

УДК 33

DOI: 10.34670/AR.2020.29.45.014

Аналитические формы развития организационных комплексов в региональной экономике

Успаева Милана Гумкиевна

Кандидат экономических наук,
доцент кафедры финансов и кредита,
Чеченский государственный университет,
364093, Российская Федерация, Грозный, ул. Шерипова, 32;
e-mail: uspaeva@mail.ru

Гачаев Ахмед Магомедович

Кандидат физико-математических наук, доцент,
Грозненский государственный нефтяной технический
Университет им. акад. М.Д. Миллионщикова,
364061, Российская Федерация, Грозный, пр. Х. Исаева, 100;
заведующий кафедрой высшей и прикладной математики,
Комплексный научно-исследовательский институт
им. Х.И. Ибрагимова Российской академии наук,
366002, Российская Федерация, Грозный, ул. Старопромысловское ш., 21 а;
e-mail: uspaeva@mail.ru

Publishing House "ANALITIKA RODIS" (analitikarodis@yandex.ru) <http://publishing-vak.ru/>

Аннотация

Главной целью проведения SWOT-анализа является получение достоверных данных о возможностях компании и угрозах продвижения ее на рынке товаров и услуг. Для достижения этой цели перед SWOT-анализом ставятся следующие задачи: выявление маркетинговых возможностей, соответствующих ресурсам фирмы; определение маркетинговых угроз и разработка мероприятий по их обезвреживанию; выявление сильных сторон фирмы и сопоставление их с рыночными возможностями; определение слабостей фирмы и разработка стратегических направлений их преодоления; выявление конкурентных преимуществ фирмы и формирование ее стратегических приоритетов. Оценивая влияние социально-экономических тенденций во внешней среде, необходимо понимать, что именно социально-экономические условия выступают по отношению к предприятиям как причина и условие ограничения (или возможности расширения) деятельности и как предпосылка, обуславливающая необходимость изменений на предприятии. Среди различных факторов внешней среды, влияющих на фирму, выделяют ключевой – отрасль (или отрасли), в которой фирма ведет конкурентную борьбу. Структура отрасли оказывает существенное влияние на формирование правил конкурентной борьбы, а также потенциальных стратегий фирмы.

Для цитирования в научных исследованиях

Успаева М.Г., Гачаев А.М. Аналитические формы развития организационных комплексов в региональной экономике // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2020. Том 10. № 9А. С. 128-138. DOI: 10.34670/AR.2020.29.45.014

Ключевые слова

Различные факторы, деятельность, потенциальные стратегии, тенденции, влияние.

Введение

Автоматизация процесса анализа внешней среды позволяет предприятию сэкономить свое время и средства, уменьшить риски, своевременно принимать эффективные управленческие решения. В настоящее время программ, которые предназначены для анализа внешней среды, нет в наличии. Анализ внешней среды является достаточно трудоемким, потому что требует большого количества расчетов и манипулирования большими объемами информации, поэтому автоматизация аналитических расчетов является объективной необходимостью.

Основная часть

Анализ PEST является инструментом для анализа рыночного спроса, положения предприятия на рынке, потенциала предприятия. Перечень факторов, используемых при PEST-анализе, представлен в таблице 1.

Таблица 1 - Перечень факторов, которые учитываются при PEST-анализе

Политические	Экономические
Тип правления в стране	Степень развития бизнеса
Стабильность политической ситуации в стране	Темпы роста экономики, % ставки, курс валют, темпы инфляции
Свобода слова и законодательно закрепленные права людей	Уровень безработицы, ситуация на рынке труда и стоимость рабочей силы
Тенденции к регулированию политической ситуации	Степень глобализации экономики
Трудовое законодательство и социальная защита населения	Уровень доходов населения
Наиболее вероятные политические изменения в течение следующих 3-5 лет	Уровень развития банков
Уровень бюрократии и коррупции	Наиболее вероятные изменения экономической ситуации в течение следующих 3-5 лет
Социально-культурные	Технологические
Численность населения, половая и возрастная структура населения	Вклад технологий в развитие рынка
Здоровье, образование, социальная мобильность	Развитие интернет-технологий и мобильных устройств
Привычки, поведение работников, отношение к работе	Активность и развитие научно-технических исследований
Общественное мнение, нормы поведения и запреты	Степень использования, производства и передачи технолоий
Уровень и стиль жизни	Наиболее вероятные изменения технологического характера в течение следующих 3-5 лет
Наиболее вероятные социально-культурные изменения в течение следующих 3-5 лет	

PEST-анализ имеет как преимущества, так и недостатки. SWOT-анализ – это процесс установления связей между наиболее характерными для предприятия возможностями, угрозами, сильными сторонами, слабостями, результаты которого в дальнейшем могут быть

использованы для формулирования и выбора стратегий предприятия [Гимранов и др., 2019].

Перед применением SWOT-анализа нужно использовать PEST-анализ или PRESTCOM-анализ. Методика проведения SWOT-анализа предполагает осуществление нескольких этапов:

1. Определение собственных сильных и слабых сторон предприятия (таблица 2). Первый этап позволяет определить, каковы сильные стороны и недостатки предприятия. Для этого необходимо составить перечень параметров, по которому будет оцениваться предприятие; по каждому параметру определить, что является сильной стороной предприятия, а что слабой; из всего перечня выбрать наиболее важные сильные и слабые стороны предприятия [Зироян, 2020].

Таблица 2 - Общие характеристики сильных и слабых сторон предприятия, используемых в SWOT-анализе

Потенциальные внутренние преимущества	Потенциальные внутренние недостатки
– конкурентные преимущества (уникальность); – сильная позиция в специфических рыночных сегментах, хорошо известный лидер; – жесткий конкурент на рынке; – стратегия наступления или другая важная стратегия; – содействие росту численности целевых групп потребителей или их лояльности; – выше средней осведомленности о состоянии рынка; – возможности защиты от конкурентов; – дифференциация изделий, обоснованная диверсификация; – достаточные финансовые ресурсы; – выше средних технологических и инновационных навыков; – творческий менеджмент; – хорошо изученный рынок, потребности покупателей; – выше средней рентабельности и доходности и маркетинговых навыков	– отсутствие реальных конкурентных преимуществ; – постоянные атаки со стороны ключевых конкурентов; – ниже средних темпов роста; – нехватка финансовых ресурсов, недостаточная прибыль; – потеря репутации у потребителей; – «пасти задних» в развитии продукции, узкая специализация; – недостатки в стратегической деятельности; – недостаток действий для смягчения конкурентного давления; – производство с высокими затратами, старение мощностей; – отсутствие реальных особых навыков в области менеджмента, нехватка талантов; – «новичок» в бизнесе, чья репутация еще не доказана; – отсутствие прочной позиции, чтобы бороться с угрозами

2. Определение рыночных возможностей и угроз (таблица 3.). Это своеобразная «разведка местности» – оценка рынка. Этот этап позволяет оценить ситуацию вне вашего предприятия и понять, какие у вас есть возможности, а также каких угроз следует опасаться.

Таблица 3 - Общие внешние возможности и угрозы для предприятия, используемые в SWOT-анализе

Потенциальные внешние возможности	Потенциальные внешние угрозы
– развитие экономики страны; – социально-политическая стабильность; – обоснованное законодательство; – обслуживание дополнительных групп потребителей; – вхождение в новые рынки (сегменты); – расширение производства для удовлетворения потребностей потребителей;	– инфляция; – велика вероятность возникновения новых конкурентов (в том числе иностранных); – рост сбыта товаров-заменителей; – замедленный темп роста рынка; – «враждебные действия» со стороны государства; – тенденции к рецессии и сокращению делового цикла;

Потенциальные внешние возможности	Потенциальные внешние угрозы
– родственная диверсификация, товары с дополнениями; – вертикальная интеграция; - возможность движения в сторону более привлекательных стратегических групп; -самоуспокоенность ключевых конкурентов; - быстрый рост рынка.	– возникновение трудностей при заключении договоров с поставщиками и потребителями; – изменения в потребностях и вкусах потребителей; – негативные демографические изменения; – негативная экологическая ситуация; – социально-политическая нестабильность

3. Сопоставление сильных и слабых сторон предприятия с возможностями и угрозами рынка. Для сопоставления возможностей предприятия условиям рынка и обобщения результатов SWOT-анализа применяется матрица SWOT. На пересечениях отдельных составляющих групп факторов формируются поля, для которых характерны определенные сочетания, которые следует учитывать в дальнейшем в ходе разработки стратегий определенного типа [Паклинская, 2019]. По мере усиления неопределенности бизнес-среды классические вероятностные описания рыночных процессов уступают место субъективным вероятностям, основанным на экспертных оценках, что дает основание широкого использования метода экспертных оценок для решения ряда задач, в том числе и оценки влияния факторов внешней среды на деятельность предприятия [Хазиахметова, Холдарова, 2019]. В условиях ориентации предприятия на традиционный рынок стандартизированной продукции расчет его емкости может быть осуществлен с использованием метода суммирования рынков. Для осуществления оценки параметров рынка разработана методика оценивания (таблица 4).

Таблица 4 - Методика оценивания

Факторы оценки	Коэффициент значимости фактора	Критерий оценки факторов	Коэффициент значимости критериев
Емкость (размер) рынка (Ф1)	0,42	1) существует большая возможность для увеличения рынка;	0,58
		2) рынок стабилен и увеличить его невозможно	0,32
		3) рынок уменьшается	0,1
Обновляемость рынка (Ф2)	0,26	1) рынок динамичен, товары обновляются быстро	0,45
		2) рынок стабилен, товары проходят свой жизненный цикл	0,35
		3) динамика изменения товаров низкая	0,2
Чувствительность рынка к изменениям цены (Ф3)	0,32	1) спрос меняется с изменением цены	0,12
		2) спрос не эластичен к цене	0,38
		3) отсутствие чувствительности спроса к изменениям цены, единичная эластичность	0,5

Оценка влияния на предприятие социально-экономических тенденций осуществляется с использованием факторов и критериев, представленных в таблице 4. Помимо параметров рынка, на деятельность предприятий существенное влияние оказывает конкуренция внутри отрасли [Григорьева, 2019]. Вместе с тем значимой конкурентной силой все в большей степени становятся покупатели. Их влияние распространяется на цены, качество, уровень обслуживания и другие условия продажи. Основываясь на исследовании поведения покупателей, предложены факторы и критерии оценки влияния силы покупателей (таблица 5).

Таблица 5 - Оценка влияния покупателей

Факторы оценки	Коэффициент значимости фактора	Критерий оценки факторов	Коэффициент значимости критериев
Доля покупок клиента в общем количестве продаж (Ф1)	0,3	Большая (К11)	0,5
		Средняя (К12)	0,3
		Незначительная (К13)	0,2
Баланс спроса и предложения (Ф2)	0,24	Спрос больше предложения (К21)	0,46
		Спрос равен предложению (К22)	0,41
		Предложение больше спроса (К23)	0,13
Тенденция изменения доходов покупателей (Ф3)	0,2	Уменьшение (К31)	0,09
		Стабильность (К32)	0,4
		Увеличение (К33)	0,51
Значимость купленных товаров для покупателей (Ф4)	0,12	Очень необходимые (К41)	0,49
		Необходимые (К42)	0,38
		Не являются необходимыми (К43)	0,13
Величина затрат покупателей при покупке товара-заменителя (Ф5)	0,14	Очень большая (К51)	0,33
		Значительная (К52)	0,3
		Средняя (К53)	0,26
		Незначительная (К54)	0,11

Влияние силы поставщиков на деятельность предприятий-покупателей зависит от отраслевых условий, фирм-поставщиков и от значимости для потребителя поставляемого товара [Карпов, Бычкова, 2019]. Представлен подход к оценке влияния силы поставщиков на деятельность предприятий-покупателей, что позволяет экспертным путем определить уровень зависимости от поставок.

Для определения комплексного влияния внешней среды на предприятие рассчитывается интегральный показатель оценки состояния внешней среды по формуле (1):

$$K = \sum \Phi_i \times K_{j3ni} \quad , \quad (1)$$

Где Φ_i – коэффициент значимости i -го фактора оценки ресурсов;

K_{j3ni} – коэффициент значимости j -го критерия по i -му фактору;

n – количество факторов оценки.

Экспертным путем установлено, что минимальная комплексная оценка характера воздействия внешней среды на предприятие составляет 0,1033, а максимальная – 0,4652.

Формализация информации предполагает построение интервальной шкалы индивидуальных оценок, поскольку сами оценки относятся к классу непрерывных величин и могут принимать любые числовые значения в некотором интервале [Пирогова, Корнеева, 2019]. В результате полученные данные были упорядочены и представлены в виде интервальных вариационных рядов. При этом многосложная совокупность оценок распределилась по однородным группам. По формуле (2) рассчитана средняя длина интервала для данного ряда:

$$y = \frac{X_{\max} - X_{\min}}{1 + 3,2 \ln n} \quad , \quad (2)$$

где y – длина отрезка;

$X_{\max}$, $X_{\min}$ – максимальные и минимальные уровни оценок;

n – количество рассчитанных показателей.

Всю совокупность оценок разделим по однородным группам путем выбора оптимальной величины интервала (см. формулу (2)):

$$y = \frac{0,4652 - 0,1033}{1 + 3,2 \ln n} = \frac{0,3619}{53,2367} = 0,1118 \quad (3)$$

Суммируя данную величину с элементами формируемого ряда, получаем 4 группы однородных оценок характера влияния внешней среды (таблица 6).

Преимущества метода заключаются в наглядности и конкретности полученных результатов; легкости и простоте в проведении; возможности четко увидеть позицию предприятия на рынке и предотвратить внешние угрозы [Оборин, Городилов, Микрюков, 2019].

Недостатки метода состоят в следующем: имеется потребность в высококвалифицированных работниках для проведения анализа; возможна субъективная оценка факторов, что создает возможность получить недостоверные данные; тяжесть сбора первичной информации для анализа.

Таблица 6 - Шкала оценок внешней среды

Уровни комплексных оценок	Характеристика стадий воздействия внешней среды
0,1033-0,2151	Суперустойчивое состояние внешней среды. События неожиданные и совершенно новые. Изменения проходят быстрее, чем реакция предприятия. Будущее непредсказуемо
0,2152-0,3270	Неустойчивое состояние внешней среды. События неожиданны, но имеют аналоги в прошлом. Изменения проходят быстрее, чем реакция предприятия. Можно предвидеть серьезные проблемы и новые возможности
0,3271-0,4389	Нормальное состояние внешней среды. События знакомы, распознаются в пределах экстраполяции опыта и наличия аналогов в прошлом. Темп изменений рынка равен темпам изменений предприятия. Будущее можно определить путем экстраполяции
0,4390-0,4652	Устойчивое состояние внешней среды. События достаточно привычные. Изменения внешней среды проходят медленнее, чем реакция предприятия. Будущее можно спрогнозировать путем экстраполяции

Состояние конкуренции в отрасли зависит от пяти основных конкурентных сил (модель пяти конкурентных сил, разработанная профессором Гарвардской школы бизнеса М. Портером). Анализ конкурентных сил по Портеру удобнее всего проводить с помощью таблиц, присваивая каждому параметру балл, отражающий низкую, среднюю или высокую степень угрозы для компании [Горегляд, 2019]. Для того, чтобы оценить влияние каждой конкурентной

силы из модели анализа конкуренции Майкла Портера, нужно выбрать одно из трех утверждений в таблице и проставить соответствующий балл от 1 до 3. Проставленные баллы суммируются в конце каждой таблицы, представлены расшифровки их значений.

Алгоритм анализа методом пяти сил Портера содержит следующее. Оценивается угроза со стороны товаров-заменителей путем заполнения таблицы 7.

Таблица 7 - Оценивание угроз со стороны товаров-заменителей

Параметр оценки	Оценка параметра		
	3	2	1
Товары-заменители	Существуют и имеют большую долю на рынке	Существуют, но только вышли на рынок и их доля мала	Не существуют
Суммарный балл			
1 балл	Низкий уровень угрозы со стороны товаров-заменителей		
2 балла	Средний уровень угрозы со стороны товаров-заменителей		
3 балла	Высокий уровень угрозы со стороны товаров-заменителей		

Уровень внутриотраслевой конкуренции оценивается по следующим параметрам: количество игроков, темп роста рынка, уровень дифференциации продукта на рынке, ограничения в повышении цен. Оценивается угроза входа на рынок новых игроков с помощью оценки высоты входных барьеров (таблица 8).

Угроза потери потребителей оценивается путем анализа следующих показателей: доля покупателей с большим объемом продаж; склонность к переключению на товары-субституты; чувствительность к цене (с помощью эластичности спроса); удовлетворенность качеством товара. Оцениваются угрозы для предприятия со стороны поставщиков [Курченкова, 2019]. Оценка поставщиков проводится с точки зрения стабильности, надежности и способности к повышению цен. Объединение результатов анализа в сводном виде и разработка направлений работ.

Последним этапом анализа является обобщение результатов, для этого все результаты анализа объединяются в одну таблицу, оценивается ситуация в целом, отмечаются основные угрозы и разрабатывается конкурентоспособная стратегия [Холодилин, 2019].

Преимущества от внедрения аналитических систем на предприятиях являются достаточно весомыми и зависят от характера и задач проекта автоматизации, которые могут быть следующими: автоматизация всего предприятия в целом (комплексная автоматизация); автоматизация деятельности сугубо аналитической службы предприятия; автоматизация финансово-аналитической деятельности предприятия, а также центров стратегического планирования с целью получить мощный инструмент, который предоставит возможность решать стратегические и тактические задачи предприятия [Зироян, 2020].

Таблица 8 - Оценка угрозы входа на рынок новых игроков

Параметр оценки	Оценка параметра		
	3	2	1
Экономия на масштабе при изготовлении товара или предоставлении услуг	Отсутствует	Существует у нескольких участников рынка	Значительная
Мощные бренды с большим количеством собственных клиентов	Отсутствуют	2-3 крупных предприятия удерживают 50% рынка	2-3 крупных предприятия удерживают 80% рынка

Параметр оценки	Оценка параметра		
	3	2	1
Дифференциация продукции	Низкий уровень дифференциации	Существуют микро-ниши	все возможные ниши заняты предприятиями
Размер инвестиций и расходов для входа в отрасль	Низкий (окупается за 1-3 месяца)	Средний (окупается за 6-12 месяцев)	Высокий (окупается > 1 года)
Доступ к каналам распределения	Доступ к каналам распределения открыт	Доступ к каналам распределения требует вложения средств	Доступ к каналам распределения ограничен
Политика государства	Нет влияния со стороны государства	Незначительное вмешательство государства в отрасль	Государство полностью контролирует отрасль
Готовность существующих предприятий снижать цену	Предприятия не будут снижать цену	Крупные предприятия не будут снижать цену	При появлении дешевых товаров предприятия снижают цену
Темпы роста рынка	Высокий	Замедленный	Стагнация или уменьшение
Суммарный балл			
8 баллов	Низкий уровень угрозы входа в отрасль новых игроков		
9-16 баллов	Средний уровень угрозы входа в отрасль новых игроков		
17-24 баллов	Высокий уровень угрозы входа в отрасль новых игроков		

Большинство факторов, мешающих успешному развитию предприятий, связаны с обеспечением работы аналитической службы предприятия. Именно поэтому оптимизация работы аналитиков на сегодняшний день является актуальной [Сорокин, 2019].

Заключение

В современных условиях хозяйствования автоматизация процесса анализа внешней среды дает возможность предприятию сэкономить свое время и средства, уменьшить риски, и главное – своевременно принимать эффективные управленческие решения [Алиханов, Дадаева, 2019]. Несмотря на то, что новейшие информационные технологии развиваются очень быстрыми темпами, программ, которые предназначены для анализа внешней среды, пока нет в наличии [Яценко, Боркова, 2019]. Анализ внешней среды является достаточно трудоемким, потому что требует большого количества расчетов и манипулирования большими объемами информации, поэтому автоматизация аналитических расчетов является объективной необходимостью.

Библиография

1. Алиханов С.Ш., Дадаева У.С. Реинжиниринг бизнес-процессов, как инструмент повышения эффективности предприятия // Студенческий вестник. 2019. № 48-4 (98). С. 72-74.
2. Гимранов Р.Д. и др. Граф цитирований как инструмент методологии исследования научной литературы по онтологии бизнес-процессов предприятия // Вестник Московского университета. Серия 6: Экономика. 2019. № 6. С. 99-110.
3. Горегляд В.П. Цифровой аудит в банке России как механизм повышения эффективности бизнес-процессов //

- Государственная служба. 2019. Т. 21. № 1 (117). С. 64-70.
4. Григорьева А.Ю. Взаимодействие ERP-систем с системами управления складом, как механизм усиления эффективности логистических бизнес-процессов // *Colloquium-journal*. 2019. № 27-8 (51). С. 61-63.
 5. Зироян А.Г. Выбор cgm-системы для поддержки бизнес-процессов агентства недвижимости // *Научный электронный журнал Меридиан*. 2020. № 3 (37). С. 84-86.
 6. Зироян А.Г. Применение CRM-системы в бизнес-процессах агентства недвижимости // *Научный электронный журнал Меридиан*. 2020. № 3 (37). С. 201-203.
 7. Карпов Д.О., Бычкова Е.М. Внедрение информационных технологий в бизнес-процессы международной торговли // *Colloquium-journal*. 2019. № 28-2 (52). С. 23-25.
 8. Курченкова А.Д. Анализ методик развития существующих бизнес-процессов // *Вектор экономики*. 2019. № 12 (42). С. 128.
 9. Оборин М.С., Городилов М.А., Микрюков Т.В. Теоретическая модель реинжиниринга бизнес-процессов с учетом общих центров обслуживания в структуре компании // *Russian Journal of Management*. 2019. Т. 7. № 4. С. 1-5.
 10. Паклинская Т.Г. Жизненный цикл бизнес-процесса "обучение": как построить его и управлять им // *Управление развитием персонала*. 2019. № 4. С. 264-275.
 11. Пирогова О.Е., Корнеева А.А. Исследование направлений совершенствования вспомогательного бизнес-процесса предприятия сферы услуг // *Международный научный журнал*. 2019. № 6. С. 54-59.
 12. Сорокин А.С. Методика оценки операционных рисков для бизнес-процессов (часть 1) // *Менеджмент сегодня*. 2019. № 4. С. 290-298.
 13. Хазиахметова Г.А., Холдарова А.Х. Исследование бизнес-процессов службы единого заказчика академии наук Республики Узбекистан // *Электронный экономический вестник Татарстана*. 2019. № 1. С. 55-62.
 14. Холодили Н.А. Бизнес-процесс продаж: регулярные заказы // *Управление продажами*. 2019. № 4. С. 246-254.
 15. Яценко А.В., Боркова Е.А. Анализ методов описания бизнес-процессов // *Экономика и бизнес: теория и практика*. 2019. № 12-3 (58). С. 167-170.

Analytical forms of development of organizational complexes in the regional economy

Milana G. Uspaceva

PhD in Economics,
Associate Professor of the Department of finance and credit,
Chechen State University,
364093, 32 Sheripova st., Grozny, Russian Federation;
e-mail: uspaceva@mail.ru

Akhmed M. Gachaev

Candidate of Physical and Mathematical Sciences, Associate Professor,
Grozny State Oil Technical University
named after Academician M.D. Millionschikov,
364061, 100 Kh. Isaev Ave., Grozny, Russian Federation;
Head of the Department of higher and applied mathematics,
Complex Scientific Research Institute named after H.I. Ibragimov
of the Russian Academy of Sciences,
366002, 21 a, Staropromyslovskoe sh., Grozny, Russian Federation;
e-mail: uspaceva@mail.ru

Abstract

The main purpose of SWOT analysis is to obtain reliable data about the company's capabilities and threats to promote it in the market of goods and services. To achieve this goal, SWOT analysis has the following tasks: identifying marketing opportunities that correspond to the company's resources; identifying marketing threats and developing measures to neutralize their influence; identifying the firm's strengths and comparing them with market opportunities; identifying the firm's weaknesses and developing strategic ways to overcome them; identification of the company's competitive advantages and formation of its strategic priorities. Assessing the impact of socio-economic trends in the external environment, it is necessary to understand that it is socio-economic conditions that act in relation to enterprises as a reason and condition for limiting (or expanding) activities and as a prerequisite for the need for changes in the enterprise. Among the various environmental factors that affect the firm, the key one is the industry (or industries) in which the firm is competing. The structure of the industry has a significant impact on the formation of competition rules, as well as potential strategies of the firm. The analysis of the external environment is quite laborious, because it requires a large number of calculations and manipulation of large amounts of information, therefore, the automation of analytical calculations is an objective necessity.

For citation

Uspaceva M.G., Gachaev A.M. (2020) Analiticheskie formy razvitiya organizatsionnykh kompleksov v regional'noi ekonomike [Analytical forms of development of organizational complexes in the regional economy]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 10 (9A), pp. 128-138. DOI: 10.34670/AR.2020.29.45.014

Keywords

Various factors, activities, potential strategies, trends, influences.

References

1. Alikhanov S.Sh., Dadaeva U.S. (2019) Reinzhiniring biznes-protsessov, kak instrument povysheniya effektivnosti predpriyatiya [Reengineering of business processes as a tool to improve the efficiency of an enterprise]. *Studencheskii vestnik* [Student Bulletin], 48-4 (98), pp. 72-74.
2. Gimranov R.D. i dr. (2019) Graf tsitirovaniya kak instrument metodologii issledovaniya nauchnoi literatury po ontologii biznes-protsessov predpriyatiya [Citation graph as a tool for the methodology of researching scientific literature on the ontology of business processes of an enterprise]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 6: Ekonomika* [Bulletin of Moscow University. Series 6: Economics], 6, pp. 99-110.
3. Goreglyad V.P. (2019) Tsifrovoy audit v banke Rossii kak mekhanizm povysheniya effektivnosti biznes-protsessov [Digital audit in the Bank of Russia as a mechanism for increasing the efficiency of business processes]. *Gosudarstvennaya sluzhba* [State Service], 21/1 (117), pp. 64-70.
4. Grigor'eva A.Yu. (2019) Vzaimodeistvie ERP-sistem s sistemami upravleniya skladom, kak mekhanizm usileniya effektivnosti logisticheskikh biznes-protsessov [Interaction of ERP systems with warehouse management systems as a mechanism to enhance the efficiency of logistics business processes]. *Colloquium-journal*, 27-8 (51), pp. 61-63.
5. Karpov D.O., Bychkova E.M. (2019) Vnedrenie informatsionnykh tekhnologii v biznes-protsessy mezhdunarodnoi trgovli [Implementation of information technologies in business processes of international trade]. *Colloquium-journal*, 28-2 (52), pp. 23-25.
6. Khaziakhmetova G.A., Kholdarova A.Kh. (2019) Issledovanie biznes-protsessov sluzhby edinogo zakazchika akademii nauk Respubliki Uzbekistan [Research of business processes of the service of a single customer of the Academy of Sciences of the Republic of Uzbekistan]. *Elektronnyi ekonomicheskii vestnik Tatarstana* [Electronic Economic Bulletin of Tatarstan], 1, pp. 55-62.
7. Kholodilin N.A. (2019) Biznes-protsess prodazh: regul'yarnye zakazy [Sales business process: regular orders]. *Upravlenie prodazhami* [Sales management], 4, pp. 246-254.

8. Kurchenkova A.D. (2019) Analiz metodik razvitiya sushchestvuyushchikh biznes-protsessov [Analysis of methods for the development of existing business processes]. *Vektor ekonomiki* [Vector of Economics], 12 (42), pp. 128.
9. Oborin M.S., Gorodilov M.A., Mikryukov T.V. (2019) Teoreticheskaya model' reingzhiniringa biznes-protsessov s uchetom obshchikh tsentrov obsluzhivaniya v strukture kompanii [A theoretical model of business process reengineering taking into account common service centers in the structure of the company]. *Russian Journal of Management*, 7(4), pp. 1-5.
10. Paklinskaya T.G. (2019) Zhiznennyi tsikl biznes-protssessa "obuchenie": kak postroit' ego i upravlyat' im [The life cycle of the business process "learning": how to build it and manage it]. *Upravlenie razvitiem personala* [Personnel development management], 4, pp. 264-275.
11. Pirogova O.E., Korneeva A.A. (2019) Issledovanie napravlenii sovershenstvovaniya vspomogatel'nogo biznes-protssessa predpriyatiya sfery uslug [Investigation of directions for improving the auxiliary business process of a service sector enterprise]. *Mezhdunarodnyi nauchnyi zhurnal* [International scientific journal], 6, pp. 54-59.
12. Sorokin A.S. (2019) Metodika otsenki operatsionnykh riskov dlya biznes-protsessov (chast' 1) [Methodology for assessing operational risks for business processes (part 1)]. *Menedzhment segodnya* [Management today], 4, pp. 290-298.
13. Yatsenko A.V., Borkova E.A. (2019) Analiz metodov opisaniya biznes-protsessov [Analysis of methods for describing business processes]. *Ekonomika i biznes: teoriya i praktika* [Economics and business: theory and practice], 12-3 (58), pp. 167-170.
14. Ziroyan A.G. (2020) Primenenie CRM-sistemy v biznes-protsessakh agentstva nedvizhimosti [Application of CRM-system in business processes of real estate agency]. *Nauchnyi elektronnyi zhurnal Meridian* [Scientific electronic journal Meridian], 3 (37), pp. 201-203.
15. Ziroyan A.G. (2020) Vybór crm-sistemy dlya podderzhki biznes-protsessov agentstva nedvizhimosti [The choice of a crm-system to support the business processes of a real estate agency]. *Nauchnyi elektronnyi zhurnal Meridian* [Scientific electronic journal Meridian], 3 (37), pp. 84-86.