

**Алябьева М.В.**

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

**Самойлов И.Н.**

Белгородский университет кооперации, экономики и права, аспирант

**Политика импортозамещения в Российской Федерации в условиях санкционного давления. С. 9-19.**

**Аннотация.** Статья посвящена политике импортозамещения в Российской Федерации в сложившихся условиях санкционного давления. Импортозамещение активно реализуется в сельском хозяйстве, строительной отрасли, машиностроении, IT-отрасли, промышленности, фармацевтике и других отраслях. Успешные достижения наблюдаются в агропромышленном комплексе. В статье рассмотрен генезис теории импортозамещения, дана авторская формулировка термина «импортозамещение», определены базисные основы реализации политики импортозамещения в Российской Федерации. Авторами также определены критические сектора экономики Российской Федерации, в которых в первую очередь необходимо обеспечить независимость от импортных составляющих. В статье исследована товарная структура импорта Российской Федерации и выделены основные группы импортируемых товаров на российский рынок. Также обозначены основные приоритетные направления импортозамещения в Российской Федерации по видам экономической деятельности и определены задачи политики импортозамещения. Цель исследования заключается в изучении проводимой государством политики импортозамещения в условиях санкционного давления. Методы исследования: обобщение, индукция, дедукция, синтез, анализ, научное измерение и другие. Результаты исследования: расширение теоретических основ развития политики импортозамещения, а также определение особенностей и темпов ее развития в Российской Федерации. Сделан вывод, что политика импортозамещения является важнейшим инструментом обеспечения национальной безопасности Российской Федерации.

**Ключевые слова:** политика импортозамещения, конкурентоспособность, рынок, санкционное давление, санкции, импорт, государство, протекционизм.

**Харитонов Д.В.**

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

**Моделирование сбалансированного развития инновационного научно-производственного предприятия. С. 20-30.**

**Аннотация.** Для научно-производственных предприятий, как и для других субъектов хозяйственной деятельности, наращивание потенциала, его использование для достижения целей видится возможным на основе внедрения инноваций с целью обеспечить сбалансированное развитие. Цель статьи заключается в балансировке управляемых переменных развития инновационного научно-производственного предприятия и построении прогностической модели высокотехнологичной и наукоемкой продукции в величине добавленной стоимости. Гипотеза исследования заключается в структурировании управляемых факторов инновационного развития научно-производственного предприятия, что позволит повысить уровень добавленной стоимости создаваемой наукоемкой продукции. Под сбалансированным развитием инновационного научно-производственного предприятия предложено понимать достижение устойчивых трендов результатов его деятельности по различным показателям, которые определяются в стратегии развития посредством равноправного использования интеллектуальных, производственных,

человеческих ресурсов, способствующих приросту добавленной стоимости и инновационной продукции за счет активизации потенциала высокотехнологичных и наукоемких производств. В статье представлен компонентный анализ управляемых переменных в модели сбалансированного развития инновационного научно-производственного предприятия, дано распределение управляемых переменных в управляемые факторы в модели сбалансированного развития инновационного научно-производственного предприятия. Построен прогноз доли высокотехнологичной и наукоемкой продукции в величине добавленной стоимости и объема создаваемой добавленной стоимости за счет высокотехнологичных и наукоемких производств. Сделан вывод, что тренды сбалансированного развития инновационного научно-производственного предприятия можно оценивать на основе баланса целей, показателей и ресурсного наполнения интеллектуализации, материальной обеспеченности, инноваций и инвестиций. Полученные результаты исследования могут быть использованы при внедрении и совершенствовании концепций развития наукоемкой промышленности, а также отдельных научно-производственных предприятий.

**Ключевые слова:** научно-производственное предприятие, инновации, сбалансированное развитие, высокотехнологичное производство, наукоемкое производство, моделирование развития, добавленная стоимость.

**Нюренбергер Л.Б.**

Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ», д-р экон. наук, профессор, заведующий кафедрой бизнеса в сфере услуг

**Петренко Н.Е.**

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

**Маневич Я.В.**

Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ», аспирант

**Особенности реализации технологий и инструментов цифровых коммуникаций в современной сфере услуг туризма и гостеприимства С. 31-38.**

Публикация подготовлена в рамках гранта на реализацию МГИМО МИД России программы стратегического академического лидерства «Приоритет-2030»

**Аннотация.** Сфера услуг туризма и гостеприимства переживает серьезные трансформационные воздействия, связанные с активным внедрением цифровых подходов в организацию туристского бизнеса, необходимость изучения которых определила постановку цели исследования. Методы исследования основаны на современных концепциях и научных материалах, раскрывающих особенности реализации цифровых инструментов в отраслевой коммуникации в процессе разработки и реализации туристских услуг. В статье обоснована объективная необходимость реализации цифровых подходов, отвечающих современным требованиям, при формировании, продвижении и реализации туристских продуктов; исходя из востребованности и популярности отдельных платформ, в частности, VK, WhatsApp, Telegram, TikTok, Viber и др., определены наиболее перспективные из них, с точки зрения общения с потребителями туристских услуг; так как при переходе в социальные сети и мессенджеры видоизменяется процесс двустороннего общения, диалог приобретает иной характер в отличие от офлайн-общения с собеседником. Авторами выделены и аргументированы те профессиональные навыки и компетенции, которыми должен обладать квалифицированный менеджер туристского предприятия для эффективного общения с онлайн-потребителями для успешной продажи турпакета. В основе цифровых продаж должно лежать понимание психологии туриста и поведенческих особенностей на каждом из этапов принятия решения о покупке тура, основные из которых:

встреча и установление контакта, выявление потребностей, подбор альтернатив и презентация предложений, продажа и постпродажное сопровождение туриста.

**Ключевые слова:** туризм, потребитель, цифровые технологии, социальные сети, профессиональные коммуникации, коммуникационные инструменты.

**Шнорр Ж.П.**

Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ», д-р экон. наук, доцент, профессор кафедры бизнеса в сфере услуг

**Буднова М.В.**

Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ», преподаватель кафедры бизнеса в сфере услуг

**Медицинский туризм: ключевые направления и региональная практика развития. С. 39-54.**

**Аннотация.** Цель статьи – исследовать ключевые направления и региональную практику развития медицинского туризма в условиях новых вызовов и внешних ограничений. В статье рассматриваются сущность, характеристики, отличительные черты медицинского туризма. Особенностью и новизной исследования являются систематизация походов к определению дефиниции «медицинский туризм», акцент на организации медицинского путешествия вне пределов постоянного проживания не только страны, но и региона. Обосновано, что медицинский туризм включает сегменты въездного и внутреннего туризма. Авторы особое внимание уделили рассмотрению и систематизации ключевых направлений развития рынка услуг медицинского туризма в современных условиях, включая географические и целевые сегменты, международную сертификацию, вовлечение субъектов частного здравоохранения, включение туроператоров в процесс разработки турпродуктов медицинской направленности, популярность внутрирегиональных медицинских путешествий, формирование региональных моделей медицинского туризма. Региональная практика развития медицинского туризма рассмотрена на примере Новосибирской области – одного из регионов-лидеров исследуемой сферы услуг. Обозначены особенности и сформулированы основные проблемы развития рынка медицинских услуг в Новосибирской области с позиций его межотраслевого, междисциплинарного и комплексного характера. Перспективы развития медицинского туризма рассматриваются в контексте совершенствования организационно-экономического механизма взаимодействия всех субъектов организации медицинского туризма на основе государственно-частного партнерства, кластеризации, достижений и возможностей цифровизации.

**Ключевые слова:** медицинский туризм, организация, экспорт медицинских услуг, Новосибирская область.

**Владыка М.В.**

Белгородский государственный национальный исследовательский университет, д-р экон. наук, доцент, профессор кафедры прикладной экономики и экономической безопасности

**Рудычев А.А.**

Белгородский государственный технологический университет имени В.Г. Шухова, д-р экон. наук, профессор, профессор кафедры экономики и организации производства

**Старикова М.С.**

Белгородский государственный технологический университет имени В.Г. Шухова, д-р экон. наук, доцент, профессор кафедры маркетинга

**Сценарные карты развития промышленных предприятий. С. 55-64.**

**Аннотация.** Целью работы явилась разработка теоретико-методической платформы определения перспектив и решений для развития промышленных предприятий на основе формирования сценарных карт. Исследование проведено на основе системно-логического анализа функционирования и развития промышленных предприятий, коалиционного

анализа взаимозависимости результатов развития предприятия от проводимой технико-технологической, инвестиционной, экономической и инновационной политики. Методом формализации визуализированы трендовые модели функционирования и развития предприятий обрабатывающей промышленности. Эвристический метод позволил выявить параметры сценариев будущих состояний в условиях неполноты исходной информации и отсутствия четкой программы управления процессом решения задачи. Сценарный метод послужил основой для описания перспектив будущих состояний и событий производственных систем в условиях динамичной среды при отсутствии полной и точной информации о тенденциях изменения внешних факторов. С помощью гипотетического подхода сформированы альтернативы для построения сценариев развития промышленных предприятий. Методом сценарных карт обобщены и систематизированы варианты политики развития в зависимости от характера динамики управляющего параметра. Технология сценарных карт позволила с помощью трендовых моделей выявить тенденции развития и сформировать разные варианты решений в будущем, а затем сравнивать их последствия.

**Ключевые слова:** сценарные карты, сценарий развития, промышленные предприятия, трендовая модель.

**Иовлева О.В.**

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

**Токарь Е.В.**

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

**Стратегическое планирование как основа принятия управленческих решений. С. 65-72.**

**Аннотация.** Целью исследования является разработка модели стратегического планирования предприятия. В современных экономических условиях одним из факторов обеспечения эффективности деятельности предприятия является стратегическое планирование на предприятии. Важность плановой деятельности связана прежде всего с тем, что она позволит обеспечить эффективность использования ресурсов и повысить результативность деятельности предприятия. Плановая деятельность на предприятии обеспечивает реализацию принципиально новой технологии принятия решений анализа, оптимизации, нормирования и обеспечения эффективности деятельности предприятия. Осуществление процесса стратегического планирования должно происходить с соблюдением ряда обязательных условий для того, чтобы процесс планирования стал эффективным. В процессе планирования осуществляется разработка различных вариантов стратегий развития предприятия в зависимости от задаваемых условий и желаемого результата. Разработка возможных вариантов стратегий деятельности предприятия должна быть ориентирована на определенный критерий; тот, соответствие которому для экономического субъекта будет являться оптимальным. В статье приводится процесс стратегического планирования на основе стратегического анализа внешней и внутренней среды предприятия, формулирования стратегий, с целью повышения эффективности деятельности предприятия. В современной экономике стратегическое планирование определяет не только основной предмет деятельности, но и объект этого планирования. При составлении планов важно учесть реализацию одного из принципов планирования – принцип альтернативности. Для этого составляемые планы должны носить многовариантный характер. Совершенствование стратегического планирования с учетом его качества ведет к эффективной деятельности предприятия.

**Ключевые слова:** стратегическое планирование, стратегия, наилучшее экономическое решение, качественное планирование, управленческое решение, стратегический план предприятия.

**Иголкина Т.Н.**

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

**Семененко К.С.**

Белгородский университет кооперации, экономики и права, аспирант

**Теоретико-методические основы учета рисков факторов при оценке возможности реализации инвестиционных проектов предприятий. С. 73-83.**

**Аннотация.** Целью исследования является развитие и совершенствование методических подходов и инструментов к учету и оценке внешних и внутренних рисков факторов, которые следует учитывать при реализации инвестиционных проектов на предприятии, определение характерных черт рисков факторов и вероятности их наступления при реализации инвестиционного проекта на примере предприятия легкой промышленности. Методы исследования: анализ, аналогия, обобщение, метод индукции, метод дедукции, метод наблюдения, иные методы познания. Для решения проблемы оценки внешних и внутренних рисков факторов при осуществлении подготовки и реализации инвестиционных проектов на предприятиях легкой промышленности руководству компании предлагается использовать карту рисков, тщательно их исследовать, давать характеристику и оценку возможного наступления, также при разработке и реализации инвестиционных проектов на предприятиях легкой промышленности необходимо искать более эффективные методики оценки риск-факторов. При оценке возможности реализации инвестиционного проекта на предприятиях легкой промышленности необходимо производить исследование основных внешних и внутренних рисков факторов, составлять карту оценки рисков факторов, что будет способствовать получению объективных результатов оценки и принятию своевременных мер по минимизации рисков.

**Ключевые слова:** инвестиционный проект, инвестор, фазы инвестиционного проекта, рисков факторы, предприятия легкой промышленности, методика исследования и оценки внешних и внутренних рисков факторов, учет рисков, карта рисков.

**Салько М.Г.**

Тюменский индустриальный университет, канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры менеджмента в отраслях ТЭК

**Якунина О.Г.**

Тюменский индустриальный университет, канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры менеджмента в отраслях ТЭК

**Скворцова Н.К.**

Тюменский индустриальный университет, д-р экон. наук, профессор, профессор кафедры управления строительством и жилищно-коммунальным хозяйством

**Экономическая оценка проекта повышения энергоэффективности производственного процесса нефтедобывающего предприятия. С. 84-95.**

**Аннотация.** Масштабная реализация проектов по повышению энергоэффективности отраслевых предприятий требует достоверного технико-экономического обоснования и использования надежных методических подходов к их оценке. Цель исследования – проведение экономической оценки проекта внедрения автоматизированной системы учета удельного расхода электроэнергии нефтедобывающего предприятия, включая функциональное распределение по сервисному обслуживанию данной системы. В статье охарактеризованы основные тенденции снижения энергоемкости ВВП России, определены значимость и траектории развития. Обоснована роль топливно-энергетического комплекса и, в частности, нефтяной промышленности в программах повышения энергоэффективности производства промышленной продукции в РФ. Выделены особенности реализации проектов по снижению энергопотребления производственных процессов нефтедобывающих предприятий и критерии их оценки. Представлена характеристика методических инструментов для оценки проектов

повышения энергоэффективности нефтедобывающего предприятия. Выделены факторы, влияющие на энергоемкость процессов по механизированной добыче нефти с учетом газового конденсата, по поддержанию пластового давления и пункта приема нефти. Представлен фрагмент модели автоматизированного учета, анализа и прогноза удельного потребления электроэнергии в нефтедобывающем производстве. В качестве результатов исследования представлена специфика оцениваемого проекта по внедрению автоматизированной системы учета, анализа и прогнозирования удельного расхода электроэнергии (УРЭ) по основным производственным процессам нефтедобывающего предприятия. Авторами определены и систематизированы функции по реализации проекта с учетом привлечения подрядной организации. Разработанная организационно-управленческая модель реализации проекта позволила авторам обосновать затраты по внедрению и эксплуатации автоматизированной системы управления УРЭ. Прогноз снижения энергопотребления за счет реализации проекта определен как неиспользуемый резерв снижения потребления электроэнергии за счет мероприятий, включенных в программу энергосбережения нефтедобывающего предприятия. Приведены примеры проектных решений по повышению энергоэффективности производства, определяющих резерв снижения энергоемкости без привлечения дополнительных инвестиционных затрат. Определены дальнейшие ориентиры научного исследования и сформулированы выводы.

**Ключевые слова:** энергоэффективность, удельный расход электроэнергии, нефтедобывающее предприятие, автоматизированная система управления, экономическая оценка проекта.

*Лохонова Г.М.*

Чебоксарский институт (филиал) АНО ВО «Московский гуманитарно-экономический университет», канд. пед. наук, доцент кафедры экономики и менеджмента

**Управленческие аспекты межорганизационных взаимодействий. С. 96-105.**

**Аннотация.** Актуальность научного исследования определяется тем, что в современных условиях усложнения социально-экономических отношений и ужесточения конкуренции одним из инструментов обеспечения устойчивых конкурентных преимуществ организаций становится их взаимодействие и сотрудничество. Целью данного научного исследования является выявление управленческих аспектов межорганизационного взаимодействия как основы их совершенствования и повышения эффективности стратегической управленческой деятельности. При проведении научного исследования определить их роль и содержательное наполнение позволили общенаучные и специальные методы, а также методы системного, диалектического и диалогического подходов. Поскольку межорганизационные взаимодействия являются не только взаимовыгодным стратегическим союзом, но и динамически меняющейся системой деловых отношений, то, во-первых, они должны обязательно иметь договорной характер, во-вторых, их потенциальные и реальные участники должны быть нацелены на наращивание своего потенциала (в том числе стратегического управленческого) с позиции согласованности и взаимной выгоды, эффективности и легитимности. Для их обеспечения в статье раскрыто место управленческих аспектов в структурно-логической схеме формирования и функционирования межорганизационного взаимодействия, обоснована необходимость учета их управленческих аспектов и грамотной согласованной реализации их управленческих функций.

**Ключевые слова:** организация, партнерство, совместная деятельность, межорганизационное взаимодействие, сотрудничество, отношения, системность, управление, управленческие аспекты.

*Баршевцев С.А.*

АО «ОНПП «Технология» им. А.Г. Ромашина» (г. Обнинск), начальник отдела автоматизации систем управления

**Петров В.Б.**

АО «ОНПП «Технология» им. А.Г. Ромашина» (г. Обнинск), заместитель начальника отдела – начальник сектора проектирования информационных систем

**Переход на процессный подход при производстве цифрового продукта на предприятиях ОПК. С. 106-116.**

**Аннотация.** Низкие темпы производства цифрового продукта на предприятиях оборонно-промышленного комплекса, обусловленные недостаточным развитием индустрии программного обеспечения, требуют поиска новых принципов и методов организации работ подразделения в области информационных технологий. Анализ современных мировых методик в предметной области позволил выдвинуть предположение о перспективах осуществления реструктуризации подразделения в области информационных технологий с использованием процессных подходов в управлении для повышения эффективности решения задач по разработке цифрового продукта. Опыт применения перспективных методик подтвердил это предположение. Приведен перечень актуальных проблем подразделений в области информационных технологий предприятий оборонно-промышленного комплекса. Приведено описание современных методик, используемых для выработки единых принципов производства цифрового продукта. Рассмотрено объединение методик, обеспечивающее решение актуальных проблем подразделений в области информационных технологий и повышение эффективности выполнения работ при производстве цифрового продукта на предприятиях оборонно-промышленного комплекса. Описаны результаты прироста темпов производства цифровых продуктов, полученные при проведении эксперимента по внедрению объединенной методологии в подразделении в области информационных технологий (ИТ-подразделение) предприятия оборонно-промышленного комплекса (ОПК) в период с 2018 по 2019 год.

**Ключевые слова:** цифровой продукт, информационные системы, процессный подход, оборонно-промышленный комплекс, SDLC, PMLC.

**Антонова О.В.**

Курский институт кооперации (филиал) АНО ВО «Белгородский университет кооперации, экономики и права», ст. преподаватель кафедры экономики и менеджмента

**Каменева А.Ю.**

Курский институт кооперации (филиал) АНО ВО «Белгородский университет кооперации, экономики и права», ст. преподаватель кафедры экономики и менеджмента

**Печерская Т.В.**

Курский институт кооперации (филиал) АНО ВО «Белгородский университет кооперации, экономики и права», ст. преподаватель кафедры гуманитарных, естественнонаучных и юридических дисциплин

**Особая экономическая зона «Третий полюс» в Курской области: прогнозы и перспективы. С. 117-126.**

**Аннотация.** В статье рассматривается понятие «особая экономическая зона», показаны ключевые цели создания особых экономических зон для государства. В рамках обозначенного исследования проведен анализ различных моделей особых экономических зон и оценка их эффективности. Проанализировано влияние ОЭЗ на экономический рост, привлечение иностранных инвестиций, создание новых рабочих мест и увеличение экспорта продукции. Для достижения обозначенной цели были применены специальные и общенаучные методы исследования: анализ и обобщение статистической информации Министерства экономического развития Российской Федерации, а также Инвестиционного портала Курской области. В данной статье проанализированы преимущества особых экономических зон (ОЭЗ) для потенциальных и реальных инвесторов, а также для самого конкретного региона, в котором находится ОЭЗ. Дана классификация видов особых зон экономического развития, которые по действующему правовому законодательству, относятся к категории особых экономических зон. Представлен материал по

территориальному расположению особых экономических зон всех типов. На территории России могут создаваться особые экономические зоны четырех типов: промышленно-производственные (промышленность), технико-внедренческие (технологии), туристско-рекреационные (туризм) и портовые (логистика). В качестве детального изучения и анализа взята особая экономическая зона промышленно-производственного типа «Третий полюс» Курской области. Раскрыты нормативные акты, регламентирующие деятельность ОЭЗ ППТ «Третий полюс». На основании проведенного исследования в заключении были подведены итоги и показаны прогнозы и перспективы деятельности особой экономической зоны ППТ «Третий Полюс» Курской области, дана оценка результатов для реализации инвестиционных проектов.

**Ключевые слова:** «Третий полюс», особая экономическая зона, Курская область, инвестиции, дополнительные рабочие места, таможенные льготы, преференции, страховые взносы, инвесторы, экономика страны и региона, экспорт, льготы и привилегии резидентов, внешнеэкономические связи.

**Валиуллин А.Э.**

ФГБОУ ВО «Казанский национальный исследовательский технологический университет», соискатель

**Исследование структуры использования отечественных и импортных сырьевых ресурсов в секторах экономики Российской Федерации. С. 127-136.**

**Аннотация.** В статье рассмотрена актуальная проблема развития сырьевого суверенитета для бесперебойного функционирования отраслей промышленности. Целью статьи является эмпирический анализ импортозависимости российских промышленных предприятий, оценка структуры сырья и материалов с учетом отечественных и импортных ресурсов производства. В качестве основных методов исследования использованы эмпирические методы для изучения возможностей развития сырьевого суверенитета российской экономики. Для определения уровня импортозависимости производственных ресурсов предложен методический подход на основании коэффициента импортозависимости, позволивший классифицировать виды продукции, сырья и услуг по уровню превышения использования в производстве импортных ресурсов над отечественными. Исследована структура потребления отечественных и импортных ресурсов в секторах экономики Российской Федерации, где определена доля импортных ресурсов в 13,36% и доля отечественных ресурсов 86,84% в 2020 году по валовому промышленному выпуску, т.е. объему основных производственных, обеспечивающих и вспомогательных процессов, включая строительство зданий и сооружений, объектов культуры и социальной сферы. Выявлены тенденции потребления ресурсов в производстве химических продуктов и химических веществ, определяющие высокий риск импортозависимости данной отрасли по позициям «машины и оборудование», «средства автотранспортные, прицепы и полуприцепы», «электрическое оборудование», «вещества химические и продукты химические», «услуги транспорта». Определено, что по официальной статистике уровень импортозависимости в российской промышленности не выше европейского. Обосновано, что в развитой рыночной экономике при благоприятных внешних условиях и отсутствии ограничений использование импортных ресурсов в промышленности является закономерным явлением и естественным процессом. Материалы статьи могут быть использованы при разработке стратегий развития ресурсной базы в условиях становления технологического и сырьевого суверенитета.

**Ключевые слова:** сырьевые ресурсы, ресурсная база промышленности, импортозависимость, технологический суверенитет, структура ресурсов, изменение запасов, валовое накопление.



**Идрисов А.Э.**

ФГБОУ ВО «Казанский национальный исследовательский технологический университет»,  
соискатель

**Кластеризация секторов экономики по уровню технологического развития. С. 137-148**

**Аннотация.** В настоящее время при действии политических, социально-экономических, финансовых и технологических ограничений для российской экономики вопрос достижения технологического суверенитета поставлен на повестку дня в число ключевых задач, способных обеспечить национальную безопасность Российской Федерации. Цель статьи состоит в проведении кластеризации секторов экономики по уровню технологического развития и разработке направлений стратегических инициатив для достижения технологического суверенитета. В качестве методов исследования использовались общенаучные теоретические методы познания, в частности, описание, обобщение понятий и категорий, аналогия. Среди специальных методов познания применялись методы экономико-математического и статистического моделирования данных – анализ динамических рядов, описательная статистика, методы глубинного разведывания данных – Data mining, в частности, кластерный анализ на основе EM-алгоритма. Результаты исследования: представлены тренды по разработке и использованию передовых производственных технологий в российской экономике; сформирована база показателей и отраслей экономики для кластеризации по уровню технологического развития; проведен кластерный анализ отраслей экономики по уровню технологического развития и предложены направления по разработке стратегий технологического совершенствования. По результатам проведенного анализа получены следующие выводы. В российской экономике отмечается высокий потенциал разработки и использования передовых производственных технологий, что позволяет говорить о перспективах достижения технологического суверенитета. Прирост принципиально новых созданных передовых производственных технологий опережал прирост внедренных производственных технологий, что позволило сделать вывод о присутствии драйверов научно-технических достижений в области технологического развития российской экономики. Итоги кластеризации могут быть приняты к разработке отраслевых программ и проектов технологического развития.

**Ключевые слова:** технологическое развитие, технологический суверенитет, передовые производственные технологии, стратегия технологического развития, сектора экономики, кластеризация.

**Карнаухов И.О.**

Белгородский университет кооперации, экономики и права, аспирант

**Использование систем мониторинга социальных медиа в интересах формирования положительного имиджа и репутации организации. С. 149-158**

**Аннотация.** Современная бизнес-среда характеризуется сложностью и разнообразием взаимодействий между различными участниками. В контексте цифровой трансформации процесс формирования имиджа организации выходит за рамки управления специалистами по корпоративным коммуникациям и маркетингу. Имидж и репутация организации формируются с участием широкого круга сторон, включая клиентов, сотрудников, конкурентов и общественность. Каждая из этих сторон может выражать свое мнение, которое влияет на имидж в различных формах и на различных платформах. Современная доступность информации и ее быстрая распространяемость приводят к тому, что поддержание и управление имиджем и репутацией организации становятся как пространством возможностей для получения конкурентных преимуществ, так и сложной задачей в случае возникновения инцидентов. В этом контексте мониторинг публичного имиджа организации приобретает первостепенное значение. Цель данного исследования заключается в изучении и обобщении тенденций в области мониторинга социальных медиа

в контексте развития информационных и коммуникационных технологий. Для достижения этой цели были сформулированы основные исследовательские задачи: обобщить и систематизировать ключевые аспекты систем мониторинга социальных медиа, выявить области их применения в маркетинговых коммуникациях. Рабочая гипотеза данного исследования состоит в том, что инструменты мониторинга социальных медиа могут повысить эффективность маркетинговых коммуникаций и внести положительные изменения в процесс формирования положительного имиджа коммерческих организаций. Основываясь на результатах исследования, в статье предложено использовать инструменты мониторинга социальных медиа на каждом из этапов формирования имиджа организации.

**Ключевые слова:** маркетинговые коммуникации, социальные медиа, системы мониторинга, негативная информация, информационные атаки, социальные сети, информационная безопасность.

**Шаехов М.Р.**

ФГБОУ ВО «Казанский национальный исследовательский технологический университет», ассистент кафедры логистики и управления

#### **Инструментальное обеспечение оценки репутации региона. С. 159-165.**

**Аннотация.** Для национальной экономики характерно ассиметричное развитие мезосистем, что обусловлено рядом объективных и субъективных факторов. Нивелировать существующие различия возможно, в частности, посредством привлечения потоков на основе эффективного управления репутационной экономикой региона. Цель исследования – разработка алгоритма и инструментария оценки репутации региона. Методами исследования послужили алгоритмизация, формализация, логико-информационное моделирование, развивающие методологию оценки репутации регионов. В работе обоснована методика (рейтинговый подход) идентификации типа региона в зависимости от уровня репутационной экономики – регионы с низким, средним, умеренно-высоким и высоким уровнем репутационной экономики. Предложенное решение легло в основу алгоритма типологизации регионов России, учитывающего обширный ряд факторов репутации, уровень развития различных подсистем мезосистемы. Кроме того, представлен организационный механизм управления репутационной экономикой региона, учитывающий дифференцированный подход к приоритизации направлений развития репутации мезосистемы. Обоснована необходимость цифровой поддержки мониторинга репутации региона. Систематизирован комплекс решений, потенциально применимых для мониторинга репутации репутационной экономики региона, в частности, различные нотации и методы моделирования процесса организации оценки (IDEF0, DFD, BPMN, сети Петри и др.). В виде диаграммы DFD построена декомпозиция процесса диагностики репутации. Сформулирован вывод о возможности «выравнивания» развития репутационной экономики региона посредством цифровых инструментов, включая Big Data, предложено рассматривать Татарстан в качестве пилотного проекта реализации цифрового мониторинга репутации региона. Результаты проведенного исследования могут быть рассмотрены в качестве основы формирования единой информационной платформы мониторинга развития репутации регионов России.

**Ключевые слова:** репутационная экономика, регионы России, измерение, уровень репутационной экономики региона, алгоритм, инструментальное обеспечение. Экономика труда и трудовые отношения

**Чижова Е.Н.**

Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, д-р экон. наук, профессор, зав. кафедрой теории и методологии науки

**Балабанова Г.Г.**

Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, канд. экон. наук, ст. преподаватель кафедры теории и методологии науки

**Журавлева Л.И.**

Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, канд. экон. наук, доцент кафедры теории и методологии науки

**Выбор направления технологического развития промышленного предприятия на основе сравнительного анализа производительности труда. С. 166-176.**

**Аннотация.** Целью исследования является выявление зависимости уровня производительности труда промышленного предприятия от сложившегося технологического уровня и соответствующей ему стратегии развития. В своем исследовании авторы опирались на эволюционную модель диффузии технологий Полтеровича-Хенкина о наличии в любой экономической системе, независимо от уровня, трех групп разноресурсных технологий, лежащих в основе стратегической технологической реструктуризации. Авторы опирались на исторически выработанные два основных способа повышения производительности труда в зависимости от целевой стратегической установки: нацеленность на инновации либо заимствование технологий с последующей доработкой и ориентацией на собственные технологические разработки и их внедрение. В результате исследования проведен межстрановой сравнительный анализ показателей производительности труда РФ и США, рассчитанных на основе ВВП. Обосновано, что применение методики критической производительности позволяет сравнивать уровни производительности труда в отраслевом разрезе для определения технологической базы и выработки стратегии. В качестве отраслевого объекта взяты предприятия промышленности строительных материалов. Логически выстроена связь между производительностью труда и выбором промышленным предприятием стратегии технологического развития. Обосновано, что для предприятий промышленности строительных материалов РФ в настоящее время целесообразны стратегии заимствования технологий, однако для лидеров возможны и комбинированные стратегии. Инновационная эффективность предприятий-лидеров связана преимущественно с процессными инновациями, снижающими материал- и энергоемкость. Доказано, что многие причины низкого уровня производительности труда в промышленности строительных материалов связаны с проблемами кадровой подготовки, сложившейся в последний период (получение цифровых навыков выше базовых, реальной практической подготовки выпускников вузов и сузов), что требует усиления связи предприятия–вуз и обновления учебных планов под нужды отрасли.

**Ключевые слова:** имитационное и инновационное технологическое развитие, пороговый уровень производительности труда, промышленность строительных материалов.

## **Маркетинг, коммерция и логистика**

**Тарасова Е.Е.**

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

**Глазунова О.А.**

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

**Продуктовый ритейл в России: особенности функционирования и направления развития. С. 177-188.**

**Аннотация.** В настоящее время на потребительский рынок оказывают влияние общемировой экономический кризис, сложная геополитическая обстановка и последствия пандемии. Тем не менее потребительский рынок активно адаптируется к постоянно меняющимся условиям. Результатом такой адаптации стало стремительное развитие продуктивного ритейла, так как продукты питания относятся к товарам первой необходимости. Целью данной статьи является исследование рынка продуктового ритейла, выявление особенностей его функционирования и обоснование направлений его развития. В ходе исследования использовались общенаучные и экономико-статистические методы обработки данных: группировка, сравнение, индексный метод, системный подход и компаративный анализ, применение которых позволило определить особенности российского и зарубежного рынка продуктового ритейла, а также выявить тренды его развития. В статье проанализированы основные показатели функционирования рынка продуктового ритейла, такие как объемы рынка, его структура, оборот розничной торговли, выручка и доля рынка, в т.ч. онлайн-ритейлеров. Авторами статьи выделены особенности функционирования рынка продуктового ритейла, направления его трансформации в настоящее время и обоснованы направления развития по двум основным блокам: для увеличения количества лояльных покупателей и для повышения эффективности функционирования продуктового ритейла в целом. Предложенные направления развития продуктового ритейла позволят повысить его конкурентоспособность в условиях постоянно меняющейся внешней среды.

**Ключевые слова:** рынок, продуктовый ритейл, оборот розничной торговли, выручка, онлайн-ритейлеры, традиционная розничная торговля, современная розничная торговля.

**Балабанова Л.В.**

ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», д-р экон. наук, профессор, профессор кафедры маркетингового менеджмента

**Сардак Е.В.**

ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», д-р экон. наук, профессор кафедры маркетингового менеджмента

**Анциферова Е.А.**

ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», канд. экон. наук, доцент кафедры маркетингового менеджмента

**Систематизация существующих понятий «маркетинговый риск предприятия». С. 189-199.**

**Аннотация.** В условиях новых возможностей и ограничений сложность маркетингового пространства, несовершенство рынка, асимметричная маркетинговая информация или диверсификация заинтересованных сторон актуализируют вопросы управления маркетинговыми рисками. Авторами акцентируется внимание на то, что для торговых предприятий проблема управления маркетинговыми рисками в современных условиях новой экономической реальности стоит особо остро. Маркетинговые риски в торговом предприятии заключаются в вероятности недостижения маркетинговых целей под влиянием внешней среды или внутренних негативных факторов. Цель представленной статьи состоит в систематизации существующих определений понятия «маркетинговый риск предприятия». В статье были использованы методы структурно-логического и семантического анализа, системного анализа и синтеза, табличный, многомерного сравнительного анализа. Авторами рассмотрены различные подходы к определению понятия «маркетинговый риск» и расставлены основные акценты в трактовке сущности этой категории в современном научном поле. Показано место маркетинговых рисков в системе рисков предприятия. Авторами отмечено, что параметры маркетинговых рисков приводят к снижению эффективности маркетинговой деятельности, обуславливают рост

маркетинговых затрат торгового предприятия и, соответственно, вызывают снижение результативности его деятельности в целом. В процессе исследования рассмотрена взаимосвязь категорий «нестабильность маркетинговой среды», «неопределенность маркетинговой среды», «маркетинговые риски», показана причинно-следственная связь неопределенности и маркетинговых целей торгового предприятия.

**Ключевые слова:** маркетинговый риск, система, подход, категория, нестабильность маркетинговой среды, неопределенность маркетинговой среды.

**Германчук А.Н.**

ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», д-р экон. наук, доцент, профессор кафедры маркетингового менеджмента

**Коршунова Е.А.**

ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», ассистент кафедры маркетингового менеджмента

**Доверие как фактор формирования лояльности онлайн-потребителей. С. 200-211.**

**Аннотация.** Целью работы является разработка теоретико-методических основ формирования доверия онлайн-потребителей в интернет-среде. Методология исследования базируется на принципе причинно-следственной связи, реализация которого позволила выявить сущностную взаимосвязь факторов, определяющих уровень доверия потребителей к онлайн-покупкам. В работе использованы методы информационного поиска, обзора литературных источников, теоретического обобщения и систематизации, абстракции. В статье дано определение понятия «онлайн-доверие» и доказано его влияние на обеспечение лояльности потребителей. Представлена упрощенная цепочка точек контакта, наглядно демонстрирующая процесс формирования доверия и антидоверия. Рассмотрен процесс принятия решения о покупке товара в интернет-магазине в разрезе трех стадий (до покупки, во время покупки, после покупки товара) с указанием точек контакта и факторов доверия на каждой из них. Систематизированы основные переменные, характеризующие уровень онлайн-доверия к интернет-магазинам: качество веб-сайта интернет-магазина, воспринимаемая репутация и воспринимаемые риски с указанием конкретных индикаторов их оценки. Определены внешние факторы доверия, не поддающиеся контролю со стороны предприятий (прошлый опыт взаимодействия с брендом и «сарафанное радио»). Полученные результаты позволяют определить перспективные направления формирования онлайн-доверия потребителя для стимулирования повторных покупок в интернет-магазинах и обеспечение перехода от потенциального к постоянному клиенту, что будет способствовать усилению конкурентных позиций интернет-предприятий на рынке.

**Ключевые слова:** лояльность потребителей, онлайн-доверие потребителей, факторы онлайн-доверия, интернет-магазин.

**Глотов Д.С.**

ФГБОУ ВО «Липецкий государственный технический университет», ст. преподаватель кафедры менеджмента

**Анализ функций бренда территорий. С. 212-219.**

**Аннотация.** Статья рассматривает вопросы функционального назначения бренда территорий, его особенности и способы применения в условиях региональной экономики. В рамках статьи проводится сравнение функций товарного бренда, их назначение и возможность отражения этой теории на теорию построения регионального бренда в современных условиях. Приведены анализ целевых аудиторий, стейкхолдеров, каналов коммуникаций, их роль и взаимодействие в рамках брендинга территорий. Результатами исследования является создание функционального подхода бренда территорий, который позволяет в большой степени понять взаимосвязь процессов, происходящих в региональной

экономике. Исследование функции бренда территорий позволяет регионам создать благоприятный имидж не только для местного сообщества, но и для взаимодействия с различными внешними факторами. Дальнейшее исследование функций бренда территорий дает возможность заинтересованным сторонам выявить преимущества, которые стейкхолдеры территории могут приобрести от использования данного инструмента. Применение функционального подхода должно стать перспективным направлением в развитии научной мысли при исследовании бренда и брендинга территориальных образований. Анализ работ отечественных и зарубежных авторов поможет всецело выявить механизмы применения бренда территорий, его анализа, системности и, как следствие, управляемости как процесса в постоянно меняющейся среде существования.

**Ключевые слова:** бренд, бренд территорий, брендинг территорий, айдентика, функции бренда, маркетинг территорий, региональная экономика.

## **Кооперация и предпринимательство**

**Салий В.В.**

Сибирский университет потребительской кооперации (г. Новосибирск), д-р экон. наук, профессор, профессор кафедры торгового дела и рекламы

**Плотникова Т.В.**

Сибирский университет потребительской кооперации (г. Новосибирск), канд. техн. наук, профессор, заведующий кафедрой торгового дела и рекламы

**Глебова Д.В.**

Новосибирский государственный педагогический университет (г. Новосибирск), канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры экономики и менеджмента

**Интеграция – ключевой фактор развития потребительской кооперации. С. 220-228.**

**Аннотация.** Потребительская кооперация выполняет важные экономические и социальные функции в сохранении сельских территорий, что обуславливает необходимость изучения факторов ее развития. Одним из источников укрепления потребительской кооперации является интеграционная деятельность. Цель статьи – определение направлений интеграционных процессов в сфере потребительской кооперации и выявление эффектов, порождаемых ими. Информационную базу исследования составили публикации и статистические данные из различных источников. Методами исследования выступили анализ и наблюдение. В статье рассмотрено влияние на интеграционные процессы в потребительской кооперации информационных технологий, изменений в поведении конечных потребителей (ориентация на экономию, онлайн-покупки, спрос на «чистую продукцию»), распространение влияния бизнес-экосистем, давление на кооперативы со стороны федеральных и региональных торговых сетей, агрохолдингов, развитие сельской локальной экономики и других факторов. Сделан анализ подходов и форм внутренних интеграционных процессов кооперативных организаций, а также взаимодействия с внешними субъектами рынка. Приведены примеры использования интеграции кооперативными организациями, полученные эффекты от ее осуществления. Результатом работы стало определение наиболее значимых интеграционных процессов для отечественной системы потребительской кооперации как ключевого резерва для ее развития.

**Ключевые слова:** интеграция, потребительская кооперация, розничная торговля, экосистема, онлайн-торговля.

**Антонова М.В.**

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

**Ткачев Д.В.**

Белгородский университет кооперации, экономики и права, аспирант

**Направления повышения социально-экономической эффективности  
кредитных кооперативов: методический аспект. С. 229-237.**

**Аннотация.** Кредитная кооперация играет важную роль на финансовом рынке Российской Федерации, обеспечивая удовлетворение финансовых потребностей пайщиков. Целью исследования является изучение методических аспектов повышения социально-экономической эффективности кредитных кооперативов. Методологической базой исследования послужили теоретические методы анализа и обработки данных. Авторская модель разработана с использованием таких математических методов исследования, как: моделирование, метод дерева решений. В статье предложен алгоритм определения ПДН с учетом скрытых доходов населения. Для определения ПДН предложен шаблон массива данных для оценки расходов, сбережений и инвестиций пайщика (потенциального заемщика кредитного кооператива). Результаты данного массива будут использоваться при расчете ПДН методом дерева решений. В статье представлена апробация предлагаемой методики. Описаны достоинства и недостатки авторской модели, которые требуют дальнейших научных исследований в данном направлении. Предлагаемая методика позволяет оценить имеющиеся доходы пайщика-заемщика (как официальные, так и скрытые) и может быть использована в практической деятельности кредитного кооператива. Считаем, что улучшение методики оценки ПДН позволит повысить социально-экономическую эффективность кооператива путем роста доли удовлетворенности пайщиков в удовлетворении своих финансовых потребностей.

**Ключевые слова:** кредитный кооператив, пайщик, показатель долговой нагрузки (ПДН).