

Экономика, организация и управление в отраслях и сферах деятельности

Клименко О.И.

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

Бражников Ю.И.

АО «ЦНИИмаш» (г. Королев Московской области), канд. техн. наук, ст. научный сотрудник

Лайпанов А.И.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, аспирант

Проблемы промышленного развития России в контексте технологизации экономики. С. 9-23.

Аннотация. Цель настоящего исследования заключалась в идентификации и аналитическом подтверждении проблем промышленного развития в технологическом аспекте, обусловливаемых сформировавшимся трендом технологизации экономики. Методологическая основа работы строилась на положениях методологии научного исследования, апробированных практикой аналитической работы; принципах системности, достоверности, объективности, причинно-следственной связи экономических явлений. Для исследования тенденций развития изучаемого объекта использованы методы экономико-статистического анализа (динамические ряды, коэффициентный, индексный, структурного анализа); графической иллюстрации данных, выборочного наблюдения, логического обобщения. Исследована динамика состояния имущественного базиса технологичного развития, фактор сезонности производства в высокотехнологичных видах обрабатывающей промышленности, структура передовых производственных технологий, в том числе в разрезе их функциональных групп, вклад высокотехнологичной и наукоемкой продукции в формирование валового внутреннего продукта страны. По результатам исследования сформулированы обобщенные проблемы промышленного развития, обусловливаемые трендом технологизации экономики: замедление процесса обновления и резкое увеличение степени износа основных фондов технологичных видов экономической деятельности; отсутствие выраженного роста активной части их основных фондов; высокая зависимость высокотехнологичных видов обрабатывающей промышленности от фактора сезонности производства; низкая инновационная активность в сфере разработки передовых производственных технологий, разбалансированность их видовой структуры; снижение вклада высокотехнологичной и наукоемкой продукции в валовой внутренний продукт.

Ключевые слова: промышленное развитие, технологичные виды экономической деятельности, технологизация экономики, передовые производственные технологии.

Снитко Л.Т.

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

Теплова Л.В.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, д-р экон. наук, проректор по экономике и развитию вуза, профессор кафедры теории и истории кооперативного движения

Патулов В.С.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, аспирант

Цифровая экономика как среда формирования конкурентных преимуществ сетевых торговых организаций. С. 24-34.

Аннотация. Развитие рыночной экономики в XXI веке обусловило усиление конкуренции между субъектами хозяйствования и актуализировало проблему обеспечения их конкурентоспособности как первоочередного условия создания и поддержания

устойчивых позиций на национальных и международных рынках. Устойчивость развития, экономическая результативность и адаптированность к условиям современного мирового хозяйства субъектов экономических отношений обуславливаются наличием конкурентных преимуществ и удачной стратегией развития. Конкурентные преимущества являются детерминантами конкурентоспособности продукции, товара, предприятия, отрасли, страны. Понятия «конкурентных преимуществ» и «конкурентоспособности» тесно связаны. Конкурентные преимущества характеризуют объект или субъект хозяйствования и являются факторными признаками, а конкурентоспособность – результирующим признаком. Используя преимущества сетевой формы организации бизнес-структур в торговле, состоящие в возможности экономии на масштабах, административно-управленческих и транзакционных расходах, финансовой способности и возможности технологического инновационного совершенствования всех бизнес-процессов, накопления торгового капитала, сетевые торговые организации имеют возможность значительного увеличения доли на конкурентном рынке. Средой формирования внутренних и внешних конкурентных преимуществ и необходимым условием повышения конкурентоспособности сетевых торговых организаций является использование инструментов цифровой экономики. Целью статьи является обоснование теоретических положений по использованию инструментов цифровой экономики как базиса формирования новых конкурентных преимуществ сетевых торговых организаций. Используются методы научного обобщения, анализа и синтеза, сравнения и систематизации, группировки и классификации. В статье предложена классификация конкурентных преимуществ сетевых торговых организаций по ряду признаков; освещены тенденции цифровой трансформации экономики, формирующей среду проявления конкурентных преимуществ сетевых торговых организаций. В качестве основных инструментов цифровизации сетевых торговых организаций, формирующих их новые конкурентные преимущества, предложены и рассмотрены следующие: инструменты автоматизации бизнес-процессов, business intelligence (BI), robotic process automation (RPA), self-scanning система.

Ключевые слова: цифровая экономика, цифровизация, конкурентные преимущества, сетевые торговые организации.

Нюренбергер Л.Б.

Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ» (г. Новосибирск), д-р экон. наук, профессор, зав. кафедрой бизнеса в сфере услуг

Севрюков И.Ю.

Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ» (г. Новосибирск), канд. экон. наук, доцент кафедры бизнеса в сфере услуг

Щетинина Н.А.

Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ» (г. Новосибирск), канд. экон. наук, доцент кафедры бизнеса в сфере услуг

Современная сфера сервисного сопровождения: сущностные характеристики, структура, подходы к оценке качества. С. 35-46.

Аннотация. Современная сфера сервиса представляет собой многоотраслевой, многоуровневый комплекс, в котором активными участниками хозяйственных и распределительных процессов являются многочисленные организации различных видов и организационно-правовых форм. Сегодня сервисное сопровождение поддерживает сферу материального производства путем создания необходимых, сопутствующих производству, условий. Комплекс сервисных услуг сопровождает товар в процессе его движения по каналу распределения и на всех этапах его жизненного цикла: до момента продажи, при осуществлении сделки и после выполнения заказа. Цель настоящего исследования – обобщить имеющиеся подходы к определению и содержательному наполнению дефиниции «сервис», существующие классификации и методы оценки качественных характеристик

сервиса в условиях конкурентного рынка. Обоснованность и достоверность результатов исследования подтверждается использованием общенаучных методов (диалектика, анализ, синтез, системность, комплексность). Рабочая гипотеза исследования: современный сервис – многокомпонентное системное понятие, не имеющее на сегодняшний день однозначного общепринятого толкования и являющееся социально-экономическим феноменом, динамично развивающейся сферой деятельности как при сопровождении товарно-материального производства, так и при оказании и потреблении разных видов услуг. Системный подход позволил достичь цели исследования, в результате чего было конкретизировано понятие «сервис», обобщена и дополнена классификация сервиса по формам человеческой деятельности, структурированы критерии восприятия качества услуг, диагностированы показатели оценки надежности товаров и услуг.

Ключевые слова: сфера услуг, сервис, характеристики, структура, качество, оценка качества услуг, послепродажное обслуживание, продажи, потребительская удовлетворенность.

Теплова Л.В.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, д-р экон. наук, проректор по экономике и развитию вуза, профессор кафедры теории и истории кооперативного движения

Иголкина Т.Н.

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

Богатырева Ю.Ф.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, ассистент кафедры теории и истории кооперативного движения

Совершенствование антикризисного управления в целях обеспечения устойчивого развития предпринимательских структур. С. 47-57.

Аннотация. В современных условиях инновационной экономики многие организации сталкиваются с кризисными явлениями, которые отражают собственные ритмы развития хозяйствующего субъекта, подчас не совпадающие с ритмами общего развития аналогичных предприятий данной отрасли или развития других организаций. Целью настоящей работы стало обоснование возможностей преодоления кризисных ситуаций на основе использования возможностей антикризисного управления предприятием. Исследование показало, что руководству предприятия необходимо предвидеть опасность кризиса, уметь анализировать его симптомы, принимать меры по снижению отрицательных последствий кризисных явлений и ситуаций. Подобный подход к руководству предприятия позволяет достичь устойчивой работы хозяйствующего субъекта в долгосрочной перспективе. Современная экономика выработала обширную систему финансово-экономических методов диагностики несостоятельности (банкротства) предприятий, а также механизм принятия управленческих решений в условиях наступления кризиса и угрозы возможного банкротства. Исследование основывалось на методологии антикризисного управления предприятием. Базовыми методами в проведенном исследовании выступили: методы диагностики, реализованные применительно к ее объекту, методы целеполагания в части обоснования задач диагностики и принципов ее проведения; методы идентификации экономических рисков, вызывающих кризисные явления на предприятии. В статье выделены основные этапы диагностики кризисного состояния хозяйствующего субъекта, приведены задачи оптимизации управления предприятием по преодолению угроз его деятельности, приведено обоснование основных направлений совершенствования антикризисного управления предприятием на примере ООО «Белвнештранс».

Ключевые слова: антикризисное управление, антикризисная политика, нестабильность внешней среды, антикризисные подходы, задачи антикризисного управления, оптимизация управления, диагностика банкротства.

Давиденко Л.М.

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

Беспалый С.В.

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

Бекниязова Д.С.

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

Ресурсная парадигма построения промышленной экосистемы цифрового формата. С. 58-68.

Аннотация. Функционирование промышленного предприятия представляет собой процесс непрерывных изменений в подсистемах управления, начиная от освоения более глубоких производственных технологий, заканчивая кастомизацией и сервисным обслуживанием потребительского сегмента. Во всех звеньях такой цепи происходят трансформационные преобразования используемых ресурсов в высокотехнологичную продукцию и услуги. Целью данной статьи является освещение современной ресурсной парадигмы, которая выходит за традиционные рамки экономики по причине ее открытости, расширения присутствия компаний в географическом пространстве, а также благодаря внедрению цифровых элементов в операционную, финансовую и инвестиционную сферы деятельности. В связи с этим экосистема связанных сторон все чаще приобретает статус предпринимательской среды с инновационными характеристиками, в которой платформенно взаимодействуют интегрированные хозяйственные структуры, организации образования, финансовый сектор, научно-исследовательские центры и государственный аппарат. В работе использованы общенаучные методы анализа, синтеза и адаптации критериев оценивания ресурсных потребностей для оптимизации сетевого взаимодействия предприятий обрабатывающей промышленности с кластером информационных технологий. Результаты исследования указывают на признаки симбиоза классических и продвинутых технологий менеджмента, что выливается в новые представления о системе управления ресурсами, главным из которых выступает человеческий капитал как источник приращения знаний. Выявление потребностей в новых свойствах данного ресурса способно предвосхитить растущие запросы рынка, ускорить процесс перехода национальной экономики на новый технологический уклад.

Ключевые слова: технологическая интеграция, кастомизация производства, цифровая экономика, управление человеческими ресурсами.

Тиницкая О.В.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры таможенных операций и таможенного контроля

Макарова Г.В.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры таможенных операций и таможенного контроля

Состояние и перспективы развития внешней торговли Российской Федерации в рамках межрегионального сотрудничества. С. 69-84.

Аннотация. Целью исследования является анализ основных тенденций развития внешней торговли Российской Федерации с партнерами по межрегиональному

сотрудничеству в рамках зон свободной торговли (ЗСТ) и выявление перспектив ее развития с другими потенциальными партнерами. Указанная цель достигнута на основе результатов анализа динамики общего объема и структуры внешнеторгового оборота Российской Федерации с Республикой Сербия и Социалистической Республикой Вьетнам (СРВ), выявления особенностей предоставления торгового режима между упомянутыми странами, обобщения информации о перспективах сотрудничества в сфере внешней торговли на уровне Евразийского экономического союза (ЕАЭС) с целым рядом зарубежных стран. В ходе исследования были использованы общенаучные методы исследования, в числе которых методы сравнительного анализа, обобщения, сопоставления, дедукции, индукции, табличный метод, которые позволили систематизировать и проанализировать соответствующие данные статистики внешней торговли ЕАЭС и Российской Федерации, а также интерпретировать полученные результаты. Поскольку, как одна из стран-членов ЕАЭС, Российская Федерация предоставляет режим свободной торговли как в рамках ЕАЭС, так и в рамках заключенных двусторонних соглашений, был проведен анализ результатов функционирования ЗСТ ЕАЭС–СРВ и Российская Федерация – Республика Сербия, на основе чего сделан вывод о целесообразности их создания, несмотря на нестабильность развития внешней торговли между их участниками. При этом акцентировано внимание на том, что, безусловно, наиболее перспективной возможностью стимулирования экономического развития не только Российской Федерации, но и всех стран-членов ЕАЭС является участие в ЗСТ, сформированных на уровне ЕАЭС. Тренды развития евразийской интеграции на ближайшие годы достаточно четко просматриваются благодаря уже принятым программам развития различных сфер деятельности ЕАЭС, а также тем мировым и региональным направлениям взаимодействия, которые сложились в последние годы. В частности, в числе наиболее перспективных партнеров стран-членов ЕАЭС в области внешней торговли на межрегиональном уровне выделены отдельные страны Африки, Центральной и Юго-Восточной Азии, Ближнего Востока, Латинской Америки, страны-члены Европейского союза (ЕС) и Ассоциации государств Юго-Восточной Азии (АСЕАН).

Ключевые слова: внешняя торговля, внешнеторговый оборот, структура внешнеторгового оборота, импорт товаров, экспорт товаров, региональное международное экономическое сотрудничество, зона свободной торговли, экономический союз.

Иванов Д.Ю.

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (Северо-Западный институт управления) (г. Санкт-Петербург), канд. полит. наук, доцент кафедры менеджмента

Сулов Е.Ю.

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (Северо-Западный институт управления) (г. Санкт-Петербург), канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры менеджмента

Евдокимов К.В.

Санкт-Петербургский государственный аграрный университет, Академия менеджмента и агробизнеса (г. Санкт-Петербург), канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры профессиональной аттестации и внедрения инноваций

Саморуков В.И.

Санкт-Петербургский государственный аграрный университет, Академия менеджмента и агробизнеса (г. Санкт-Петербург), канд. пед. наук, доцент, директор

Развитие человеческого капитала в условиях цифровой экономики. С. 85-93.

Аннотация. В статье рассматривается роль человеческого капитала в современных реалиях социально-экономического развития. Авторы акцентируют внимание на факте, что возрастающее внимание к внедрению инноваций и цифровизации формирует новые

квалификационные требования к кадрам. Выдвигается гипотеза, что развитие человеческого капитала способно оказать решающее влияние на успешность реализации задач национального проекта «Цифровая экономика Российской Федерации». Необходимо отметить, что процесс разработки и внедрения новых технологий, в том числе информационных, требует развития не только профессиональных (hard skills), но и так называемых гибких навыков (soft skills) работников. Возрастает ценность таких качеств, как предпринимательские и творческие способности, коммуникативные, организационные и лидерские навыки, умения вести совещания и переговоры, решать конфликты. Развитие человеческого потенциала приобретает основное значение, становится доминирующим фактором роста эффективности организаций и их конкурентоспособности. В силу этого возникает актуальность развития человеческого капитала, с заключенной в нем способностью отвечать изменяющимся вызовам современной действительности. Становится очевидным, что ключевыми направлениями увеличения производительности труда являются внедрение новых, высокотехнологичных производств и развитие человеческого капитала, необходимое для обслуживания высокотехнологичных и высокотехнологичных отраслей экономики. Сегодняшние проблемы качества человеческого капитала и развития экономики кроются в низком уровне материально-технического оснащения производства, устаревших способах организации трудовой деятельности на предприятиях, неудовлетворительном состоянии трудовой этики и культуры труда, слабой мотивации работников, неадекватной системе менеджмента, нехватке квалифицированных кадров. Обосновывается необходимость включения в процесс развития человеческого капитала всех возможностей системы непрерывного образования, которая призвана обеспечивать адекватность компетенций работоспособного населения задачам социально-экономического развития страны.

Ключевые слова: человеческий капитал, цифровая экономика, инновации, человеческий потенциал, компетенции, способности, личные качества, непрерывное образование.

Комарова Г.Б.

Институт экономики и торговли Таджикского государственного университета коммерции (г. Худжанд), канд. экон. наук, доцент, зав. кафедрой экономики и предпринимательства

Азизова Ш.Г.

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

Зарубежный опыт формирования и развития кластерных структур. С. 94-104.

Аннотация. В статье рассматривается опыт формирования и развития кластерных структур в зарубежных странах в контексте извлечения необходимых уроков для образования региональных кластеров и развития экономики Республики Таджикистан. Кластеризация рассматривается как одна из современных концепций наиболее эффективного повышения конкурентоспособности регионов. Исследованы особенности кластерных структур и инициатив Китая и ряда европейских стран. Рассмотрены особенности развития кластеров в таких странах СНГ, как Российская Федерация и Казахстан. Обосновано, что реализация кластерной политики может оказывать мультипликативный эффект не только на развитие субъектов экономики региона, непосредственно вовлеченных в структуру кластера, но также на развитие других родственных и поддерживающих отраслей экономики страны в целом. В результате изучения зарубежного опыта развития кластерных структур определены потенциальные уроки и их приемлемость в условиях Таджикистана, а также перечислены задачи, которые предстоит решить для формирования и развития кластеров. Предложены возможные направления решения проблем, тормозящих формирование и развитие кластеров в стране.

Выявлены перспективные направления использования опыта зарубежных стран для развития кластеров в условиях Республики Таджикистан.

Ключевые слова: кластер, урбанизация, индустриализация, СЭЗ, инновация, НИОКР, кластерная политика.

Щетинина Н.А.

Новосибирский государственный университет экономики и управления (НИНХ), канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры бизнеса в сфере услуг

Попова А.А.

Новосибирский государственный университет экономики и управления (НИНХ), преподаватель кафедры бизнеса в сфере услуг

Мытарева Е.А.

Сибирский университет потребительской кооперации (г. Новосибирск), канд. геогр. наук, доцент, доцент кафедры теоретической и прикладной экономики

Влияние международных спортивных событий на развитие сферы туризма мегаполиса. С. 105-114.

Аннотация. Статья посвящена вопросам влияния международных спортивных событий на развитие индустрии туризма мегаполиса. Целью настоящей работы явилось исследование процесса формирования спортивного наследия и выявление характера влияния международного спортивного события на туристическую отрасль города Новосибирска. Исследование основывалось на применении методов сравнительного, системно-структурного и функционального анализа, систематизации и обобщении данных. В статье описываются теоретические подходы к определению термина «наследие» спортивного события и определению его форм. Обосновывается роль мега-событий в экономике принимающих стран. Обобщается опыт проведения и наследия спортивных событий в мировом и российском масштабах. Предлагается авторский подход к проведению анализа влияния международных событий на развитие сферы туризма мегаполиса, включающий строго определенную последовательность проведения исследования. Приводится обобщение опыта проведения и наследия молодежного чемпионата мира по хоккею в некоторых европейских и российских городах. Приводятся результаты оценки текущего состояния сферы туризма г. Новосибирска и описываются факторы, демонстрирующие процесс подготовки города Новосибирска и Новосибирской области к Молодежному чемпионату мира по хоккею в 2023 году. Доказывается, что для города Новосибирска и Новосибирской области проведение Молодежного чемпионата мира по хоккею окажет существенное влияние на развитие индустрии туризма и гостеприимства. Выделяются потенциальные положительные и отрицательные формы наследия для туристской отрасли мегаполиса.

Ключевые слова: туризм, событийный туризм, спортивный туризм, наследие спортивных событий, спортивно-событийный туризм, туристский рынок, гостеприимство, мегаполис.

Дмитриева Ю.В.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, ст. преподаватель кафедры информационных систем и технологий

Коптелова Л.В.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, ст. преподаватель кафедры информационных систем и технологий

Использование информационных технологий при формировании стратегии организаций. С. 115-122.

Аннотация. В условиях изменяющейся среды организациям во многих смысловых аспектах требуется необходимость автоматизации стратегического управления и умение быстро адаптироваться к данным изменениям. В статье систематизировано понятие стратегии, информационного потока, ИТ-стратегии; перечислены функции управления информационными потоками; рассмотрены направления использования ИТ-стратегии организации. Определение состояния информационного пространства определяется специфическим видом ресурсного обеспечения производства – информационным ресурсом. Информационное пространство формируется в специфической среде и характеризуется как информационный ресурс системы управления. При этом процесс формирования ИТ-стратегии организации как инструмент повышения конкурентоспособности требует высокого уровня управления информационными потоками. Для оценки взаимосвязи информационных технологий и функционирования предприятия необходимо сформировать схему бизнес-процессов в рамках преобразования информационных потоков в информационной системе организации. Авторами обозначены основные задачи стратегии развития ИТ, ориентированные на обеспечение взаимосвязи между стратегическими целями организации и направлениями развития ИТ в целом, а также на необходимый уровень информационной поддержки ключевых бизнес-процессов организации. Предложенные методические рекомендации при формировании ИТ-стратегии позволят выработать дополнительные преимущества в управлении организацией за счет активного использования информационных потоков в системе управления организацией.

Ключевые слова: информация, информационные потоки, ИТ-стратегия, стратегия организации.

Экономика труда и трудовые отношения

Пискайкина Е.С.

Самарский государственный технический университет, аспирант

Мотивационный потенциал персонала: интеграционная модель. С. 123-132.

Аннотация. Достижение организационного успеха компании требует участия максимально мотивированных сотрудников, которые действуют в интересах компании, способствуя развитию организационной деятельности. Настоящая статья направлена на разработку концептуальной модели, объединяющей основные теории мотивации, чтобы определить мотивационный потенциал сотрудников, работающих в сфере услуг. Целью исследования является разработка интеграционной модели в области мотивации. В исследовании подчеркивается, что интегративная модель для определения уровня мотивационного потенциала сотрудников должна исследовать потребности, ценности, мотивы, цели, ожидания сотрудников. При написании статьи в работе использовались методы логического и сравнительного анализа, а также метод обобщения, позволивший определить ключевые параметры мотивационного потенциала, изучены возможные направления его исследования и базовые зависимости по отношению к общей стратегии развития организации. Определение наиболее важных мотивационных факторов обеспечит полную основу для аналитики, на которую должны опираться в рабочих процессах менеджеры для повышения уровня производительности труда сотрудников. Разработанная модель позволила изучить различные аспекты мотивации сотрудников, что напрямую влияет на повышение эффективности работы персонала. Настоящее исследование позволило изучить некоторые ключевые теории мотивации при разработке интегративной модели определения уровня мотивационного потенциала сотрудников и учесть его влияния на эффективность работы всей организации.

Ключевые слова: мотивация персонала, мотивационный потенциал, мотивационные факторы, концептуальная модель, организационная эффективность.

Маркетинг, коммерция и логистика

Звягина Н.Н.

Липецкий институт кооперации (филиал) Белгородского университета кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент кафедры товароведно-технологических дисциплин

Горелова И.Е.

Липецкий институт кооперации (филиал) Белгородского университета кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент кафедры товароведно-технологических дисциплин

Месяц И.В.

Липецкий институт кооперации (филиал) Белгородского университета кооперации, экономики и права, ст. преподаватель кафедры товароведно-технологических дисциплин

Состояние и перспективы развития рынка игрушек. С. 133-140.

Аннотация. Основной приоритет государственной политики Российской Федерации – обеспечение благополучного и защищенного детства. Понятие «индустрия детских товаров» включает в себя непосредственно производство и реализацию товаров, которые напрямую зависят от потребительской аудитории. Со стороны государства осуществляется государственный надзор за безопасностью и качеством товаров детского ассортимента, включая детские игрушки. Важное значение имеет и такой социальный фактор, как стоимость реализуемых игрушек, что напрямую определяет доступность их приобретения [2]. На наш взгляд, российский рынок игрушек развивается в новых условиях в соответствии с тенденциями мирового рынка – быстрое взросление детей приводит к созданию технологически сложных игрушек (роботы, электронные программируемые игрушки), с одной стороны, и развитию гаджетов для детей, с другой. Таким образом, налицо уход от традиционных игрушек и переход соответственно к обучающим и развивающим. В рамках сохранения связи формата игрушек и формирования среды детства (образование, воспитание и здоровье детей), производители игрушек перешли на новую модель развития с учетом требований современного рынка. Целью исследования является изучение факторов, влияющих на состояние и перспективы развития рынка игрушек в Российской Федерации. Для достижения поставленной цели нами использовались методы социологического и статистического исследования. Проведенное исследование позволило выявить, что в последнее время увеличился детородный возраст у женщин, поменялся их социологический статус (совмещение работы и ухода за детьми), а также сократился возраст детей, пользующихся игрушками, – с 14 до 10 лет. Следует также отметить, что цифровизация экономики нашла отражение и в сроках пользования игрушками и замены их гаджетами. В заключение авторы статьи сформулировали основные тенденции развития рынка игрушек в Российской Федерации.

Ключевые слова: индустрия детских товаров, качество и безопасность игрушек, импортозамещение производства игрушек, структура рынка игрушек, характеристика взрослого потребителя товаров детской индустрии, тренды рынка игрушек.

Плетнева Н.А.

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, канд. экон. наук, доцент, доцент Высшей школы сервиса и торговли Института промышленного менеджмента, экономики и торговли

Продвижение брендов на рынке жилой недвижимости инструментами цифрового маркетинга. С. 141-154.

Аннотация. Одним из ключевых трендов на рынке маркетинговых коммуникаций является вовлечение потребителей в бренд-комьюнити посредством ведения «живого» диалога с брендом. При этом интерес потребителя в данном случае может подкрепляться размещением полезного контента на интернет-площадках бренда, проведением прямых эфиров в социальных медиа, предложением создать совместный информационный или физический продукт, возможностью получения оценок потребителя. Роль социальных медиа и цифровых маркетинговых инструментов в целом при этом становится очевидной. В связи с этим актуальность данной статьи определена важностью изучения возможностей цифровых маркетинговых технологий для продвижения брендов. При этом наибольший исследовательский интерес представляют инструменты социального медиамаркетинга, которые позволяют более четко определять целевую аудиторию, более детально отслеживать пользовательское поведение и оценивать его эффективность. Целью исследования является определение возможностей использования инструментов цифрового маркетинга для продвижения брендов объектов жилой недвижимости. Для достижения цели в статье определены следующие задачи: выявление коммуникационных возможностей социальных медиа, определение социальных сетей для продвижения объектов недвижимости, разработка основных этапов стратегии продвижения объектов недвижимости в социальных сетях «ВКонтакте» и «Фейсбук» и оценка эффективности продвижения. В качестве метода исследования выбран метод контент-анализа рекламных материалов, размещенных в социальных сетях «ВКонтакте» и «Фейсбук» в рамках кампаний по продвижению брендов на рынке жилой недвижимости г. Москвы и г. Санкт-Петербурга. На основе проведенного исследования был предложен алгоритм таргетинга рекламы в социальных сетях «ВКонтакте» и «Фейсбук». Данный подход позволил оценить эффективность рекламных кампаний в социальных сетях. Результаты исследования могут быть экстраполированы на рынок жилой недвижимости и представлять интерес для специалистов по маркетинговым коммуникациям.

Ключевые слова: маркетинговые коммуникации, продвижение, цифровой маркетинг, оценка эффективности, таргетинг.

Сергеев С.М.

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, канд. техн. наук, доцент, доцент Высшей школы сервиса и торговли Института промышленного менеджмента, экономики и торговли

Плетнева Н.А.

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, канд. экон. наук, доцент, доцент Высшей школы сервиса и торговли Института промышленного менеджмента, экономики и торговли

Евдокимов К.В.

Санкт-Петербургский государственный аграрный университет, канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры профессиональной аттестации и внедрения инноваций Академии менеджмента и агробизнеса

Оптимизация расходов на продвижение в секторе HoReCa на основе математического моделирования. С. 155-168.

Аннотация. Актуальность данной статьи обусловлена высокой динамичностью развития рынка туристических и гостиничных услуг и появлением в последнее десятилетие ряда тенденций по консолидации предприятий сектора HoReCa под сетевыми брендами, а также усилением роли онлайн-взаимодействия с потребителями. Следование этим тенденциям позволяет расширить охват потенциальных клиентов индустрии гостеприимства. В свою очередь усиление конкуренции диктует необходимость поиска

путей оптимизации затрат на организацию деятельности по гостеприимству. Целью настоящего исследования является поиск решений по оптимизации расходов на продвижение брендов с учетом специфики деятельности предприятий сектора HoReCa. Поскольку, как правило, задачи, связанные с оптимизацией, относятся к одной из двух групп: расписания и распределения, для достижения данной цели адекватно применять математические методы. В настоящей работе рассмотрена комбинированная задача распределения ресурсов и расписания на горизонт планирования. Результат решения позволит удовлетворять условию оптимальности плана, полученного в итоге расчета, и одновременно даст информацию о распределении ресурсов среди хозяйствующих субъектов, образующих сеть отелей одного бренда. Задача исследования заключается в использовании математической модели для динамического расчета. Программирование соответствующего алгоритма на ЭВМ позволит найти оптимальное с точки зрения экономических показателей решение. Полученный в результате алгоритм может найти применение не только в индустрии гостеприимства, но и в других отраслях сферы услуг. Показано, что для принятия эффективных управленческих решений необходимо использование серьезных математических методов, таких как динамическое программирование, и вероятностных моделей. Сформированные в работе математические формулы доведены до программной реализации на ЭВМ, а проведенные расчеты с использованием реальных данных о деятельности сети отелей позволили оценить результаты их практической деятельности и опираться на них в будущем.

Ключевые слова: бренд, продвижение, маркетинговые коммуникации, HoReCa, гостиничная индустрия, туризм, мегаполис, математическое моделирование, динамическое программирование, оптимизация ресурсов.

Гусев Д.С.

Старооскольский технологический институт им. А.А. Угарова (филиал) Национального исследовательского технологического университета «МИСиС», аспирант

Анализ рисков факторов развития рынка кондитерской продукции. С. 169-178.

Аннотация. В любом товарном сегменте рынка тренды его развития формируются под влиянием комплекса факторов, оказывающих как положительное, так и отрицательное влияние. В составе этих факторов особое место принадлежит рисковому фактору, создающим угрозы стабильности развития рынка, обеспечению его сбалансированности по спросу и предложению товарной продукции. Целью данной работы является идентификация и аналитическое подтверждение рисков факторов, проявление которых обуславливается трендами развития производства и продаж кондитерской продукции на внутреннем и внешнем рынках. Исследование базировалось на методологии диалектического подхода к познанию сущности экономических явлений в их причинно-следственной взаимосвязи и взаимообусловленности. В исследовании реализованы методы сбора и обработки статистической информации; экономического анализа показателей, характеризующих состояние и динамику развития изучаемого объекта; графической и табличной визуализации данных; логических умозаключений; выборочного наблюдения. Определены направления анализа рисков факторов развития рынка кондитерской продукции, отвечающие экономическим интересам ее производителей. По результатам анализа идентифицированы рискованные факторы развития рынка, сформировавшиеся в среднесрочной ретроспективе: неустойчивость динамики товарного насыщения рынка пищевых продуктов в целом; превышение товарного производства кондитерских изделий над реализованным спросом на них (объемом продаж); переориентация отечественных производителей кондитерских изделий на внешние рынки; замещение «выпадающих» товарных ресурсов рынка кондитерских изделий продукцией импортного производства.

Ключевые слова: рисковые факторы, промышленное производство, рынок кондитерской продукции.

Кооперация и предпринимательство

Теплова Л.В.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, д-р экон. наук, проректор по экономике и развитию вуза, профессор кафедры теории и истории кооперативного движения

Прижигалинская Т.Н.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, д-р экон. наук, профессор, декан факультета заочного обучения

Снитко Л.Т.

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

Выбор конкурентной стратегии организаций потребительской кооперации с учетом императивов предпринимательской среды. С. 179-188.

Аннотация. Цель исследования заключается в развитии методической базы формирования конкурентной стратегии организаций потребительской кооперации, которая способствует адаптации розничных торговых предприятий системы к изменяющимся условиям внешней предпринимательской среды, определяет комплекс мероприятий по улучшению их конкурентных позиций на потребительском рынке и позволяет осуществлять удовлетворение собственных потребностей в высококачественных товарах и услугах самого широкого профиля посредством активизации предпринимательской деятельности. Используя методологические положения теории систем и обоснование связи принципов деятельности организаций потребительской кооперации с законами функционирования ее окружения, построена теоретико-прикладная модель обеспечения предпринимательской активности субъектов системы в контексте их стратегической ориентации, сущностное содержание которой позволяет руководящему звену потребительской кооперации повысить обоснованность принимаемых управленческих решений по определению конкурентного поведения и выработке алгоритма обеспечения конкурентных преимуществ в сложившихся рыночных условиях на основе использования различных типов стратегических ориентаций, включая предпринимательскую, а также подходов прикладного характера, учитывающих потенциал предпринимательской активности и использование новых рыночных возможностей розничных торговых предприятий системы. На основе использования матричного метода анализа предложена адаптированная матрица рентабельности затрат, отражающая конкурентную позицию отдельного хозяйствующего субъекта системы на потребительском рынке, в соответствии с которой рекомендовано осуществлять формирование алгоритма выбора и реализации конкурентной стратегии предприятий розничной торговли организаций потребительской кооперации.

Ключевые слова: предпринимательская среда, предпринимательская деятельность, конкурентная стратегия, конкурентная позиция, организации потребительской кооперации, социальные приоритеты деятельности.

Наговицина Л.П.

Сибирский университет потребительской кооперации (г. Новосибирск), д-р экон. наук, профессор, профессор кафедры теоретической и прикладной экономики

Дроздова М.И.

Сибирский университет потребительской кооперации (г. Новосибирск), д-р экон. наук, доцент, профессор кафедры теоретической и прикладной экономики

Наговицина Е.В.

Сибирский университет потребительской кооперации (г. Новосибирск), канд. экон. наук, доцент кафедры бухгалтерского учета

Необходимость идентификации и социального аудита в кооперативах. С. 189-197.

Аннотация. Цель статьи – показать необходимость идентификации организаций потребительской кооперации на соответствие статусу кооператива и разработки программы кооперативного социального идентификационного аудита. Отмечается кризисное состояние российской потребительской кооперации. Делается вывод, что одна из главных внутрисистемных причин кризиса – утрата экономических отношений с пайщиками, недооценка их потенциальных возможностей и роли в формировании финансовых, товарных и трудовых ресурсов, в управлении и демократическом членском контроле. Выходу из кризиса и восстановлению значимости потребительской кооперации в сельской экономике окажет содействие институтирование кооперации, принятие единого закона для всех видов кооперативов. Научная новизна исследования состоит в формулировании понятия идентификации применительно к кооперации. Обозначены особенности и предметная область социального аудита кооперативной организации как ассоциации пайщиков и его места в системе учетно-аналитического обеспечения кооперативов. Предложена система показателей, в соответствии с которыми предлагается осуществлять социальный аудит. Отмечается главное преимущество методики социального аудита кооператива, которое состоит в полном соответствии с основными принципами Декларации о кооперативной идентичности, в доступности и преобладании количественного выражения показателей, что повышает объективность аудитора. Делается вывод об острой необходимости социального аудита кооператива как ассоциации пайщиков и предлагаются этапы его внедрения в потребительской кооперации, в том числе с участием кооперативных учебных заведений.

Ключевые слова: идентификация, кооперативный социальный аудит, внутренний социальный аудит.

Исаева И.Е.

Волгоградский государственный университет, канд. экон. наук, доцент кафедры бухгалтерского учета и экономической безопасности

Пастухова И.О.

Волгоградский государственный университет, магистрант

Шахова В.Р.

Волгоградский государственный университет, магистрант

Оценка деятельности кредитного кооператива на основе матрицы показателей эффективности. С. 198-211.

Аннотация. Целью данного исследования является разработка оптимального алгоритма оценки эффективности деятельности кредитного кооператива и представление информации в виде внутреннего отчета «Матрица показателей эффективности кооператива». В основу исследования легло изучение деятельности кредитных потребительских кооперативов и особенностей их развития в Российской Федерации. Применение методов экономико-статистического исследования (метод выборочного наблюдения и графический), анализа, системности и комплексности позволили разработать матрицу и алгоритм ее использования, на основе которых заинтересованные лица (руководство организации) могут провести достоверную оценку показателей эффективности деятельности кредитного кооператива. В ходе работы были изучены специфические особенности работы кредитных потребительских кооперативов,

проанализированы статистические данные по регионам России о деятельности КПК, выявлены недостатки действующей системы анализа эффективности деятельности данных организаций. Одновременно выявлена проблема – отсутствие унифицированного внутреннего отчета, который детализирует, ранжирует по степени значимости и оценивает деятельность кредитного кооператива с точки зрения эффективности. В качестве альтернативного варианта решения выявленной проблемы, авторами разработана и апробирована матрица показателей эффективности кредитного потребительского кооператива как одна из форм внутренней отчетности. Применение данной матрицы позволяет выявить потенциально проблемные места при внешне кажущейся нормальной работе организации и уделить внимание улучшению подконтрольных показателей, что позволит повысить эффективность работы кредитного кооператива и его конкурентоспособность.

Ключевые слова: кредитный потребительский кооператив, потребительская кооперация, эффективность деятельности кредитных кооперативов, внутренняя отчетность кредитных кооперативов, оценка эффективности деятельности.

Соловьева В.Н.

Сибирский университет потребительской кооперации (г. Новосибирск), канд. экон. наук, доцент кафедры теоретической и прикладной экономики

Новый импульс в развитии кооперативного движения. С. 212-222.

Аннотация. Цель статьи состоит в изучении возможности создания «экономики с долевым участием» за счет сотрудничества на основе совместной собственности кооперативных платформ и способности их конкуренции с обычными цифровыми платформами. Кооперативные платформы – это не новый тип кооперативов, а особый способ организации цифровой платформы, включающей в себя технологии, обеспечивающие кооперативному сектору создание онлайн-сетей. В последнее время наблюдается повышенный интерес к таким платформам, помогающим создать прозрачную, демократическую и децентрализованную экономику. Преимущества платформенной кооперативной бизнес-модели заключаются в снижении транзакционных, операционных и иных издержек для субъектов экономики, справедливой оплате труда, доступности информации для заинтересованных сторон о состоянии дел на платформах, демократическом контроле. Кооперативные платформы имеют естественный источник финансирования – людей, которых объединяют их сети. Для таких онлайн-платформ необходимо большее число лидеров, руководителей и новаторов, заинтересованных в создании модели, которая приносит пользу многим людям, а не аккумулирует миллионы для избранных. Предприятия, неправительственные организации и гражданское общество могут повысить эффективность и продуктивность своих организаций, финансируя и используя совместные технологии кооперативных платформ. Но создание и обеспечение эффективной деятельности таких платформ связано с определенными трудностями, прежде всего, в сферах управления, технологий, роста и капитала. Развитие платформенного кооперативизма направлено на объединение всех прогрессивных движений.

Ключевые слова: кооперативы, цифровая экономика, кооперативные платформы, платформенный кооперативизм, преимущества и проблемы кооперативных платформ.

Арбузов А.И.

Новосибирский военный институт имени генерала армии И.К. Яковлева войск национальной гвардии РФ, преподаватель кафедры конституционного и административного права

Мороз О.Н.

Сибирский университет потребительской кооперации (г. Новосибирск), канд. экон. наук, доцент кафедры теоретической и прикладной экономики

Проблемы развития механизмов кооперации малого и среднего бизнеса в рамках технологической революции оборонно-промышленного комплекса России. С. 223-235.

Аннотация. Организация эффективного взаимодействия российского оборонно-промышленного комплекса и частного бизнеса в настоящее время является чрезвычайно важной задачей. Практическая значимость темы научного исследования обусловлена не только необходимостью создания хорошо оснащенных Вооруженных сил, в полной мере отвечающих современным глобальным вызовам, но и потребностью восстановления ритмичного и динамичного функционирования одного из важнейших субъектов российской экономики – предприятий малого и среднего бизнеса. В данной статье рассмотрены меры для увеличения роли малого и среднего бизнеса в военно-промышленном комплексе, показаны возможные решения для увеличения их доли в оборонном заказе. Авторами обсуждаются проблемы кооперации частного бизнеса и предприятий военной промышленности, направленные на повышение конкурентоспособности и социально-экономической значимости этих субъектов. Возникла острая необходимость активного привлечения малого и среднего предпринимательства к выполнению гособоронзаказа и к кооперации с предприятиями оборонно-промышленного комплекса. Участие в военно-промышленных кластерах позволит малому предпринимательству получить меры финансовой поддержки, а предприятиям оборонно-промышленного комплекса – значительно снизить издержки производства вследствие совместной кооперации. Как показали результаты исследования, механизм реализации мероприятий, направленных на увеличение доли закупок товаров, работ и услуг заказчиками у предприятий малого и среднего бизнеса, несовершенен. В частности, доступ малого предпринимательства к государственному оборонному заказу жестко ограничен. Авторы вскрывают актуальные проблемы предприятий оборонно-промышленного комплекса России, связанные с нестабильностью системы государственных заказов, низкой рентабельностью, получением лицензий и обеспечением прав на интеллектуальную собственность, арендой производственных площадей и многие другие.

Ключевые слова: кооперация, новая промышленная революция, оборонно-промышленный комплекс, государственно-частное партнерство, малый и средний бизнес, гособоронзаказ, государственная программа вооружения.

Абдуллоева М.Р.

Таджикский государственный университет коммерции (г. Душанбе), ассистент кафедры мировой экономики

Развитие малого и среднего бизнеса в Республике Узбекистан: опыт для Республики Таджикистан. С. 236-244.

Аннотация. В данной статье проведен анализ развития малого и среднего бизнеса в Республике Узбекистан и применения его опыта в Республике Таджикистан. Данная тема является актуальной, так как, как показывает мировая практика, именно поддержка малого и среднего бизнеса и его развития способствует ускоренному развитию экономики страны. Рассмотрены вопросы налогообложения малых предприятий, а также проведен сравнительный анализ государственной поддержки развития данного сектора в двух государствах. Анализ современного состояния предпринимательской сферы в Республике Таджикистан показывает, что данная сфера сталкивается с серьезными проблемами. Поэтому главными проблемами формирования эффективного развития малого и среднего предпринимательства являются неоснащенность финансовыми и имущественными ресурсами или несовершенная финансово-кредитная политика поддержки предпринимательства и недостаточная государственная поддержка малых форм

предпринимательства. В статье также приводится миссия малого предпринимательства в рыночной экономике, описывается система государственной поддержки малого и среднего бизнеса в Узбекистане. Также сформулированы рекомендации по обеспечению эффективного развития малого и среднего бизнеса в Республике Таджикистан на основе опыта Узбекистана по усовершенствованию методов государственного регулирования в вопросе микрокредитования, упрощения налоговых ставок и поддержки предприятий инвестициями различного направления.

Ключевые слова: малый и средний бизнес, государственная поддержка, риск, прибыль, молодежное предпринимательство, инновация.