

Клименко О.И.

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

Меньшикова М.А.

Курский государственный университет, д-р экон. наук, профессор кафедры менеджмента, маркетинга и управления персоналом

Актуализация факторов развития дистанционной занятости на цифровом рынке труда. С. 9-19.

Аннотация. Становление цифровой реальности сопровождается кардинальными изменениями рынка труда, постепенным формированием его цифрового двойника, обеспечивающего взаимодействие сторон трудовых отношений в виртуальной среде, появлением новых форматов занятости населения в экономике. Цель настоящей публикации заключается в авторском представлении факторов, активизирующих развитие дистанционной занятости на цифровом рынке труда, актуализации их влияния, подтверждаемого состоянием и динамикой развития рынка. Исследование базировалось на методологических положениях экономики труда, концепции цифровизации экономики, причинно-следственной взаимосвязи и взаимозависимости явлений и процессов, характерных цифровому рынку труда, создающему условия для дистанционной занятости населения. В работе реализованы методы литературного обзора, целеполагания и целедостижения, идентификации ключевых факторов влияния на предмет исследования и их аналитического обоснования с использованием инструментария факторного, структурного, трендового, позиционного анализа. В статье изложено авторское видение состава актуальных факторов, определяющих развитие дистанционной занятости на цифровом рынке труда – развитие цифровой компетентности населения, институционализация в структуре рынка труда, рост популярности дистанционного формата занятости в экономике, распространенность во всех видах экономической деятельности, дистанционное предложение трудовых вакансий. Доказательство актуальности факторов приведено с подтверждением цифровыми иллюстрациями, построенными с использованием официальной статистической информации, размещенной в электронных ресурсах открытого доступа.

Ключевые слова: цифровой рынок труда, цифровая компетентность населения, дистанционная занятость, платформенная занятость, факторы развития дистанционной занятости.

Токарь Е.В.

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

Иовлева О.В.

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

Вербицких М.Н.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, аспирант

Малый и средний бизнес в регионе: тренды, драйверы, финансовые инструменты его поддержки и развития. С. 20-30.

Аннотация. Обеспечение развития малого предпринимательства является одной из стратегических целей государства, так как оказывает непосредственное влияние на гибкость и устойчивость экономической системы. Цель исследования состоит в проведении исследования трендов и драйверов развития малого и среднего бизнеса, обобщении опыта поддержки малого предпринимательства в регионе. В ходе исследования данных использовались общенаучные методы, в частности анализ, синтез, сравнение, системность, комплексность и др. В статье приводятся результаты исследования трендов и драйверов развития малого и среднего бизнеса в Белгородской области. Была исследована динамика численности субъектов малого и среднего предпринимательства на территории Белгородской области за 2017–2023 гг.; обозначены основные проблемы малого и среднего бизнеса в регионе в 2023 году. В статье обобщен опыт поддержки малого предпринимательства в регионе. В результате исследования мы пришли к выводу, что проблема поддержки хозяйствующих субъектов в условиях экономического и политического кризисов во многом зависит от эффективного и качественного развития и внедрения финансовых инструментов. В результате проведенного исследования было установлено, что благодаря применению финансовых инструментов малый и средний бизнес может достичь снижения рисков, получить краткосрочную прибыль, быстро мобилизовать разнообразные источники финансирования поддержки своих организаций.

Ключевые слова: финансовые инструменты, малый и средний бизнес, несостоятельность, банкротство, экономический кризис, неплатежеспособность.

Тресницкий А.Б.

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

Качан Н.А.

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

Тресницкий Г.Б.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, аспирант

Совершенствование подходов к подготовке бухгалтерской (финансовой) отчетности коммерческими организациями. С. 31-38.

Аннотация. Постоянно изменяющиеся условия хозяйствований современных экономических субъектов оказывают на них серьезное влияние, сокращая время, необходимое для маневрирования в условиях изменяющейся внешней конъюнктуры. Вследствие этого, основываясь на принципах свободной конкуренции и самостоятельности отдельных экономических субъектов, потенциальные инвесторы ощущают необходимость в получении достоверных и проверенных данных, содержащихся в определенных источниках информации, для своевременного принятия

управленческих, инвестиционных и финансовых решений. В настоящее время главным источником такого рода информации выступает бухгалтерская (финансовая) отчетность. Однако многие пользователи бухгалтерской информации нуждаются в более широком спектре показателей, которые не являются обязательными составляющими традиционных форм бухгалтерской (финансовой) отчетности. Причем помимо общепринятых показателей, отражаемых в соответствующих формах бухгалтерской (финансовой) отчетности, широко распространены альтернативные показатели эффективности деятельности, определяемые расчетным путем. Согласно новым веяниям международной учетной практики, информацию о порядке определения таких показателей следует раскрывать в пояснениях к основным формам бухгалтерской (финансовой) отчетности, чтобы обеспечить возможность сопоставимости данных показателей. Необходимость в приведении таковых методик расчета вызвана многовариантностью расчетов соответствующих показателей.

Ключевые слова: методика, совершенствование, бухгалтерская (финансовая) отчетность, российские стандарты бухгалтерского учета (РСБУ), международные стандарты финансовой отчетности (МСФО), бухгалтерский баланс, отчет о финансовых результатах, аналитические показатели прибыли, EBITDA, EBIT, OIBDA, инвесторы, управленческие решения.

Матвеева О.П.

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

Матвеев О.А.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, аспирант

Объекты интеллектуальной собственности в контексте развития государственных таможенных услуг. С. 39-56.

Аннотация. Целью исследования является обоснование структуры и содержания таможенного реестра объектов интеллектуальной собственности (ТРОИС) Российской Федерации (РФ) как составной части единого таможенного реестра государств – членов Евразийского экономического союза (ЕАЭС), являющегося результатом предоставления государственной таможенной услуги (ГТУ). Достижение цели исследования обусловило систематизацию, анализ и оценку содержания ТРОИС в РФ как результата ведения ТРОИС по заявлениям российских и иностранных правообладателей и их поставщиков, а также результативности проведения таможенного контроля в отношении товаров, содержащих объекты интеллектуальной собственности (ОИС), позволивших выявить: тенденцию сокращения количества выявленных контрафактных товаров, но которое по-прежнему остается существенным, оно происходило на фоне введения взаимных санкций РФ и отдельных государств, активно реализуемой политики импортозамещения и сокращения импортных товарных позиций, пандемии и введения моратория на проверку деятельности субъектов хозяйствования страны, разрешения параллельного импорта; роста количества включенных ОИС в ТРОИС и значения коэффициента их внесения при одновременном сокращении «действующих» ОИС у основных торговых партнеров; отличия структуры и содержания российского ТРОИС от их утвержденных как для формирования единого ТРОИС государств – членов ЕАЭС, так

и ведения национального ТРОИС. Проведение исследования структуры и содержания ТРОИС, результатов проведения таможенного контроля товаров, содержащих ОИС, обусловило применение методов двух уровней: теоретического и эмпирического.

Ключевые слова: государственная таможенная услуга, ведение таможенного реестра объектов интеллектуальной собственности, таможенные органы, правообладатели.

Чичерин Ю.А.

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

Папанова С.Ю.

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

Гаранина А.Н.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, аспирант

Структурная взаимосвязь элементов развития экосистемы бережливого производства в сфере образования. С. 57-69.

Аннотация. Актуальность данной темы обусловлена запросом современного рынка труда, где есть потребность в формировании бережливой личности, создании производственной системы, основанной на бережливых принципах, и в развитии понятия идеального сотрудника с точки зрения работодателя. Чтобы достичь наиболее высоких результатов в подготовке кадров и повышении производительности труда, уже сегодня нужно принимать эффективные меры по внедрению инструментов бережливого производства. Системная работа в области использования концепции бережливых технологий в сфере образования позволит создать образовательную экосистему, направленную на развитие бережливой личности через формирование сквозного потока подготовки кадров. Цель настоящего исследования заключается в проведении анализа структурных элементов экосистемы бережливого производства в сфере образования и их взаимосвязей в процессе функционирования. В процессе работы над исследованием нами были использованы общенаучные методы, включающие в себя: метод научного обобщения, анализ и синтез теоретического материала по исследуемой проблеме, структурно-логический метод. В результате исследования была подтверждена гипотеза, что формирование экосистемы бережливого производства в сфере образования позволит получить синергетический эффект от сотрудничества всех участников образовательного процесса, в том числе работодателя, посредством построения сквозных межорганизационных потоков.

Ключевые слова: бережливое производство, lean-сообщества, практики внедрения бережливого производства, экосистема бережливого производства в сфере образования.

Головкова А.С.

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

Колос Н.В.

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

Механизм интеграции исполнения договоров поставщиками между прикладными решениями 1С. С. 70-78.

Аннотация. Процесс учета и контроля работы по договорам занимает в организации большой объем работы и играет важную роль в обеспечении своевременного и точного исполнения договорных обязательств. Целью исследования является необходимость применения инновационных механизмов и сервисов для реализации механизма интеграции исполнения договоров поставщиками между прикладными решениями 1С, что позволит организовать надлежащий контроль исполнения договорных обязательств всеми должностными лицами, участвующими в данном процессе при централизованной бухгалтерии. В целом исследование строилось на применении методов реинжиниринга бизнес-процессов, системного анализа и синтеза, методов сравнений и аналогий и прагматических решений. В статье интеграция исполнения договоров между прикладными решениями 1С рассматривается на примере агропромышленного холдинга. Механизм интеграции исполнения договоров поставщиками способствует не только существенному повышению эффективности работы организации, но и минимизации рисков и человеческих ошибок, одновременно улучшая прозрачность и контроль всех этапов выполнения договорных обязательств. В процессе исследования предметной области и ее бизнес-процессов было выявлено, что защита бухгалтерской информации значительно снижается в результате входа в бухгалтерскую программу сотрудниками для выявления учетных документов, связанных с выполнением договоров поставщиками. Разработаны диаграммы реализации механизма интеграции исполнения договоров поставщиками между прикладными решениями 1С «как должно быть». Для реализации механизма интеграции исполнения договоров поставщиками были разработаны соответствующие новые объекты метаданных в двух используемых системах 1С – «1С:Управление холдингом» и «1С:Бухгалтерия КОРП».

Ключевые слова: механизм интеграции, планы обмена, регламентное задание, 1С:Управление холдингом, 1С:Бухгалтерия КОРП.

Мельников В.В.

Научно-исследовательский институт социальных систем при МГУ имени М.В. Ломоносова (г. Москва), научный сотрудник

Агломерационные процессы в регионах Центрального федерального округа России. С. 79-93.

Аннотация. В условиях масштабного санкционного давления и высокого уровня дифференциации качества жизни населения в России одной из приоритетных задач региональной экономики является теоретическое обоснование и методическое обеспечение оценки влияния пространственных агломерационных процессов на

динамику и эффективность экономического развития. Сложность данной задачи заключается в недостаточности исследования теоретических положений агломерационных процессов применительно к особенностям пространственной экономики России. Цель исследования – провести оценку и выявить основные тенденции агломерационных процессов в регионах Центрального федерального округа России за период 2012–2022 гг. Информационной базой исследования послужили данные Федеральной службы государственной статистики. В Центральном федеральном округе в агломерационные процессы вовлечены: в Белгородской области – Белгород и Белгородский район; в Воронежской области – Воронеж, Новоусманский район, Рамонский район, Семилуки; Калужской области – города Калуга и Обнинск и близлежащие к ним районы: Жуковский, Боровский, Ферзиковский; в Липецкой области – Липецкий район, Грязинский район, Усмань. Вся Московская область вовлечена в агломерационные процессы, но наиболее интенсивно они протекают в Балашихе, Долгопрудном, Домодедово, Звенигороде, Ивантеевке, Котельниках, Красногорске, Краснознаменске, Лыткарино, Мытищах, Подольске, Реутове, Чехове. Москва выступает центром притяжения ресурсов: финансовых, трудовых, инновационных технологий и т.д., что определяет ее центром агломерационных процессов не только Центрального федерального округа, но и всей страны. При разработке стратегий и программ пространственного развития территорий важно учитывать эффективность протекающих агломерационных процессов, прогнозировать возникновение новых, которые могут оказывать как позитивное, так и негативное воздействие на социально-экономическое развитие субъектов РФ.

Ключевые слова: регион, агломерационный процесс, агломерация, плотность населения.

Исмоилова Д.М.

Институт экономики и торговли Таджикского государственного университета коммерции (г. Худжанд), канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры финансов и кредита

Роль регионов в формировании конкурентоспособной национальной экономики в условиях трансформации экономических отношений. С. 94-102.

Аннотация. В условиях нестабильности социально-экономического развития Республики Таджикистан и ее регионов особую актуальность приобретают вопросы обеспечения устойчивости развития и конкурентоспособности хозяйствующих субъектов. Для Республики Таджикистан характерна слабая мобильность факторов производства, что является одной из основных причин различий в уровне развития регионов. Сложившаяся ситуация характеризуется ростом социальной напряженности, снижением уровня доходов и жизни, сокращением поступления налогов в бюджет регионов и т.д., что в конечном итоге может отразиться и на политической жизни республики. В связи с этим, опираясь на абсолютные и относительные преимущества регионов республики, возникает необходимость проведения государственной политики, направленной на снижение уровня дифференциации регионального развития, сглаживания различий между регионами по основным макроэкономическим показателям, так как территориальная дифференциация и степень единства

политической, экономической, социальной и иной жизни общества в рамках отдельного государства являются показателями их роли на международной арене. Целью написания статьи является оценка вклада регионов в экономику Республики Таджикистан и разработка направлений по развитию их экономических возможностей. В статье представлены результаты оценки влияния регионов на экономическое развитие Республики Таджикистан. Также рассмотрены особенности распределения природных ресурсов страны, урбанизация, уровень заработной платы и другие факторы, влияющие на развитие экономики регионов и национальной экономики. Автором на основе показателя ВРП на душу населения оценен уровень социально-экономического развития регионов, определена степень их дифференциации и факторы, обуславливающие ее формирование. По результатам проведенного исследования даны рекомендации по увеличению экономических возможностей регионов в интересах повышения вклада в экономику Республики Таджикистан за счет сглаживания различий в развитии регионов, кластеризации, развития перспективных отраслей промышленности, привлечения иностранных инвестиций и другие.

Ключевые слова: регионы, дифференциация, дифференциация социально-экономического развития, конкурентоспособность, факторы производства, государственная политика.

Горбач Л.А.

Казанский национальный исследовательский технологический университет, канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры инновационного предпринимательства, права и финансового менеджмента

К вопросу о методологии оценки уровня цифровой трансформации отечественной экономики. С. 103-111.

Аннотация. Процесс цифровизации отечественной экономики в последние годы набрал максимальные темпы и стал практически мейнстримом в научных исследованиях и публицистике. Возрастает и степень влияния цифровых технологий на различные сферы жизнедеятельности, что позволяет нам говорить о формировании нового цифрового общества и активизации трансформационных процессов в различных областях экономической, политической, правовой, культурной и иных сфер. При этом принято считать, что эффекты, получаемые от цифровизации, непременно носят позитивный характер, однако на практике цифровая трансформация влечет за собой и определенные риски и проблемы, требующие решения. Таким образом, актуальной становится задача количественного и качественного описания как самих процессов цифровизации, условий, созданных для ее развития, усилий, прилагаемых для адаптации текущих условий к цифровым преобразованиям, так и результатов, получаемых от распространения цифровых технологий, и ожидаемых эффектов. Следовательно, существенной задачей становится адекватное методологическое обеспечение данного процесса. Однако, на наш взгляд, совокупность индикаторов, которыми официальная статистика описывает цифровизацию, не отражает суть трансформационных процессов и требует тщательной разработки.

Гипотеза проведенного исследования состоит в предположении о том, что на данном этапе не решена методологическая проблема количественной и качественной оценки процессов цифровой трансформации. Таким образом, целью исследования является изучение показателей оценки развития цифровой экономики и методов количественного описания результатов трансформационных процессов, вызванных распространением цифровых технологий.

Ключевые слова: цифровизация, цифровая трансформация, цифровая зрелость, методология оценки.

Шалыгина Н.П.

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (г. Санкт-Петербург), канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры таможенного администрирования

Селюков М.В.

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (г. Санкт-Петербург), канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры таможенного администрирования

Идентификация проблем и ограничений в таможенном администрировании, затрудняющих развитие экспортного потенциала РФ. С. 112-121.

Аннотация. В современных условиях таможенное администрирование играет важнейшую роль в социально-экономическом развитии любой страны. Несомненно, это характерно и для Российской Федерации (РФ). Объясняется данный факт тем, что таможенное администрирование обеспечивает регулирование экспортной деятельности отечественных предприятий, защищает национальные интересы. И если в условиях глобализации и активного развития экспортной деятельности предприятий вопросы повышения эффективности таможенного администрирования были важными, то в условиях конфронтации, продолжающихся санкций и, в сущности, торговой войны становятся наиболее значимыми в процессе развития экспортного потенциала любого государства. Таким образом, целью исследования является рассмотрение перспектив развития таможенного администрирования в РФ с точки зрения сохранения объемов экспорта товаров с партнерами, выхода на новые рынки сбыта и наращивания экспортного потенциала страны в целом. В работе рассмотрены основные направления реформ, нововведения и технологии, которые могут способствовать улучшению таможенного администрирования. Особое внимание уделено упрощению таможенных формальностей, повышению прозрачности и доверия, а также созданию благоприятных условий для экспортеров в результате внедрения современных технологий, оптимизации процедур, обучения и повышения квалификации персонала, а также развития международного сотрудничества.

Ключевые слова: таможенное администрирование, таможенная деятельность, таможенное дело, таможенные операции, экспорт, экспортный потенциал.

Пчелинцева С.А.

Московский финансово-промышленный университет «Синергия», канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры бухгалтерского учета и налогообложения

Совершенствование методологии учета нематериальных активов в условиях цифровой экономики. С. 122-131.

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы совершенствования методологии учета нематериальных активов в условиях цифровой экономики. Целью исследования является разработка авторской модели учета НМА, адаптированной к специфике функционирования организаций в цифровой среде. В основу работы положены общенаучные и специальные методы: анализ, синтез, сравнение, обобщение, систематизация, концептуальное моделирование, адаптация, конструирование, графическая визуализация. В статье проанализированы положения действующего ФСБУ 14/2022 «Нематериальные активы», систематизированы ключевые аспекты регламентированной методологии учета НМА. Обоснован вывод о необходимости развития подходов к учету НМА в контексте цифровой трансформации. Предложена концептуальная модель учета нематериальных активов, предполагающая идентификацию и признание в составе НМА специфических цифровых активов (токены, большие данные, алгоритмы и пр.), использование справедливой и условной стоимостной оценки, введение категории «ценностный потенциал», применение динамического способа амортизации, раскрытие расширенного спектра информации о цифровых НМА. Обоснован вывод, что имплементация предложенной модели будет способствовать повышению достоверности и транспарентности финансовой информации о компаниях цифровой эпохи. Намечены перспективы дальнейших исследований: апробация модели на данных реальных организаций, операционализация подходов к оценке специфических цифровых активов, интеграция методологии учета НМА с концепцией интегрированной отчетности. Подчеркнута важность дальнейшего развития теории и практики учета НМА в направлении адаптации к реалиям цифровой экономики.

Ключевые слова: нематериальные активы, цифровая экономика, цифровые активы, методология учета, концептуальная модель.

Морозов В.И.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, аспирант

Клименко О.И.

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

Ходыревская В.Н.

Курский государственный университет, д-р экон. наук, профессор кафедры менеджмента, маркетинга и управления персоналом

Обзор подходов к концептуализации цифрового менеджмента в управленческой науке. С. 132-143.

Аннотация. Масштабирование цифровых преобразований современной экономической реальности сопровождается кардинальными изменениями системы

управленческих отношений, возникновением новой предметной области научного знания – цифрового менеджмента. Цель представленной работы заключалась в доказательстве положения о необходимости формирования предметного содержания цифрового менеджмента в управленческой науке посредством обзора подходов к его концептуализации и аргументации приоритета циклического подхода для управленческой практики. Методологическим основанием для проведения исследования определены положения прикладного менеджмента в концепте обогащения его предметного содержания за счет проводимых цифровых преобразований управленческой действительности; принцип обеспечения практической ценности результатов теоретических изысканий. При выполнении работы результативно, с получением новых научных результатов, реализованы методы обзора информационных источников по проблеме исследования; содержательного анализа концептуальных подходов цифрового менеджмента; выделения главных компонент в части конкретизации их ключевых положений; визуального отображения результатов исследования; доказательной аргументации приоритетного концептуального подхода для познания предметного содержания цифрового менеджмента и его тиражирования в практике управления субъектами микроэкономического уровня. Определены основные причины, сдерживающие формирование целостной концепции цифрового менеджмента. Выделены концептуальные подходы цифрового менеджмента (эволюционный, революционный, трансформационный, организационный, стратегический, циклический), формирующие его предметное содержание в управленческой науке, и раскрыты их ключевые положения. Обоснован приоритет циклического подхода цифрового менеджмента для управленческой практики.

Ключевые слова: цифровой менеджмент, концептуализация цифрового менеджмента, цифровые преобразования управления, управление субъектами микроэкономического уровня.

Качан Н.А.

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

Тресницкий А.Б.

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

Магомедрахимов Э.М.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, аспирант

Совершенствование порядка проведения инвентаризации в современных условиях. С. 144-150.

Аннотация. Современные условия ставят перед хозяйствующими субъектами проблему обеспечения сохранности материальных ценностей. Анализ мероприятий, проводимых экономическим субъектом, связанных с сохранностью материальных ценностей в рамках организации управленческого и бухгалтерского учета, предполагает использование современной нормативной документации. Учитывая, что инвентаризация является одной из составляющих процедур не только в рамках подготовки бухгалтерской

(финансовой) отчетности, но и одним из элементов системы внутреннего контроля в части сохранности материальных ценностей, изучение действующего порядка осуществления данной процедуры всегда является приоритетным. В данной статье анализируются актуальные теоретические и методические аспекты, а также новшества, связанные с особенностями проведения и учета инвентаризации в отечественных коммерческих организациях в контексте утверждения нового национального стандарта по бухгалтерскому учету – ФСБУ 28/2023 «Инвентаризация». Новый национальный стандарт вводит требования к инвентаризации, а также более подробно регулирует вопросы обязательного проведения указанной процедуры. Несомненно, представляет определенный интерес организация складского учета в части вопросов, связанных с сохранностью материальных ценностей, организация бухгалтерского учета в части вопросов, связанных с сохранностью материальных ценностей и механизмов, позволяющих проводить инвентаризацию с меньшими потерями времени.

Ключевые слова: инвентаризация, методы инвентаризации, имущество организации инвентаризационная комиссия, документы инвентаризации, объекты инвентаризации, результаты инвентаризации, недостача, излишек, пересортица, материально-ответственное лицо.

Сергеев М.В.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, аспирант

К обоснованию ценности концепции риск-менеджмента и его функционала для формирования стратегической устойчивости экономической безопасности предприятия. С. 151-160.

Аннотация. В системе управления предприятием экономическая безопасность характеризуется особой сложностью управленческого воздействия. С одной стороны, это обусловлено тем, что экономическая безопасность отражает целевое состояние степени защищенности предприятия от угроз, создаваемых непредсказуемыми изменениями рыночной среды его деятельности. С другой стороны, экономическая безопасность подвергается множественным рискам различной природы происхождения, требующим учета при выборе стратегии, оптимальной для прогнозируемых изменений среды в аспекте достижения состояния устойчивости безопасности. Исходя из этого, целью работы определено доказательство ценности концептуальных положений риск-менеджмента и его функциональных составляющих для обеспечения устойчивости экономической безопасности предприятия в стратегической перспективе посредством формирования базового состава функциональных стратегий и управленческого инструментария, используемого для обеспечения экономической безопасности. Методологическим основанием для проведения исследования выбраны положения стратегического и функционального подходов к управлению рисками экономической безопасности предприятия, адекватные содержанию концепции риск-менеджмента. В качестве методов исследования избраны методы научной полемики, стратегирования управления, содержательного и функционального анализа, построения логических моделей, стандартизации инструментария управления рисками. Конкретизировано авторское понимание сущностного отличия риск-менеджмента от управления рисками.

Выделены основные концептуальные подходы к определению функционала риск-менеджмента и аргументирована их ценность для формирования устойчивости экономической безопасности предприятия. Проведена декомпозиция процесса организации риск-менеджмента на предприятии по функциональным составляющим в концепте определения риска ресурсом стратегической устойчивости экономической безопасности. Сформированы составы базовых функциональных стратегий риск-менеджмента и управленческого инструментария, используемого для целедостижения устойчивости экономической безопасности предприятия в стратегической перспективе.

Ключевые слова: экономическая безопасность предприятия, риски экономической безопасности, риск-менеджмент, функционал риск-менеджмента.

Кондаков М.В.

Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, аспирант

Концептуальный подход к разработке методики оценки конкурентоспособности российских промышленных предприятий с учетом бережливого производства. С. 161-173.

Аннотация. Актуальность статьи обусловлена тем, что Правительство Российской Федерации считает вопрос внедрения концепции бережливого производства значимым и важным для развития экономики страны. Цель работы – формирование концептуального подхода к разработке методики оценки конкурентоспособности промышленного предприятия России с учетом концепции бережливого производства. Авторская гипотеза состоит в предположении: можно создать комплексную методику оценки конкурентоспособности промышленного предприятия России с учетом концепции бережливого производства. Методологической основой выступают общенаучные (анализ, синтез, сравнение, индукция), специальные методы экономических наук (структурно-функциональный, системный). Практическая значимость заключается в следующем: представленная методика является универсальной и применима на российском промышленном предприятии любых масштабов и отраслей. Теоретическая значимость состоит в том, что материалы данной научной статьи вносят вклад в решение научной проблемы создания комплексной методики оценки уровня конкурентоспособности промышленного предприятия России с учетом концепции бережливого производства. Важнейшими элементами научной новизны из содержащихся в методике являются следующие: анализ предприятия по трем уровням конкурентоспособности; разграничение понятия «потенциал» на три термина; разработка алгоритма экономической оценки социально-психологического компонента, включая стоимостной расчет потерь от нереализованного творческого потенциала сотрудников предприятия.

Ключевые слова: бережливое производство, конкурентоспособность товара, промышленное предприятие, нереализованный творческий потенциал, ресурсная база, конкурентоспособность предприятия.

Аминов И.

Таджикский государственный финансово-экономический университет, д-р экон. наук, профессор кафедры менеджмента

Аминова Ф.И.

Санкт-Петербургский государственный морской технический университет, канд. экон. наук, доцент кафедры экономики судостроительной промышленности

О рынке труда и платформенной предпринимательской занятости в Республике Таджикистан. С. 174-183.

Аннотация. В статье рассмотрены состояние рынка труда и особенности развития платформенной занятости в Республике Таджикистан. Целью исследования является обоснование необходимости развития платформенной занятости как нового инструмента в обеспечении сбалансированности рынка труда в Республике Таджикистан на основе анализа его современного состояния и тенденций развития. В качестве методов исследования использованы общенаучные методы научных исследований, такие как статистический анализ, логическое умозаключение, обобщение, наблюдение, сравнение и т.д. На основе статистических данных раскрыты тенденции развития рынка труда в республике. Показаны тренды развития численности трудовых ресурсов, рабочей силы, занятого населения и недоиспользования рабочей силы в экономике. Дана оценка структуры трудовых ресурсов, не вовлеченных в экономику страны. Особое внимание уделено лицам, работающим в сфере неформальной занятости. Приведены данные о количестве трудовых мигрантов республики в Российской Федерации и других странах. На основе данных официальных органов Республики Таджикистан выявлена тенденция уменьшения количества трудовых мигрантов в Российской Федерации в последние годы. Обосновано, что в сложившихся условиях трендов основных показателей рынка труда очевидным становится формирование и развитие платформенной занятости в республике, что позволит в большей степени привлечь лиц из числа самозанятых в трудовую деятельность. Выделены возможности и сильные стороны трудовой деятельности на платформенных площадках. Отмечены трудности в развитии этого вида деятельности и его слабые стороны. Даны предложения по дальнейшему обеспечению развития платформенной занятости в Республике Таджикистан.

Ключевые слова: рынок труда, трудовые ресурсы, неформальная занятость, трудовая миграция, платформенная занятость, сильные и слабые стороны, рекомендации.

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

Стратегия продвижения на основе использования инструментов интернет-маркетинга: методологический аспект. С. 184-193.

Аннотация. Целью статьи является исследование методологических аспектов стратегии продвижения на основе использования инструментов интернет-маркетинга, выявление преимуществ и недостатков интернет-маркетинга и его отдельных инструментов при продвижении бизнеса.

В ходе исследования использовались труды ученых в области разработки стратегии продвижения интернет-маркетинга, проводился анализ научных публикаций в сфере реализации стратегии продвижения и использования отдельных инструментов интернет-маркетинга хозяйствующими субъектами рынка.

Авторами разработана концептуальная схема создания и реализации стратегии продвижения, включающая этапы, функции, правила, ошибки и инструменты ее реализации.

Для повышения эффективности реализации стратегии продвижения предложен алгоритм действий по предоставлению услуг по комплексному продвижению.

В статье определены этапы реализации стратегии SEO-продвижения, так как сайт является важным инструментом интернет-маркетинга, который необходимо использовать в ходе реализации стратегии продвижения. Для практического использования стратегии SEO-продвижения рекомендуется реализация следующих этапов: формирование цели стратегии и семантического ядра, планирование контента, создание и размещение контента, оптимизация технических факторов, оптимизация качественных показателей для поисков, ссылочное продвижение, использование социальных сетей для продвижения сайта, рекламирование, сбор статистики посещений аналитики.

В ходе исследования выявлены преимущества и недостатки интернет-маркетинга для продвижения продукции и бизнеса в целом, а также преимущества и недостатки отдельных его инструментов (поисковый маркетинг, контент-маркетинг, email-маркетинг, вирусный маркетинг, мобильный маркетинг, таргетированная реклама).

Ключевые слова: стратегия продвижения, комплексное продвижение, SEO-продвижение, интернет-маркетинг, инструменты интернет-маркетинга.

Роздольская И.В.

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

Макинова Е.И.

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

Белозеров М.Е.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, аспирант

Использование маркетинга вебинаров как инструмента для привлечения потенциальных клиентов и ускорения процесса продаж в сфере цифрового маркетинга. С. 194-210.

Аннотация. В бизнес-сфере все более популярными становятся вебинары, которые при правильном использовании являются эффективным и уникальным инструментом, способным поднять уровень маркетинговых стратегий компаний. Вебинары позволяют не только продемонстрировать наработанный опыт и уникальное ценностное предложение, они призваны завоевать доверие и взаимопонимание с аудиторией, привлечь потенциальных клиентов, увеличить конверсию и повысить узнаваемость бренда. Цель исследования состоит в обобщении теоретических подходов и практического опыта использования вебинаров как инновационного маркетингового инструмента в целях привлечения потенциальных клиентов, а также ускорения процесса продаж и узнаваемости бренда. Исследование проводилось с использованием методов структурного, логического, семантического и системного анализа, экспертной оценки, метода сравнений. Представлена классификация вебинаров, применяемая для решения самых различных познавательных задач. Выявлены преимущества и недостатки вебинара как одного из инструментов маркетинговых коммуникаций. Отмечен и аргументирован виртуальный характер вебинаров. Уделено внимание персонализации, позволяющей компаниям повысить конверсию и вовлеченность. Акцентируется внимание на ключевых индикаторах для вебинаров, в числе которых: посещаемость, количество регистраций, продолжительность. Систематизированы элементы эффективного конвертирования потенциальных клиентов вебинаров в продажи. Определена совокупность действий, реализация которых направлена на рост бренда и прочную связь с целевой аудиторией.

Ключевые слова: вебинарный маркетинг, классификация вебинаров, персонализация.

Суслов Е.Ю.

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

Камышкова-Ковальчук Ю.В.

Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики, аспирант

Исследование восприятия личного бренда. С. 211-219.

Аннотация. Рост актуальности персонального брендинга обусловлен многими факторами, в том числе изменением экономической ситуации в мире, индивидуализацией

потребностей, сменой формата коммуникации бизнеса с потребителем, также развитием цифровой среды. Целями исследования являются количественная оценка изменения интереса к самому явлению личного бренда, установление уровня осведомленности людей о понятии личного бренда и получение сведений о том, какое значение они придают данному термину. В качестве гипотезы исследования принято утверждение, что интерес к изучению и формированию личного бренда в последние годы возрастает, люди осознают его необходимость, личный бренд воспринимается не просто как маркетинговый термин, а как современный инструмент для эффективного продвижения своих профессиональных услуг. В статье использованы методы анализа вторичной информации, с помощью которых изучена динамика роста популярности брендинга личности с 2018 по 2024 г., а также методы проведения опроса, с использованием которых получены актуальные эмпирические данные. Результаты исследования показали, что большинству респондентов не просто известно понятие личного бренда, а есть понимание его составных элементов, включая имидж, внешний вид, профессиональные достижения, вербальные и невербальные навыки, а также жизненные принципы и убеждения человека.

Ключевые слова: личный бренд, персональный брендинг, опрос, репутация, имидж.

Суворова Т.В.

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

Роль нетрадиционных рекламных носителей в эмоциональном брендинге и повышении ценности для клиента. С. 220-229.

Аннотация. Проблема исследования заключается в недостаточности использования традиционной рекламы для позиционирования ценностей бренда. Компании вынуждены искать новые форматы предоставления ценности для клиентов и фокусироваться на эмоциональном брендинге. В управлении эмоциональным брендингом и повышении ценности компании для потребителя особая роль отводится нетрадиционным рекламным носителям, позволяющим создать эмоциональное поле и доверительную обратную связь с целевой аудиторией. Целью работы явилось выявить роль нетрадиционных объектов размещения в эмоциональном брендинге для повышения ценности клиента. Реклама обладает мощным воспитывающим действием. Суть эмоционального брендинга, включающего нестандартные рекламные объекты, – вызвать эмоции и переживания, общественный резонанс. При управлении эмоциональным брендингом компаниям рекомендуется придерживаться «золотой середины», избегать повторов в выборе креативных объектов размещения, иначе потребитель будет воспринимать рекламный креатив как назойливую рутину. В работе автор поставил задачи: раскрыть понятие эмоционального брендинга, представить комплекс инструментов эмоционального брендинга, выделить место и значимость нетрадиционной рекламы в эмоциональном брендинге (эмбиент-медиа), рассмотреть существующие точки зрения относительно выделенной проблематики работы. В исследовании использованы методы сравнения и обобщения позитивного опыта российских компаний по развитию

партнерских отношений и повышению ценности бренда. Автор пришел к выводу, что целесообразно придерживаться определенного систематизированного процесса управления эмоциональным брендингом.

Ключевые слова: эмоциональный брендинг, реклама, наружная реклама, нетрадиционные рекламные носители, эмбиент-медиа, управление, клиент, ценность, интегрированные маркетинговые коммуникации, позиционирование.

Стрюков Н.С.

Донецкий государственный университет, аспирант

Региональный маркетинг: теоретический аспект. С. 230-236.

Аннотация. Современное развитие регионов Российской Федерации является ключевой задачей, что связано с введением различных санкций и ограничений, однако по-прежнему остается во главе маркетинговых исследований изучение развития территорий, регионов и отдельных городов. Отдельные регионы столкнулись с проблемой оттока трудоспособного населения в более привлекательные регионы, что, соответственно, вызывает интерес у ряда ученых: причины, проблемы и пути решения остаются во главе исследований. Другие регионы успешно развиваются, используя комплекс мер, которые предлагает территориальный маркетинг. Цель исследования – изучение категориально-понятийного аппарата термина «региональный маркетинг», выявление ключевых составляющих и формирование комплекса регионального маркетинга на основе комплекса маркетинга 7Р. В статье предложено рассматривать комплекс регионального маркетинга через следующие составляющие, которые представлены: ценой территориального продукта, продуктом, продвижением территориального продукта, продвижением бренда территории, процессом предоставления территориального продукта, задействованными участниками, созданием уникального регионального продукта. Предложенный научный подход базируется на характеристиках и способах предоставления территориального продукта, что позволит определить слабые и сильные места в каждом регионе и разработать соответствующую тактику и стратегию развития.

Ключевые слова: комплекс регионального маркетинга, маркетинг, региональный маркетинг, региональное управление, территориальный продукт.

Комогорцева А.В.

Дальневосточный федеральный университет (г. Владивосток), Школа экономики и менеджмента, Департамент маркетинга и развития рынков, аспирант

Романова И.М.

Дальневосточный федеральный университет (г. Владивосток), Школа экономики и менеджмента, Департамент маркетинга и развития рынков, д-р экон. наук, профессор, директор

Влияние потребительского опыта на лояльность китайских студентов к российскому вузу. С. 237-246.

Аннотация. В данной работе рассмотрены результаты эконометрического моделирования влияния потребительского опыта на лояльность китайских студентов к

российскому вузу. Целью работы является оценка влияния структурных элементов потребительского опыта на лояльность китайских студентов к российскому вузу. Предлагаемый методический подход основан на оценке соотношения основных структурных элементов потребительского опыта через комплексную оценку множества точек контакта в процессе выбора китайскими студентами российского вуза, что отличает его от существующих подходов к оценке потребительского опыта. В статье представлены результаты эконометрического моделирования влияния потребительского опыта на лояльность китайских студентов, полученные путем множественного регрессионного анализа. Анализ моделей позволил определить точки контакта китайских студентов с российским вузом, которые оказывают наибольшее влияние на лояльность китайских студентов на разных этапах процесса принятия решения. Полученные результаты анализа моделей влияния потребительского опыта на лояльность китайских студентов к российскому вузу могут быть использованы менеджментом российских вузов для определения эффективных направлений деятельности этих вузов по увеличению лояльности иностранных студентов на основании результативного управления их потребительским опытом.

Ключевые слова: потребительский опыт, управление потребительским опытом, экспорт образования, лояльность, интернационализация.

Тараканов Д.А.

Уфимский университет науки и технологий, аспирант

Анализ рынка программного обеспечения для проектирования автоматических установок пожаротушения. С. 247-253.

Аннотация. Одним из значительных сегментов рынка систем пожаротушения на территории Российской Федерации является рынок продажи программного обеспечения. Однако исследований данного рынка, представляющих обоснованную количественную и качественную характеристику, на сегодня нет. В связи с чем целью работы является анализ сегмента рынка программного обеспечения для проектирования автоматических установок пожаротушения. В качестве методов исследования выступает методика для оценки объёмов рынка – TAM, SAM, SOM, а также литературный обзор и анализ источников, посвященных данному рынку. По результатам анализа определено, что объёмы мирового рынка программного обеспечения для проектирования автоматических систем пожаротушения увеличиваются. На территории Российской Федерации спрос существенно превышает предложение, что обуславливается уходом иностранных компаний с рынка. Продажа программного обеспечения занимает значительную долю от рынка систем пожаротушения и делится на два основных блока: первый дает возможность проектировать автоматические установки пожаротушения, второй блок позволяет выполнять гидравлический расчет установок. Результаты выполненной оценки рынка по TAM, SAM, SOM показывают, что TAM составляет 811,387 млн руб. в год, SAM – 486,832 млн руб. в год, SOM – 128,559 млн руб. в год.

Ключевые слова: анализ рынка по TAM, SAM, SOM, программное обеспечение, проектирование, автоматические установки пожаротушения.

Кооперация и предпринимательство

Чистякова О.А.

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

Сущность и роль потребительской кооперации в сфере услуг. С. 254-263.

Аннотация. В представленной статье рассмотрена современная потребительская кооперация как субъект сферы услуг, переживающей резкий рост и изменение своих сущностных характеристик. Целью исследования является теоретическое обоснование места потребительской кооперации в сфере услуг на основе исследования экономической сущности кооперативной деятельности. В ходе исследования применены системно-структурный, ресурсно-воспроизводственный и результативный подходы. Проведенное исследование показало, что потребительская кооперация, как особая социально-экономическая система, нацелена не только на удовлетворение потребностей своих участников и работников, но также и на реализацию социальной миссии, играет важную роль в сфере услуг. На основании проведенного литературного обзора уточнены место и роль потребительской кооперации в сфере услуг. В статье приводится авторский подход, характеризующий модель деятельности потребительской кооперации на основе парадигмы развития сферы услуг. Выделены и раскрыты основные характеристики сферы услуг на основе исследования сущностного содержания категории услуг. Новые современные уклады обозначили услугу как продукт взаимоотношения потребительской кооперации и потребителя услуги на основе вовлечения трудовых, репутационных, финансовых и материальных услуг. Определены функции и особенности деятельности потребительской кооперации как многоотраслевой социально-экономической системы в сфере услуг.

Ключевые слова: потребительская кооперация, услуга, сфера услуг, социальная ответственность, социальная миссия.