

Исаенко Е.В.

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

Исаенко А.В.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, д-р экон. наук, декан факультета общественного питания и товароведения, профессор кафедры технологии общественного питания и товароведения

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

Адаптация предприятий общественного питания к факторам внешней среды.

С. 9-21.

Аннотация. В статье проведен аналитический обзор развития предприятий общественного питания России в целом и системы потребительской кооперации в частности. Выявлены факторы внешней среды, оказавшие влияние на изменение количественных и качественных показателей предприятий общественного питания. Особое внимание уделено адаптации предприятий питания в период локдауна и период введения экономических санкций. В статье определены основные тенденции развития предприятий общественного питания России в целом и потребительской кооперации системы Центросоюза. Рассмотрено изменение оборота общественного питания, проведен анализ развития материально-технической базы предприятий общественного питания в целом и по типам, показано развитие кадрового потенциала, исследована динамика финансовых результатов. Выявлены показатели предприятий общественного питания в целом по России и по системе потребительской кооперации в частности, имеющие однонаправленную и разнонаправленную динамику, а также факторы, повлиявшие на такую динамику. Показаны меры, которые предпринимались предприятиями общественного питания с целью адаптации к факторам внешней среды. Исследование проведено по предприятиям общественного питания России и потребительской кооперации системы Центросоюза РФ за 2020–2023 годы. В процессе исследования использовались системный и комплексный подходы, а также методы: индукции и дедукции, анализа и синтеза, наблюдений, сравнения, относительных и средних величин, индексный. Исследование выполнено на статистических материалах России и потребительской кооперации.

Ключевые слова: общественное питание, предприятия общественного питания, потребительская кооперация, внешняя среда, факторы внешней среды.

Снитко Л.Т.

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

Линиченко Д.С.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, аспирант

Формирование стратегии управления экономическими рисками в системе экономической безопасности предприятия в условиях BANI-World и Индустрии 4.0. С. 22-34

Аннотация. В непрерывно изменяющейся современной экономической среде, трансформирующейся под влиянием все новых вызовов и угроз, экономическая устойчивость предприятий является одной из наиболее чувствительных к изменениям, и поддержание ее высокого уровня в длительной перспективе требует гибкости и адаптации стратегической системы управления экономическими рисками. Целью исследования является определение особенностей формирования стратегии управления экономической безопасностью предприятия на базе управления экономическими рисками в условиях изменяющейся глобальной экономической среды и новых технологических тенденций. В процессе работы были использованы следующие методы исследования: диалектический, метод теоретического обобщения и сравнения, логический, метод сравнительных характеристик, анализа и синтеза. Предполагается, что целью менеджмента экономической безопасности предприятий является обеспечение их устойчивого и результативного функционирования в текущий момент времени и в будущем. Риск-ориентированная система управления экономической безопасностью позволит предприятиям стабилизировать текущее состояние, достичь эффективности финансово-хозяйственной деятельности на длительное время, учитывая существенные риски, спровоцированные изменениями в турбулентном и неопределенном мире BANI. Выделены наиболее существенные и достойные управленческого внимания экономические риски для отечественных предприятий в условиях BANI-World и распространения тенденций Индустрии 4.0. Исследован и детализирован процесс разработки и внедрения стратегии экономической безопасности, в том числе такие его этапы, как анализ финансово-хозяйственной деятельности, формирование стратегических целей, разработка способов их реализации, конкретизация стратегии на разные периоды и оценка ее результатов. Установлена важность взаимодействия и интеграции управления экономической безопасностью со стратегией развития предприятия и его риск-менеджментом. Сделан акцент на необходимости учета характеристик современного мира и экономических условий, видоизмененных Индустрией 4.0, при разработке стратегии экономической безопасности хозяйствующих субъектов, и соблюдении последовательности функций системы управления в этом процессе, таких как аналитическая, нормативно-правовая, организационно-административная, прогнозная, учетно-контрольная и информационная.

Ключевые слова: экономическая безопасность, стратегическое управление, управление, стратегия, риск, риск-менеджмент, мир BANI, Индустрия 4.0, угрозы.

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

Шариков Р.А.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, аспирант

Особенности функционирования и развития системы скорой медицинской помощи Белгородской области на современном этапе: теоретический аспект. С. 35-43.

Аннотация. Вызовы и реалии современного этапа социально-экономического развития общества вносят коррективы в принимаемые на разных уровнях стратегические и оперативные решения. Признание государством вектора развития медицины в 2023 году в направлении от «медицины законченного случая» к «медицине жизненного цикла» означает необходимость проведения существенных изменений в организации и финансировании здравоохранения. Целью исследования является изучение особенностей функционирования и развития системы скорой медицинской помощи Белгородской области на современном этапе. В ходе исследования данных использовались общенаучные методы, такие как синтез, анализ, сравнение, обобщение, системность, комплексность и др. В статье рассматривается необходимость обеспечения развития организаций различных организационно-правовых форм в условиях нарастания ограничений развития российского общества и роль государства в этом процессе и, прежде всего, в сфере здравоохранения. Показаны важность скорой помощи в оказании экстренной медицинской помощи населению. Представлены используемые и рекомендуемые к использованию технологии в ОГБУЗ ССМП Белгородской области. Дана характеристика службы скорой медицинской помощи Белгородской области и определены основные проблемы, которые требуют решения для обеспечения ее устойчивого развития. Предложены концептуальные подходы к управлению развитием системы скорой медицинской помощи.

Ключевые слова: развитие, государственное воздействие, здравоохранение, система скорой медицинской помощи региона, обеспечение ее развития.

Дигилина О.Б.

ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых», Институт экономики и менеджмента, д.э.н., профессор кафедры бизнес-информатики и экономики

Игошин А.А.

ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых», Институт экономики и менеджмента, аспирант

Особенности проведения цифровой трансформации бизнеса в современных условиях. С. 44-54.

Аннотация. В исследовании предпринята попытка описать условия, которые сопровождают процесс внедрения цифровых технологий в функционирование социально-экономических систем. Интерес к рассматриваемой проблематике обусловлен масштабом происходящих цифровых изменений во всех сферах общества. Целью данного

исследования является анализ и систематизация особенностей, в рамках которых протекает цифровая трансформация бизнеса в настоящее время. Современные условия и особенности реализации проектов цифровой трансформации бизнеса изучались посредством ряда научных методов, среди которых логический анализ, системный подход, методы обобщения, научной классификации и т.д. В ходе исследования особенности цифровой трансформации бизнеса были разделены на две группы: общие, характерные для всех социальных систем, и специфические, свойственные предпринимательским структурам. Кроме того, специфические особенности трансформации бизнеса делятся на внешние и внутренние. Отмечена важность анализа особенностей цифровых преобразований сквозь призму проблем, к которым может привести бесконтрольное внедрение цифровых технологий без учета специфики условий. Акцент сделан на необходимости нивелировать риски, связанные с информационной безопасностью, в том числе базирующейся на построении современной информационной инфраструктуры на уровне государства, а также отдельной компании. Обсуждается проблема отсутствия национальных стандартов внедрения цифровых технологий и методологических подходов к управлению проектами цифровой трансформации как основа для формирования цифровой управленческой культуры. Утверждается, что компания получит ряд конкурентных преимуществ от внедрения цифровых технологий, только если учтет все особенности и преодолеет проблемы, присущие трансформационным процессам.

Ключевые слова: цифровая трансформация, цифровизация, особенности цифровой трансформации, специфические особенности цифровой трансформации, цифровая культура управления.

Токарь Е.В.

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

Тедеева Р.А.

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

Рогов Д.А.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, аспирант

Основные тренды и перспективы развития сферы услуг в условиях нестабильности и неопределенности внешней среды. С. 55-65.

Аннотация. Сфера услуг выступает катализатором развития экономики страны, при этом являясь индикатором уровня жизни населения. В условиях экономической нестабильности развитие сферы услуг становится наиболее важным, потому что сфера услуг позволяет создать новые рабочие места, увеличивает налоговые поступления в бюджет, усиливает конкуренцию, которая положительно влияет на формирование качественного предложения на рынке. Целью настоящего исследования является изучение направлений функционирования сферы услуг, а также обобщение основных трендов ее развития в условиях турбулентности экономики. В ходе исследования данных использовались общенаучные методы, такие как синтез, анализ, сравнение, обобщение,

системность, комплексность и др. В статье было выявлено, что в современных условиях сфера услуг представляет устойчивое положение в хозяйстве на уровне страны и мира в целом. В статье были обозначены факторы, ограничивающие деятельность организаций сферы услуг РФ, такие как недостаточный спрос на определенный вид услуг, высокий уровень налогообложения и недостаток квалифицированного персонала в сфере услуг. В результате проведенного исследования было установлено, что сфера услуг наиболее мобильная и гибкая обобщающая категория, которая имеет положительные тренды своего развития: персонализация, цифровые трансформации, интеграция и партнерство, экологическая ответственность, искусственный интеллект, гибкость и мобильность продуктов, инновационный подход и устойчивость к кризисам.

Ключевые слова: сфера услуг, развитие, показатели, динамика, тренды развития, нестабильность экономики, тенденции развития.

Матвеева О.П.

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

Петин Г.Р.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, аспирант

Розничная торговля: тенденции, проблемы и направления устойчивого развития. С. 66-78.

Аннотация. Целью исследования является определение направлений устойчивого развития розничной торговли как в интересах государства, так и конечного потребителя товаров – граждан страны – на основе выявленных тенденций и проблем ее развития. Достижение цели обусловило анализ и оценку: оборота розничной торговли (ОРТ) Российской Федерации (РФ); ОРТ на душу населения; числа хозяйствующих субъектов в розничной торговле; структуры ОРТ по хозяйствующим субъектам; ОРТ розничных торговых сетей; доли продажи товаров через информационно-телекоммуникационную сеть Интернет (Интернет); распределения численности занятых по уровню образования в розничной торговле; причин неудовлетворенности покупателей торговым обслуживанием, позволивших определить, что для повышения уровня их удовлетворенности торговым обслуживанием в розничной торговле необходимо расширить ассортимент товаров и перечень услуг розничной торговли и повысить их качество, установить приемлемые цены на необходимые товары с учетом их доходов, время обслуживания должно быть минимальным, то есть исключить большие очереди и утвердить удобный режим работы объектов розничной торговли; четырех групп факторов, сдерживающих деятельность организаций розничной торговли – финансовых, конкурентной среды, ассортиментных, платежеспособности населения. Определение направлений устойчивого развития розничной торговли на основе выявленных тенденций и проблем ее развития обусловило использование общенаучных методов теоретического и эмпирического уровней.

Ключевые слова: розничная торговля, конкуренция, режим работы, численность занятых в торговле, ассортимент товаров, торговое обслуживание, качество товаров, оборот розничной торговли, покупательная способность, розничная торговая сеть, покупатели, численность населения, доступность организаций розничной торговли.

Ганченко Д.Н.

Кузбасский гуманитарно-педагогический институт ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет», (г. Новокузнецк), канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры экономики и управления

Развитие института государственного контроля. С. 79-88

Аннотация. Определяя необходимый и достаточный уровень вмешательства государства в экономические отношения, государственный контроль постоянно привлекает к себе внимание исследователей. Поиск ответа на вопросы о возможностях, подходах и механизмах построения интегрированного и продуктивного института контроля, способного участвовать в решении экономических задач государства, на протяжении длительного времени способствовал его трансформации и остается актуальным до настоящего времени. В статье развитие института государственного контроля представлено сквозь призму смены децентрализованного и централизованного подходов в реализации его функционала. Отражены ключевые факторы, способствующие такой смене и определяющие решение экономических задач государства на определенном этапе его развития посредством института контроля. Охарактеризованы основные современные механизмы государственного контроля и элементы архитектуры контрольных органов власти. На основе анализа нормативных, отчетных и статистических данных выявлены сильные и слабые стороны реализуемых механизмов контроля. В результате исследования определены черты современной модели института государственного контроля, ее потребности и способы преодоления «узких» мест, способствующие успешной реализации современной модели института, ориентированной на обеспечение достижения экономических целей государства.

Ключевые слова: государственный контроль, проверки, профвизиты, мораторий, риск-ориентированный подход, стандарты.

Кузьмина Т.М.

ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ», канд. экон. наук, доцент, зав. кафедрой информационно-аналитического обеспечения и бухгалтерского учета

Актуальные вопросы учета улучшения И восстановления основных средств. С. 89-98.

Аннотация. На протяжении срока полезного использования основных средств экономические субъекты осуществляют работы по их ремонту, техническому осмотру и обслуживанию, так как это позволяет поддерживать объекты в работоспособном состоянии, не допуская перебоев в эксплуатации. Улучшение основных средств, повышение их технико-экономических характеристик проводится в результате реконструкции или модернизации, что является экономной альтернативой приобретению новых объектов. В статье проанализированы понятия, которыми характеризуются виды работ, связанные с улучшением и восстановлением основных средств. Рассмотрены вопросы квалификации фактов хозяйственной жизни по ремонту, техническому осмотру и обслуживанию, реконструкции и модернизации основных средств, а также методика их учета, установленная Федеральными стандартами бухгалтерского учета 6/2020 «Основные

средства» и 26/2020 «Капитальные вложения». Для бухгалтеров предложен алгоритм, с помощью которого определяется вариант учета расходов на улучшение и восстановление основных средств, предполагающий признание их в текущем периоде или капитализацию в качестве самостоятельного объекта основных средств, либо увеличение стоимости улучшенных в результате работ объектов, представлены основные корреспонденции счетов. Применение предложенных рекомендаций позволит повысить достоверность данных о стоимости активов экономического субъекта и его финансовых результатах, а также осуществлять планирование и своевременно проводить работы по восстановлению и улучшению основных средств.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, основные средства, ремонт, технический осмотр, техническое обслуживание, модернизация, реконструкция, восстановление основных средств, улучшение основных средств, текущие расходы, капитальные расходы.

Ледовская М.Е.

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

Черникова Е.И.

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

Гердт Д.А.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, аспирант

Актуализация направлений HR-менеджмента в соответствии с трансформацией траекторий стратегического развития современных компаний. С. 99-108

Аннотация. В статье раскрывается утверждение о том, что в условиях современной экономики, характеризующейся динамичностью и высокими требованиями к гибкости и адаптивности организаций, HR-менеджмент приобретает особую значимость. Целью исследования явилось изучение особенностей HR-менеджмента в современных условиях, определение и характеристика факторов, влияющих на состояние и развитие рынка труда, выявление и обобщение ключевых тенденций и проблем его реализации в компаниях, а также выработка рекомендаций по повышению эффективности управления человеческими ресурсами. Для достижения поставленной цели использовались такие методы исследований, как: анализ тематических литературных источников, обобщение и синтез полученных данных, сравнение, методы группировки, систематизации и др. В статье рассмотрен HR-менеджмент в контексте современной экономики, выявлены ключевые аспекты и вызовы, с которыми сталкиваются организации. Особое внимание уделено анализу современных тенденций в области управления человеческими ресурсами и выявлению направлений, способствующих повышению адаптивности и эффективности работы персонала. Представлена характеристика типов работников, ориентированных на решение различного рода стратегических задач. В рамках исследования предложены практические направления оптимизации процессов HR-менеджмента с целью достижения конкурентных преимуществ и устойчивого стратегического развития организаций в условиях современных вызовов и изменений на рынке, среди которых обеспечение

подбора оптимальных работников посредством составления должностных профилей, цифровизация HR-процессов, мониторинг на систематической основе рынка труда и собственных кадровых потребностей и др.

Ключевые слова: HR-менеджмент, стратегическое управление, управление персоналом, профиль должности, модель компетенций, подбор сотрудников, автоматизация управления персоналом.

Мустакаева Е.А.

ФГБОУ ВО «Государственный университет морского и речного флота имени адмирала С.О. Макарова» (Санкт-Петербург), канд. экон. наук, доцент кафедры математического моделирования и прикладной информатики

Методический инструментарий оценки экономической эффективности использования информационных технологий в учете и управлении. С. 109-120.

Аннотация. В статье рассматриваются методологические аспекты оценки экономической эффективности использования информационных технологий в учете и управлении на основе расчета индекса информационной эффективности. Целью исследования является разработка методики количественного анализа информационной эффективности организации с использованием математического моделирования. В работе определено понятие информационной эффективности, классифицированы основные факторы, влияющие на нее, и обоснована важность их оценки. Применяемые методы включают системный подход, экономический анализ, экспертные оценки и моделирование, которые позволяют систематизировать процесс оценки. В качестве основного инструмента предлагается метод расчета индекса информационной эффективности, основанный на факторном подходе и модели взвешенных оценок. Данный индекс позволяет оценивать использование информационных ресурсов, минимизировать издержки и управлять рисками, что способствует росту прибыли организации. Результаты исследования помогут в оценке информационных процессов и принятии обоснованных решений по управлению информационной инфраструктурой организации.

Ключевые слова: информационная эффективность организации, информационные ресурсы, индекс информационной эффективности, интеграция информационных систем, измерение эффективности бизнес-процессов, информационная инфраструктура, математическое моделирование.

Баширцева С.А.

Казанский филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный университет правосудия», канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры экономики

Показатели эффективности функционирования инновационных сетей. С. 121-129.

Аннотация. Согласно современным научным исследованиям перспективной формой развития промышленности является инновационная сеть, объединяющая всех участников цепи поставок в единую систему посредством применения современных информационных технологий. Преимуществами такой организации предприятий является оптимизация ресурсных и финансовых потоков за счет сквозного информационного

управления всеми элементами системы. Результатом сетевого взаимодействия является диффузия инноваций, распространение знаний и технологий, способствующих получению синергетического эффекта и ускорению процессов обеспечения технологического суверенитета страны. Однако в отечественной теории и практике недостаточно активно используются преимущества инновационных сетей в промышленности, в связи с чем актуализируется задача формирования теоретического и методического задела для определения показателей, характеризующих основные тренды и перспективы развития сетевого взаимодействия. Целью статьи является систематизация показателей эффективности функционирования инновационных сетей в промышленности в условиях цифровизации. Для достижения поставленной цели в статье решены следующие задачи: приведен обзор отечественных исследований, посвященных изучению инновационных сетей в промышленности; определены проблемы и обоснована актуальность выбранной тематики исследования; определен круг показателей оценки цифрового развития отечественной промышленности; приведена оценка состояния цифрового развития отечественной промышленности в динамике за 2015–2022 гг., определены тренды и перспективы сферы информационно-коммуникационных технологий; систематизированы показатели эффективности функционирования инновационных сетей в промышленности по пяти укрупненным группам. Объектом изучения являются инновационные сети Российской Федерации. Предметом исследования – показатели оценки эффективности инновационных сетей. Полученные результаты могут быть использованы при изучении специфики развития инновационных сетей в условиях цифровизации с целью совершенствования инструментов государственной поддержки инновационно-активных предприятий.

Ключевые слова: показатели эффективности, инновационная сеть, промышленность, затраты на научные исследования, публикационная активность, патентная активность.

Сутугин А.А.

ЧОУ ВО «Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики», аспирант

Елкина О.С.

Северо-Западный институт управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (г. Санкт-Петербург), д-р экон. наук, доцент, профессор кафедры безопасности

Управление организацией в контексте международного бизнеса: систематизация факторов неопределенности и инструменты их оценки. С. 130-146.

Аннотация. Цель исследования – детальная систематизация факторов неопределенности внешней среды, определение актуальных инструментов их оценки для обоснования стратегических решений, способствующих повышению эффективности управления организаций международной торговли на международном рынке. Методологическую базу исследования составили системно-аналитический, статистический методы, а также результаты актуальных исследований ученых-экономистов, раскрывающих отдельные проблемы систематизации и оценки факторов

неопределенности при управлении организацией, занимающейся международной торговлей. В статье систематизированы общие подходы к определению факторов неопределённости, действующих на организации в международной торговле. Систематизированы актуальные подходы по определению факторов неопределенности исходя из их отраслевого сегментирования. Предложен новый подход к классификации факторов неопределенностей на основе причинно-следственной взаимосвязи, который повышает уровень управляемости организации в контексте международного бизнеса на основе квадранта Декарта. Для повышения точности построения стратегии управления организацией, участвующей в международной торговле, в исследовании выделены основные долгосрочные тенденции развития международной торговли: глобализация, развитие технологий и развитие новых рынков, что позволило систематизировать явления, являющиеся следствием событийных действий с непредсказуемым трендом, и классифицировать факторы неопределенности через категориальное разделение по схеме «предсказуемость причин/следствий». Это позволило в качестве инструмента оценки предсказуемости факторов неопределенности использовать модель квадранта Декарта. Данная методика позволит решать проблемы учета факторов неопределенности при управлении организацией в контексте международного бизнеса.

Ключевые слова: управление организацией, международная торговля, факторы неопределённости.

Экономика труда и трудовые отношения

Виноградов А.С.

Северо-Западный институт управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (г. Санкт-Петербург), канд. юрид. наук, доцент, доцент кафедры гражданского и трудового права

Ворона А.А.

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

Дефицит персонала в сфере логистики: проблемы и пути решения. С. 147-154.

Аннотация. В современных условиях все отрасли экономики, включая логистику, претерпевают кардинальные изменения под влиянием экономических и геополитических факторов. Логистическая отрасль является одной из стратегических для экономики страны, что, безусловно, приводит к необходимости своевременного реагирования на внешние и внутренние вызовы со стороны государства и бизнеса. Статья посвящена вопросам дефицита персонала в российской логистической сфере. Авторы отмечают, что в последние годы этой области приходится развиваться под давлением целого ряда факторов – от коронавирусной инфекции до зарубежных санкций, что вынудило логистическую сферу в оперативном порядке перестраиваться и адаптироваться под сложившиеся обстоятельства. Одной из значимых проблем, существенно отражающихся на результативности, в рассматриваемой области является кадровый «голод». В работе

анализируются его причины, а также эффективность мер, которые предпринимают руководители логистических компаний в этом направлении. Цель исследования – провести анализ существующей ситуации с кадрами в сфере логистики, выявить факторы, влияющие на их дефицит, и предложить комплексные меры по решению возникающих проблем. При проведении исследования использовались статистические методы, методы обобщения фактических данных, сопоставление, а также изучение литературы и других источников информации по исследуемой теме. По результатам проведенного исследования авторы делают обоснованные выводы и на их основе строят прогнозы относительно дальнейшего развития ситуации, а именно, решение проблемы с дефицитом кадров в логистической сфере может быть достигнуто только комплексным путем.

Ключевые слова: логистика, дефицит персонала, кадровый потенциал, автоматизация, меры поддержки логистики.

Маркетинг, коммерция и логистика

Суворова Т.В.

Московский финансово-промышленный университет «Синергия», канд. пед. наук, доцент кафедры маркетинга

Филипцов М.В.

Московский финансово-промышленный университет «Синергия», аспирант

Влияние эмоционального брендинга на управление продвижением личного бренда. С. 155-163.

Аннотация. В современном мире сверхконкуренции многие компании понимают важность продвижения моно- или мультибрендов для привлечения покупателей. В то же время вопросы продвижения персонального бренда остаются актуальными и значимыми. В силу того, что готового шаблона продвижения личного бренда не существует, видится обоснованным применение эмоционального брендинга при управлении продвижением. Целью данной статьи является обзор теоретических подходов к понятию эмоционального бренда и выявление стратегии управления личным брендом через эмоциональный бренд, или «маркетинг впечатлений». В работе использованы методы анализа и синтеза, сравнения и обобщения. Основными результатами исследования стали: систематизация теоретических подходов специалистов и практиков в области брендинга к дефиниции и сущностным характеристикам эмоционального бренда, а также представление сравнительного анализа методов использования эмоционального и личного брендинга для управления продвижением. Авторы приходят к выводу о том, что, в отличие от традиционного подхода к развитию брендов, который делает акцент на функциональных характеристиках продукта/услуги, эмоциональный брендинг стремится вызвать у потребителей позитивные чувства и ассоциации с брендом. Обнаружена целесообразность использования распространенных в научных кругах подходов к эмоциональному брендингу для продвижения и управления продвижением личного бренда.

Ключевые слова: брендинг, эмоциональный брендинг, влияние, управление, личный бренд, продвижение, целевая аудитория, ценности.

Сотник А.П.

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

Маркетинговая характеристика тенденций и особенностей развития рынка туристских услуг Белгородской области. С. 164-176.

Аннотация. В статье отражена маркетинговая характеристика рынка туристских услуг Белгородской области, его особенности и тенденции. Индустрия туризма является частью региональной экономики, включающей в себя туристские, гостиничные, экскурсионные, промышленные, сельскохозяйственные, досуговые, транспортные и иные предприятия, позволяющие сформировать полноценный туристский продукт. Целью исследования явился анализ тенденций и особенностей развития рынка туристских услуг. В ходе исследования тенденций и особенностей развития рынка туристских услуг были применены методы теоретического (анализ и синтез) и эмпирического познания (наблюдение, сравнение и обобщение). Материалы и результаты исследования основаны на анализе экспертных мнений, исследований туристского рынка в условиях пандемии коронавируса и меняющейся политической обстановки, оценки динамики и трендов развития туризма на территории Белгородской области под влиянием внешних факторов в 2020–2022 гг. В статье отражены факторы, оказывающие воздействие на развитие туризма в Белгородской области, а также определены его приоритетные виды. Наличие полноценной статистической информации о деятельности туристских фирм и движении туристских потоков позволило выявить проблемы регионального туризма, а также определить векторы его развития. На основании проведенного исследования были сформулированы выводы и предложены пути развития рынка туристских услуг Белгородской области.

Ключевые слова: туризм, Белгородская область, туристский рынок, туристский продукт, маркетинговые исследования.

Грановская И.Ю.

Южный федеральный университет (г. Ростов-на-Дону), преподаватель

Формирование системы управления интегрированными маркетинговыми коммуникациями. С. 177-185.

Аннотация. Возможности стратегического управления в системе корпоративного управления компаний расширяются за счет реализации интегрирующей функции управления ИМК на внутрикорпоративном уровне, с делегированием персоналу отдельных маркетинговых функций, и на внешнем контуре предприятий, с использованием влияния целевых аудиторий на потребительское поведение. В качестве актуальной задачи всей системы управления ИМК специалисты рассматривают идею генерирования эффективной коммуникации, благодаря которой мнение о бренде или о продукте складывается у покупателей еще до посещения точки продажи. Это позволяет компании заявить о наличии у нее своей целевой аудитории и о своем позиционировании на выделенном сегменте рынка товаров или услуг. Цель исследования – в преодолении проблемы малоизученности интегрированных маркетинговых коммуникаций и получении практических рекомендаций для формирования системы управления интегрированными

маркетинговыми коммуникациями в компании. Методологической основой исследования выступили диалектика, научный подход, общенаучные и специальные методы познания. В числе общенаучных приемов познания применялись абстрагирование, конкретизация, индукция, дедукция, аналогия.

Внедрение системы управления ИМК в структуру корпоративного управления компаний образует единую совокупность маркетингового и корпоративного управления организациями. Данная совокупность способна решать стратегические задачи управления экономической деятельностью компании, обеспечивает условия гибкости корпоративного управления за счет возможности быстро реагировать на конкретный запрос, на флуктуации рынка, оперативно менять концепцию взаимоотношений с клиентами и партнерами, что служит целям достижения конкурентоспособности, устойчивого и долгосрочного развития. В результате особенности менеджмента ИМК определяются интегрирующей функцией управления ИМК, которая обеспечивает функциональные преимущества достижения стратегических целей управления компаниями за счет расширения и мобилизации внутренних возможностей компаний и структурирования их целевых аудиторий на внешнем контуре как механизм интерактивного мотивационного воздействия социума на потребителей.

Ключевые слова: интегрированные маркетинговые коммуникации, управление ИМК, формирование системы управления, формирование эффективной коммуникации.

Теванян Г.А.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, аспирант

Ограничения и недостатки использования инструментов интернет-маркетинга. С. 186-196.

Аннотация. В данной статье рассмотрены основные ограничения интернет-маркетинга; проанализированы актуальные кейсы и представлены практические примеры из деятельности онлайн-маркетинговой компании TGASG, которые смогут наглядно проиллюстрировать каждое из ограничений и/или недостатков инструментов онлайн-маркетинга. Также в статье представлены возможные способы преодоления ограничений.

В ходе исследования использовались труды ученых в области интернет-маркетинга, применялись общенаучные и экономико-математические методы обработки данных, проводился анализ научных публикаций в сфере использования цифровых инструментов маркетинга хозяйствующими субъектами. В статье выделены несколько ключевых факторов, препятствующих достижению целей онлайн-маркетинга или же требующих комбинирования интернет-маркетинга с дополнительными маркетинговыми усилиями, не связанными с онлайн-инструментарием. К таковым факторам относятся: ограниченные возможности сегментации целевой аудитории, низкая конверсия, ограниченные возможности персонализации, зависимость от алгоритмов. В статье предложены стратегии преодоления ограничений, связанных с целевой аудиторией – исследования рынка, анализ данных, тестирование; определены направления увеличения конверсии, преодоления ограниченных возможностей персонализации и зависимости от алгоритмов.

Ключевые слова: инструменты интернет-маркетинга, сегментация, целевая аудитория, конверсия, персонализация.

Кооперация и предпринимательство

Кононенко Р.В.

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

Гулизаде Б.А.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, аспирант

Развитие сельскохозяйственного производства России в интересах обеспечения продовольственной безопасности. С. 197-207.

Аннотация. Важнейшей целью государства является формирование условий для обеспечения населения в продуктах питания. Производство продуктов питания на территории страны в объемах, обеспечивающих наиболее полное удовлетворение потребностей населения, с учетом доступности по цене, представляет собой важнейший элемент экономической безопасности страны и характеризуется как продовольственная безопасность. Достигнуты положительные результаты проводимой в России работы, направленной на обеспечение продовольственной безопасности в стране, однако в развитии АПК имеются существенные недостатки, которые могут снизить возможности по обеспечению продовольственной безопасности страны. Целью представленной статьи является выявление тенденций развития сельскохозяйственного производства в России в интересах обеспечения продовольственной безопасности и определения направлений по устойчивому повышению. В статье проведено исследование, позволившее выявить значимость обеспечения продовольственной безопасности страны как элемента экономической безопасности. Проведен ретроспективный анализ тенденций в обеспечении продовольственной безопасности России. На основе изучения статистических данных был проведен сравнительный анализ, результаты которого позволили охарактеризовать тенденции развития сельскохозяйственного производства в России. Проведена оценка уровня самообеспеченности по основным видам продуктов питания в России. На основе обобщения полученных результатов были выявлены направления развития сельскохозяйственного производства в России в интересах обеспечения продовольственной безопасности.

Ключевые слова: продовольственная безопасность, обеспечение продовольственной безопасности, сельское хозяйство, продукция растениеводства, продукция животноводства, импорт продовольствия.

Чистякова О.А.

Сибирский университет потребительской кооперации (г. Новосибирск), канд. экон. наук, доцент, зав. кафедрой бухгалтерского учета, анализа и аудита

Эволюция устойчивости потребительской кооперации на рынке услуг Российской Федерации. С. 208-223.

Аннотация. Устойчивость является той первопричиной, которая способна изменяться, развиваться за счет повышения своей экономической эффективности. При всем многообразии научных трудов по устойчивости экономических субъектов в различных отраслевых и многоотраслевых комплексах вопросы эволюции устойчивости потребительской кооперации не раскрыты учеными в едином понимании. Целью статьи является исследование эволюции устойчивости потребительской кооперации на рынке услуг Российской Федерации. При проведении исследования использовались ресурсно-воспроизводственный и системный подходы, а также общепринятые научные методы. В статье приводится авторский подход, характеризующий основные этапы эволюции устойчивости субъектов хозяйствования на основе парадигмы развития экономических теорий. Выделены особенности развития концепции устойчивого развития в трех плоскостях: научной, политической, практической. Основными положениями эволюции устойчивости в рамках теории экономического роста и развития в зависимости от объяснения их основы и времени появления являются следующие: индустриальная концепция, теория конвергенции, постиндустриальная теория, ресурсная концепция. Новые современные уклады обозначили три составляющие устойчивости: социальную, экономическую, экологическую. Автор также рассмотрела и обобщила вопросы классификации устойчивости развития, что логично в силу ее содержания как динамичного процесса по критерию «уровень принятия концепции устойчивого развития». Определены факторы устойчивости потребительской кооперации, позволяющие изучать будущее развитие системы не только в узком смысле – экономическую позицию, но и в широком – с позиции устойчивого рынка.

Ключевые слова: рынок услуг, устойчивость, устойчивое развитие, концепция устойчивости, потребительская кооперация.