

Вестник НГУЭУ. 2023. № 3. С. 71–82
Vestnik NSUEM. 2023. No. 3. P. 71–82

Научная статья
УДК 338.46:640.43
DOI: 10.34020/2073-6495-2023-3-071-082

ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ОРГАНИЗАЦИИ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ПЕРЕХОДА НА ПРОЦЕССНУЮ МОДЕЛЬ УПРАВЛЕНИЯ

Сериков Кирилл Николаевич¹, Анисимов Александр Юрьевич²

^{1,2} Университет «Синергия»

¹ sanochnik82@gmail.com

² anisimov_au@mail.ru

Аннотация. Текущее состояние социально-экономических процессов в российском ресторанном бизнесе является результатом ряда кризисов 2019–2022 гг. В последние пять лет сформировалась совокупность макроэкономических факторов, повлиявших на развитие экономической нестабильности во внешней среде российского ресторанного бизнеса, что в свою очередь повлияло на изменение стратегического управления в данной сфере. Трансформация стратегического управления ресторанного бизнеса происходит в нескольких направлениях, одним из них является переход на процессную модель управления и формирование в этой связи новых систем оценки стратегий, ранее основанных на системе сбалансированных показателей. Целью исследования является формирование методики оценки стратегического потенциала, адаптированной для процессной модели управления и позволяющей создать релевантную базу для принятия стратегических управленческих решений. Методами исследования выступают: компаративный анализ, статистический анализ, индикативный анализ, SWOT-анализ, метод рейтинговой оценки конкурентоспособности организации. Результатом исследования является методика оценки стратегического потенциала организации ресторанного бизнеса, адаптированной для процессной модели управления и позволяющей создать релевантную базу для принятия стратегических управленческих решений. Авторы делают вывод, что система показателей эффективности стратегии развития организации ресторанного бизнеса в условиях перехода на процессную модель управления должна соответствовать новым требованиям, которые предъявляет внешняя среда, характеризующаяся высокой степенью неопределенности.

Ключевые слова: стратегия развития, стратегический потенциал, методы стратегического анализа, SWOT-анализ, ресторанный бизнес, экономическая нестабильность

Для цитирования: Сериков К.Н., Анисимов А.Ю. Особенности оценки стратегического потенциала организации ресторанного бизнеса в условиях перехода на процессную модель управления // Вестник НГУЭУ. 2023. № 3. С. 71–82. DOI: 10.34020/2073-6495-2023-3-071-082.

Original article

FEATURES OF ASSESSING THE STRATEGIC POTENTIAL OF THE RESTAURANT BUSINESS ORGANIZATION IN THE TRANSITION TO A PROCESS MANAGEMENT MODEL

Serikov Kirill N.¹, Anisimov Alexander Yu.²

^{1,2} *Synergy University*

¹ sanochnik82@gmail.com

² anisimov_au@mail.ru

Abstract. The current state of social and economic processes in Russian restaurant business is the result of several crises of 2019–2022. In the last five years a combination of macroeconomic factors, influencing the development of economic instability in the external environment of Russian restaurant business, was formed, which in turn affected the change in strategic management in this field. The transformation of the strategic management of restaurant business takes place in several directions, one of which is the transition to the process model of management and the formation, in this regard, of new systems of assessment of strategies of management, based on the balance score card. The goal of the study is formation of the methods of assessment of strategic potential, which are adapted to the process model of management and make it possible to create a relevant base for making strategic managerial decisions. The methods of the study are: comparative analysis, statistical analysis, indicative analysis, SWOT analysis, method of ranking score of organization competitiveness. The result of the study is the methods of assessment of strategic potential of the organization of restaurant business, which are adapted to the process model of management and make it possible to create a relevant base for making strategic managerial decisions. The authors draw a conclusion that the system of indicators of efficiency of the strategy of development of the organization of restaurant business in the conditions of the transition to the process model of management should comply with the new requirements imposed by the external environment characterized by a high degree of uncertainty.

Keywords: development strategy, strategic potential, methods of strategic analysis, SWOT analysis, restaurant business, economic instability

For citation: Serikov K.N., Anisimov A.Yu. Features of assessing the strategic potential of the restaurant business organization in the transition to a process management model. *Vestnik NSUEM*. 2023; (3): 71–82. (In Russ.). DOI: 10.34020/2073-6495-2023-3-071-082.

Введение

Современный ресторанный бизнес в России находится в сравнительно новых условиях функционирования, которые характеризуются высоким уровнем неопределенности внешней среды. Сформировавшиеся в последние пять лет тенденции развития ресторанного бизнеса создали предпосылки к трансформации стратегического управления организациями ресторанного бизнеса [1, с. 384]. В этих условиях руководители организаций ресторанного бизнеса были вынуждены искать новые пути поддержания конкурентоспособности и прибыльности своих компаний. Одним из таких направлений является переход на процессную модель управления, которая позволяет сделать ресторанный бизнес более управляемым в условиях высокой экономической неопределенности [5, с. 149]. В рамках трансфор-

мации системы стратегического управления возникали проблемы оценки стратегического потенциала организации в разрезе методических подходов, адаптированных для условия процессного управления. Таким образом, на данный момент растет необходимость поиска эффективных инструментов оценки эффективности стратегических управленческих бизнес-процессов современных организаций ресторанного бизнеса. Стратегическое управление, результатом которого является стратегия развития организации, нуждается в высокопродуктивной системе оценки стратегически важных параметров, в том числе стратегического потенциала в разрезе процессного подхода к управлению. Прежде всего, необходимо формировать релевантную базу для принятия стратегических решений, основу которой составляют результаты оценки стратегического потенциала организации. Однако процесс адаптации системы оценки под стратегические приоритеты организаций ресторанного профиля на данный момент недостаточно изучен и нуждается в дополнительных исследованиях и прояснениях дискуссионных вопросов. Именно поэтому исследования, связанные с формированием релевантной системы оценки стратегии развития организаций ресторанного бизнеса, очень актуальны.

Обзор литературы

Вопросы трансформации стратегического управления под влиянием экономической нестабильности современной внешней среды на данный момент становятся все более актуальными и объем научно-практических публикаций на данную тематику постоянно увеличивается.

Можно выделить ряд российских авторов, таких как А.Ю. Каширцева, А.А. Ларионова, М.А. Любарская [2], М.А. Суслова, которые рассматривают различные аспекты данной проблемы. Среди зарубежных авторов можно выделить D. Szutowski [6].

Трансформация стратегического управления тесно связана с переходом значительного количества российских организаций на процессную модель управления. Данной теме посвящены работы И.В. Андросовой, М.А. Плехотниковой, О.В. Согачевой, А.О. Сикачева [5].

К оценке тенденций развития ресторанного бизнеса обращались в своих работах А.Л. Лазутина, К.С. Сафатова, Р.В. Крылова, И.М. Морозова [1].

В целом данная проблема остается дискуссионной, не в последнюю очередь, по причине отсутствия единого подхода к формированию методики оценки стратегического потенциала организации ресторанного бизнеса, поэтому поиск новых методических подходов к оценке стратегии и стратегического потенциала является актуальным направлением научных исследований.

Методы исследования

Исследование проводилось при помощи различных методов. Прежде всего, при помощи компаративного анализа научно-практических источников были рассмотрены проблемные области оценки стратегического потенциала организаций ресторанного бизнеса. Статистический анализ был

применен для выявления темпов роста основных показателей организаций ресторанного бизнеса. В рамках исследования предлагалось использовать индикативный анализ в качестве этапа оценки стратегического потенциала организаций ресторанного бизнеса. На втором этапе практиковался SWOT-анализ [4, с. 57] для формирования перечня сильных и слабых сторон предприятия и направлений их использования в части сильных сторон и учета в части слабых для реакции на положительные и отрицательные факторы внешней среды ресторанного бизнеса. Далее был задействован метод рейтинговой оценки конкурентоспособности организации ресторанного бизнеса. Период исследования охватывает 2018–2022 гг.

Результаты исследования

Потребность в новой методике оценки стратегического потенциала возникла по причине значительных изменений состояния рынка ресторанных услуг в России за последние пять лет. Показателем является динамика оказания ресторанных услуг в период 2018–2022 гг. (рис. 1).

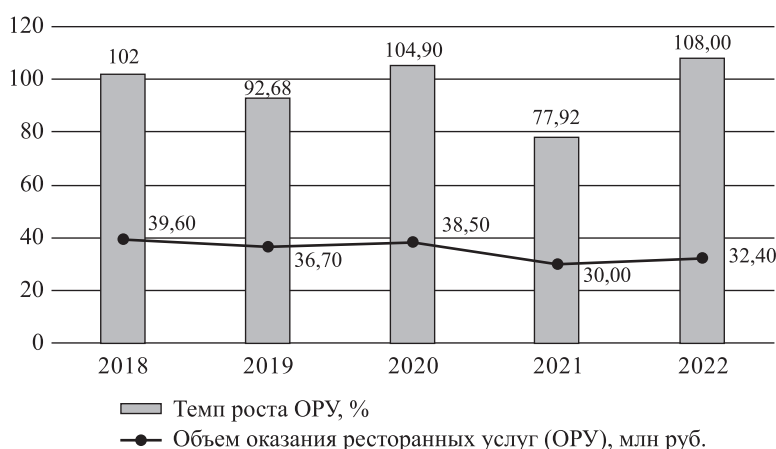


Рис. 1. Динамика оказания ресторанных услуг в период 2018–2022 гг.^{1,2}

Dynamics of the provision of restaurant services in the period 2018–2022

Данные рис. 1 демонстрируют, что объем оказания ресторанных услуг показывает разнонаправленное изменение, это связано с тем, что данная деятельность подвержена множеству внешних факторов. В 2018 г. наблюдалось на 10 % снижение объема оказания услуг из-за последствий экономического кризиса 2017 г., которые сильно повлияли на спрос на отраслевом рынке. Следовательно, для минимизации издержек компания снизила темп развития. В 2020 г. значительное снижение (на 26,98 %) объема до-

¹ Анализ рынка общественного питания в России в 2017–2021 гг., прогноз на 2022–2026 гг. Перспективы в условиях санкций. [Электронный ресурс]. BusinesStat. URL: https://businesstat.ru/images/demo/food_service_russia_demo_businesstat.pdf (дата обращения: 15.05.2023).

² Отрасли РФ: справочник финансовых показателей (коэффициентов). [Электронный ресурс]. Test firm. URL: <https://www.testfirm.ru/otrasli/> (дата обращения: 15.05.2023).

бычи наблюдалось на фоне мирового «локдауна», вызванного пандемией коронавируса Covid-19.

Другим ключевым показателем деятельности компаний на данном рынке является объем полученной прибыли (рис. 2), который в период 2018–2020 гг. постоянно снижался в среднем на 7,9 % в год. Это обусловлено тем, что кризисные явления в экономике способствовали значительному снижению спроса на ресторанные услуги. Минимум продаж за анализируемый период наблюдался в 2020 г., что обусловлено стагнацией мировой экономики из-за пандемии коронавируса.

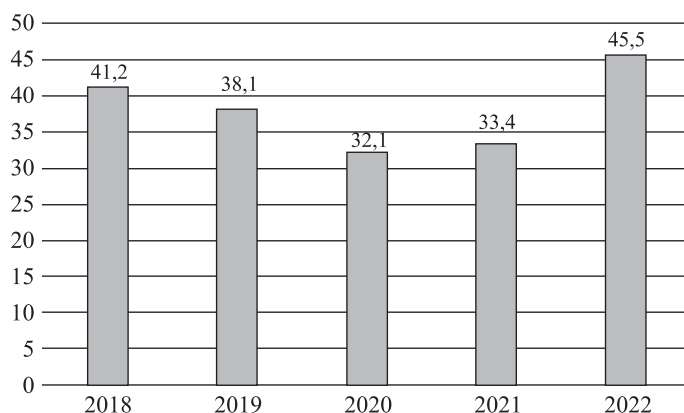


Рис. 2. Динамика годовой прибыли, полученной организациями ресторанного бизнеса за 2018–2022 гг., млн руб.

Источник: составлено авторами^{1,3} [2]

Dynamics of annual profit received by restaurant business organizations for 2018–2022, million rubles

В 2022 г. ресторанный бизнес демонстрирует значительный темп роста (12,1 п.п.), однако поддержание и увеличение темпа роста прибыли требует значительных изменений в системе стратегического управления. В рамках перехода на процессную модель управления предлагается использовать методику оценки стратегического потенциала, состоящую из следующих этапов:

- 1) определение и оценка стратегических индикаторов деятельности организации;
- 2) построение матрицы SWOT-анализа;
- 3) рейтинговая оценка конкурентоспособности организации;
- 4) анализ системы стратегического управления в части степени выполнения стратегических целей организации;
- 5) самооценка управленческих бизнес-процессов.

Предлагаемая методика оценки стратегического потенциала позволяет комплексно оценить все ключевые факторы успеха организации ресторанного бизнеса, учитывает особенности процессного подхода к управлению и создает релевантную базу для принятия стратегических решений в рамках разработки и оценки стратегии развития организации. Апробация пред-

³ Российский статистический ежегодник. 2022: Стат. сб. / Росстат. М., 2022. С. 322.

лагаемой методики была проведена на материалах ресторана Loona (ООО «Луна»). В целях проведения анализа стратегического потенциала организации, согласно предлагаемой методики, были определены стратегические индикаторы деятельности организации в период 2018–2022 гг. (табл. 1).

Таблица 1

Стратегические индикаторы деятельности ООО «Луна»*
Strategic performance indicators of Luna LLC*

Индикаторы работы	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.
Рыночная доля	14,99	15,1	15	14,99	14,78
Рост продаж	133,46	109,42	117,70	102,99	30,70
Чистая прибыль	416211	252465	501686	114305	–913382
Величина активов	3182043	2938441	3968985	4213796	4743243
Число занятых	2081	2081	2081	2082	2072

* Источник: составлено авторами⁴.

Данные табл. 1 демонстрируют, что рыночная доля ООО «Луна» в 2022 г. снизилась как по сравнению с предыдущим годом, так и с базовым (2018 г.). Кроме того, за последние два года снизилась чистая прибыль и в 2022 г. наблюдается убыток. Данная негативная тенденция является результатом влияния последствий общего падения спроса на ресторанные услуги из-за оттока целевой аудитории и общего падения доходов населения. При этом величина активов и численность сотрудников выросла, поскольку до кризиса 2020 г. организация расширяла свою деятельность. Проведем SWOT-анализ организации по следующим направлениям:

- 1) внутренние сильные стороны организации;
- 2) внутренние слабые стороны организации;
- 3) внешние благоприятные возможности организации;
- 4) внешние угрозы.

Результат SWOT-анализа в виде матрицы «Проблемное поле» представим в табл. 2.

Как показано в табл. 2, у рассматриваемой организации ресторанного бизнеса есть возможность компенсировать свои слабые стороны за счет сильных, а также сильные стороны помогают освоить возможности рынка, следовательно, уровень ее стратегического потенциала на данном этапе оценки можно обозначить выше среднего. При этом угрозы также могут быть преодолены за счет сильных сторон, однако наличие слабых сторон сигнализирует о необходимости трансформации стратегии развития.

Следующим этапом оценки стратегического потенциала является оценка конкурентоспособности организации [3, с. 294]. Предлагается оценивать конкурентоспособность организации по следующей рейтинговой шкале: 1 – очень слабая позиция; 10 – очень сильная позиция (табл. 3).

⁴ ООО «Луна». [Электронный ресурс]: Rusprofile. URL: <https://www.rusprofile.ru/id/11775645> (дата обращения: 15.05.2023).

Таблица 2

Матрица «Проблемное поле» SWOT-анализа для ООО «Луна»*
Matrix “Problem field” SWOT analysis for LLC “Luna”**

Факторы внешней среды	Факторы внутренней среды	
	Силы (W)	Слабости (S)
Факторы внешней среды	1. Уровень инноваций в ресторанной сфере 2. Соответствие уровня качества услуги ожиданиям целевого потребителя	1. Уровень издержек 2. Низкий уровень прибыльности
Возможности (O)	Высокий уровень инноваций в ресторанной сфере и соответствие уровня качества услуги ожиданиям целевого потребителя позволяют полностью удовлетворить растущий спрос на итальянскую кухню и фаст-фуд, что увеличивает объемы продаж Эти же преимущества обеспечат быстрый захват появляющейся доли рынка за счет роста интереса к отдыху вне дома	Рост спроса на итальянскую кухню и фаст-фуд, увеличивая объемы продаж, будет сокращать долю постоянных издержек в общем их объеме, что обеспечит экономии на масштабе Рост объемов продаж и доли рынка с учетом сокращения суммарных издержек даст рост прибыльности организации
Угрозы (T)	Применение инновационных методов позволит привлечь в организации потенциальных потребителей Акцент на качество услуги и регулирование цен будет выравнивать сокращение спроса, появившегося из-за конкурентов	Возможна временная переориентация на введение большей доли услуг, пользующихся спросом
Факторы внешней среды	1. Рост спроса на фаст-фуд 2. Рост спроса на итальянскую кухню 3. Появление потребности спокойного отдыха вне дома	1. Высокий уровень конкуренции в отрасли 2. Снижение спроса на ресторанные услуги в целом 3. Сокращение реальных располагаемых доходов населения РФ

* Источник: составлено авторами^{1,4} [2, с. 69].

Таблица 3

Оценка конкурентоспособности организации*
Assessment of the competitiveness of the organization*

Показатели конкурентоспособности	Вес	ООО «Луна»	ООО «Савва»	ООО «ТВИНС»
Качество и характеристики услуг	0,17	9	8	8
Репутация	0,09	8	9	8
Производственные (операционные) возможности	0,1	9	7	7
Технологический уровень	0,12	8	7	7
Продвижение продукции	0,13	7	9	9
Маркетинг и реклама	0,09	7	10	8
Финансовая устойчивость	0,08	6	7	6
Относительное положение по издержкам	0,08	6	7	6
Обслуживание потребителей	0,09	9	8	8
Прочее	0,05	7	7	7
Общий рейтинг конкурентоспособности	1	76	79	74

* Источник: составлено авторами^{1, 4, 5}.

По данным табл. 3 можно сделать вывод, что у рассматриваемой организации (ООО «Луна») есть значительные конкурентные преимущества, а именно:

- качество и характеристики услуг;
- производственные (операционные) возможности;
- технологический уровень;
- обслуживание потребителей.

При этом ООО «Луна» занимает среднюю конкурентную позицию среди основных конкурентов, следовательно, имеет средний уровень стратегического потенциала.

На следующем этапе оценки проведен анализ системы стратегического управления в части степени выполнения стратегических целей организации. Степень выполнения целей стратегического уровня организации в период 2020–2022 гг. представлена в табл. 4, из которой видно, что эти цели выполняются не полностью и такая ситуация повторяется регулярно в течение всего анализируемого периода. Предположительной причиной возникшей ситуации является отсутствие адекватной системы показателей эффективности стратегических бизнес-процессов управления. Это обусловлено отсутствием репрезентативной базы для принятия решений на стратегическом уровне в условиях перехода на процессную модель управления.

Последний этап в предлагаемой оценке стратегического потенциала организации ресторанного бизнеса – самооценка системы стратегического управления, которая позволяет оценить эффективность стратегических бизнес-процессов управления. Опрошены были специалисты ООО «Луна»,

⁵ Российский статистический ежегодник. 2022: Стат. сб. / Росстат. М., 2022. С. 333.

Таблица 4

Степень выполнения стратегических целей организации*
The degree of implementation of the strategic goals of the organization*

Цели	Степень достижения, %		
	2020 г.	2021 г.	2022 г.
1. Достижение целевых показателей (в среднем по организации)	75	79	81
2. Повышение качества услуг организации	90	100	94
3. Повышение конкурентоспособности организации в целом	45	78	64

* Источник: составлено авторами⁴.

в том числе сотрудники отдела продаж, экономического отдела, отдела маркетинга и рекламы. Всего опрошенных было сорок два человека. По усредненной оценке эффективности стратегических бизнес-процессов управления (рис. 3) установлено, что самые низкие оценки получили стратегические бизнес-процессы управления, связанные с системой взаимодействия с потребителями и развитием инфраструктуры, обеспечивающей оказание основных услуг организации. Из проведенного анализа можно сделать вывод, что формирование адекватной системы оценки эффективности управленческих бизнес-процессов позволит устранить выявленные проблемы.

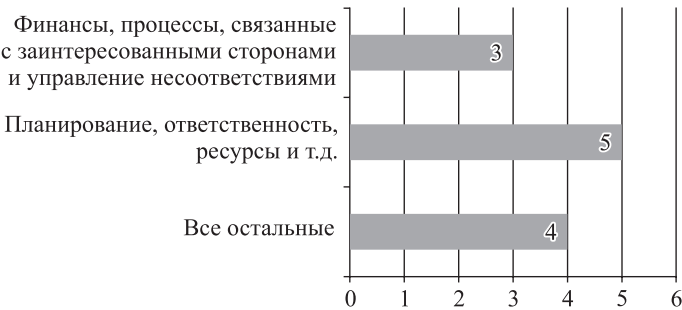


Рис. 3. Усредненная оценка бизнес-процессов управления.
Источник: составлено авторами
Average assessment of business management processes.
Source: compiled by the authors

Согласно исследованию, рассматриваемая организация в докризисный период имела высокий уровень деятельности и наращивала темпы роста, следовательно, ее услуги в нормальных экономических условиях востребованы потребителями, однако кризис и его последствия показали, что отсутствие гибкой системы оценки эффективности стратегии развития сильно влияет на успешность организации в кризисных условиях. При этом сейчас система оценки эффективности стратегии развития не отражает специфики деятельности организации и не позволяет создавать стратегию развития,

способную поддерживать выживаемость организации в условиях кризиса, поскольку не показывает реального состояния стратегических бизнес-процессов управления. Следовательно, необходимо совершенствовать систему показателей оценки эффективности стратегии (управленческих бизнес-процессов), чтобы на ее основе формировать успешные стратегические реакции на изменение значимых факторов внешней и внутренней среды.

Выводы

Экономическая нестабильность экономической среды оказывает значительное влияние на бизнес-процессы стратегического управления организаций ресторанного бизнеса в среднесрочной перспективе. Организации среднего масштаба бизнеса в ресторанной сфере на данный момент все больше используют процессную модель управления, что создает необходимость изменения системы оценки эффективности стратегических процессов. На рассматриваемую компанию в анализируемый период оказывают значительное воздействие внешние факторы, которые отрицательно повлияли на ее деятельность и, как следствие, на ее финансовое состояние. Это выразилось в появлении убытка и значительном снижении рентабельности продаж, сделавшем положение компании крайне неустойчивым в стратегической перспективе, что сейчас характерно для большой доли организаций российского ресторанного бизнеса. При этом в конце изучаемого периода наблюдается спад деловой активности, вызванный внешними факторами и, как следствие, снижение выручки и убыток по основной деятельности. Указанные выше проблемы являются прямым результатом непродуктивной системы показателей эффективности стратегии развития компании. Для улучшения эффективности деятельности необходимо оптимизировать процесс реализации стратегии компании с помощью системы сбалансированных показателей. Таким образом, поскольку компания в данный момент проходит стадию активного преобразования, это требует актуализации системы оценки эффективности ее стратегии на основе предлагаемой оценки стратегического потенциала, позволяющего сформировать базу для принятия стратегических управленческих решений в условиях перехода на процессную модель управления. Система показателей эффективности стратегии развития организации ресторанного бизнеса в условиях перехода на процессную модель управления должна соответствовать новым требованиям, которые предъявляет внешняя среда, характеризующаяся высокой степенью неопределенности.

Список источников

1. Лазутина А.Л., Сафатова К.С., Крылова Р.В., Морозова И.М. Современные тренды развития ресторанного бизнеса в России // Московский экономический журнал. 2020. № 8. С. 384–390.
2. Любарская М.А., Ларионова А.А. Антикризисное управление в сфере ресторанного бизнеса: стратегия и тактика // ЭВ. 2020. № 2 (21). С. 68–72.
3. Плехотникова М.А., Андросова И.В., Согачева О.В. Трансформация управленческих бизнес-процессов телекоммуникационных компаний под влиянием циф-

ровой экономики // Цифровая трансформация экономики и развитие кластеров: Монография / под ред. А.В. Бабкина. СПб.: Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, 2019. С. 294–319.

4. Плеханова М.А., Анисимов А.Ю., Каширцева А.Ю., Суслова М.А. Финансовая политика компании на основе адаптированной системы оценки в рамках стратегического управления // Вестник Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова. 2023. Т. 20, № 2 (128). С. 55–66.
5. Сикачев А.О., Плеханова М.А. Использование инструментария стратегического анализа для совершенствования процессного управления организацией // Управление социально-экономическим развитием регионов: проблемы и пути их решения: сб. ст. 11-й Междунар. науч.-практ. конф., Курск, 24–25 июня 2021 года / ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» (Курский филиал); КРОО Общероссийской общественной организации «Вольное экономическое общество России». Т. 2. Курск: Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Курский филиал, 2021. С. 149–152.
6. Szutowski D. Management Control Systems, Decision-Making, and Innovation Development: The CDI Model, 2021. 338 p.

References

1. Lazutina A.L., Safatova K.S., Krylova R.V., Morovova I.M. Sovremennye trendy razvitiya restorannogo biznesa v Rossii [Modern trends in the development of the restaurant business in Russia], *Moskovskij jekonomicheskij zhurnal [Moscow Economic Journal]*, 2020, no. 8, pp. 384–390.
2. Ljubarskaja M.A., Larionova A.A. Antikrizisnoe upravlenie v sfere restorannogo biznesa: strategija i taktika [Anti-crisis management in the restaurant business: strategy and tactics], *JeV [EV]*, 2020, no. 2 (21), pp. 68–72.
3. Plahotnikova M.A., Androsova I.V., Sogacheva O.V. Transformacija upravlencheskih biznes-processov telekommunikacionnyh kompanij pod vlijaniem cifrovoj jekonomiki [Transformation of managerial business processes of telecommunications companies under the influence of the digital economy], *Cifrovaja transformacija jekonomiki i razvitiye klasterov: Monografija [Digital transformation of the economy and development of clusters: Monography]*, pod red. A.V. Babkina. Saint Petersburg: Sankt-Peterburgskij politehnicheskij universitet Petra Velikogo, 2019. Pp. 294–319.
4. Plahotnikova M.A., Anisimov A.Ju., Kashirceva A.Ju., Suslova M.A. Finansovaja politika kompanii na osnove adaptirovannoj sistemy ocenki v ramkah strategicheskogo upravlenija [Financial policy of the company based on an adapted evaluation system within the framework of strategic management], *Vestnik Rossijskogo jekonomicheskogo universiteta imeni G.V. Plekhanova [Vestnik of the Russian Economic University. named after G.V. Plekhanov]*, 2023, vol. 20, no. 2 (128), pp. 55–66.
5. Sikachev A.O., Plahotnikova M.A. Ispol'zovanie instrumentarija strategicheskogo analiza dlja sovershenstvovaniya processnogo upravlenija organizaciej [The use of strategic analysis tools to improve the process management of an organization], *Upravlenie social'no-jekonomicheskim razvitiem regionov: problemy i puti ih reshenija: sb. st. 11-j Mezhdunar. nauch.-prakt. konf. [Management of socio-economic development of regions: problems and ways to solve them: collection of articles of the 11th International scientific-practical conference]*, Kursk, 24–25 ijunja 2021 goda. FGOBU VO «Finansovyj universitet pri Pravitel'stve Rossijskoj Federacii» (Kurskij filial); KROO Obshherossijskoj obshhestvennoj organizacii «Vol'noe jekonomicheskoe obshhestvo Rossii». Vol. 2. Kursk: Finansovyj universitet pri Pravitel'stve Rossijskoj Federacii, Kurskij filial, 2021. Pp. 149–152.
6. Szutowski D. Management Control Systems, Decision-Making, and Innovation Development: The CDI Model, 2021. 338 p.

Информация об авторах:

К.Н. Сериков – аспирант, кафедра предпринимательства и конкуренции, факультет Бизнеса, Университет «Синергия», Москва, Российская Федерация.

А.Ю. Анисимов – кандидат экономических наук, доцент, заместитель директора по учебно-методической работе факультета Информационных технологий, доцент кафедры Информационного менеджмента и информационно-коммуникационных технологий им. профессора В.В. Дика, Университет «Синергия», Москва, Российская Федерация.

Information about the authors:

K.N. Serikov – Postgraduate Student, Department of Entrepreneurship and Competition, Faculty of Business, Synergy University, Moscow, Russian Federation.

A.Yu. Anisimov – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Deputy Director for Educational and Methodological Work of the Faculty of Information Technologies, Assistant Professor of the Department of Information Management and Information and Communication Technologies named after Professor V.V. Dick, Synergy University, Moscow, Russian Federation.

Вклад авторов: все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article. The authors declare no conflicts of interests.

<i>Статья поступила в редакцию</i>	<i>16.05.2023</i>	<i>The article was submitted</i>	<i>16.05.2023</i>
<i>Одобрена после рецензирования</i>	<i>20.05.2023</i>	<i>Approved after reviewing</i>	<i>20.05.2023</i>
<i>Принята к публикации</i>	<i>12.06.2023</i>	<i>Accepted for publication</i>	<i>12.06.2023</i>