

## **Кооперация и предпринимательство**

**Исаенко Е.В.**

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

**Тарасова Е.Е.**

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

**Клименко О.И.**

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

**Проблема продовольственной безопасности в контексте вклада кооперативов стран СНГ в ее решение. С. 9-19.**

© ФАО, 2022 г.

Наргис Бозорова, Симон Блондо

Продовольственная и сельскохозяйственная организация Объединенных Наций. Мнения, выраженные в настоящей публикации, принадлежат автору (авторам) и не обязательно отражают точку зрения или политику Продовольственной и сельскохозяйственной организации Объединенных Наций

**Аннотация.** В настоящей статье обобщены результаты исследования участия кооперативов стран СНГ в обеспечении национальной продовольственной безопасности. Целью исследования определена актуализация проблемы продовольственной безопасности под влиянием новых катализаторов ее развития, обоснованная посредством аналитической оценки состояния проблемы в странах Содружества Независимых Государств, с формированием состава причин, выступающих барьерами для увеличения вклада кооперативов в обеспечение национальной продовольственной безопасности. Методология исследования базировалась на концепции устойчивого развития, в стратегические цели которого входит борьба с голодом и бедностью населения. В работе реализованы методы анализа содержания программных документов применительно к предмету исследования; идентификации наднациональных катализаторов, вызвавших обострение исследуемой проблемы; оценки ее состояния в странах СНГ в динамике; группировки причин, содержащих рост вклада национальных кооперативов в решение проблемы, по критерию сферы их формирования: экономических, социальных, правовых. Проблема продовольственной безопасности актуализирована в концепте Глобальных направлений работы по преобразованию продовольственных систем, определяемых ФАО соответственно Целям устойчивого развития. Выделены катализаторы обострения проблемы продовольственной безопасности, характерные современным социально-экономическим реалиям, дана оценка ее состояния в странах СНГ по глобальному показателю «распространенность недоедания среди населения» в динамике за 2004–2020 гг. Сформирован состав общих для стран СНГ причин экономического, социального и правового порядка, существование которых не позволяет национальным кооперативам в полной мере реализовать имеющийся потенциал и увеличить вклад в решение проблемы продовольственной безопасности.

**Ключевые слова:** проблема продовольственной безопасности, сельскохозяйственные и потребительские кооперативы, устойчивое развитие.

## **Экономика, организация и управление в отраслях и сферах деятельности**

**Снимко Л.Т.**

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

**Доценко А.Н.**

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

**Инструментарий оценки структурных компонентов интеллектуализации деятельности предприятий. С. 20-30.**

**Аннотация.** Интеллектуализация деятельности предприятия рассматривается в контексте интеллекта, образованности, квалификации, умений, навыков и опыта персонала, имеет определяющее значение для их развития и обеспечения достаточного для конкурентной борьбы уровня конкурентоспособности. Целью статьи является обоснование инструментария оценки интеллектуализационной деятельности предприятий. В процессе исследования использована система общенаучных и специальных методов: ретроспективного анализа; структурно-логического анализа; сравнительного анализа; статистического анализа; графический; экономико-математические методы; когнитивного моделирования; эмпирический метод; метод экспертных оценок. Для системного и комплексного оценивания уровня эффективности интеллектуализационной деятельности предприятий предложено использовать трехкомпонентный подход к определению групп показателей: социальная компонента, интеллектуориентированная компонента и компонента инновационной активности предприятий. Акцент в статье сделан на интеллектуориентированной компоненте. Для оценки интеллектуориентированной компоненты интеллектуализационной деятельности предприятий (ИК ИДП) нужна система показателей, таких как квалификация работников, их способность выполнять сложные операции, уровень осознанности, сущности, необходимости, средств реализации, последствий, мотивации процессов интеллектуализации на предприятии. Основные группы (клUSTERы) индикаторов оценки данной компоненты – квалификация, возможности, способности. В статье дана характеристика показателей, образующих каждый кластер. Предложена методика расчета интегрального показателя ИК ИДП как среднее значение интегральных показателей каждого кластера с учетом веса соответствующей группы показателей в количественной оценке интеллектуального потенциала. Приведена авторская качественная характеристика уровней ИК ИДП в зависимости от уровня результативности по шкале Харрингтона. На основе рассмотренных кластеров индикаторов и методов исследования рекомендована схема оценки уровня интеллектуориентированной компоненты интеллектуализационной деятельности предприятия (ИК ИДП). Предложена авторская трактовка термина «интеллектуализационная бизнес-модель предприятия».

**Ключевые слова:** интеллектуализация, интеллектуализационная деятельность предприятий, интеллектуориентированная компонента, индикаторы оценки.

***Шинкевич А.И.***

ФГБОУ ВО «Казанский национальный исследовательский технологический университет», д-р экон. наук, д-р техн. наук, профессор, заведующий кафедрой логистики и управления  
**Харитонов Д.В.**

АО «ОНПП «Технология» им. А.Г. Ромашина» (г. Обнинск), д-р техн. наук, заместитель директора научно-производственного комплекса по производственной деятельности – начальник цеха

**К вопросу об инноватизации предприятий оборонно-промышленного комплекса России. С. 31-40.**

Исследование выполнено в рамках гранта Президента РФ по государственной поддержке ведущих научных школ РФ № НШ-1886.2022.2

**Аннотация.** Значение оборонно-промышленного комплекса для обеспечения национальной безопасности любого государства велико и существенно возрастает в условиях нарастающей геополитической напряженности и увеличения количества военных конфликтов, что обуславливает необходимость обеспечения условий для поддержания требуемого уровня развития и дальнейшего совершенствования отрасли. Обеспечение конкурентоспособности продукции оборонной промышленности становится важнейшей задачей, решение которой на современном этапе видится в непрерывной инноватизации предприятий комплекса. Целью исследования является выявление потенциала инновационного развития предприятий оборонно-промышленного комплекса и определение барьеров на пути их инноватизации. Исследование ориентировано в большей степени на изучение теоретико-методологических аспектов инновационного развития ОПК на основе анализа и систематизации научных идей, отраженных в специальной литературе. Методология исследования предполагает применение совокупности общенаучных диалектических подходов и методов, в частности анализа и синтеза, дедукции и индукции, аналогии, научного обобщения и др., а также системного подхода. В результате была выявлена отраслевая специфика инновационного развития предприятий оборонно-промышленного комплекса, систематизированы основные факторы, ее характеризующие, определены ключевые задачи инновационного развития на перспективу, представлены технологические тренды, актуальные в развитии производственных процессов оборонной промышленности.

**Ключевые слова:** оборонно-промышленный комплекс, инновационное развитие, инноватизация, диверсификация, продукция военного назначения, продукция гражданского назначения.

***Слабинская И.А.***

Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, д-р экон. наук, профессор кафедры бухгалтерского учета и аудита

***Ткаченко Ю.А.***

Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, канд. экон. наук, доцент кафедры бухгалтерского учета и аудита

**Структурные изменения в строительной промышленности и методы управления отраслью в современных экономических условиях. С. 41-50.**

**Аннотация.** Осуществление процессов в строительной отрасли всегда подразумевает создание и использование определенной управляющей модели. Действие функции управления начинается уже на нулевом цикле, когда еще не осуществляются технические работы. Цель исследования – определить, как управление строительной отраслью реагирует на меняющиеся экономические условия. Система управления в

строительстве – генеральный координатор всех участников процесса и регулировщик финансовых и трудовых ресурсов. В современных условиях экономики в перечень задач управления входит также сокращение роли внешних дестабилизирующих факторов, оперативная возможность своевременной коррекции производственной тактики. В своем исследовании мы использовали сбор данных, а также методы: научной абстракции, функционального анализа, графических изображений, исследования экономической конъюнктуры. Также мы использовали экономический мониторинг и наблюдение. В начале 2020 года российские строительные компании столкнулись впервые с ограничениями, вызванными пандемией. В этот период многие строительные компании приостановили свою деятельность, некоторая часть была объявлена банкротами. Но все же большинство строительных компаний нашли выход из данной ситуации, благодаря системе эффективного управления. В статье мы сформировали основные принципы управления в строительной отрасли и выделили элементы системы управления, что подтверждается результатами исследования по Белгородской области.

**Ключевые слова:** планирование, политика управления, проект, принципы управления, строительство, экономика, управление.

**Шинкевич М.В.**

ФГБОУ ВО «Казанский национальный исследовательский технологический университет», д-р экон. наук, профессор кафедры логистики и управления

**Барсегян Н.В.**

ФГБОУ ВО «Казанский национальный исследовательский технологический университет», канд. экон. наук, доцент кафедры логистики и управления

**Управление логистическими процессами на промышленных предприятиях в условиях цифровизации. С. 51-60.**

**Аннотация.** Исследование направлено на анализ отношений, возникающих в процессе администрирования в нефтехимической сфере на основе цифровых технологий и системы управления логистическими процессами ПАО «Нижнекамскнефтехим», выявить тенденции цифровизации нефтехимической промышленности в области энергосбережения и ресурсосбережения и роль использования цифровых технологий в системе управления позволили методы описания и сравнения. При изучении вопросов цифровизации систем управления промышленными предприятиями были проанализированы работы теоретического и практического характера, которые и послужили теоретической основой исследования. Для достижения поставленной цели определены основные направления цифровизации в нефтехимической промышленности (на примере ПАО «Нижнекамскнефтехим»), к числу которых относятся обеспечение безопасности производства, клиентоориентированность и снижение совокупных издержек. На основе анализа динамики основных показателей цифровизации логистических процессов на ПАО «Нижнекамскнефтехим» рассчитан эффект от цифровизации логистических бизнес-процессов. Проведенный анализ показал следующие результаты: размер экономии вследствие цифровизации логистических бизнес-процессов за 2019–2021 гг. составил 20,8 млн рублей; эффективность цифровизации логистических бизнес-процессов как отношение размера экономии от цифровизации логистических бизнес-процессов по отношению к выручке предприятия возросла с 4,4% в 2019 г. до 5,3% в 2021 г., что в целом позволяет говорить об эффективности внедрения цифровых технологий управления логистикой ПАО «Нижнекамскнефтехим».

**Ключевые слова:** цифровые технологии, цифровизация, Индустрия 4.0, логистические процессы, цепи поставок, цифровизированное управление, бизнес-процессы.

**Матвеева О.П.**

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

**Савенкова И.В.**

Южный федеральный университет (г. Ростов-на-Дону), канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры мировой экономики и международных отношений

**Дикунова Л.М.**

Белгородский университет кооперации, экономики и права, доцент кафедры естественнонаучных дисциплин

**Развитие взаимной торговли Российской Федерации и Республики Казахстан в контексте продовольственного самообеспечения. С. 61-75.**

**Аннотация.** Целью исследования является обоснование целесообразности и необходимости роста объемов взаимной торговли продовольственными товарами и сельскохозяйственным сырьем (ПТиСС) в рамках евразийского экономического пространства для удовлетворения спроса на рынках государств – членов Евразийского экономического союза (ЕАЭС). Рост стоимостных объемов продовольственного самообеспечения в рамках евразийского экономического пространства обуславливает: производство основных продуктов питания в РФ и в РК, которое должно гарантировать базовое самообеспечение населения данных стран; развитие в РФ и РК производства конкурентоспособных продуктов питания на основе имеющегося ресурсного потенциала каждого государства, нацеленное на формирование дополнительного ассортимента в розничной торговле с учетом вкусов и предпочтений потребителей данных государств-членов ЕАЭС; формирование и развитие единого продовольственного рынка государств-членов ЕАЭС на основе имеющегося ресурсного потенциала каждого государства; разработку единой концепции развития специализации отраслей сельского хозяйства, предусматривающей рост физических объемов продуктов питания и сокращения затрат, связанных с их реализацией на внутренних рынках и поставкой в государства – члены ЕАЭС; регулирование цен гарантированного базового ассортимента продуктов питания в государствах-членах ЕАЭС с целью его экономической доступности потребителям. Обоснование целесообразности и необходимости динамичного развития взаимной торговли ПТиСС в целях равнозначного продовольственного самообеспечения в государствах-членах ЕАЭС за счет роста производства основного ассортимента продуктов питания обусловило применение общенаучных методов теоретического и эмпирического уровней.

**Ключевые слова:** страны ЕАЭС, продовольственное самообеспечение, государственное продовольственное самообеспечение, интеграционное объединение, продукты питания, продовольственное самообеспечение, уровень самообеспечения, экспорт, импорт, продовольственные товары.

**Залевская Н.А.**

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

***Иголкина В.В.***

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

***Новосельцева С.Н.***

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

***Бухгалтерский баланс и использование его статей для анализа и улучшения финансового состояния хозяйствующего субъекта. С. 76-84.***

**Аннотация.** В процессе чтения бухгалтерского баланса пользователь балансовой информации сопоставляет итоги разделов внутри актива и пассива баланса и их отдельных статей, а также итоги разделов актива и пассива. В результате таких сопоставлений пользователи получают дополнительную информацию аналитического характера, необходимую для принятия обоснованных управленческих решений, а также для оценки эффективности предстоящих вложений капитала и степени риска финансовых вложений. Базовой информационной основой, позволяющей осуществить анализ и улучшение финансового состояния хозяйствующего субъекта, служит главная форма бухгалтерской (финансовой) отчетности – бухгалтерский баланс. Цифровые данные бухгалтерского баланса конкретной организации, подставляемые в аналитические формулы, позволяют осуществить расчет множества показателей, ложащихся в основу разработки предложений по улучшению его финансового состояния. Методика анализа также позволяет изучить движение денежных потоков организации по ее текущей, инвестиционной и финансовой деятельности. Данные бухгалтерского баланса с одновременным применением формулы Дюпона позволяют определить потенциал повышения рентабельности собственного капитала хозяйствующего субъекта. Все это дает основание считать, что тема данного исследования является актуальной как с теоретической, так и с практической точки зрения.

**Ключевые слова:** бухгалтерский баланс, финансовое состояние, анализ, ликвидность.

***Кучерявенко С.А.***

Белгородский государственный национальный исследовательский университет, канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры управления и экономики фармации

***Особенности конкурентного позиционирования образовательных организаций высшего образования. С. 85-91.***

**Аннотация.** Возрастающий интерес к вопросам конкурентного позиционирования образовательных организаций высшего образования (далее – ООВО) обусловлен усилением конкуренции между университетами, изменением ландшафта регионального, национального и внешнего образовательных рынков и рынков труда, вызванных трансформацией национальной системы высшего образования. Целью исследования является идентификация специфических особенностей отрасли и особенностей конъюнктуры образовательного рынка, которые необходимо учитывать в процессе разработки маркетинговой стратегии, а также формирование политики в области конкурентного позиционирования университета. Методы исследования: анализ научной литературы в рамках исследования существующих дефиниций категории «позиционирование ООВО»; контент-анализ официальных сайтов образовательных организаций высшей школы с целью выявления отличий в доведении до потребителей университета своей конкурентной позиции; классификация, методы сравнения и обобщения, позволившие выделить особенности конкурентного позиционирования образовательных организаций высшего образования. Результаты исследования:

определенены основные подходы к конкурентному позиционированию ООВО, выделены особенности и обоснована необходимость формирования концепции конкурентного позиционирования ООВО и рыночного продвижения образовательных программ. Результаты исследования могут быть использованы в процессе формирования маркетинговой политики в области конкурентного позиционирования образовательной организации высшей школы.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, конкурентное преимущество, позиционирование, конкурентное позиционирование, имидж, система конкурентного позиционирования организации, маркетинговая стратегия, образовательная организация высшей школы, образовательные организации высшего образования.

**Меленкина С.А.**

Челябинский филиал Института экономики УрО РАН, канд. экон. наук, старший научный сотрудник

**Исследование уровня благосостояния населения: сравнительный анализ в региональном аспекте. С. 92-101.**

Статья подготовлена в рамках государственного задания Министерства науки и высшего образования РФ для Института экономики УрО РАН на 2021–2023 гг.

**Аннотация.** Статья посвящена анализу и оценке уровня благосостояния населения России. Сегодня вопросы, отражающие уровень и качество жизни населения, являются особенно актуальными, поскольку нестабильность экономической системы негативно отражается как на уровне жизни в целом, так и на дифференциации развития отдельных регионов, усиливая последнюю. Целью исследования является определение уровня благосостояния населения и ранжирование регионов России на основе проведенной оценки. С использованием рассчитанного индекса благосостояния населения проведено ранжирование регионов России в динамике за 2016–2020 гг. Отмечена сильная дифференциация регионов в уровне материального достатка граждан, а также негативная тенденция роста числа регионов с низким уровнем благосостояния населения. Полученные ранги регионов по уровню благосостояния были использованы в классификационной матрице, отражающей тип и уровень экономического развития региона. Регионами-лидерами по уровню благосостояния населения являются высокоразвитые регионы (финансово-экономические центры и сырьевые экспортно-ориентированные регионы), регионами-аутсайдерами – менее развитые регионы с аграрной экономикой. Предложены направления увеличения благосостояния населения: рост индустриализации ведущих отраслей, диверсификация экономики, более эффективное использование потенциала региона, и в первую очередь, научно-технического.

**Ключевые слова:** благосостояние, население региона, уровень благосостояния, уровень жизни, материальное благополучие.

**Пучков А.И.**

Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики, аспирант

**Ключевые группы компетенций персонала в эпоху цифровой трансформации нефтегазового сектора России. С. 102-109.**

**Аннотация.** В работе раскрываются потенциал и важность развития персонала в эпоху цифровой трансформации компаний. Охарактеризована роль основных групп ключевых, базовых компетенций персонала, которыми необходимо обладать с целью повышения шанса внедрения Индустрии 4.0 в бизнес- и производственные процессы в рамках цифровой трансформации компаний. Принимая во внимание отсутствие единой

базы сформированных требований к персоналу, можно утверждать, что цель написания статьи заключается в формировании базисного ядра компетенций персонала в эпоху цифровых трансформаций компаний, как и возможностей его развития. Реализация поставленной цели обусловила необходимость проанализировать структурированные выводы таких авторитетных ученых, как М.Г. Филлис, Н.Н. Кадыров, проверки гипотез, интервьюирования экспертов в области цифровизации, провести анализ информации в открытых источниках по основным цифровым компетенциям, необходимым в эпоху цифровой трансформации нефтегазового сектора России и Индустрии 4.0. Результатом исследования явилось формирование образа результата групп компетенций, необходимых в эпоху цифровой трансформации. Результаты исследования в первую очередь будут интересны департаментам по управлению человеческими ресурсами и практикам, методологам внедрения подходов цифровой трансформации в компаниях.

**Ключевые слова:** цифровые компетенции, цифровая трансформация, Индустрия 4.0, умные заводы, ИТ-специалист, цифровые кадры, цифровые технологии, цифровая экосистема, цифровизация.

## **Маркетинг, коммерция и логистика**

### **Тарасова Е.Е.**

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

### **Наплекова Ю.А.**

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент кафедры гостинично-туристического сервиса, коммерции и рекламы

### **Прушковская Е.Е.**

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

### **Развитие электронной оптовой торговли в современных условиях. С. 110-122.**

**Аннотация.** Целью исследования является определение основных тенденций развития оптовой торговли в условиях цифровой экономики. Оптовая торговля играет важную роль в процессе товародвижения. Внедрение цифровых технологий и развитие электронной торговли обусловили появление новых подходов к организации и технологии оптовой торговли. При этом важная роль отводится закупочной деятельности предприятий оптовой торговли, что является залогом эффективности их работы, высокого уровня их конкурентоспособности, формирования положительного имиджа среди участников рынка. Методы исследования применялись в соответствии с целью и задачами исследования. В основу исследования в теоретическом и методологическом аспектах положены труды ученых в области электронной оптовой торговли, организации коммерческой деятельности по оптовым закупкам и оптовой продаже товаров. Информационной базой исследования послужили данные, полученные из открытых источников, данные Федеральной службы государственной статистики. В ходе исследования использовались общенаучные и экономико-статистические методы обработки данных, в числе которых группировка, сравнение, индексный метод. В статье определены основные тенденции развития оптовой торговли в условиях цифровой экономики, дан анализ показателей, характеризующих деятельность оптовых предприятий, охарактеризована организация оптовой продажи через Интернет, рассмотрены варианты организации оптовой продажи в Интернете без создания сайта.

**Ключевые слова:** оптовая торговля, оптовые предприятия, коммерческая деятельность, маркетплейсы, электронные торговые площадки.

**Макринова Е.И.**

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

**Святая Е.О.**

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент кафедры гостинично-туристического сервиса, коммерции и рекламы

**Подзолкова И.Я.**

Начальник управления по туризму Белгородской области

**Маркетинговое и аналитическое сопровождение внедрения региональных стандартов гостеприимства. С. 123-137.**

**Аннотация.** Усиление приоритетов туристской политики в части активизации развития внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации ставит перед государством и предпринимателями разнообразные задачи, наиболее актуальной из которых видится обеспечение высокого качества обслуживания туристов, соответствия туристских продуктов и услуг ожиданиям потребителей, определяемое не только достаточным количеством объектов гостеприимства, но и высоким уровнем сервиса. В статье обобщены практические результаты исследования, полученные в ходе реализации проекта по внедрению регионального стандарта гостеприимства в Белгородской области. Авторами выявлен ряд существующих проблем, препятствующих увеличению туристического потока в регион, для решения которых предлагается комплексный подход, направленный на обеспечение качества туристского сервиса и создание атмосферы гостеприимства на предприятиях; развитие туристского информационного пространства; обеспечение доступности туристских услуг и комфортности пребывания; формирование конкурентоспособного регионального турпродукта, разработку стратегии его позиционирования и продвижения. В качестве маркетингового и аналитического сопровождения реализации проекта показана возможность системного использования современного инструментария мониторинговых комплексных исследований (построение рейтингов, сервисный аудит объектов гостеприимства, конкурсная аналитика по выявлению и анализу лучших туристских практик, статистический и маркетинговый мониторинг) в целях улучшения качества туристского продукта и повышения туристской привлекательности региона на основе разработки и внедрения новых стандартов оказания услуг. Ключевые маркетинговые задачи проекта «Стандарт гостеприимства Белогорья» в результате повышения качества туристского обслуживания жителей и гостей связаны с увеличением посещаемости объектов гостеприимства, ростом конкурентоспособности регионального туристского продукта, формированием туристического бренда и продвижением Белгородской области как привлекательного туристского центра.

**Ключевые слова:** стандарт гостеприимства, рейтинг, продвижение, туристская привлекательность, бренд, конкурентоспособность, конкурсная аналитика.

**Кононенко Р.В.**

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

**Карнаухов И.О.**

Белгородский университет кооперации, экономики и права, аспирант

**Репутационные риски в маркетинговых коммуникациях: сущность, причины и последствия. С. 138-146.**

**Аннотация.** Развитие информационных и цифровых технологий в современных условиях стало фактором трансформации маркетинговых коммуникаций участников экономических отношений. Проявлением такой трансформации стали не только положительные последствия (расширение охвата аудитории покупателей, проникновение на новые рынки и т.п.), но и негативные в виде угрозы потери репутации, активов от дискредитации репутации, черного пиара, влияния негативных отзывов и прочих рисков информационной среды, которые могут демотивировать потребителей товаров или услуг. Целью исследования является изучение природы реализации репутационных угроз для компаний в современных условиях функционирования социальных медиа. Базовыми методами при проведении исследования выступили индукция и дедукция, анализ и синтез, а также методы сравнения, обобщения и систематизации результатов научной мысли по проблематике работы и другие. По результатам проведенного исследования были выявлены основные условия формирования репутационных рисков. В работе на основе изучения зарубежного и отечественного опыта рассмотрены основные источники репутационных рисков (СМИ, социальные сети, лидеры общественного мнения). Для преодоления выявленных проблем в маркетинговых коммуникациях компаний необходимо изменить подход к идентификации угроз репутации. Предложено использовать дополнительные индикаторы в системах медиамониторинга, которые бы учитывали всплески активности пользователей той или иной платформы, опираясь на методы математической статистики. Данный подход позволит оперативно выявлять всплески активности пользователей и превентивно противодействовать формированию негативного образа компании.

**Ключевые слова:** маркетинговые коммуникации, потеря репутации, репутационные риски, негативная информация, информационные атаки, социальные сети, лидеры общественного мнения.

**Маматова Н.А.**

Белгородский государственный национальный исследовательский университет, канд. экон. наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга

**Осадчая С.М.**

Белгородский государственный национальный исследовательский университет, канд. экон. наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга

**Брыкова А.А.**

ООО «Газпром инвест», ведущий специалист

**Вопросы социальной ответственности в нейромаркетинге. С. 147-157.**

**Аннотация.** Становление и развитие концепции нейромаркетинга вызывает много критики и споров о целесообразности и этичности применения нейротехнологий для изучения покупательского поведения и разработки эффективных маркетинговых стратегий. Основной целью данной работы стало исследование реакции потребителя на использование компаниями нейротехнологий в маркетинговой деятельности, чтобы понять, способно ли социально ответственное поведение бизнеса решить проблему недоверия общества к нейромаркетингу. В исследовании использовались методы обзора источников литературы, выявления причинно-следственных связей, индукции, дедукции, анализа и синтеза, анкетирования. В ходе исследования были рассмотрены основные положения нейромаркетинговой концепции, позволившие понять, какие процессы человеческой психики и физиологии и какими инструментами изучают нейромаркетологи. В работе проанализированы и систематизированы взгляды и мнения ученых, выражающие

негативную реакцию общества на деятельность нейромаркетинговых компаний, использующих результаты исследований реакций мозговой активности покупателей для выработки маркетинговых стратегий. Проведенный в рамках исследования социологический опрос опроверг теорию о преобладании в обществе негативного отношения к деятельности нейромаркетинговых компаний. Общество довольно лояльно (особенно молодежь) воспринимает рекламные продукты, разработанные с использованием нейротехнологий. Результаты анализа работы нейромаркетинговых лабораторий и компаний свидетельствуют об их социально ответственном отношении к проблемам в обществе. Следование принципам социально ответственной политики способствует укреплению репутации нейромаркетинговых лабораторий и компаний.

**Ключевые слова:** нейротехнологии, нейромаркетинг, сенсорный маркетинг, прайминг, социальная ответственность.