. Предприятие должно устойчиво работать по всей цепочке

зависимостей, формируя правильные отношения с поставщиками и собственным человеческим капиталом, который на самом деле создает наиболее сложную для имитации добавленную стоимость [6, с. 15].

Конкурентное преимущество может иметь тесную связь с хорошо продуманной, эффективной и реалистичной стратегией роста, которая успешно реализована. Однако стоит отметить, что выбор и разработка правильной стратегии – это только начало долгого пути к успеху. Истинным определяющим фактором конкурентоспособности предприятия является способность реализовать задуманную стратегию на практике. Стратегия – это сложный процесс реагирования, позволяющий создавать и поддерживать позитивные отношения между целями предприятия и его ресурсами и изменяющейся средой. Стратегия определяет набор руководящих принципов для любых решений или действий, принятых менеджерами скоординированным образом в отдельных областях, в отношении как ресурсов, так и временных рамок.

Традиционные концепции конкурентоспособности предприятия сосредоточены на реальных факторах и механизмах конкурентоспособности, а новые – на факторах и механизмах сферы регулирования, основанных главным образом на информационных системах, научных исследованиях и методах управления цепочкой создания стоимости предприятия. Таким образом, источники конкурентных преимуществ развиваются от простых до уникальных и сложных, и для их создания требуются более высокие управленческие навыки постоянного поиска оптимальных методов управления [9, с. 106].

Современный рынок стал местом развития и постоянного внедрения инновационных продуктов, благодаря которым предприятие создает конкурентные преимущества. Тем не менее, сам продукт, а также способ его производства могут стать элементом, которого недостаточно для приобретения и поддержания преимущества на рынке. Продукт представляет определенную ценность для клиента, а изменение предпочтений аудитории вынуждает предприятия реагировать и адаптироваться к новым условиям функционирования на рынке. Рост значимости нематериальных факторов в процессе создания устойчивого конкурентного преимущества и социальный характер его построения указывает на новое место для концепции социально ответственного предприятия.

Было установлено, что использование концепций устойчивого развития и социальной ответственности ведет к формированию конкурентной способности как во внутреннем, так и во внешнем измерениях. Эти действия перестают пониматься как оторванные от экономических целей предприятия и становятся основным источником легитимности деятельности современной компании. Этот процесс идет разными темпами и чаще всего затрагивает определенную группу предприятий. Отсутствие ссылки в стратегии развития для достижения экологических целей обусловлено рядом причин.

В посткоммунистических странах важным условием стали исторические факторы. Предприятия этих стран эволюционно проходят процесс трансформации, заключающийся в постепенном отходе от концепции развития, основанной на необходимости максимизации прибыли, во многих случаях за счет построения стратегии бренда. Это часто связано с относительно коротким периодом развития предпринимательства, поэтому фирмы, работающие на рынке, находятся в фазе создания стартового капитала, накопительная способность которого будет достигнута только последующими поколениями владельцев [12, с. 39].

В странах Центральной и Восточной Европы отсутствуют соответствующие закономерности, связанные с принятием и реализацией стратегии социальной ответственности. Предпринимательство в этих областях начало развиваться относительно поздно, это было связано как с давним дуализмом развития Европы, так и с системными ограничениями, приводящими к отсутствию социального доверия и формированию правильных отношений с клиентом. Между тем, эти действия в долгосрочной перспективе измеримо приводят к финансовым результатам и стабильному увеличению стоимости компании. Хорошие социальные отношения между различными субъектами

экономической жизни являются связующим элементом в процессе построения экономического успеха государств, регионов или самих предприятий. В результате создается двойная петля, позволяющая обществу участвовать в экономическом развитии, а экономика создает возможность для создания благосостояния и повышения качества жизни.

Основой реализации тактических, стратегических и оперативных процессов является грамотное управление заинтересованными сторонами. Реализация социальных соображений в реальном стиле управления организацией может способствовать достижению устойчивого конкурентного преимущества. Она формируется благодаря инновациям и использованию нематериальных ресурсов, таких как: репутация, социальный капитал, условия функционирования предприятий. Следовательно, возникает как основная экономическая ценность, так и социальная и экологическая ценность [8, с. 375].

В результате изменений, происходящих в нынешней конкурентной среде, управление организацией должно опираться на такой состав ресурсов, который обеспечит устойчивое конкурентное преимущество и, следовательно, устойчивое и стабильное развитие. На экономическую эффективность все чаще влияет растущее неравенство в распределении мирового богатства. Темпы изменений усиливают конкуренцию между экономическими субъектами, что не служит защите общих интересов и, как следствие, приводит к поляризации доходов различных социальных групп. Экономика перестает быть саморегулируемой и узнаваемой системой, ориентированной на достижение как социальных, так и экономических целей.

В то же время новые рыночные требования, вытекающие из технического прогресса или сокращения жизненного цикла продукции, заставили предприятия внедрять современные структуры и методы управления, адаптированные к современным коммуникационным и информационным технологиям и мобильности рынка труда. При этом учет экологических и социальных аспектов в развитии компании становится конничностью, возникающей во многих случаях из-за законов, налагающих на предприятия обязанность соблюдать принятые стандарты.

Концепция устойчивого развития все чаще рассматривается на микроэкономическом уровне. Это означает равноправное отношение в стратегии развития предприятий к экономическим, экологическим и социальным целям. Такой подход к функционированию и развитию компаний является ответом на вызовы современного мира, связанные с все более возникающими экологическими проблемами в глобальном масштабе [2, с. 23]. Предприятия, работающие в определенной среде и в этой формирующей среде, все чаще будут сталкиваться с такими проблемами, как деградация окружающей среды, истощение природных ресурсов, демографический взрыв, рост бедности и безработицы, что, несомненно, повлияет на изменение социальных требований. Новые задачи, с которыми в настоящее время сталкиваются субъекты, означают ведение бизнеса в соответствии с концепцией устойчивого развития.

Это долгосрочный процесс, который связан с необходимостью изменения осведомленности руководителей организаций, работающих на рынке. Учет экологических и социальных аспектов в управлении хозяйствующими субъектами связан с необходимостью их расходов на охрану окружающей среды и на поддержку инициатив в интересах местных сообществ. Это приводит к увеличению затрат на бизнес и, следовательно, к снижению краткосрочной прибыли. Тем не менее, в долгосрочной перспективе это влияет на повышение конкурентоспособности компаний, создавая их новый имидж, который позволяет как приобретать новых, так и удерживать существующих клиентов. Понимание этих зависимостей действующими в нашей стране субъектами чрезвычайно важно с точки зрения их конкурентоспособности и дальнейшего развития.

Подводя итоги, отметим, что концепция устойчивого развития набирает все больше сторонников, в том числе среди современных предпринимателей. Однако уровень знаний и

практической реализации принципов социально ответственного бизнеса все еще недостаточен и требует интенсивных информационных и пропагандистских усилий. Основным препятствием, главным образом из-за отсутствия стабильности на рынке, является сосредоточение компаний на неотложных вопросах и реализация краткосрочных стратегий, направленных на максимизацию прибыли. В экономике высокоразвитых стран предприятия занимаются не только поставками качественных изделий и услуг, но и вопросами, связанными с охраной окружающей среды. Различные виды экологической деятельности становятся все более популярными и среди потребителей, четко формулирующих свои ожидания и склонных бороться за их реализацию. Сегодня бизнес больше не может позволить себе игнорировать экологические проблемы и будет вынужден, при формулировании стратегии конкурентоспособности, учитывать экологические цели наравне с экономическими.

Список источников

1. Басова М.М. Основные проблемы корпоративной социальной ответственности бизнеса и пути их решения // Стратегии бизнеса. – 2022. – №4. – С. 12-22.
2. Белостокова В.Ю. Анализ методов оценки конкурентоспособности компании на промышленном рынке / В.Ю. Белостокова // Управление экономическими системами. – 2022. – №8. – С. 21-29.
3. Головачев А.С. Конкурентоспособность организации: учеб. пособие / А.С. Головачев. – Минск: Высш. шк., 2020. – 329 с.
4. Горбацевич А.П. Оценка конкурентоспособности товара и способы ее обеспечения / А.П. Глухов // Маркетинг. – 2023. – № 4. – С. 15-16.
5. Грязнова А.Г., Юданов А.Ю. Микроэкономика. Практический подход. – М.: КноРус., 2023. – 411 с
6. Жила В.П. Пути повышения конкурентоспособности предприятий / В.П. Жила // Российское предпринимательство. – 2022. – № 4. – С. 15-25.
7. Кривчанская А.В. Совершенствование критериев оценки устойчивого развития компаний. – М.: СВИВТ, 2019. – 313 с.
8. Лазаренко А.А. Методы оценки конкурентоспособности / А.А. Лазаренко // Молодой ученый. – 2021. – № 1. – С. 374-378.
9. Никифорова Е.В. К вопросам устойчивого развития экономических субъектов // Балканское научное обозрение. – 2019. – № 2 (4). – С. 106-111.
10. Плясунков А.В. Экономические методы управления конкурентоспособностью продукции и предприятия // Наука – образованию, производству, экономике: материалы 18-й Междунар. науч.- техн. конф. – 2021. – №1. – С. 164-169.
11. Поляничкин Ю.А. Методы оценки конкурентоспособности предприятий / Ю.А. Поляничкин // Бизнес в законе. – 2022. – №3. – С. 191-193.
12. Трубилин А. Конкурентоспособность – главный фактор эффективного производства. // АПК: экономика, управление. – 2022. – №1. – С. 39-44.
13. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. Серия «Высшее образование». – М.: ИНФРА-М, 2021. – 311 с.
14. Подолянец Д.В., Подолянец Л.А. Уточнение подходов к стратегии социальноэкономического развития региона (на примере Санкт-Петербурга)
15. В сборнике: Университет, Бизнес и Власть: итоги взаимодействия за 10 лет. Материалы X Международного Форума "От науки к бизнесу". ООО «Мономакс». 2016. С. 107-110.
16. Подолянец Л.А., Подолянец Д.В. К вопросу о принятии разносрочных решений в отсутствие стратегии В сборнике: ГОСУДАРСТВО И БИЗНЕС. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ. материалы VIII Международной научно-практической конференции. Северо-Западный институт управления РАНХиГС при Президенте РФ. 2016. С. 263-267.

17. Подолянец Л.А., Радионова С.П. Формы и методы государственного регулирования инновационно-инвестиционной деятельности: совершенствование механизмов финансового обеспечения. В сборнике: ГОСУДАРСТВО И БИЗНЕС. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ. Материалы VII Международной научно-практической конференции. Северо-Западный институт управления РАНХиГС при Президенте РФ, Факультет экономики и финансов. 2015. С. 155-159.

18. Бажнин М.И. Устойчивая конкурентоспособность предприятий - теоретический подход//Journal of Monetary Economics and Management. - 2024.- №3. – С.30-36

Сведения об авторе

Борисов Сергей Игоревич, аспирант, Балтийская академия туризма и предпринимательства, г.Санкт-Петербург, Россия.

Information about the author

Borisov Sergey Igorevich, graduate student Baltic Academy of Tourism and Entrepreneurship, St. Petersburg, Russia.