

Кооперация и предпринимательство

Клименко О.И.

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

Сергеев М.В.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, аспирант

Методические проблемы оценки экономической безопасности предприятия. С. 9-19.

Аннотация. Целью работы явилось изучение содержания методических инструментов, разработанных для оценки экономической безопасности в концепте различных подходов, с выделением и аргументацией проблем методического плана, характерных при их использовании в аналитической практике. Методология исследования базировалась на принципе причинно-следственной связи, реализация которого позволяет доказать существенную взаимосвязь проблем, их взаимообусловленность в замкнутом, циклическом контуре. В работе использованы методы информационного поиска, обзора литературных источников, обобщения существенных аспектов изучаемого объекта, содержательного анализа исследуемой проблемы, проведения научной полемики, аргументированного доказательства сделанных выводов и умозаключений. Обоснована объективность существования методических проблем оценки экономической безопасности предприятия, обусловленная незавершенностью формирования оценочного инструментария из-за относительной новизны феномена экономической безопасности для отечественной теории и практики. Сформирован комплекс подходов к оценке экономической безопасности предприятия (индикативный (пороговый), рисковый, ресурсно-функциональный, комплексный, кластерный, детерминированный, матричный), выделены их ключевые положения и предметные сферы оценки. По результатам изучения содержания подходов определены и логически аргументированы методические проблемы оценки экономической безопасности предприятия: множественность подходов к оценке, вариативность представления предметных сфер оценки, альтернативность состава оценочных измерителей, высокая степень субъективизма результатов оценки, отсутствие связи результатов оценочного процесса с рекомендациями по обеспечению экономической безопасности предприятия.

Ключевые слова: экономическая безопасность предприятия, оценка экономической безопасности, методическое обеспечение оценочного процесса, методические проблемы оценки.

Мешечкина Р.П.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, д-р экон. наук, профессор, декан факультета таможенного дела и информационных технологий, профессор кафедры таможенных операций и таможенного контроля

Матвеева О.П.

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

Информационно-аналитический аспект таможенного контроля после выпуска товаров в Белгородской таможне. С. 20-28.

Аннотация. Целью исследования является обоснование целесообразности и необходимости информационно-аналитической деятельности таможенных органов Российской Федерации (РФ) для обеспечения результативности и качества проведения таможенного контроля после выпуска товара (ТКПВТ). Достижение цели исследования обусловило: определение целесообразности и необходимости формирования информационно-аналитических справок (ИАС) как основы повышения качества контрольных мероприятий, направленных на выявление таможенных правонарушений участниками внешнеторговой деятельности сотрудниками подразделений службы ТКПВТ Белгородской таможни; определение объектов ТКПВТ в регионе деятельности Белгородской таможни; анализ и оценку в регионе деятельности Белгородской таможни: контрольных мероприятий и их результативность, численность лиц-субъектов внешнеторговой деятельности для составления ИАС, численность субъектов внешнеторговой деятельности низкого уровня риска (НУР), количества нарушений субъектами внешнеторговой деятельности НУР, в отношении которых составляются ИАС, количества нарушений в расчете на одного субъекта внешнеторговой деятельности НУР, мероприятий по контролю за оборотом товаров, удельных затрат на одну таможенную проверку. Обоснование целесообразности и необходимости повышения результативности и качества проведения ТКПВТ на основе использования результатов информационно-аналитической деятельности таможенных органов РФ обусловило применение общенаучных методов теоретического и эмпирического уровней.

Ключевые слова: информационно-аналитическая справка, таможенная проверка, контрольные мероприятия, таможенные органы, участники внешнеторговой деятельности, информационно-аналитическая деятельность.

Снимко Л.Т.

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

Рудых А.Е.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, аспирант

Обеспечение экономической безопасности предприятий во взаимодействии с субъектами внешней среды. С. 29-39.

Аннотация. Нарастающая турбулентность внешней среды в качестве одной из главных целей отечественных предприятий определила обеспечение их экономической безопасности, что требует отслеживания внешних и внутренних угроз деятельности предприятия, выделения и упорядочения его экономических интересов по уровню приоритетности, согласно которому интересы должны согласовываться как во внутренней, так и во внешней среде и т.д. Цель исследования заключается в разработке теоретико-методических основ обеспечения экономической безопасности предприятий в условиях нестабильной внешней среды в процессе взаимодействия с ее субъектами. В исследовании использованы такие методы, как анализ и синтез, системный подход, методы теоретического обобщения, экспертные и статистические методы, метод анализа иерархий и метод декомпозиции. В статье углублено и развито содержание таких понятий, как:

«экономическая безопасность предприятия»; «субъект хозяйствования как рефлексивная система»; «управление стратегическим взаимодействием субъекта хозяйствования с субъектами внешней среды». Определена взаимосвязь стратегических экономических интересов предприятия с его экономической безопасностью. Обозначены основные стратегические возможности и вызовы для предприятия при взаимодействии с субъектами внешней среды с точки зрения стратегического взаимодействия вертикального типа (с поставщиками и потребителями) и горизонтального типа (с государством и конкурентами). Предложен интегральный показатель состояния экономической безопасности предприятия и показатель эффективности управления его взаимодействием с субъектами внешней среды. Обоснован механизм выбора точек роста, обеспечивающий выбор проблемной области предприятия, наиболее благоприятной с точки зрения применения ресурсов и потенциала развития, приведения способа функционирования к такому, который на основании нейтрализации определяющих проблему ограничений обеспечивает максимальный мультиплектический эффект развития для всего предприятия.

Ключевые слова: экономическая безопасность предприятия, субъекты внешней среды, стратегические экономические интересы, стратегические возможности и вызовы, точки роста.

Токарь Е.В.

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

Соловьева Л.В.

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

Рогов Д.А.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, аспирант

Основные тренды и перспективы развития розничной торговли в эпоху цифровизации. С. 40-50.

Аннотация. Развитие розничной торговли в современных экономических условиях осуществляется в результате внедрения инновационных технологий. Благодаря этому происходит повышение эффективности деятельности торговли за счет внедрения новейших баз данных, содержащих большой набор информации о потенциальных потребителях, а также внедрения искусственного интеллекта. Целью исследования является изучение направлений развития розничной торговли в условиях цифровизации. В ходе обработки данных применялись общенаучные методы, в частности анализ, синтез, обобщение, сравнение, системность, комплексность и др. В статье проводится исследование трендов развития розничной торговли в условиях нестабильности экономики. Выявлено, что за последние двадцать лет оборот розничной торговли в России вырос более чем в 12 раз. В условиях кризиса и пандемии (2019–2020 гг.) был существенно сокращен темп прироста розничной торговли, однако уже в 2021 году наблюдался самый высокий рост оборота розничной торговли за исследуемый период. Установлено, что оживление продаж связано с увеличением спроса после пандемии и ростом цен. Последние десять лет показали рост динамики доли торговых сетей в обороте розничной торговли России более чем в 2 раза. Так, доля оборота розничной торговли торговых сетей в розничной торговле в 2021 году

составила 38,9%. Наблюдался значительный рост показателя общей выручки у крупнейших ретейлеров. Онлайн-торговля заняла лидирующие позиции в списке площадок по удовлетворению потребностей потребителей. В России происходит рост объема рынка интернет-торговли. Лидерами интернет-торговли среди регионов страны стали: Москва и Московская область, Санкт-Петербург и Красноярский край, Свердловская область. Крупные маркетплейсы РФ (Ozon, Wildberries, «СберМегаМаркет», «Яндекс.Маркет») успешно осваивают зарубежные рынки, объем рынка розничного онлайн-экспорта в 2021 году вырос на 86%. В результате проведенного исследования было установлено, что розничная торговля в нашей стране переживает новый виток изменений. В торговых организациях внедряется применение интернет-технологий, больших баз данных, технологий искусственного интеллекта.

Ключевые слова: розничная торговля, оборот торговых сетей, изменение показателей оборота розничной торговли, ритейл, кризис, интернет-технологии, интернет-торговля.

Болтенков А.Н.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент, проректор по воспитательной работе и молодежной политике вуза, доцент кафедры бухгалтерского учета, анализа и статистики

Устинова Е.М.

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

Качан Н.А.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, старший преподаватель кафедры бухгалтерского учета, анализа и статистики

Совершенствование классификации услуг в целях экономического анализа. С. 51-59.

Аннотация. Целью исследования является подробное изучение истории развития отечественного и зарубежного опыта классификации услуг в целях экономического анализа. В настоящее время стремительное развитие сферы услуг является весьма актуальным для развития всего народного хозяйства страны, поскольку в условиях современной рыночной экономики роль и значение данной отрасли связаны не только с его доминированием в составе хозяйства, но и с тем, что в результате оказания услуги происходит формирование таких важных факторов интенсифицирующих экономический рост, как научное познание, нематериальные формы накопления, информационные технологии, а также изменения структуры хозяйственной деятельности. Следовательно, существенную роль приобретает структурная перестройка непосредственно в самих отраслях сферы услуг, которые усиливают их собственную значимость в развитии экономики и культуры общества, а также создают необходимые условия для его дальнейшего роста и развития. Целью исследования является теоретическое обоснование возможных исторических направлений развития сферы услуг зарубежных стран и оценка возможностей их практического внедрения в развитие услуг в нашей стране. В статье подробно рассмотрены основные виды услуг, выделены отечественные и зарубежные

организации, которые преуспели в разработке классификаторов услуг, схематично изображены отечественная классификация услуг и основные ее признаки, приводится нашедшее отражение в ГОСТ 50646-94 понятие «услуга», в ходе рассмотрения зарубежного опыта представлена формализованная модель достижения прибыли на рынке услуг, отмечены основные особенности современных зарубежных и отечественных работ по стандартизации услуг.

Ключевые слова: услуга, сфера услуг, классификация услуг, внутренние предпосылки развития услуг, внешние предпосылки развития услуг, формы оказания услуг.

Антонова М.В.

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

Наумов С.А.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, аспирант

Помазанов П.М.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, аспирант

Цифровая платформа как результат трансформации экономического взаимодействия участников рынка. С. 60-68.

Аннотация. Целью исследования является изучение платформенной формы экономического взаимодействия участников рынка как результата цифровой трансформации. Общенаучные методы исследования послужили авторам в качестве методической базы. В исследовании отражено, что цифровая трансформация экономики определила новый тренд взаимодействия между участниками рынка: платформенную форму. Авторами выделены ключевые аспекты трактовки термина «платформа» в контексте цифровой экономики и термина «цифровая платформа». В статье дана характеристика новых участников, которых авторы отнесли к инфраструктуре цифрового рынка: операторы финансовых платформ, операторы обмена цифровых активов, операторы инвестиционных платформ и операторы электронных платформ. В исследовании проведена сравнительная характеристика участников инфраструктуры финансового рынка России по таким критериям, как: количество участников, зарегистрированных в Реестре Банка России, процент действующих участников, требования к стоимостным показателям. Сравнительная характеристика участников инфраструктуры финансового рынка России позволила выявить сходства и различия между ними. Авторами выделены следующие критерии сходства: обязательное отражение в соответствующем реестре Банка России; наличие системы управления рисками; наличие правил ведения операций на соответствующей платформе. Отличительными критериями исследуемых участников являются: различие нормативных актов, регулирующих их деятельность; различия в требованиям (размеру уставного капитала, организационно-правовой форме, квалификации сотрудников).

Ключевые слова: платформа, цифровая трансформация, цифровая платформа, операторы финансовых платформ, оператор информационных систем, оператор инвестиционных платформ.

Иголкина Т.Н.

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

Безуглова Ю.В.

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

Романов Н.В.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, аспирант

Теоретико-методологическое исследование отдельных проблем обеспечения экономической безопасности хозяйствующих субъектов. С. 69-78.

Аннотация. Цель исследования: рассмотреть результаты теоретических и методических исследований ученых по проблемам обеспечения экономической безопасности хозяйствующего субъекта, выявить существующие мнения и научные подходы к трактовке сущности категории «экономическая безопасность хозяйствующего субъекта», изучить основные функциональные составные элементы системы экономической безопасности предприятия, произвести анализ существующего методического инструментария оценки системы и уровня экономической безопасности предприятия. Методы исследования: логический, системный, комплексный, сравнительный, экономико-математический, индукции, дедукции, синтеза и другие методы исследования. В ходе проведенного исследования выявлено, что на сегодняшней день нет единого унифицированного мнения среди ученых как о содержании дефиниции «экономическая безопасность хозяйствующего субъекта», так и о его основных функциональных составляющих, также выявлены проблемы в области оценки экономической безопасности предприятия и наличия эффективных методических подходов. Основой эффективного функционирования и развития предприятия на рынке выступает экономическая безопасность. Эффективное предприятие – это хозяйствующий субъект, который отстаивает свои экономические интересы на рынке в рамках действующего законодательства, обеспечивает свою экономическую безопасность в определенное время, в быстроизменяющихся условиях внешней и внутренней среды, способных быстро реагировать на внешние и внутренние угрозы и противостоять им.

Ключевые слова: экономическая безопасность, составные функциональные элементы (компоненты), система экономической безопасности предприятия, внешние и внутренние опасности, угрозы, методический инструментарий и критерии оценки экономической безопасности хозяйствующего субъекта, стратегия защиты, меры по обеспечению экономической безопасности.

Кравченко Е.Ю.

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

Болотова И.С.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, ст. преподаватель кафедры маркетинга и менеджмента

Кулабухов В.Р.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, аспирант

Систематизация форм и инструментов реализации корпоративной социальной ответственности. С. 79-89.

Аннотация. Реализация стратегических целей корпоративной социальной ответственности в настоящее время играет важную роль и предполагает применение различных ее форм и инструментов. В качестве цели нами определено осуществление процесса систематизации форм и инструментов реализации корпоративной социальной ответственности. Научные результаты в ходе работы были получены с помощью следующих методов: анализа и синтеза, индукции и дедукции, графической интерпретации эмпирико-факторологической информации, метода системного анализа, метода сравнения. Содержание статьи раскрыто путем использования совокупности методов: системного анализа, причинно-следственного, экспертного, метода сравнения. В статье рассмотрены и систематизированы формы социальной ответственности, исследованы различные точки зрения на классификацию инструментов корпоративной социальной ответственности. Определен инструментарий корпоративной социальной ответственности в разрезе уровней управления организационными процессами и его взаимодействия с заинтересованными группами. Были систематизированы цель, задачи, уровни, формы, инструменты и результаты корпоративной социальной ответственности. Исследованы инструменты и существующие рейтинги корпоративной социальной ответственности организаций перед обществом по отраслям среди крупнейших корпораций. Выявлена тенденция необходимости владения информацией общества об участии организаций в решении социальных проблем общества.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, инструменты корпоративной социальной ответственности, формы корпоративной социальной ответственности, стейкхолдеры, рейтинг корпоративной социальной ответственности организаций перед обществом.

Экономика труда и трудовые отношения

Клименко О.И.

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

Безуглова Ю.В.

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

Иголкина Т.Н.

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

Рынок труда в тренде цифровой трансформации. С. 90-99.

Аннотация. Ускорение цифровизации экономики, характерное для современного периода, связано как с естественным процессом реализации результатов четвертой промышленной революции, так и с действием обстоятельств непреодолимой силы в виде пандемии коронавируса. Эти ключевые факторы стали катализатором системных

преобразований, затронувших практически все сферы общественной жизни. Безусловное влияние цифровая трансформация оказала на усиление стохастичности и неоднородности отечественной экономики, что в свою очередь имело определенные последствия для функционирования рынка труда. Целью статьи является формирование комплексного представления о тенденциях развития рынка труда в условиях цифровизации экономики и обосновании перспектив его регулирования. Для реализации поставленной цели были использованы общенаучные и специальные методы: структурно-логического анализа; сравнительного анализа; статистического анализа; графический; когнитивного моделирования; эмпирический метод; метод экспертов оценок и пр. Экономическая турбулентность, обусловленная цифровизацией, вызвала ряд системных изменений в традиционном понимании механизма функционирования рынка труда и предопределила необходимость обобщения ключевых последствий этого воздействия. В связи с этим необходимо формирование комплексного понимания происходящих процессов и конкретизация направлений их регулирования. В статье представлено обоснование ключевых последствий цифровой трансформации для рынка труда, проявлением которых стало формирование принципиально новой модели занятости, возникновение ее атипичных форм, сокращение рабочих мест и асимметричность системы образования и потребностей рынка труда. В содержании статьи дана обобщающая характеристика особенностей рынка труда в цифровой экономике и представлены рекомендации в сфере регулирования и стабилизации его функционирования в новых условиях.

Ключевые слова: цифровая экономика, рынок труда, цифровая трансформация.

Ледовская М.Е.

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

Ледовская И.И.

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

Кононенко И.С.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, аспирант

Применение результативных форм карьерного развития в формате стратегического управления персоналом организации. С. 100-119.

Аннотация. В современных условиях сотрудникам компаний нужны новые возможности для профессионального роста, что реализуется через карьерное развитие и реализацию карьерных возможностей. В связи с этим изучение карьерной проблематики составляет важное направление научного поиска в современной теории управления персоналом. В качестве цели исследования нами определено позиционирование многогранности и результативных форм процесса карьерного развития как важной составляющей менеджмента персонала. Подходы к проблеме карьерного развития раскрыты путем использования совокупности методов: диалектического, причинно-следственного, экспериментного, метода наблюдения и т.д. Обращено внимание на основные карьерные тренды современного этапа развития. В статье подчеркивается широта диапазона понятия «карьера» и многоуровневый контекст в исследованиях. Показано содержательное наполнение карьерного развития, система которого должна быть

отлаженной и прозрачной. Описываются сущность и особенности построения и управления карьерой в современных реалиях. Акцентируется внимание на наиболее востребованные технологии управления карьерой, в числе которых карьерное консультирование, выступающее в качестве одного из наиболее результативных способов разрешения возникающих проблем в условиях динамической трансформации внешней среды. Обосновывается идея о том, что посредством карьерного консультирования возможно решение вопроса удержания и вовлеченности персонала в условиях неопределенности. И в данном контексте карьерное консультирование выступает частью программы well-being. Данное направление дополняется актуальностью взаимосвязи карьеры и благополучия, реализуемого в проактивном подходе к карьерному благополучию. Авторами детально проработана и представлена технология карьерного консультирования в организации. Проработан функционально-содержательный аспект карьерного консультанта. Продемонстрировано фрагментарное структурное построение карьерного развития с использованием технологии карьерного коучинга. Выстроен процесс формирования карьерных треков. В работе продемонстрирована масштабность карьерного менеджмента посредством системы взаимодействия основных функциональных групп в формате стратегического управления персоналом. Показано структурное построение системы управления карьерным процессом в организационном пространстве хозяйствующего субъекта.

Ключевые слова: карьера, карьерное развитие, карьерная мобильность, карьерный опыт, карьерный рост, карьерное консультирование, карьерный коучинг, цифровизация управления карьерой, карьерное благополучие.

Маркетинг, коммерция и логистика

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

Теванян Г.А.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, аспирант

Направления маркетингового продвижения организаций сферы услуг в сети Интернет. С. 120-134.

Аннотация. Целью исследования является обоснование основных направлений совершенствования маркетингового продвижения организаций сферы услуг в сети Интернет. Сфера услуг играет важную роль в национальной и региональной экономике. Для ее развития необходимо использование маркетингового инструментария, в частности, инструментов интернет-маркетинга. В сфере услуг особая роль отводится розничной торговле, которая обеспечивает связь между потребителями и производителями и развитие производственной сферы, удовлетворяет потребности населения. В основу исследования в

теоретическом и методологическом аспектах положены труды ученых в области маркетинговой деятельности организаций сферы услуг, использования инструментов интернет-продвижения деятельности. 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 проведен краткий анализ состояния розничной торговли в Российской Федерации, выявлены ее основные особенности и тенденции, обоснована целесообразность применения отдельных инструментов интернет-продвижения организаций сферы услуг и показаны направления их использования. В числе основных направлений маркетингового продвижения организаций сферы услуг в сети Интернет выделены разработка продукции, обеспечение информационного сопровождения – создания сайта и посадочной страницы; выбор основных инструментов интернет-продвижения; использование инструментов маркетинговой аналитики.

Ключевые слова: инструменты интернет-продвижения, организаций сферы услуг, розничная торговля, инструменты маркетинговой аналитики, сайт.

Роздольская И.В.

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

Яковлева Л.Р.

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

Волобуев А.А.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, аспирант

Стратегические детерминанты клиентоцентрического маркетинга на основе принципов поведенческой экономики и практики исследования клиентского опыта. С. 135-150.

Аннотация. Технологический прогресс, доступ к инновационным технологиям и сервисам, а также меняющиеся условия жизни оказали заметное влияние на происходящие изменения в привычках и ожиданиях клиентов. На современном этапе клиенты ожидают не только простоту и удобство взаимодействия, но и проявления эмпатии и человекаориентированного подхода во всех точках как онлайн-контакта, так и онлайн-контакта. Отмеченные аспекты отражаются в подходах клиентоцентрического маркетинга. В качестве цели исследования нами определено выявление перспективных направлений развития клиентоцентрического маркетинга на основе принципов поведенческой экономики и практики исследования клиентского опыта. Подходы к проблеме развития клиентоцентрического маркетинга раскрыты путем использования совокупности научных и специальных методов. В качестве базовых методов применялись методы сравнения, детализации, аналогии, метод экспертных оценок, обобщения, группировок и т.д. Обращено внимание на изучение клиентского (пользовательского) опыта с выделением ключевых принципов CX-design и элементов, составляющих качественный CX-дизайн. Отмечено, что компаниям необходимо постоянно модернизировать свою CX-стратегию. В статье подчеркивается важность карты пути клиента как одного из способов нахождения новых

гипотез по увеличению количества заявок и продаж. В качестве основы клиентского опыта отражен опыт взаимодействия. Описываются характеристики ориентации на потребителя, в числе которых: клиентоориентированность и клиентоцентричность. Акцентируется внимание на поведенческий маркетинг, в основе которого лежит клиентоориентированная идеология, определяющая поведение персонала и организации в целом. Обосновывается управление организацией с позиции клиентоцентричного маркетинга. Авторами проработано и представлено поведение потребителей в цифровом обществе, учитывать которое необходимо при разработке маркетинговой стратегии. Подчеркнута целесообразность использования для построения длительных отношений с клиентом и выявления их потребностей, привычек и привязанностей Customer Data Platform –инструмента, используемого для сбора информации о клиентах.

Ключевые слова: клиентский опыт, опыт взаимодействия, поведенческий подход, поведенческая экономика, взаимодействия с клиентом, маркетинговая стратегия, клиентоориентированность, клиентоцентричность, клиентоориентированная культура, экосистемный клиентоориентированный подход, CX-стратегия, UX-стратегия.

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

Финтисова А.В.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, ст. лаборант кафедры гостинично-туристического сервиса, коммерции и рекламы

Исследование российского рекламного рынка как информационной составляющей инфраструктуры развития бизнеса. С. 151-159.

Аннотация. Рекламный бизнес в России в настоящее время ощущает последствия кризиса, вызванного сначала пандемией, а затем углубившегося под влиянием геополитических факторов. Уход крупных иностранных клиентов и блокировка социальных сетей вынуждают рекламные агентства искать новые площадки и перестраивать стратегии. С целью исследования сформировавшихся новых тенденций на российском рекламном рынке авторами статьи рассмотрены объемы рекламы в средствах ее распространения (в том числе по региональному сегменту), а также по типам контента, оценены расходы на рекламу крупных российских рекламодателей, исследованы предложения и ключевые направления деятельности крупных производителей российского рекламного продукта. В ходе исследования использовались общенаучные и экономико-статистические методы обработки данных, в числе которых группировка, сравнение, индексный метод, системный подход и компаративный анализ, применение которых позволило определить особенности российского рекламного рынка как информационной составляющей инфраструктуры развития бизнеса. Авторами статьи доказано, что для повышения эффективности бизнеса необходимо сотрудничать с рекламными компаниями, предлагающими клиентам не только комплексное решение проблем продвижения (разработку рекламных стратегий бизнеса, создание оптимизированных веб-сайтов, управление

репутацией бренда, создание мобильных приложений и т.п.), но и использующими статистические исследования, аналитику и современные автоматизированные сервисы.

Ключевые слова: рекламный рынок, бизнес, интернет-реклама, наружная реклама, телевизионная реклама, печатная реклама, радиореклама.

Кооперация и предпринимательство

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

Проектное управление в потребительской кооперации: промысловая деятельность и заготовки. С. 160-172.

Аннотация. Цель статьи – показать необходимость и возможность проектного управления для российской потребительской кооперации. Дано понятие проекта и проектного управления, обозначены наиболее актуальные проекты с учетом двойственной природы кооперации: проекты кооператива как юридического лица и как ассоциации пайщиков. Показана рациональная последовательность разработки отраслевых проектов и их реализации с учетом финансовых, материальных, трудовых затрат кооператива на проектирование. Охарактеризованы наиболее актуальные и экономически значимые проекты в торговле (оптовой и розничной) и в заготовках. Рекомендовано создание новой кооперативной отрасли «Промысловая деятельность и заготовки». Цель исследования – обобщить особенности потребительской кооперации и ее возможности в использовании проектного управления. Методологией исследования проблемы выступает двойственная природа потребительской кооперации, согласно которой возможности использования проектного управления в системе рассматриваются для ее двух составляющих: коммерческой организации, осуществляющей предпринимательскую деятельность, и некоммерческой организации – ассоциации пайщиков, имеющей целью удовлетворение материальных и иных потребностей своих членов. Это создает преимущество кооперативной модели хозяйствования, поскольку вовлекаются в экономические отношения пайщики-неработники в качестве инвесторов, кредиторов, продавцов и покупателей, а также некооперированное население – в промыслово-заготовительную деятельность. Это вызывает потребность не только в экономических, но и в социальных проектах. Теория и практика потребительской кооперации игнорируют промысловую деятельность. Она не представлена в перечне кооперативных отраслей, в экономической литературе, учебниках, учебных пособиях, монографиях, в статистике, научных статьях и обозрениях последних лет.

Ключевые слова: потребительская кооперация, проект, проектное управление, особенности кооперативных проектов, промысловая деятельность, заготовки.

Соловьева В.Н.

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

Продвижение кооперативной идентичности. С. 173-184.

Аннотация. В статье рассматриваются отличительные черты кооперативов – части более широкого мира социально-экономических организаций, подверженного изменяющимся обстоятельствам и требующего постоянного переосмыслиения и уточнения кооперативной идентичности. Актуальность темы исследования заключается в изучении направлений дальнейшего продвижения кооперативной идентичности как конкурентного преимущества организаций в расширении возможностей участников и сотрудничества с другими субъектами хозяйственной деятельности. Цель работы – определение тождественности кооперативных организаций принципам и ценностям Международного кооперативного альянса (МКА) в условиях устойчивого развития. В процессе исследования автором использовались методы сбора информации, предусматривающие обработку, обобщение и интерпретацию полученных данных, аналитический, графический и табличный методы. В статье рассмотрены элементы кооперативной идентичности, основные направления ее изучения и аспекты укрепления, определенные 33-м Всемирным кооперативным конгрессом МКА. Особое внимание уделено роли кооперативных ценностей в идентификации кооперативов. Рассмотрена усиливающаяся потребность углубления кооперативной идентичности на основе ценностей, принципов и достижений кооперативных организаций. На основании проведенного исследования сделаны выводы о необходимости укрепления кооперативной идентичности на мировом и национальном уровнях, подчеркивается актуальность данной проблемы для России.

Ключевые слова: кооператив, кооперативная идентичность, кооперативные принципы и ценности.