

Научная статья

Original article

УДК 339.13

doi: 10.55186/2413046X\_2023\_8\_5\_206

**СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ  
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ  
MODERN APPROACHES TO ASSESSING COMPETITIVENESS  
PRODUCTS OF ENTERPRISES**



**Ермакова Ольга Викторовна**, Доцент кафедры №505, кандидат экономических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Московский авиационный институт», E-mail: [ermakovaov@mai.ru](mailto:ermakovaov@mai.ru)

**Ермаков Александр Александрович**, Доцент кафедры «Прикладная информатика», кандидат экономических наук, ФГБОУ ВО «Московский авиационный институт», E-mail: [ermakov@mai.ru](mailto:ermakov@mai.ru)

**Денисова Анастасия Николаевна**, ассистент кафедры №609, ФГБОУ ВО «Московский авиационный институт», E-mail: [denisovaan@mai.ru](mailto:denisovaan@mai.ru)

**Григорова Карина Анатольевна**, ассистент кафедры №502, ФГБОУ ВО «Московский авиационный институт», E-mail: [grigorovaka@mai.ru](mailto:grigorovaka@mai.ru)

**Ermakova Olga Viktorovna**, Associate Professor of Department No. 505, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Moscow Aviation Institute, E-mail: [ermakovaov@mai.ru](mailto:ermakovaov@mai.ru)

**Ermakov Alexander Alexandrovich**, Associate Professor of the Department of «Applied Informatics», Candidate of Economic Sciences, Moscow Aviation Institute, E-mail: [ermakov@mai.ru](mailto:ermakov@mai.ru)

**Denisova Anastosiya Nikolaevna**, assistant of the department No. 609, Moscow Aviation Institute, E-mail: [denisovaan@mai.ru](mailto:denisovaan@mai.ru)

**Grigorova Karina Anatolyevna**, assistant of the department No. 502, Moscow Aviation Institute, E-mail: grigorovaka@mai.ru

**Аннотация.** В статье уточнено содержание конкурентоспособности продукции предприятия как экономического понятия. В соответствии с уточненным авторами определением, конкурентоспособность продукции в широком смысле представляет собой комплекс характеристик ее качества, ценового компонента, включая систему бонусов и скидок, мероприятий в области маркетинга и постпродажного обслуживания, обуславливающих преимущества предприятия в части данной продуктовой позиции относительно ведущих отраслевых конкурентов, и формируемый с учетом возможностей и ограничений, складывающихся под влиянием общих и специальных финансово-экономических институтов. Систематизированы основные методические подходы к исследованию качества и конкурентоспособности продукции современных предприятий, относящиеся к областям экономико-социологического, экономико-статистического анализа, институциональной и неинституциональной экономике. Выделены базовые условия корректного применения основных методов исследования конкурентоспособности продукции в современных условиях хозяйствования.

**Abstract.** The article clarifies the content of the competitiveness of the enterprise's products as an economic concept. In accordance with the definition specified by the author, the competitiveness of products in a broad sense is a set of characteristics of its quality, price component, including a system of bonuses and discounts, marketing and after-sales service activities that determine the advantages of the company in terms of this product position relative to leading industry competitors, and formed taking into account the opportunities and limitations that develop under the influence of general and special financial and economic institutions. The main methodological approaches to the study of the quality and competitiveness of products of modern enterprises related to the fields of economic and sociological, economic and statistical analysis, institutional and neoinstitutional economics are systematized. The basic conditions for the correct

application of the main methods of research on the competitiveness of products in modern economic conditions are highlighted.

**Ключевые слова:** качество, конкурентоспособность, эффективность, предприятие, экспертный метод, социологические методы, сбалансированная система показателей

**Key words:** quality, competitiveness, efficiency, enterprise, expert method, sociological methods, balanced scorecard

**Введение.** Устойчивое повышение качества и конкурентоспособности продукции предприятий экономической системы РФ является значимым условием эффективного преодоления последней ситуации достаточно сложного пандемийно-санкционного кризиса 2020 – 2022 г.г. [2, с.18]. Обоснованность направлений роста качества и конкурентоспособности продукции, в свою очередь, непосредственно зависит от корректности использования системы методов их оценки.

Цель статьи состоит в рассмотрении достоинств и недостатков основных методических подходов к оценке качества и конкурентоспособности продукции предприятий. Основными задачами статьи являются:

- уточнение содержания конкурентоспособности продукции предприятия, как экономического понятия;
- систематизация основных современных методических подходов к оценке качества и конкурентоспособности продукции предприятий;
- выделение базовых условий репрезентативного использования систематизированных методических подходов к оценке качества и конкурентоспособности продукции.

**Основная часть.** Эффективность развития современных предприятий непосредственно зависит от результативности политики обеспечения конкурентоспособности продукции. Последняя, в свою очередь, является производной от качества производимых и реализуемых продукции, работ,

услуг. При этом в наиболее общем виде качество продукции представляет собой систему взаимосвязанных функционально-эксплуатационных, технико-технологических, экологических, эстетических и иных характеристик производимых предприятиями товаров, работ, услуг [9, с.643].

В соответствии с уточненным авторами определением, конкурентоспособность продукции в широком смысле представляет собой комплекс характеристик ее качества, ценового компонента, включая систему бонусов и скидок, мероприятий в области маркетинга и постпродажного обслуживания, обуславливающих преимущества компании в части данной продуктовой позиции относительно ведущих отраслевых конкурентов, и формируемый с учетом возможностей и ограничений, складывающихся под влиянием общих и специальных финансово-экономических институтов. Понимание конкурентоспособности продукции в узком смысле является достаточно традиционным: соотношение качества и цены производимых благ.

Основные современные методические подходы к исследованию конкурентоспособности продукции предприятий систематизированы в таблице 1.

Таблица 1

Методические подходы к исследованию конкурентоспособности продукции предприятий (систематизировано авторами)

Наименование методического подхода	Основное содержание методического подхода
1. Социологические и экспертные методы	Субъективистская оценка респондентами или отраслевыми экспертами особенностей и тенденций обеспечения конкурентоспособности продукции. Балльный экспертный метод оценки конкурентоспособности.
2. Методы линейной алгебры	Оценка оптимизации производственной программы предприятия, степени использования производственной мощности, эффективности

	<p>движения потоковых процессов на предприятии и т.п. (движение сырья, полуфабрикатов, готовой продукции и т.п.), непосредственно влияющей на качество продукции.</p>
3. Финансовый анализ	<p>Исследование эффективности деятельности и конкурентоспособности на основании анализа статистики и динамики финансовых коэффициентов, отражающих различные аспекты использования производственных и финансовых ресурсов предприятия.</p>
4. Исследование показателей, основанных на дисконтировании	<p>Оценка конкурентоспособности стратегических зон хозяйствования, проектов и компании в целом на основании параметров чистой приведенной стоимости, внутренней нормы доходности и иных показателей, основанных на использовании процедуры дисконтирования.</p>
5. Построение конкурентного профиля	<p>Формирование конкурентного профиля отдельных продуктовых позиций и компании в целом относительно основных отраслевых конкурентов.</p>
6. Корреляционно-регрессионные модели	<p>Анализ влияния отдельных параметров и факторов обеспечения конкурентоспособности продукции предприятия на другие методами статистического вероятностного анализа.</p>
7. Сбалансированная система показателей	<p>Анализ конкурентоспособности продукции предприятия на основании формирования нескольких формализованных групп показателей и оценки особенностей, степени сбалансированности взаимосвязей между ними.</p>
8. Нормативная система показателей	<p>Сопоставление фактической и эталонной последовательностей распределения темпов роста социально-экономических показателей, характеризующих различные аспекты деятельности предприятия, выявление на данной основе резервов повышения конкурентоспособности продукции.</p>
9. Организационно-	<p>Исследование эффективности организационной</p>

структурный анализ	структуры, системы общих и специальных функций управления организацией, их сбалансированности, оказывающих влияние на тенденции изменения конкурентоспособности продукции предприятия.
10. Нормативно-институциональный анализ	Анализ степени соответствия деятельности предприятия, управления процессами повышения конкурентоспособности продукции системе формальных и неформальных институтов, оперативности и результативности реагирования на институциональные изменения.
11. Методы неинституциональной экономики	Исследование конкурентоспособности на основании использования инструментария теории игр, теории транзакционных издержек, теории очередей (массового обслуживания), теории контрактов и др.

Следует отметить, что социологические и экспертные методы достаточно широко используются в практике анализа и оценки конкурентоспособности функционирования и развития предприятий различных форм собственности, масштаба операционной активности и отраслей экономики. Основными видами социологического анализа качества и конкурентоспособности являются опрос, анкетирование и глубинное интервью респондентов, в качестве которых могут выступать сотрудники самого предприятия, клиенты (потребители производимых им товаров, работ, услуг), различные группы контрагентов, например акционеры или представители поставщиков сырья, материалов, комплектующих и т.п.

Как отмечает, в частности, И. Адизес социологические методы исследования конкурентоспособности демонстрируют относительно высокое качество в тех случаях, когда недостаточно релевантной статистической информации о деятельности самой компании, состоянии рынков сбыта, перспективах развития той отрасли экономики, к которой относится исследуемое предприятие [1, с.139]. Вместе с тем, основным недостатком использования данной группы методов оценки качества и

конкурентоспособности в практике аналитической работы является достаточно высокий уровень субъективизма: по сути, оценивается не сама конкурентоспособность, как некая объективная характеристика функционирования экономического субъекта, а некоторое усредненное мнение респондентов о конкурентоспособности, факторах и проблемах ее обеспечения.

Соответственно, основными условиями сравнительно репрезентативного применения методического инструментария социологического подхода к исследованию конкурентоспособности продукции предприятий являются:

- достаточно широкая выборка социологического исследования;
- обеспечение соответствия генеральной и выборочной совокупности социологического исследования по базовым социально-демографическим параметрам (пол, возраст, стаж работы в организации, если имеет место опрос или анкетирование сотрудников компании);
- гарантии анонимности социологического исследования, которые особенно важны при организации опросов, анкетирований или глубинных интервью персонала предприятия;
- обработка результатов социологического анализа репрезентативными методами экономической статистики.

К категории субъективных можно отнести и экспертные методы оценки конкурентоспособности продукции и предприятия в целом. Наиболее распространенными методами такого рода являются метод построения дерева решений, метод Дельфи, метод мозгового штурма, метод Б. Росса и др. [4, с.58] В качестве экспертов могут быть привлечены отраслевые консультанты, преподаватели профильных дисциплин организаций системы высшего профессионального образования, сотрудники органов государственной власти и местного самоуправления, ответственные за регулирование той отрасли экономики, к которой относится рассматриваемое предприятие.

Методы линейной алгебры позволяют решить задачу оптимизации ассортимента и номенклатуры предприятия, от чего непосредственно зависит уровень конкурентоспособности, особенно в отношении многопродуктовых, диверсифицированных компаний.

Достаточно часто в практике аналитической работы используются методы финансового анализа, в частности исследование статистики и динамики финансово-экономических показателей, характеризующих различные аспекты обеспечения конкурентоспособности продукции субъекта хозяйствования. При этом основными абсолютными показателями экономического эффекта деятельности современных предприятий являются выручка от реализации продукции, работ, услуг, валовая и чистая прибыль, стоимость активов, численность промышленно-производственного персонала компании, рыночная стоимость фирмы.

Следует отметить, что более информативными являются относительные показатели деятельности предприятия. Они позволяют без специальной корректировки, например на влияние инфляционного фактора, исследовать тенденции развития компании в течение достаточно длительной перспективы, даже при условии существенного изменения масштаба деятельности субъекта хозяйствования, сравнивать уровень конкурентоспособности и финансово-экономической эффективности деятельности предприятий различных отраслей экономики и т.п.

Основными относительными показателями, характеризующими различные аспекты конкурентоспособности современных предприятий, являются [7, с.17]:

- показатели рентабельности предприятия;
- показатели оборачиваемости ресурсов предприятия;
- показатели производительности труда;
- показатели ликвидности;
- показатели финансовой устойчивости.

Метод расчета показателей, основанных на дисконтировании,



традиционно используется для исследования конкурентоспособности инвестиционных проектов или инновационных стартапов как моно-, так и полипродуктового характера. В наиболее общем виде дисконтирование представляет собой процесс приведения стоимости будущих денежных потоков, генерируемых проектом, к текущему моменту по определенной ставке, называемой нормой дисконта. В специальной литературе представлены следующие основные подходы к определению величины ставки дисконтирования денежных потоков [3, с.101-103]:

- а) метод средневзвешенной стоимости капитала (метод WACC);
- б) метод среднеотраслевой рентабельности капитала (на основе средней доходности на вложенный капитал (ROE);
- в) метод суммирования безрисковой ставки и премии за отраслевой риск (метод оценки капитальных активов – CAPM);
- г) метод кумулятивного построения (основан на оценке рисков экспертами)

Основными показателями исследования конкурентоспособности и эффективности, рассчитываемыми в рамках данного методического подхода, являются чистая приведенная стоимость, внутренняя норма доходности инвестиций, дисконтированный срок окупаемости. При этом условиями корректного использования методов анализа конкурентоспособности, основанных на использовании процедуры дисконтирования, являются:

- репрезентативное прогнозирование будущих денежных потоков, генерируемых компанией, инвестиционным проектом или стартапом, что представляет собой особую сложность в условиях высокого уровня неопределенности внешней финансово-экономической среды;
- корректное определение ставки дисконтирования денежных потоков, исходя из специфики функционирования отрасли экономики, к которой относится соответствующая компания или инвестиционный проект, масштаба бизнеса (для малых компаний или проектов значение ставки дисконтирования традиционно более существенно).

Методический подход формирования конкурентного профиля компании были изначально аргументированы М. Портером [8, с.151-154]. Рядом исследователей, в частности Х. Алоизесем и Р. Махмуд, инструментарий данного методического подхода был расширен на сферу комплексного исследования конкурентоспособности не только предприятия в целом, но и отдельных видов производимых им товаров, работ, услуг [12, с.19].

Корреляционно-регрессионный анализ представляет собой метод экономико-статистического исследования характера влияния различных групп финансово-экономических факторов на тенденции изменения качества и конкурентоспособности продукции предприятия. Традиционно в рамках данного метода используются одно- или многофакторные модели анализа эффективности; при этом последние считаются более репрезентативными. Наиболее известной из многофакторных моделей исследования эффективности выступает производственная функция Кобба-Дугласа, в рамках которой анализируется совместное влияние факторов труда и капитала на выпуск продукции компании.

Р. Абрамс, в частности, предлагает модель многофакторного анализа конкурентоспособности продукции компании, которая имеет следующий общий вид [11, с.52]:

$$K = f (FI, FN, Inst)$$

где  $K$  – уровень конкурентоспособности продукции предприятия;

$FI$  – внутренние финансово-экономические факторы обеспечения уровня конкурентоспособности;

$FN$  – внешние макроэкономические, финансовые и отраслевые факторы обеспечения уровня конкурентоспособности продукции;

$Inst$  – институциональные факторы, оказывающие влияние на динамику качества и конкурентоспособности компании.

В целом, основными условиями репрезентативного применения инструментария корреляционно-регрессионного анализа в практике оценки

конкурентоспособности продукции компаний являются [6, с.216]:

- достаточно существенный диапазон наблюдений, необходимый для релевантного использования метода корреляционно-регрессионного анализа (не менее 7-8 периодов);

- высокие, близкие к единице по абсолютной величине значения таких базовых статистических оценочных параметров, как критерии корреляции и детерминации;

- незначительный уровень автокорреляции факторных переменных корреляционно-регрессионной модели.

С конца 1990 г.г. в практике исследования конкурентоспособности компаний активно используется такой метод, как построение сбалансированной системы финансово-экономических показателей (ССП). Основы методологии СПП были аргументированы американскими исследователями Р. Капланом и Д. Нортоном. В парадигме сбалансированной системы показателей предполагается, что конкурентоспособность функционирования и развития субъекта хозяйствования тем выше, чем в большей степени сбалансированы друг с другом следующие блоки финансово-экономических критериев [5, с.15]:

- блок конкурентной позиции компании на отраслевом рынке сбыта продукции, работ, услуг;

- блок финансовых показателей деятельности компании;

- блок инвестиционного и инновационного потенциала компании;

- блок человеческого капитала организации.

Несмотря на достаточно широкое распространение методического инструментария СПП в практике оценки конкурентоспособности предприятий различных форм собственности и отраслей экономики, данный метод имеет ряд недостатков. Основными из них, по нашему мнению, являются:

- а) не вполне корректным представляется полное редуцирование конкурентоспособности к процессу сбалансированности деятельности

субъекта хозяйствования – так, относительно сбалансированное развитие может быть в некоторых ситуациях характерно и для депрессивных предпринимательских структур, характеризующихся сравнительно низким уровнем качества и конкурентоспособности производимой продукции;

б) в рамках классической методологии ССП Нортон-Каплана не вполне ясен непосредственный алгоритм количественной оценки уровня сбалансированности деятельности компании;

в) в состав сбалансированной системы показателей не включены такие значимые группы критериев обеспечения конкурентоспособности функционирования и развития современных компаний, как показатели интенсивности и результативности цифровизации деятельности, индикаторы состава и структуры транзакционных издержек и др.

Комплексным методом исследования эффективности развития предприятий, рассматриваемого в контексте обеспечения устойчивого роста качества производимой ими продукции, является и формирование нормативной системы показателей (НСП). Методология НСП была сформирована в конце 1970 г. советским ученым-экономистом И.М. Сыроежиным [10]. В системе координат нормативной системы показателей предполагается, что развитие предприятия является тем более эффективным, чем в большей степени фактическая последовательность темпов роста различных базовых критериев, отражающих различные аспекты его развития (выручка, прибыль, инвестиционная активность, инновационная активность и т.п.), соответствует некоторой эталонной (идеальной) последовательности.

Соответственно, основной задачей НСП является корректная аргументация эталонной последовательности соотношения темпов роста показателей, отражающих разные аспекты финансово-хозяйственной деятельности, при которой эффективность деятельности компании максимизируется. Для оценки же соответствия фактической и эталонной последовательностей темпов изменения показателей используется инструментальный ранговой статистики Кендалла и Спирмена.

Организационно-структурный анализ представляет собой метод исследования качества и конкурентоспособности продукции и деятельности предприятий, достаточно широко применяющийся в теории и практике менеджмента. Основными направлениями такого рода анализа являются:

- оценка степени согласованности реализации общих функций управления развитием субъекта хозяйствования (анализ, планирование, организация, мотивация, контроль, оценка финансово-экономической эффективности);

- анализ уровня подкрепленности общих функций управления предприятием специальными функциями менеджмента;

- исследование степени конгруэнтности используемых в деятельности многих современных предприятий, по крайней мере относящихся к сегменту крупных и средних организаций, процессного, функционального, системного и проектного подходов к организации и осуществлению управленческой деятельности.

В рамках нормативно-институционального анализа исследуется степень соответствия развития предприятия, в т.ч. системы менеджмента качества продукции, нормам, правилам, стандартам, существующим в рамках формальных и неформальных социально-экономических институтов. Основными формальными институтами, оказывающими существенное влияние на качество и конкурентоспособность продукции практически любых предприятий, при этом являются институт собственности, институт корпоративного управления, институты арбитражного и третейского суда, институт налогового регулирования и контроля и др. Базовыми неформальными институтами, характер соответствия которым также должен учитываться при оценке качества и конкурентоспособности продукции компаний в рамках данного методического подхода, являются институт национальных и региональных деловых традиций и обычаев, институт саморегулируемых организаций (СРО) субъектов предпринимательской деятельности и др.

Наконец, для оценки отдельных аспектов и факторов обеспечения конкурентоспособности современных предприятий может быть использован инструментарий неоинституционального направления экономической науки. В парадигме неоинституционализма для целей исследования отдельных аспектов обеспечения качества и конкурентоспособности продукции могут быть использованы следующие основные методы:

- теория трансакционных издержек, в рамках которой анализируются факторы и условия минимизации нерациональных трансакционных затрат, негативно влияющих на динамику себестоимости и, соответственно, конкурентоспособности продукции;

- теория игр, в системе координат которой рассматриваются различные возможные варианты внутриорганизационных конфликтов и противоречий компаниями с внешними группами экономических субъектов, а также формируются оптимальные организационно-экономические механизмы их разрешения (в рамках достижения равновесия по Парето, равновесия по Нэшу и др.);

- теория очередей, в рамках которой исследуется качество различных групп потоковых процессов, осуществляемых в рамках предприятия либо влияющих на его деятельность (внутрипроизводственное движение деталей, полуфабрикатов, комплектующих, процессы поставки, сбыта, функционирования транспортного хозяйства организации и др.);

- теория отраслевых рынков, в парадигме которой рассматриваются мезоэкономические условия и проблемы обеспечения роста уровня качества и конкурентоспособности продукции предприятий;

- теория предпринимательских контрактов и др.

**Заключение.** В целом, при исследовании конкурентоспособности продукции современных предприятий целесообразно, на наш взгляд, использовать синтез экономико-статистических и эмпирических, в первую очередь социологических, методических подходов, дополняя последние, при наличии необходимой релевантной информации, инструментарием

неоинституциональной парадигмы экономической науки.

### **Список источников**

1. Адизес И. Управление жизненным циклом корпораций. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2022. – 328 с.
2. Афонин А.М., Ицаков Е.Д. Пути повышения конкурентоспособности фирмы в условиях кризиса. – М.: Проспект, 2021. – 200 с.
3. Воронина, Н. В. Ставка дисконтирования при расчете инвестиционных проектов: подходы и методы обоснования / Н. В. Воронина, В. Г. Зарецкая // Вестник ТОГУ. – 2020. – № 1(56). – С. 99-108.
4. Гуцыкова С.В. Метод экспертных оценок. – М.: Экономика, 2012. – 158 с.
5. Каплан Р., Нортон Д. Стратегические карты. Трансформация нематериальных активов в материальные результаты. М.: Олимп-бизнес, 2022. – 418 с.
6. Лопатников Л.И. Экономико-математический словарь. – М.: Наука, 2012. – 558 с.
7. Ляндау Ю.В. Теория процессного управления. – М.: Инфра-М, 2013. – 224 с.
8. Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов. – М.: Альпина Паблишер, 2022. – 454 с.
9. Смирнова О.В. Оценка конкурентоспособности продукции // Научные труды Вольного экономического общества России. – 2010. - №10. – С.642 – 648.
10. Сыроежин И.М. Система показателей эффективности и качества. М.: Экономика, 1980. – 186 с.
11. Abrams, R. Entrepreneurship: A Real-World Approach / R. Abrams. Redwood City: Planning Shop, 2021. – 320 p.
12. Aluisius, H.P., Mahmood, R. Social capital and firm performance / H.P.Aluisius, R.Mahmood // Asian Social Science. – 2014. - Vol 10. – P.18 – 24.

### **References**

1. Adizes I. Upravlenie zhiznennym ciklom korporacij. – М.: Mann, Ivanov i

Ferber, 2022. – 328 s.

2. Afonin A.M., Icaikov E.D. Puti povysheniya konkurentosposobnosti firmy v usloviyah krizisa. – M.: Prospekt, 2021. – 200 s.

3. Voronina, N. V. Stavka diskontirovaniya pri raschete investicionnyh proektov: podhody i metody obosnovaniya / N. V. Voronina, V. G. Zareckaya // Vestnik TOGU. – 2020. – № 1(56). – S. 99-108.

4. Gucykova S.V. Metod ekspertnyh ocenok. – M.: Ekonomika, 2012. – 158 s.

5. Kaplan R., Norton D. Strategicheskie karty. Transformaciya nematerial'nyh aktivov v material'nye rezul'taty. M.: Olimp-biznes, 2022. – 418 s.

6. Lopatnikov L.I. Ekonomiko-matematicheskij slovar'. – M.: Nauka, 2012. – 558 s.

7. Lyandau YU.V. Teoriya processnogo upravleniya. – M.: Infra-M, 2013. – 224 s.

8. Porter M. Konkurentnaya strategiya. Metodika analiza otraslej i konkurentov. – M.: Al'pina Pabliher, 2022. – 454 s.

9. Smirnova O.V. Ocenka konkurentosposobnosti produkcii // Nauchnye trudy Vol'nogo ekonomicheskogo obshchestva Rossii. – 2010. - №10. – S.642 – 648.

10. Syroezhin I.M. Sistema pokazatelej effektivnosti i kachestva. M.: Ekonomika, 1980. – 186 s.

11. Abrams, R. Entrepreneurship: A Real-World Approach / R. Abrams. Redwood City: Planning Shop, 2021. – 320 p.

12. Aluisius, H.P., Mahmood, R. Social capital and firm performance / H.P.Aluisius, R.Mahmood // Asian Social Science. – 2014. - Vol 10. – P.18 – 24.

**Для цитирования:** Ермакова О.В., Ермаков А.А., Денисова А.Н., Григорова К.А. Дистанционные методы выявления процессов деградации почвенного покрова // Московский экономический журнал. 2023. № 5.  
URL: <https://qje.su/nauki-o-zemle/moskovskij-ekonomicheskij-zhurnal-5-2023-14/>

© Ермакова О.В., Ермаков А.А., Денисова А.Н., Григорова К.А., 2023.

Московский экономический журнал, 2023, № 5.