

Клименко О.И.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, д-р экон. наук, профессор, руководитель центра дистанционного обучения и дополнительного образования детей

Морозов Р.О.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, аспирант

Расширение функционала диагностики в исследованиях экономической безопасности. С. 9-20.

Аннотация. Одним из фундаментальных условий обеспечения экономической безопасности является проведение достоверных и объективных исследований ее состояния и динамики. Эти исследования проводятся с использованием разных инструментов, среди которых особое место занимает диагностика, актуализирующаяся под влиянием новых угроз и рисков экономической безопасности. Целью настоящего исследования явилось обоснование положений, доказывающих расширение предметного функционала диагностики в экономических исследованиях в контексте ее новых задач и принципов организации, адекватных новым рискам экономической безопасности. Исследование основывалось на методологии аналитической деятельности хозяйствующего субъекта как совокупности аналитических работ, выполняемых с использованием различных инструментов, декомпозируемых по масштабу и глубине экономических исследований. Базовыми методами в настоящей работе выступили: методы диагностики, реализованные применительно к ее объекту, – экономической безопасности; методы целеполагания в части обоснования задач диагностики и принципов ее проведения; методы идентификации рисков экономической безопасности в контексте анализа причин, их вызывающих. Приведены аргументы, актуализирующие необходимость расширения предметного функционала диагностики в экономических исследованиях, обусловливаемого стратегическими ориентирами экономического развития. Сформулирован комплекс новых задач диагностики, раскрывающих ее инструментальное значение для обеспечения экономической безопасности. Выделены основные принципы проведения диагностики в исследованиях экономической безопасности. Приведено обоснование «унифицированных» системных рисков экономической безопасности, требующих расширения функциональных направлений диагностических исследований.

Ключевые слова: диагностика, функционал диагностики, экономические исследования, экономическая безопасность.

Снитко Л.Т.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, д-р экон. наук, профессор кафедры экономики

Емельянова Т.В.

Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации (г. Гомель), канд. экон. наук, доцент кафедры экономики торговли

Риск-аппетит в управлении предприятием и обеспечении его экономической безопасности. С. 21-31.

Аннотация. Доходы предприятий и уровень их экономической безопасности являются проявлением того риска, на который они согласятся и учтут в процессе своей деятельности. Для этого целесообразно использовать концепцию риск-аппетита, которая позволяет установить баланс между желаемым результатом и возможной опасностью в процессе достижения целей. В статье раскрыта сущность риск-аппетита и дано авторское определение данной категории. Риск-аппетит рассматривается как способность и желание предприятия принимать, удерживать и эффективно управлять ожидаемыми потерями

вследствие наступления рисков событий для достижения стратегических целей и обеспечения экономической безопасности. Определена взаимосвязь понятий «риск-аппетит», «емкость риска», «толерантность к риску». После того как предприятие определилось с емкостью риска и со своим аппетитом на риск, оно может решить, какова его толерантность к риску, то есть действительный уровень риска, который предприятие в состоянии понести, с учетом специфического фактора риска. Авторами внесены предложения по введению в практику риск-менеджмента концепции толерантности к риску. Определены этапы процесса риск-менеджмента предприятия и дана их характеристика, выделены содержание, объект, методы и задания отдельных этапов процесса риск-менеджмента, обозначено место, значение и основные характеристики риск-аппетита в общем процессе риск-менеджмента. Обоснованное описание аппетита риска предприятия имеет как качественные, так и количественные элементы. В статье приведены индикаторы, которые можно использовать с целью определения риск-аппетита и риск-толерантности. Определению риск-аппетита для каждой категории риска должна предшествовать оценка потенциала риска предприятия, включающего количество и тип риска, которые предприятие может поддержать для достижения своих бизнес-целей, с учетом структуры своего капитала и доступа к финансовым рынкам, а также профессиональных знаний и компетенций человеческого капитала.

Ключевые слова: риск, риск-менеджмент, емкость риска, риск-аппетит, толерантность к риску.

Маторин С.И.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, д-р техн. наук, профессор кафедры информационных систем и технологий

Тубольцева О.М.

Белгородский государственный национальный исследовательский университет, ассистент кафедры математического и программного обеспечения информационных систем

Перспективные направления ДВ-УФО-моделирования. С. 32-43.

Работа поддержана грантом РФФИ №18-07-00310а

Аннотация. Рассматриваются вопросы формализованного описания социально-экономических систем. Формализованное представление может служить основой для построения эскизных моделей различных социально-экономических систем. Применяемые в настоящее время бизнес-планы в значительной степени представляют собой вербальные модели социально-экономических систем. При переходе к цифровой экономике бизнес-планы должны будут трансформироваться в цифровые модели систем ресурсобеспечения проектов. Это позволит осуществлять планирование и управление ресурсами на более высоком уровне, использовать ресурсы рациональнее и эффективнее. Сложность построения адекватных цифровых моделей социально-экономических систем связана с тем, что системный подход к анализу некоторой предметной области должен органично сочетаться с традиционными методами анализа, применяемыми в этой области. Не должно возникать проблемы альтернативного выбора между традиционными методами анализа и новыми методами на основе системного подхода. Осуществить синтез традиционных методов анализа и системного подхода непросто. Рассматриваемый в работе ДВ-УФО-метод позволяет сочетать структурно-объектный метод системного анализа с методами теории финансовых вычислений. Это открывает широкие возможности не только для теоретического анализа, но и применения ДВ-УФО-моделей при реализации различных социально-экономических систем. Синергетический эффект, достигаемый за счет использования как системных, так и традиционных методов анализа, позволяет повысить качество и адекватность моделей социально-экономических систем и упростить их реализацию.

Ключевые слова: бизнес-процесс, системы ресурсообеспечения проектов, бизнес-план, цифровая модель, формализация, моделирование, монетарное представление процессов.

Гомонко Э.А.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент кафедры экономики

Высочиненко А.С.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент кафедры экономики

Оценка готовности российского высшего образования к цифровой экономике. С. 44-56.

Аннотация. Процессы модернизации и информатизации, происходящие в современном российском обществе, предъявляют к высшему образованию качественно новые требования, в том числе и в направлении широкого применения информационно-коммуникационных технологий как в образовательном процессе, так и в управлении образовательной деятельностью организаций высшего образования. В статье представлены результаты оценки уровня применения информационно-коммуникационных технологий в образовательной деятельности организаций высшего образования. Целью исследования является обоснование необходимости применения информационно-коммуникационных технологий в образовательной деятельности организаций высшего образования. В ходе исследования применялся комплекс методов, включая теоретические; эмпирические; количественные, статистические. В заключении авторы статьи приходят к выводу, что характерные для современного общества процессы интеграции сферы высшего образования в мировое пространство предъявляют к современным выпускникам высших учебных заведений новые, значительно более повышенные требования, в том числе в направлении владения навыками применения информационно-коммуникационных технологий. Основной задачей организаций высшего образования становится обеспечение конкурентоспособности выпускников на рынке труда.

Ключевые слова: рынок образовательных услуг, качество образовательных услуг, высшее образование, информационно-коммуникационные технологии.

Орлова А.В.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент кафедры бухгалтерского учета, аудита и статистики

Гладченко С.А.

Белгородский государственный национальный исследовательский университет, аспирант

Никулина Е.В.

Белгородский институт развития образования, канд. экон. наук, доцент, зав. кафедрой менеджмента общего и профессионального образования

Формирование теоретико-методологических подходов в развитии социально-экономических систем в трансрегиональном пространстве. С. 57-66.

Статья подготовлена при финансовой поддержке Гранта Президента РФ, номер проекта – МК-427.2018.6, тема проекта «Сетевое взаимодействие региональных социально-экономических систем в трансрегиональном пространстве».

Аннотация. Стратегические направления научно-технологического развития России предполагают необходимость создания, развития и успешного функционирования региональных социально-экономических систем в условиях их взаимодействия и пространственного развития. Поэтому вопрос создания эффективной модели межрегионального пространственного развития является своевременным. Этому

посвящено много исследований. В региональных стратегиях развития данному вопросу уделено особое внимание. Вследствие чего целесообразно сформировать адекватную современную пространственную модель развития социально-экономических систем в трансрегиональном пространстве с учетом имеющегося мирового опыта. Эта актуальная задача решается на основе использования классических и современных концепций, разработанных в зарубежных и отечественных науках. Первоначально необходимо установить единый подход к трактованию социально-экономической системы как целостного механизма. Для этого в статье рассматривается выстраивание теоретических и методологических подходов к определению социально-экономических систем в трансрегиональном пространстве, обоснована возможность рассмотрения развития социально-экономических систем как особого объекта. Учитывая значительную межрегиональную дифференциацию, обеспечение устойчивого социально-экономического развития региональных систем невозможно без определения ее составляющих, принципов функционирования в условиях трансрегионализма. Проведенный анализ имеющихся подходов к определению социально-экономической системы позволил реализовать поставленную задачу. Ретроспективный анализ социально-экономической системы через призму оценки роста экономики выявил основные факторы ее развития.

Ключевые слова: социально-экономические системы, потенциал региона, регион.

Лубкова Э.М.

Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева (г. Кемерово), канд. экон. наук, доцент, зав. кафедрой финансов и кредита

Шилова А.Э.

Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева (г. Кемерово), ст. преподаватель кафедры финансов и кредита

Ермолаева Г.С.

Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева (г. Кемерово), ст. преподаватель кафедры финансов и кредита

Шевелева О.Б.

Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева (г. Кемерово), канд. экон. наук, доцент кафедры финансов и кредита

Роль высших учебных заведений в формировании механизма повышения финансовой грамотности населения (на материалах Кемеровской области). С. 67-80.

Аннотация. Статья посвящена важной в современных условиях теме – финансовой грамотности населения, поскольку в настоящее время актуальными проблемами являются высокий уровень кредитной нагрузки, неблагоприятное финансовое положение как отдельных граждан, так и семей, ввиду неумения рационального пользования финансами, в том числе заемными. Это приводит к неумелому распоряжению накопленными средствами, необдуманному инвестированию, а также к чрезмерно высокому уровню кредитов. Поведение семей в области финансов влияет на экономическую ситуацию региона и государства в целом, что делает необходимым проведение массовой информационной работы с населением разных возрастных групп с целью формирования, пополнения знаний граждан в области финансов, способствующих принятию обдуманных взвешенных решений по распоряжению личными финансами. В статье не только проведен литературный обзор теоретического материала по теме, но и описан практический опыт участия в конференции в области повышения финансовой грамотности и снижения кредитной нагрузки. Рассмотрены особенности участия высших образовательных учреждений в механизме формирования финансовой грамотности населения региона. На примере Кемеровской области показаны текущие и перспективные направления решения данной проблемы. Определена роль вузов, в частности КузГТУ, в области повышения финансовой грамотности населения всех возрастных групп. Одним из перспективных направлений обозначена просветительская

работа с молодежью. Разработан механизм повышения финансовой грамотности населения Кемеровской области, позволяющий организовать взаимодействие государственно-властных структур, организаций, высших учебных заведений, большая роль в котором отведена вузам. Предполагается организация на базе высших учебных заведений консультационных и информационных центров, ответственных за популяризацию знаний в области финансов среди населения, регулярное проведение выездных мероприятий в школах, организациях, предприятиях с целью проведения информационных бесед с разными группами населения. Осуществление предложенных мероприятий возможно с привлечением студенческого волонтерского движения.

Ключевые слова: финансовая грамотность населения, механизм повышения финансовой грамотности, финансовая культура.

Ряпухина В.Н.

Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, канд. экон. наук, доцент кафедры стратегического управления

Оценка инновационной результативности промышленного развития макрорегионов Российской Федерации. С. 81-94.

Аннотация. В статье обосновывается системообразующая роль промышленности в сохранении устойчивости национальной экономики. В нынешних реалиях нецелесообразно дальнейшее стимулирование сферы ненаукоемких услуг для приведения структуры экономики к постиндустриальному типу. Сохраняющаяся импортозависимость, низкая конкурентоспособность российской продукции не оборонного значения на мировых рынках свидетельствуют о необходимости восстановления утраченного промышленного потенциала на новой технологической и социальной базе. В статье предпринята попытка проанализировать уровень индустриального развития макрорегионов РФ и входящих в их состав субъектов в связке с их способностью к выпуску инновационной продукции. Методология анализа состояла в построении диаграмм рассеивания, в последующем проведении регрессионного и корреляционного анализа, устанавливающего связь между уровнем индустриализации российских регионов и их инновационной продуктивностью. Помимо этого на основе полученных данных построены матрицы моделей инновационного развития макрорегионов. Определено, что в регионах РФ отсутствует требуемый баланс между развитием промышленного потенциала и инновационной продуктивностью. Сделан вывод о том, что в российских регионах не сложилось устойчивой и детерминированной связи между уровнем индустриализации и инновационной результативностью. Уровень индустриализации регионов, продуцирующих высокую долю инновационной продукции в объеме выпуска промышленности, находится в интервале от 15,3 до 53,9%.

Ключевые слова: инновационное развитие, неоиндустриализация, региональное развитие, промышленный потенциал.

Солтангазинов А.Р.

Инновационный Евразийский университет (г. Павлодар), PhD, ассоциированный профессор, ассоциированный профессор кафедры бизнеса и управления

Исенова Г.К.

Университет «Адам» / Бишкекская финансово-экономическая академия (г. Бишкек), докторант PhD

Кайдарова Л.К.

Инновационный Евразийский университет (г. Павлодар), канд. экон. наук, ассоциированный профессор кафедры бизнеса и управления

Модели и формы государственно-частного партнерства. С. 95-104.

Аннотация. Статья посвящена основным положениям государственно-частного партнерства, рассматриваемого в качестве универсального механизма интеграции ресурсов публичного и частного секторов, основанного на взаимовыгодном сотрудничестве для решения социально важных задач. Рассмотрены основные формы и модели реализации инфраструктурных проектов на основе партнерских отношений публичного сектора и частных структур в контексте их взаимосвязи со спецификой институциональной среды, присущей для разных стран. Определены ключевые особенности и роль государственно-частного партнерства в социально-экономическом развитии государства. Важное внимание в исследовании уделяется анализу специфических особенностей и основных критериев, на основе которых формируются разные способы к разработке множества моделей и форм планирования и реализации проектов, направленных на инфраструктурное развитие как в Казахстане, так и зарубежных странах. Установлено, что отсутствует полноценная систематизированная информация об имеющихся формах взаимодействия государства и бизнеса, а также четкое и полное контурное описание их характеристик, выявлены ограничения развития механизма сотрудничества государства и бизнеса, а также выработаны направления эффективной реализации проектов государственно-частного партнерства на территории РК за счет их структуризации на основе проектного подхода.

Ключевые слова: государственно-частное партнерство, инфраструктурный проект, формы, частный партнер, модели, публичный сектор.

Денисова Е.Д.

Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, ассистент кафедры менеджмента и внешнеэкономической деятельности, аспирант

Специфика развития стратегического планирования в отечественном и зарубежном опыте. С. 105-112.

Статья подготовлена в рамках программы развития опорного университета на базе БГТУ им. В.Г. Шухова

Аннотация. В данной работе рассматривается исторический аспект формирования и развития процесса стратегического планирования, его специфика в отечественной и зарубежной практике. А именно рассмотрено шесть периодов развития стратегического планирования, начиная с XX века и по настоящее время (как в отечественном, так и в мировом опыте). Также дается анализ изменению экономической ситуации в стране (СССР), в зависимости от того, на каком этапе своего развития был процесс стратегического планирования, к каким последствиям это привело. Дается анализ применения стратегического планирования при социалистической экономике (СССР) и в условиях рыночной экономики (Российская Федерация). В результате данной работы пришли к логическому выводу о том, что в условиях рыночной экономики стратегическое планирование – это необходимый способ рыночного регулирования. Важно, чтобы сохранялась автономность предприятий и выполнялись интересы «центров». Основополагающими методами в данном исследовании являются описательный и исторический методы, также автором применялись общенаучные диалектические методы, включая анализ и синтез, метод научной абстракции, принцип рассмотрения явлений от общего к особенному и частному; историко-генетический метод.

Ключевые слова: план, стратегическое планирование, рынок, рыночная экономика.

Кучкоров И.И.

Институт экономики и торговли Таджикского государственного университета коммерции (г. Худжанд), ассистент кафедры мировой экономики

Проблемы развития сателлитных (вспомогательных) счетов туризма в системе национальных счетов Республики Таджикистан. С. 113-121.

Аннотация. В статье рассматривается проблема создания спутниковых (вспомогательных) счетов туризма в системе национальных счетов Республики Таджикистан. Необходимость развития в стране спутниковых (вспомогательных) счетов туризма вызвана следующими причинами: нет сегментации количества иностранных туристов; количественная оценка внутренних туристских потоков отсутствует; объем туристского продукта и его доля в макроэкономических показателях страны в целом не рассчитываются; точные данные о занятости в данной сфере отсутствуют; нет расчета совокупных показателей инвестиций; не рассчитана добавленная стоимость туризма и налоговые доходы, получаемые в данной сфере. Спутниковый счет туризма (ССТ) позволяет оценить прямой вклад туризма в национальную экономику. Всемирная туристская организация (ЮНВТО), Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) и статистическое управление Европейских сообществ (Евростат) предложили методологическую базу для вспомогательного счета туризма. Статистическая комиссия Организации Объединенных Наций (СК ООН) одобрила его применение в марте 2000 года. В концептуальном плане ССТ соответствует другим статистическим системам, таким как система национальных счетов (СНС) и платежный баланс (ПБ). ССТ обобщает статистические данные туризма в стандартные таблицы СНС. Основная цель ССТ заключается в том, чтобы обеспечить лучшее понимание масштабов влияния туристической отрасли в Республике Таджикистан на основе цифр и данных, которые будут соответствовать международным стандартам. Как показывает анализ, для внедрения ССТ Таджикистан еще не применил СНС 2008. Из-за отсутствия национальных источников информации по статистике туризма в статье были анализированы данные по материалам Всемирного совета по путешествиям и туризму (WTTC).

Ключевые слова: туризм, статистика туризма, спутниковый счет туризма, расходы, международный туризм, внутренний туризм, потребления.

Экономика труда и трудовые отношения

Великанский Р.Н.

ПАО «Новолипецкий металлургический комбинат», дирекция по обучению и развитию персонала, директор

Развитие социальной среды воспроизводства трудовых ресурсов промышленной компании. С. 122-133.

Аннотация. Решение проблемы воспроизводства трудовых ресурсов в условиях демографического спада и демотивации трудоспособного населения к официальной занятости в экономике требует активизации деятельности промышленных компаний по развитию социальной среды как важнейшего фактора производственного процесса в сфере труда. Целью настоящего исследования определена аргументация роли и значения развития социальной среды для воспроизводства трудовых ресурсов промышленной компании, с декомпозицией среды на внешнюю и внутреннюю компоненты и выделением направлений ее развития, оказывающих позитивное влияние на эффективность воспроизводства трудовых ресурсов. Исследование основывалось на методологии расширенного воспроизводства экономических ресурсов, дающей понимание количественного и качественного возобновления ресурсов труда, необходимых для устойчивого развития промышленной компании. В работе реализованы методы структуризации содержания социальной деятельности и бенчмаркинга передовой практики ее организации, экономического анализа результатов социальной деятельности, контент-анализа правовых регламентов формирования социальной политики и идентификации направлений ее реализации, имеющих ключевое значение для развития социальной среды воспроизводства трудовых ресурсов. На примере Группы компаний «Новолипецкий металлургический комбинат» проведена декомпозиция социальной среды воспроизводства трудовых ресурсов на внешнюю и внутреннюю, раскрыто содержание социальной

деятельности компании в контексте ее значимости для развития местных сообществ регионов присутствия. Выделены и обоснованы приоритетные направления социальной политики, развивающие внутреннюю социальную среду воспроизводства трудовых ресурсов Группы компаний «НЛМК».

Ключевые слова: воспроизводство трудовых ресурсов, социальная среда воспроизводства, социальная деятельность, социальная политика.

Маркетинг, коммерция и логистика

Роздольская И.В.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, д-р экон. наук, профессор, зав. кафедрой маркетинга и менеджмента

Исманов И.Н.

Ферганский политехнический институт, д-р экон. наук, профессор, зав. кафедрой бухгалтерского учета и аудита

Скрипченко Т.Л.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент кафедры маркетинга и менеджмента

Содержательное пространство софтизации менеджмента в системе стратегического управления организацией. 134-145.

Аннотация. Софтизация, направленная на новые ориентиры и мотивы в действиях производителей и потребителей, новые ценностные установки при принятии решений, в основе которых находится инновационный подход к социально-экономической деятельности, – актуальная и обсуждаемая тема. Целью статьи является исследование теоретических и практических подходов по включению софт-факторов как активных элементов в систему стратегического управления организацией в условиях реализации новых возможностей в современной информационной реальности. Представленные результаты выполнены на основе систематизации и обобщения существующих теоретических исследований по проблеме софтизации менеджмента с применением различных методов. В работе выделена софтизация на микроуровне и «софт» макросоциальной системы. Обозначен широкий спектр применения софтизации: консалтинг, маркетинг, инжиниринг, профессиональное образование. Систематизированы различные формы протекания софтизации экономики, а также развития софтизации как по горизонтали, так и в вертикальном разрезе. Результатом исследования стало определение наиболее значимых и имеющих важное значение для стратегического развития организации софт-факторов, входящих в систему софт-менеджмента: организационная и управленческая культура как эффективный инструмент управления организацией; институциональные ограничения, идеология и философия организации; социальная ответственность; деловая репутация, общественное доверие и имидж; благоприятный морально-психологический климат; методы и стили управления; личностные качества и практические навыки менеджеров; обучение персонала; предпринимательский дух; групповая динамика и др. Обращено внимание на значимые навыки soft skills, которыми должны обладать менеджеры, а также complete-менеджмент, который выступает основой формирования целостности мышления и практики менеджера. Обозначена значимость предпринимательских ориентаций как многомерного конструкта в числе софт-факторов менеджмента. Разработана структурно-содержательная модель обучения персонала как одного из важных направлений использования софт-факторов.

Ключевые слова: софтизация, софтизация экономики, сервисизация, софт-факторы, система софт-менеджмента, навыки soft skills.

Макринова Е.И.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, д-р экон. наук, профессор, зав. кафедрой гостинично-туристического сервиса, коммерции и рекламы

Матузенко Е.В.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, д-р экон. наук, профессор кафедры гостинично-туристического сервиса, коммерции и рекламы

Лид-магнит в системе рекламных digital-технологий: научно-методическое обоснование создания и эффективного применения в процессе повышения лояльности клиентов и увеличения продаж. С. 146-158.

Аннотация. В настоящее время для повышения лояльности клиентов и увеличения объемов продаж компании используют различные маркетинговые и рекламные инструменты. Важную роль при этом играет email-маркетинг. Для того чтобы получить личные данные клиентов, в практике используется эффективный рекламный инструмент email-маркетинга – лид-магнит. Он представляет собой удобный и бесплатный способ получения новых клиентов. Компания предоставляет ценное предложение целевой аудитории в обмен на контактную информацию. В настоящее время лид-магнит необходим любому бизнесу, представленному в Интернете: малому и среднему, интернет-магазинам, сфере услуг и инфобизнесу. С помощью правильно созданного лид-магнита компания получает лояльных клиентов и увеличивает конверсию. Целью научной статьи является анализ использования лид-магнита как эффективного рекламного инструмента повышения лояльности клиентов и увеличения продаж. Обоснованность и достоверность результатов исследования основываются на использовании общенаучных методов (диалектика, анализ, синтез, системность, комплексность). В статье конкретизировано экономическое содержание понятия «лид-магнит», сформулированы его черты как эффективного рекламного инструмента повышения лояльности клиентов. Авторами статьи уточнены задачи, для решения которых может использоваться лид-магнит, предложен алгоритм его создания и применения. На основе обобщения практического опыта использования лид-магнитов проведена систематизация основных его видов, применяемых в рекламной практике для различных целей: полезные, обучающие, развлекательные, объединяющие и продающие. Доказана важная роль лид-магнитов в воронке продаж. Авторами статьи выделены цели верхней, средней и нижней частей воронки продаж и определены виды лид-магнитов для каждой части воронки.

Ключевые слова: лид-магнит, рекламные инструменты, лояльность клиентов, e-mail-рассылка, sms-рассылка, автоворонка, экспертность, целевая аудитория.

Минаев Д.В.

Северо-Западный институт управления – филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (г. Санкт-Петербург), д-р экон. наук, профессор кафедры менеджмента

Сулов Е.Ю.

Северо-Западный институт управления – филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (г. Санкт-Петербург), канд. экон. наук, доцент кафедры менеджмента

Евдокимов К.В.

Санкт-Петербургский государственный аграрный университет, канд. экон. наук, доцент, проректор по международной деятельности и дополнительному профессиональному образованию

Бенчмаркинг – новые горизонты старой концепции. С. 159-168.

Аннотация. В статье исследуется современное состояние развития бенчмаркинга как концепции совершенствования деятельности организаций, применимой в различных отраслях и сферах деятельности. Бенчмаркинг за почти полувековую историю своего развития пережил как всплески, так и некоторое угасание интереса к использованию его инструментария в практической деятельности и в теоретических исследованиях. Однако, по мнению авторов, бенчмаркинг, как и другие концепции развития и совершенствования, обладает значительным потенциалом в практическом и теоретическом плане. Цель настоящего исследования – проанализировать состояние развития концепции бенчмаркинга в российских условиях, уточнить существующие подходы к выделению различных инструментов бенчмаркинга, используя методы системного анализа разработать модель классификации видов бенчмаркинга, сформулировать направления возможного развития концепции бенчмаркинга. Основное внимание в статье уделяется управленческому бенчмаркингу, исследующему социально-экономические параметры явлений, в отличие от технического бенчмаркинга, сосредоточенного на физических характеристиках объектов. На основе анализа русскоязычных публикаций систематизированы подходы к определению различных видов бенчмаркинга и проведен анализ признаков их выделения. Предложена системная модель классификации видов бенчмаркинга, позволяющая учитывать различные признаки выделения, в том числе дополнительные к уже установленным. Исследуется связь концепции бенчмаркинга со стандартизацией и формализацией моделей зрелости. Бенчмаркинг как метод выявления, анализа и обобщения лучших практик в различных областях деятельности обеспечивает возможность закрепления обобщенных и систематизированных лучших практик в виде бизнес-моделей, стандартов деятельности, на которых в свою очередь могут строиться модели зрелости деятельности, с помощью которых можно определять уровень развития организации, процесса, объекта. Предлагается для дальнейшего развития концепции бенчмаркинга ввести в оборот новые понятия – модели ориентированного бенчмаркинга и бенчмаркинга бизнес-моделей.

Ключевые слова: бенчмаркинг, лучшая практика, модель зрелости, методология, онтология, бизнес-процесс, бизнес-кейс, бизнес-анализ, модели ориентированный бенчмаркинг, бенчмаркинг бизнес-моделей.

Данько Т.П.

Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова (г. Москва), д-р экон. наук, профессор кафедры маркетинга, главный научный сотрудник Центра статистики и науки о данных

Вязовикова А.С.

Государственное бюджетное учреждение города Москвы «Агентство инноваций города Москвы», ст. специалист отдела кластерной политики

Маркетинговый потенциал создания и использования нематериальных активов в условиях рейтингового позиционирования стран. С. 169-180.

Аннотация. Современный этап развития маркетинга ставит совершенно иные задачи по оценке конкурентного позиционирования и определения потенциалов развития, а именно: оценке вклада, вносимого конкретным активом в результаты деятельности компании, а следовательно, и страны; определения затрат, относимых к маркетинговым; роли и значения нематериальных активов для формирования конкурентных позиций стран на международных рынках. Целью исследования явилась оценка маркетингового потенциала нематериальных активов в аспекте базовых тенденций и инструментов конкурентного позиционирования стран. В основу настоящей работы положена методология маркетинговых исследований, с использованием положений которой результативно реализованы методы конкурентного позиционирования однородных объектов сравнения; социологических опросов; экономико-статистического анализа показателей, характеризующих состояние и динамику развития нематериальных активов

как составного элемента рейтингового позиционирования стран. Конкретизирована экономическая природа нематериальных активов и проведена их видовая структуризация, оценено соотношение материальных и нематериальных активов в разных странах, проанализированы изменения их рейтингов в сферах патентной, инновационной и исследовательской деятельности. Сформулированы обобщающие выводы, доказывающие важность и значимость создания и использования нематериальных активов в условиях рейтингового позиционирования стран, выделены тенденции развития рынка нематериальных активов и проблемы, характерные для его российского сегмента.

Ключевые слова: маркетинговый потенциал, нематериальные активы, рейтинги, рейтинговое позиционирование стран.

Люля В.В.

Академия труда и социальных отношений (г. Москва), аспирант

Дивина Т.В.

Академия труда и социальных отношений (г. Москва), канд. экон. наук, доцент, профессор кафедры экономики и менеджмента

Сервисное обслуживание как инструмент ресурсосбережения. С. 181-190.

Аннотация. В современных экономических условиях ресурсосбережение является важным фактором, способствующим развитию промышленного производства и экономики в целом. В данной статье авторами рассмотрены существующие виды сервисного обслуживания машин и оборудования, уточнены основные направления сервисного обслуживания, проанализированы особенности реализации механизмов сервисного обслуживания в России. В частности, исследованы стандартные направления построения послепродажного обслуживания в России и за рубежом, выявлены основные тенденции зависимости качества сервисного обслуживания от надежности поставок запасных частей, приведены реальные примеры из индустрии гражданской авиации. Таким образом, авторами выявлена в статье взаимосвязь между некачественным сервисным обслуживанием, временем простоя оборудования и ресурсосбережением. Полученные результаты исследования доказывают необходимость грамотного построения послепродажного обслуживания во всех сферах эксплуатации промышленного оборудования, в том числе используя эффективные возможности современных технологий. Для достижения положительных результатов в статье предлагаются обоснованные механизмы улучшения реализации сервисного обслуживания и возможные направления, где необходимо использовать методы ресурсосбережения. Данное исследование показывает, что при правильной организации сервисного обслуживания улучшаются показатели ресурсосбережения при эксплуатации машин и оборудования.

Ключевые слова: сервисное обслуживание, послепродажный сервис, надежные поставки запасных частей, время простоя оборудования, ресурсосбережение, улучшение сервисного обслуживания.