

УДК 33 DOI: 10.14451/1.242.182

Формирование конкурентной маркетинговой стратегии организации в условиях глобальной политико-экономической нестабильности (на примере динамики экспортных показателей ПАО «Газпром»)

© 2025 **Ильин Алексей Евгеньевич**

Доктор экономических наук, профессор, директор Курского филиала. Финансовый университет при Правительстве РФ, Курский филиал, Курск, Россия.

E-mail: ilyinae@rambler.ru

© 2025 **Занина Ольга Владимировна**

Кандидат экономических наук, заместитель директора Курского филиала. Финансовый университет при Правительстве РФ, Курский филиал, Курск, Россия.

E-mail: o.zanina@inbox.ru

© 2025 **Шорстов Дмитрий Алексеевич**

Студент Курского филиала. Финансовый университет при Правительстве РФ, Курский филиал, Курск, Россия.

E-mail: Шорстофф@mail.ru

Ключевые слова: маркетинг, стратегия, экономический спад, адаптация, экономический тренд.

Стратегия развития организации в конкурентной среде, свойственной рыночной экономике, предполагает взаимодействие со всеми сферами жизни общества, имеющего полное право сегодня называться глобализованным, общества постоянного транснационального взаимодействия и международного потребительского пространства. Каждая из них значима, но ни одна не оказывает на глобальную экономику такого же сильного воздействия, какое способна оказать политическая сфера. Рынки, на которых не было легитимизировано взаимное движение товаров и услуг, фактически потеряны друг для друга и не обладают стимулами к самосовершенствованию, параллельно способствуя нарастанию нестабильности в мировой экономике, стремящейся к включению в себя всех доступных финансовых и производственных структур. Основная цель данного исследования – рассмотрение и анализ стратегических действий ПАО «Газпром» на мировом рынке нефтяной продукции в контексте глобальной политической неустойчивости и отраслевой турбулентности. В рамках исследования используются отчетные статистические данные о финансовых и фактических объемах экспортной деятельности ПАО «Газпром», представленные в графическом формате с сохранением тематической целостности, компаративной демонстративности и динамической дифференциации, составленные в корреляции с соответствующим

геополитическим фоном. Полученные результаты в целом позволяют сформулировать концепцию вывода по тематической проблематике. Маркетинговая стратегия организации как опережающая характеристика ее действий в целевом сегменте глобального рынка определяется целым спектром факторов влияния, сводящихся к возможности организации не только удерживать свои позиции в конкурентной среде, но и маневрировать в пространстве политических решений, зачастую направленных на контроль сферы экономики. Причины этих решений могут быть разнообразными, но их эффект на рыночную среду остается неизменным: в их рамках коммерческие организации вынужденно адаптируются под специфику изменчивой обстановки. Конкретно ПАО «Газпром» использует свою экспортную деятельность как один из важных рычагов влияния на мировую цену нефте- и газопродуктов и нефтяного сырья. Тем не менее ПАО «Газпром» обладает тесными связями с государственным управленческим аппаратом РФ, поэтому его деятельность в любом случае оказывается связана с мировым и региональным политическим мотивом. Идея адаптации организации к изменчивым политико-экономическим условиям посредством формирования специфической маркетинговой стратегии балансирует между экономической эффективностью деятельности любого коммерческого предприятия и политическим контекстом его сущности в мире глобальных финансов и региональных конфликтов. Действия коммерческой организации рассматриваются в контексте ее аффилированности, а это, как следствие, ведет к тому, что ее маркетинг (особенно в том случае, когда деятельность анализируемой организации носит транснациональный характер) превращается в концепцию противостояния политике как универсальной силе – антагонисту сугубо финансово-экономической динамики рынка.

Введение

Формирование маркетинговой стратегии организации подразумевает сбор и анализ информации о внутреннем состоянии организации и внешних факторах, оказывающих влияние на рост ее основных финансовых и производственных характеристик. Маркетинговая стратегия организации, выстроенная в соответствии с объективными показателями и потому во многом определяющая политику компании в отношении структуры производства и направления приложения финансовых ресурсозатратных усилий, характеризует устойчивость ее развития [28, с. 471–472]. Стратегический маркетинг необходим организации как способ взаимодействия с внешним миром посредством адаптации собственной производственной и дистрибуторской политики в ответ на изменения в экономическом окружении [25, с. 269–270].

Для объективной оценки эффективности стратегического маркетинга требуется рассмотрение влияния изменений во внешней макроэкономи-

ческой среде на внутренние факторы функционирования организации: управленческие решения, производственные процессы, изменения в оперативной структуре управления [27, с. 169–170]. Поскольку любая организация представляет собой систему, функционирующую на основе кадровых компетенций, управление компанией, занявшей значительный сегмент рынка, представляющего коммерческий интерес, требует учитывать качество человеческого ресурса основных конкурентов в занимаемом сегменте [10, с. 130–131]. Кроме того, в подобных оценках нуждаются партнеры, поставщики и дистрибьюторы [30, с. 077033]. В условиях макроэкономической нестабильности любое малоэффективное управленческое решение в сравнении с конкурентным может стать сигналом к пересмотру политики взаимодействия с партнерами, изменению условий и принципов договоренностей [9, с. 17–18].

В периоды экономического спада взаимные требования организаций возрастают соразмерно

снижению общего уровня экономического роста в регионе; прежде всего это связано со стремлением к снижению рисков в планировании и осуществлении управленческих решений компаний [24, с. 377–378]. В данных условиях организации, желающие сохранить свое место на рынке после выхода из кризиса, стремятся адаптироваться к изменившейся обстановке, ориентируясь в принятии антикризисных управленческих решений на стратегический маркетинговый анализ внешней среды [21, с. 376–377].

Материалы и методы исследования

Для Российской Федерации и ряда развитых европейских и ближневосточных нефтедобывающих стран экономический спад в начале 2020-х годов отождествился с такими факторами, как дисбаланс сложившихся за последние 20–25 лет геополитических конъюнктуры и регламента, активность экономических блоков и военного присутствия США в отдельных регионах, военные действия, разгорающиеся в восточной Европе в настоящее время, а также пандемия COVID-19, охватившая большую часть планеты в конце 2019 года. В условиях очевидно возрастающей нестабильности рыночные условия обостряются гораздо значительнее, что накладывает дополнительные ограничения на стратегическое планирование и принятие решений, усложняет стратегический маркетинговый анализ необходимостью принимать в расчет амбиции как крупных, в том числе интернациональных, так и региональных и локальных компаний, взаимодействующих в рамках национальных государств [4, с. 78–79].

Обладая значительными запасами финансовых ресурсов и разнонаправленных активов, глобализированные корпорации тем меньше привязываются к колебаниям экономического тренда в принятии стратегических решений, чем более становятся зависимыми от международной политико-экономической конъюнктуры [16, с. 62–63].

Так, вопреки обоснованной с точки зрения бизнес-развития парадигме освоения и удержания рыночных позиций и, как следствие, уве-

личения объемов прибыли, крупные корпорации, частично либо же полностью покинувшие рынок РФ, оказавшись под давлением ангажированных политических сил, в основе своего решения располагали оценкой рисков внутреннего санкционного давления и репутационных потерь в регионах основного объема дистрибьюции.

Поскольку иностранные компании, до сих пор находившиеся на российском рынке, в процессе своей деятельности успели выстроить обширные сети производственных и логистических цепочек между локальными производителями и субподрядчиками, их уход с рынка спровоцировал значительные изменения в рыночной структуре ряда регионов [2, с. 75–76].

При рассмотрении организаций, меньших по объемам производства, количеству экономических связей и запасов финансовых ресурсов, можно констатировать значительно большую зависимость от колебаний множественных экономических трендов [13, с. 110–111]. Это непосредственно связано с явлением каскадирования финансово-экономических последствий, при котором изменения в международной политико-экономической конъюнктуре влияют на изменения в политике крупных компаний в отношении поставщиков и субподрядных организаций, что поочередно отражается на состоянии стоимости функционирования организаций: сперва посредством изменения процента инфляции из-за снижения курса национальной валюты, затем – повышением цен и удорожанием логистики поставок, что, в свою очередь, отражается на себестоимости производственных процессов, которая к этому моменту вследствие эффекта первого звена описываемого процесса уже возросла в процессе инфляции [12, с. 13–14].

Таким образом, для организаций различного уровня масштабирования производственных, логистических и дистрибьюторских процессов, в сущности, по-разному определяется значимость различных внешних факторов и характера их влияния на внутренние процессы с точки зрения целесообразности стратегического маркетингового анализа [18, с. 82–83].

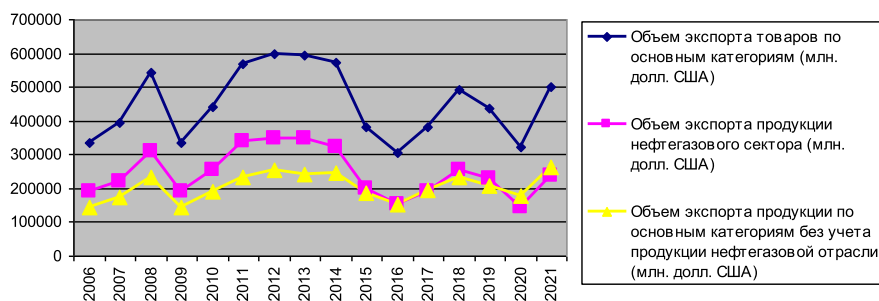


Рис. 1. Динамика доли экспорта продукции нефтегазовой отрасли РФ в сравнении с общим массивом экспорта РФ по основным категориям.

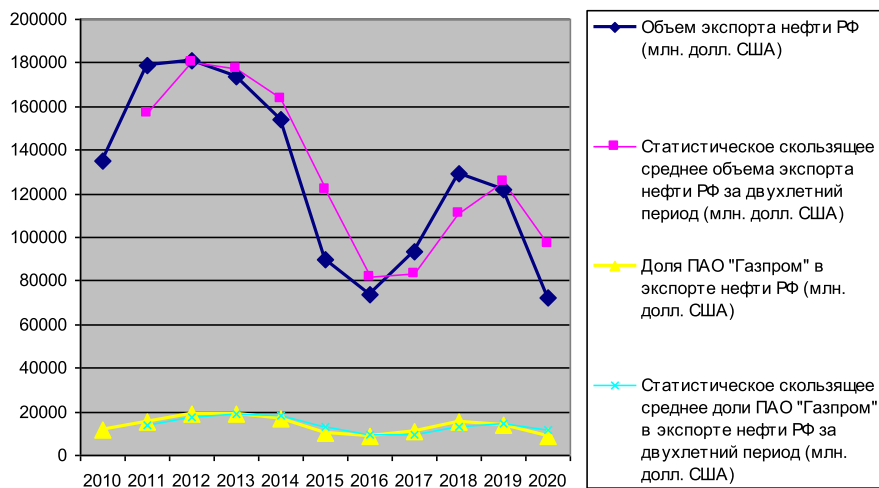


Рис. 2. Динамическая доля ПАО «Газпром» в общем объеме экспорта нефти РФ.

Результаты и их обсуждение

Рассмотрение причин актуального состояния и положения российских компаний необходимо осуществлять в текущем контексте мировых политико-экономических отношений с анализа событий 2014 года.

Обострение политической ситуации в восточной Европе привело к присоединению полуострова Крым в полной административно-территориальной целостности к Российской Федерации посредством проведения референдума. Данный юридический факт не был признан большинством западноевропейских государств, странами участниками военно-экономического блока НАТО, следствием чего стала реализация стратегии экономической борьбы стран Евросоюза и США с Российской Федерацией посредством планомерно наращиваемого санкционного давления.

Экономические последствия в первую очередь ощутили нефтедобывающая отрасль и банковский сектор РФ [6, с. 192–193]. Первые пакеты санкций были в общей массе направлены на заморозку активов и финансовых операций чиновников и представителей крупного российского финансового капитала. Дальнейшие санкционные меры были направлены на ограничение торговых отношений с российскими ресурсодобывающими компаниями.

На рисунке 1 отображены изменения в экспорте продукции Российской Федерацией в период с 2006 года по 2021 год, где прослеживается общее снижение объема экспорта продукции по основным категориям, в том числе продукции нефтегазовой промышленности вслед за наступлением мирового кризиса 2008–2009 годов, более значительное снижение объемов экспорта в период 2014–2016 годов, связанное с санкциями в отношении Российской Федера-

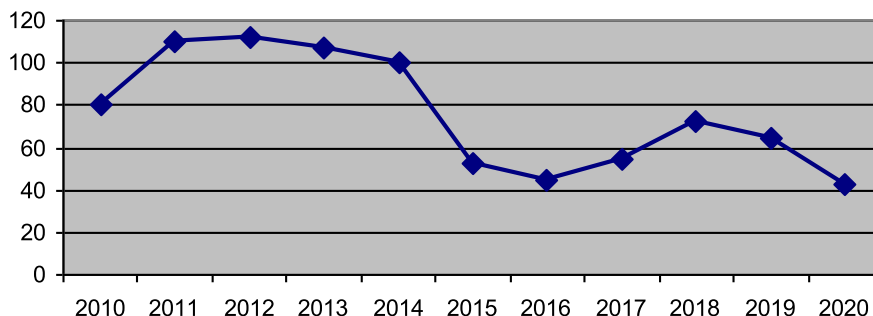


Рис. 3. Статистика изменения цены на баррель нефти на мировом рынке в период с 2010 года по 2020 год (в долл. США / баррель).

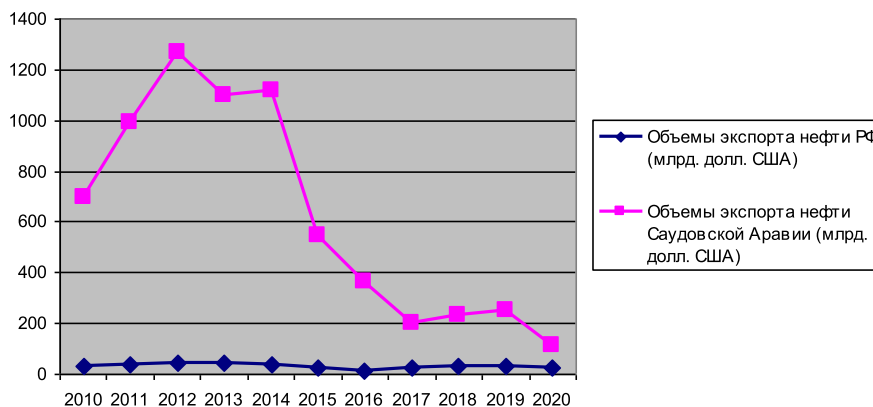


Рис. 4. Компаративный анализ экспортных моделей нефтегазовой отрасли Российской Федерации и Саудовской Аравии (по данным аналитического модуля tradingeconomics.com).

ции со стороны Евросоюза и США (впоследствии объемы экспорта росли до наступления в 2019 году мировой эпидемии COVID-19). После преодоления кризиса, причиной которого стала эпидемия коронавируса, продлившаяся вплоть до начала 2022 года, наблюдался активный рост экспортной торговли.

В связи с началом специальной военной операции объективные данные в отчетном периоде, начиная с января 2022 года, в официальных источниках РФ не представлены в достаточном объеме, в связи с чем объективный анализ данного периода затруднителен.

Из данных рисунка 2 следует, что в период с 2013–2014 годов по 2016 год происходит активное снижение объемов экспорта нефти, которое связано с происходящими на описываемый момент политическими событиями в восточной Европе.

На рисунке 3 прослеживается тенденция к актив-

ному снижению цен в период с 2013 года по 2016 год, связанная с обострением политической ситуации в мире, в частности – реализацией стратегии ОПЕК по осуществлению политики регулирования цен на нефть.

По данным открытых международных источников (рис. 4) можно проследить за тем, каким образом на кризисные события 2014–2019 годов реагировала экспортная модель нефтегазовой отрасли Российской Федерации и ее основного конкурента в сфере нефтедобычи – Саудовской Аравии [19, с. 95–96]. Значительное снижение в 2017 году было связано с международной сделкой при участии ОПЕК, призванной отрегулировать движение сырьевых и финансовых потоков на нефтяном рынке, а также с изменением политики ОАЭ в отношении внутренних источников дохода.

В данном контексте международной политико-экономической конъюнктуры «Газпром» пред-

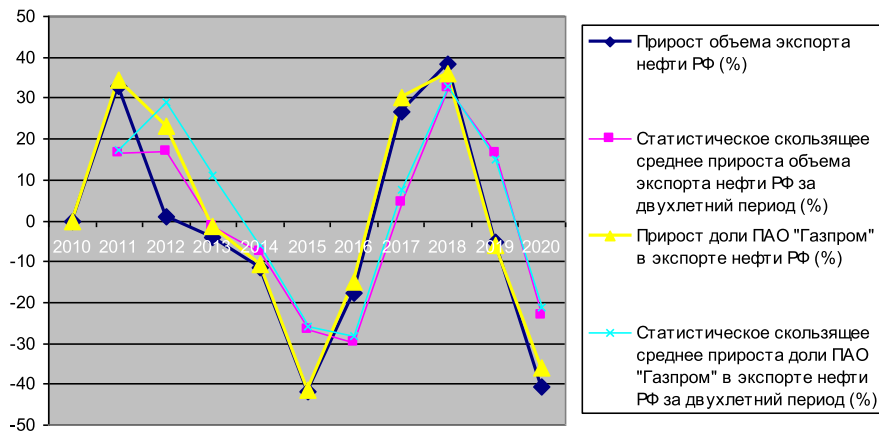


Рис. 5. Статистика изменения доли экспорта нефти ПАО «Газпром» в контексте динамики прироста объемов экспорта нефти РФ.

принимал действия по стабилизации собственного финансового состояния в критические кризисные 2014–2016 годы и 2019–2020 годы и адаптации к нестабильной мировой экономической ситуации [3, с. 154–155].

Исходя из анализа представленной информации, можно сделать следующие выводы о рыночной конъюнктуре в рамках нефтегазовой отрасли, специфики расчета цены нефти и ее влиянии на «Газпром»:

- Давление ангажированной мировой политической публики, заложившее основу снижению цен в период с 2013 года по 2016 год, обострившееся в дальнейшем в американо-европейском экономическом пространстве из-за событий в восточной Европе, имело значительные последствия для нефтедобывающих регионов, в том числе для Российской Федерации и ее основного конкурента по объемам добычи нефти – Саудовской Аравии, впоследствии принявшей, отчасти вынужденно, политику снижения доли нефтяных доходов в составе бюджета [26, с. 596–597];
- Как следствие данных событий, России удалось в период с 2016 года по 2020 год частично нивелировать последствия снижения доли экспорта нефти в расчете от общемирового, несмотря на пандемию коронавируса в 2019–2020 годах, не теряя значительных объемов финансовых потоков из-за потенциально возможного в данный период риска продол-

жения снижения цен на нефть [29, с. 156–157];

- Общие колебания цен на нефтегазовую продукцию в период с 2016 года по 2020 год в наибольшей степени связаны с изменением доли мировой добычи нефти Соединенными Штатами Америки, Саудовской Аравией и Россией [22, с. 78–79], стремлением стран-членов ОПЕК прийти к договоренностям в отношении регулирования цен, а также с пандемией COVID-19 в период с 2019 года по конец 2020 года [5, с. 10–11].

Поскольку «Газпром» является одной из крупнейших добывающих компаний в нефтегазовом секторе, зависимость объемов его прибыли в большей степени привязана к глобальной политико-экономической конъюнктуре, чем к внутренним региональным рыночным колебаниям – несмотря на присутствие на внутреннем рынке Российской Федерации в качестве дистрибьютора потребительской нефтегазовой продукции (бензин, дизель, газ) [8, с. 54–55]. Как следствие, принятие решений о стратегическом развитии происходит полностью в контексте анализа внешних факторов влияния [23, с. 45–46].

Кроме того, необходимо учесть состав круга владельцев основной части «Газпром». По оценке самой организации, России как государству принадлежит более 50% акций [7, с. 101–102]. Это создает понимание о составе руководства компании и лицах, аффилированных с компа-

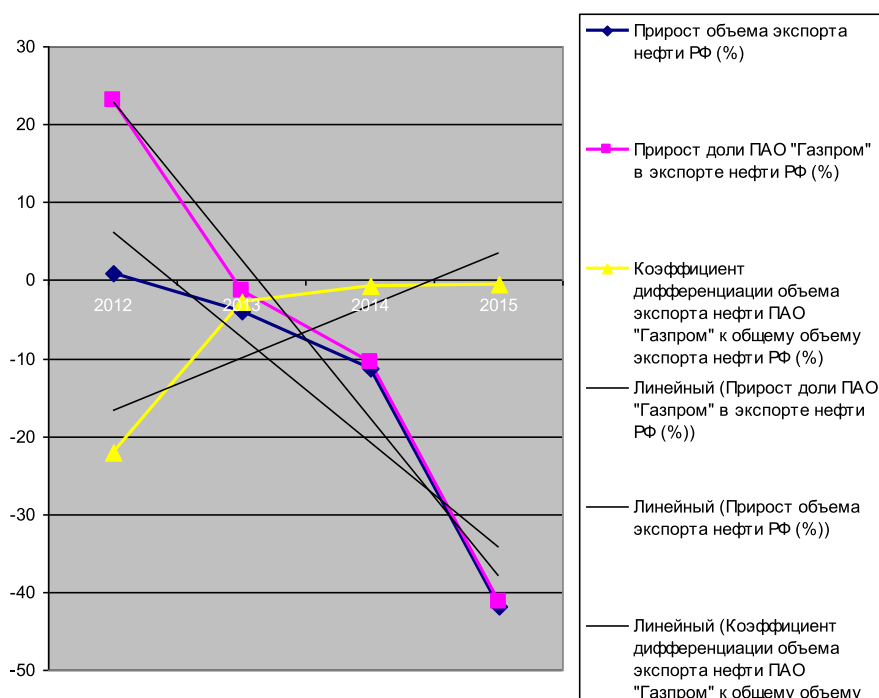


Рис. 6. Динамическая дифференциация основного тренда изменения объемов прироста экспорта нефти и трендов изменения темпов прироста экспорта нефти ПАО «Газпром».

нией [14, с. 34–35]. Ранее уже была упомянута значимость анализа потенциала человеческих ресурсов в контексте формирования стратегического плана развития на основе исследования рыночной конъюнктуры – в данном контексте текущего состояния «Газпрома» это также играет немаловажную роль.

Анализируя инсайдерскую сеть, предоставляющую сигналы о будущих изменениях в политико-экономическом контексте положения РФ на мировом рынке, стоит в первую очередь рассматривать внешнюю организационную политику компании в большей степени как результат запланированных стратегических решений.

На рисунке 6 видно, что величина коэффициента дифференциации на пике в 2012 году составила 22,6%. Величина данного показателя позволяет исключить статистическую погрешность при анализе статистических результатов.

В период начала обострения политической ситуации в Восточной Европе 2012–2014 годов и связанного с этим кризиса 2014–2015 годов, а также снижения мировых цен реализации

нефти и объемов ее транспортировки (в том числе экспорта российской нефти в 2015 году) компания «Газпром» обладала аналитической и инсайдерской информацией о предстоящих изменениях в структуре рыночной конъюнктуры и предприняла меры по извлечению из складывающейся ситуации наибольшей возможной выгоды, направив дополнительные финансовые ресурсы на разработку новых месторождений и увеличение ресурсных активов [17, с. 108–109]. Этот вывод полностью подтверждается посредством трендового анализа (рис. 6) и сопоставления представленных в его рамках данных об изменениях в корреляции объема добычи и разведанных месторождений (рис. 7).

Аналогичные меры по максимизации прибыли в условиях нарастающей мировой экономической нестабильности «Газпром» применял и в отношении реализации и добычи природного газа. Впоследствии вплоть до выхода из кризиса в 2016 году «Газпром» не принимал статистически важных управленческих решений в отношении экспортной политики.

На рисунке 8 отчетливо видны изменения, свя-

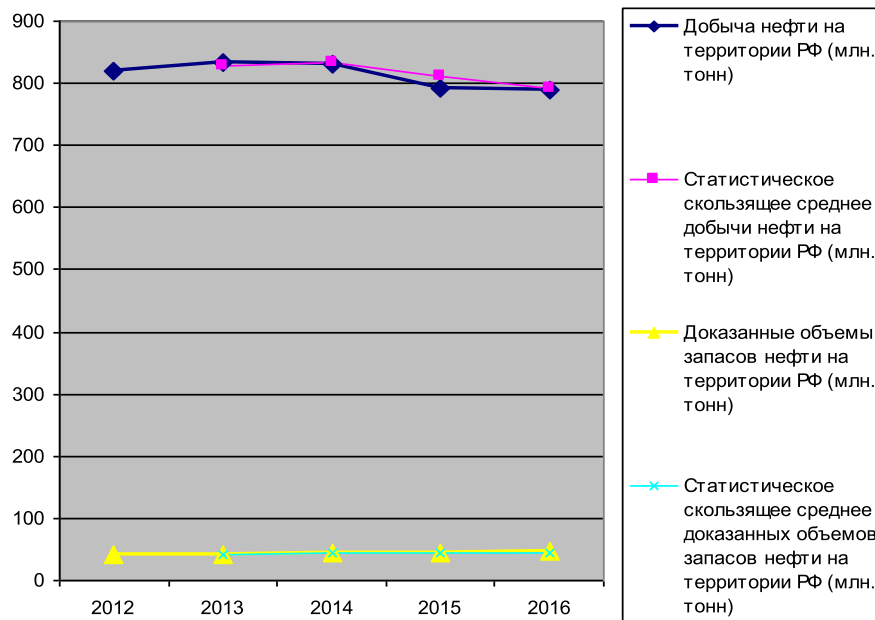


Рис. 7. Корреляция разведанных запасов и объемов добычи нефти ПАО «Газпром».

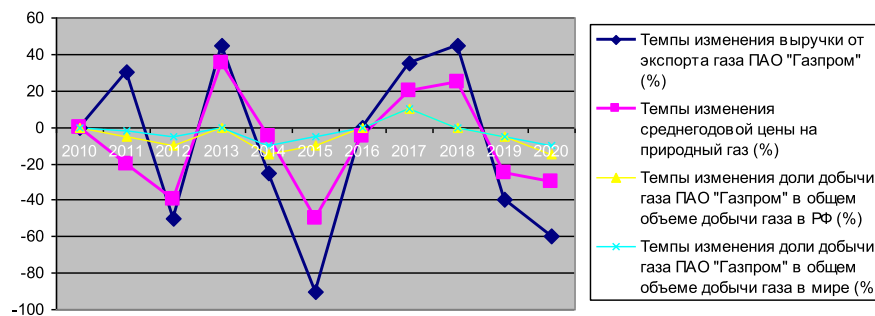


Рис. 8. Динамика темпов изменения доли реализации ПАО «Газпром» природного газа в объеме экспорта газа РФ и мировой торговле газом.

занные с наращиванием объема добычи и реализации газа, а также значительным увеличением выручки от реализации в период с 2012 года по 2013 год. Данные изменения также можно интерпретировать как меры по подготовке к кризису 2014 года [20, с. 287–288]. Поскольку снижение доли добычи в расчете от общемировой снизилось незначительно (в пределах 15%), а впоследствии превысила докризисные показатели в течение двух лет, с 2014 года по 2015 год, также можно сделать вывод о наращивании добывающих мощностей в период меньшего мирового спроса на газ.

Заключение

Так, из анализа влияния изменений в мировой макроэкономической среде, а также полити-

ческих событий на деятельность организации «Газпром», можно сделать вывод, что, несмотря на владение государством контрольным пакетом акций, компания всё же располагает достаточным объемом резервов управленческих решений в отношении дистрибьюторской и производственной политики [15, с. 158–159]. В этом ключевое тесная связь с государством вопреки ожиданиям оказывает благоприятное влияние на применение результатов глобального мирового конъюнктурного маркетингового анализа в принятии оперативных, среднесрочных и долгосрочных решений в отношении развития производственных мощностей, а также экспортной реализационной политики [11, с. 52–53].

Таким образом, на примере рассмотрения исто-

рии динамических стратегических управленческих решений компании «Газпром», отчетливо демонстрируется большая зависимость крупных компаний, взаимодействующих напрямую с мировым рынком, от условий нестабильности в международном макроэкономическом пространстве и меньшая – от региональных экономических колебаний [1, с. 14–15]. Как следствие вышесказанного, стратегический маркетинговый анализ предприятия такого уровня масшта-

бирования, как ПАО «Газпром» сводится к анализу причин и последствий политических событий, интересов противостоящих политических групп, экономических факторов, влияющих на мировой рынок, в том числе действий конкурентных производственных групп, транснациональных корпораций и государств, чей основной объем экспорта по характеристикам схож с продукцией, которую реализует анализируемая компания.

Библиографический список

1. Адаменко А. А., Есенкова Г. А., Щербиков Д. Б. Бизнес-анализ ключевых факторов комплексного совершенствования сопряженных процессов диагностирования и повышения эффективности финансово-хозяйственной деятельности на предприятии промышленности // Вестник Академии знаний. – 2023. – 3 (56). – С. 11–17.
2. Азжеурова К. Е. Smart-контракты в рамках Индустрии 4.0: сущность и перспективы применения в условиях цифровизации экономики // Экономические и гуманитарные науки. – 2023. – 2 (373). – С. 70–81.
3. Азжеурова К. Е., Коптева Ж. Ю., Щербиков Д. Б. Развитие и активация инновационного потенциала российской экономики: региональные особенности, структурные приоритеты, уровни реализации // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. – 2024. – Т. 14, № 4. – С. 141–161.
4. Асеева А. А., Асеева О. Ю., Афанасьева Л. А. Устойчивое развитие экономики в условиях новой геополитической реальности. – Курск : Университетская книга, 2024. – 197 с.
5. Вертакова Ю. В., Зарецкая В. Г., Плотников В. А. COVID-19 и европейская интеграция: станет ли пандемия коронавируса триггером распада европейского союза? // Управление устойчивым развитием. – 2020. – 3 (28). – С. 5–16.
6. Девянин Я. П., Воробьев Ю. Н. Влияние санкций на экономику Российской Федерации // Исследование инновационного потенциала общества и формирование направлений его стратегического развития : сборник научных статей 10-й Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Курск, 30 декабря 2020 года. Юго-Западный государственный университет; Северо-Кавказский федеральный университет, Институт сервиса, туризма и дизайна (филиал) в г. Пятигорске. Т. 1. – Курск : Юго-Западный государственный университет, 2020. – С. 190–194.
7. Демченко А. А., Евченко А. В., Есенкова Г. А. Система менеджмента качества: диагностический анализ и рационализация бизнес-процессов. – Курск : Университетская книга, 2020. – 159 с. – ISBN 978-5-907311-98-5.
8. Евченко А. В., Есенкова Г. А., Щербиков Д. Б. Роль и значение технологического предпринимательства в обеспечении устойчивого экономического роста в контексте формирования зеленой экономики // Деловой вестник предпринимателя. – 2022. – 7 (1). – С. 50–58.
9. Есенкова Г. А., Демченко А. А., Евченко А. В. Управление инновациями как основа системного совершенствования менеджмента качества в процессе технологической модернизации предприятий // Наука и практика регионов. – 2021. – 2 (23). – С. 13–21.
10. Занина О. В. Государственная и корпоративная система социальной защиты населения: новые вызовы // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. – 2020. – № 9. – С. 128–132.
11. Занина О. В. Корпоративная ответственность организаций: взаимодействие власти, бизнеса и гражданского общества // Гражданское общество, власть и бизнес: роль высшей школы в диалоге взаимодействия : Сборник материалов XIX международной научно-практической конференции, Курск, 18–19 апреля 2019 года. – Курск : Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса, 2019. – С. 51–55.
12. Занина О. В. Социально-экономические итоги уровня жизни населения XXI века // Наука и практика регионов. – 2016. – 2 (3). – С. 12–19.
13. Занина О. В., Соломко И. И. Трансформация рынка труда в эпоху цифровизации // Институты и механизмы инновационного развития: мировой опыт и российская практика : сборник статей 12-й Международной научно-практической конференции, Курск, 27 октября 2022 года. Курский филиал Финансового университета при Правительстве РФ. – Курск : Университетская книга, 2022. – С. 108–112.
14. Зарецкая В. Г., Яркова И. В. Традиционные и альтернативные подходы к оценке бизнеса // Социально-экономическое развитие России: проблемы, тенденции, перспективы : материалы XVII

- Международной научно-практической конференции, посвященной 100-летию Финуниверситета в рамках VII Среднерусского экономического форума, Курск, 07 июня 2018 года. – Курск : ТОП, 2018. – С. 32–36.
15. Ильин А. Е., Занина О. В., Щербаков Д. Б. Аспекты формирования стратегии развития коммерческой организации в контексте современных парадигм моно- и мультивекторности // Экономические науки. – 2024. – № 232. – С. 154–164.
 16. Ильин А. Е., Кассим К. Д. А. Демократизация и гуманизация труда // Экономические науки. – 2015. – № 131. – С. 62–64.
 17. Ильин А. Е., Николенко Д. В. О некоторых аспектах управления дебиторской и кредиторской задолженностью предприятия // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. – 2021. – № 1. – С. 102–111.
 18. Ильин А. Е., Николенко Д. В. Применение инструментов Big data в анализе деятельности предприятия торговли для принятия оперативных управленческих решений // Актуальные проблемы экономики и менеджмента. – 2021. – 3 (31). – С. 80–88.
 19. Политико-экономические и социально-философские аспекты трансграничной коммуникации в евразийском пространстве / Н. С. Трусова [и др.] // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. – 2021. – Т. 11, № 4. – С. 92–103.
 20. Попыкина И. К., Зарецкая В. Г. Измерение диверсификации экономики стран постсоветского пространства // Мировой опыт и экономика регионов России : сборник студенческих научных работ по материалам XVIII Всероссийской студенческой научной конференции с международным участием, Курск, 15 мая 2020 года : Курский филиал Финансового университета при Правительстве Российской Федерации; Курская региональная общественная организация Вольного экономического общества России. – Курск : Университетская книга, 2020. – С. 286–289.
 21. Пшеничникова О. В., Щербаков Д. Б. Инкорпорирование технократического подхода в систему механизмов и мер обеспечения устойчивости развития в условиях реального перехода к зелёной экономике // Экономика устойчивого развития. – 2023. – 4 (56). – С. 375–381.
 22. Рудых А. С., Гутенева П. А. Экономические последствия конфликта России и Турции // Актуальные проблемы экономики и управления : Материалы научной конференции, Курск, 29 апреля 2016 года. – Курск : Региональный открытый социальный институт, 2016. – С. 77–81.
 23. Чарочкина Е. Ю., Азжеурова К. Е., Чулаков Д. А. Отраслевая специфика технологической трансформации российской экономики // Актуальные направления научных исследований XXI века: теория и практика. – 2021. – Т. 9, 3 (54). – С. 39–50.
 24. Часовских Д. А., Белостоцкий А. А. Анализ человеческого фактора в процедурах разработки и принятия стратегических решений в компании // Инновационный потенциал цифровой экономики: состояние и направления развития : сборник научных статей Международной научно-практической конференции, Курск, 28 октября 2021 года. – Курск : Юго-Западный государственный университет, 2021. – С. 376–379.
 25. Шалимов И. В., Бондарева Г. А. Особенности функционирования бизнес-моделей организаций на базе платформ // Финансовая грамотность в условиях цифровой экономики : Материалы Межрегиональной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 27–28 октября 2022 года. – СПб. : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2023. – С. 268–271.
 26. Шалимов И. В., Бондарева Г. А. Рациональное управление природными ресурсами: сущность и особенности их использования // Экология и природопользование: устойчивое развитие сельских территорий : Сборник статей по материалам III Всероссийской научно-практической конференции, Краснодар, 05–09 июня 2023 года. – Краснодар : Кубанский государственный аграрный университет имени И. Т. Трубилина, 2023. – С. 595–598.
 27. Щербаков Д. Б. Исследование современной экономической модели глобализации и интернационализации мирового хозяйства: тенденции, проблемы и перспективы // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2020. – 2 (44). – С. 166–175.
 28. Щербаков Д. Б., Евченко А. В. Системная трансформация современного мирового хозяйства под влиянием интернационализации, глобализации и цифровизации экономики // Актуальные вопросы развития современного общества : Сборник научных статей 10-й Всероссийской НПК (Курск, 15–16 апреля 2020 года). – Курск : Курский филиал Финансового университета, 2020. – С. 468–473.
 29. Щербаков Д. Б., Евченко А. В. Формирование и регулирование зелёной экономики в контексте перехода к устойчивому социо-эколого-экономическому развитию // Актуальные направления научных исследований XXI века: теория и практика. – 2020. – Т. 8, 3 (50). – С. 154–158.
 30. Voronina N. V., Zaretskaya V. G. Problems justifying the discount rate in emerging capital markets // IOP Conference Series: Materials Science and Engineering : International Scientific Conference “Construction and Architecture: Theory and Practice of Innovative Development” – Construction of Roads, Bridges, Tunnels and Airfields,, Kislovodsk, October 01–05 2019. Vol. 698, 7. – Kislovodsk : Institute of Physics Publishing, 2019. – P. 07703–3.