DOI 10.47576/2712-7516\_2021\_4\_4\_6

УДК 338.46

Диалектика предприятий сервиса и торговли

Энглези Виктория Юрьевна,

ассистент кафедры бухгалтерского учета, Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского,   
г. Донецк, ДНР, e-mail: viktoriya0745@mail.ru

Статья посвящена исследованию основных закономерностей развития сферы услуг в информационном обществе под воздействием таких процессов, как цифровизация и глобализация, а также освещению современного состояния и тенденций развития предприятий сервиса и торговли. В процессе исследования раскрыты: диалектика сферы услуг в контексте спиралевидной модели эволюции общества (факторы-драйверы, предпосылки и закономерности); содержание и формы услуги как экономической категории; предложен подход к классификации услуг. Кроме того, проведен анализ современного состояния отечественных предприятий сервиса и торговли, освещены основные тенденции развития в национальной экономике.

Ключевые слова: услуга; предприятия сервиса и торговли; информационное общество; цифровизация; факторы-драйверы, предпосылки; закономерности развития сферы услуг.

UDC 338.46

The dialectics of the development of service   
and trade enterprises

Englesi Victoria Yurievna,

аssistant of the Accounting Department, Donetsk National University of Economics and Trade named after Mikhail Tugan-Baranovsky, Donetsk, Russia, DPR, Donetsk, e-mail: viktoriya0745@mail.ru

The article is presented to research the main patterns of development of services in the information society under the influence of such processes as digitalization and globalization, as well as the coverage of the current state and trends in the development of service and trade enterprises. In the process of the research the dialectics of services development in the context of a spiral model of society evolution (factors-drivers, preconditions and patterns); the content and forms of services as an economic category; the approach to the classification of services was proposed. In addition, the analysis of the current state of national enterprises of service and trade, the main development trends in the national economy are highlighted.

Keywords: service; service and trade enterprises; information society; digitalization; factors-drivers, preconditions; patterns of development of services.

DOI 10.47576/2712-7516\_2021\_4\_4\_13

УДК 338.6.2

Направления повышения эффективности современных методов управления репутационным маркетингом

Гуськова Ольга Владимировна,

кандидат экономических наук, доцент, Луганский государственный университет имени Владимира Даля, г. Луганск, Луганская Народная Республика, e-mail: guskova\_olga@internet.ru

В статье рассматриваются направления управления репутационным маркетингом. Репутационный маркетинг – это процесс использования репутации компании для продвижения бизнеса потенциальным клиентам. Репутационный маркетинг заключается в приобретении и усилении позитивного контента бренда, чтобы использовать репутацию в качестве рекламного актива в маркетинговых кампаниях. Сформулированы направления повышения эффективности современных методов управления репутационным маркетингом.

Ключевые слова: репутационный маркетинг; маркетинговая политика; управление; маркетинг; эффективность; репутация; бренд; социальные сети; официальный сайт; контент.

UDC 338.6.2

Directions for improving the effectiveness of modern methods of reputation marketing management

Guskova Olga Vladimirovna,

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Lugansk State University named after Vladimir Dal, Lugansk, Luhansk People’s Republic, e-mail: guskova\_olga@internet.ru

The article discusses the areas of reputation marketing management. Reputation marketing is the process of using a company’s reputation to promote a business to potential customers. Reputation marketing consists in acquiring and enhancing positive brand content in order to use reputation as an advertising asset in marketing campaigns. The directions of increasing the effectiveness of modern methods of reputation marketing management are formulated.

Keywords: reputation marketing; marketing policy; management; marketing; efficiency; reputation; brand; social networks; official website; content.

DOI 10.47576/2712-7516\_2021\_4\_4\_18

УДК 338

Социальное предпринимательство: особенности российской бизнес-модели, достижения   
и проблемы развития

Тесленко Ирина Борисовна,

доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой бизнес-информатики и экономики, Владимирский государственный университет им. А. Г. и Н. Г. Столетовых, г. Владимир, Россия

Хохлова Ольга Николаевна,

старший преподаватель кафедры бизнес-информатики и экономики, Владимирский государственный университет им. А. Г. и Н. Г. Столетовых, г. Владимир, Россия

В статье рассматриваются сущность и значение, основные достижения, проблемы, направления и перспективы развития социального предпринимательства в России. Делается вывод о важности данного направления бизнеса для экономического развития государства в целом.

Ключевые слова: социальное предпринимательство; социальная справедливость; социальная напряженность.

UDC 338

Social entrepreneurship: features of the Russian business model, achievements and development problems

Teslenko Irina Borisovna,

Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Business Informatics and Economics, Vladimir State University named after A. G. and N. G. Stoletov, Vladimir, Russia

Khokhlova Olga Nikolaevna,

Senior Lecturer of the Department of Business Informatics and Economics, Vladimir State University named after A. G. and N. G. Stoletov, Vladimir, Russia

The article examines the essence and significance, the main achievements, problems, directions and prospects for the development of social entrepreneurship in Russia. The conclusion is made about the importance of this business area for the economic development of the state as a whole.

Keywords: social entrepreneurship; social justice; social tension.

DOI 10.47576/2712-7516\_2021\_4\_4\_23

УДК 339.13

Разработка стратегии продвижения в развитии маркетинга персонала на рынке гостинично-ресторанных услуг

Дыбок Валентина Владимировна,

старший преподаватель кафедры сервиса и гостиничного дела, Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского, г. Донецк, ДНР, е-mail: 7v9@mail.ru

В статье анализируются стратегии продвижения на рынке гостинично-ресторанных услуг. Отмечается важность философии маркетинга в данной сфере. Внедрение должности маркетолога позволит превратить управление маркетинговыми активностями в более комплексный и эффективный процесс. Сформулированы основные направления стратегии продвижения в развитии маркетинга персонала на рынке гостинично-ресторанных услуг на примере кафе «Каспий» в Луганской Народной Республике.

Ключевые слова: репутационный маркетинг; маркетинг персонала; имиджевые преимущества; эффективность; технологии SMM; отдел маркетинга; маркетинговая политика.

UDC 339.13

Development of a promotion strategy in the development of personnel marketing in the market of hotel and restaurant services

Dybok Valentina Vladimirovna,

Senior Lecturer of the Department of Service and Hotel Business, Donetsk National University of Economics and Trade named after Mikhail Tugan-Baranovsky, Donetsk, DNR, e-mail: 7v9@mail.ru

The article analyzes the strategies of promotion in the market of hotel and restaurant services. The importance of the marketing philosophy in this area is noted. The introduction of the position of a marketer will turn the management of marketing activities into a more complex and effective process. The main directions of the promotion strategy in the development of personnel marketing in the market of hotel and restaurant services are formulated on the example of the cafe «Caspian» in the Luhansk People’s Republic.

Keywords: reputation marketing; personnel marketing; image advantages; efficiency; SMM technologies; marketing department; marketing policy.

DOI 10.47576/2712-7516\_2021\_4\_4\_30

УДК 338.3

Модель оценки имиджа компании на основе концепции маркетинга персонала

Чумаченко Галина Валерьевна,

кандидат экономических наук, доцент, Луганский государственный университет имени Владимира Даля, г. Луганск, Луганская Народная Республика, e-mail: rekruting2022@inbox.ru

В статье представлены аргументы, указывающие на то, что маркетинг персонала оказывает влияние на имидж компании. Выдвигаемая гипотеза состоит в утверждении о наличии взаимосвязи имиджа компании, оцениваемого с точки зрения потенциальных, текущих и бывших работников, и результатов эффективности деятельности компании. Представлена структура модели оценки имиджа компании на основе концепции маркетинга персонала и основные группы научно-методических подходов к оценке имиджа компании. На основе обработки данных анкетирования при проведении социологического опроса представлена интерпретация шкалы оценивания, применяемой при заполнении анкеты респондентами с целью оценки имиджа компании. Полученные результаты позволяют сделать вывод о том, что при построении детерминированной многофакторной модели одним из факторов можно использовать коэффициент постоянства кадров, подразумевая под ним индекс имиджа компании, так как между данными случайными величинами обнаружена сильная взаимосвязь.

Ключевые слова: маркетинг персонала; имидж компании; маркетинговые технологии; детерминированная многофакторная модель; концепция маркетинга персонала.

UDC 338.3

A model for evaluating the company’s image based   
on the concept of personnel marketing

Chumachenko Galina Valeryevna,

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Lugansk State University named after Vladimir Dal, Lugansk, Luhansk People’s Republic, e-mail: rekruting2022@inbox.ru

The article presents arguments indicating that personnel marketing has an impact on the company’s image. The hypothesis put forward consists in the statement that there is a relationship between the company’s image, evaluated from the point of view of potential, current and former employees, and the results of the company’s performance. The structure of the company’s image assessment model based on the concept of personnel marketing and the main groups of scientific and methodological approaches to assessing the company’s image are presented. Based on the processing of the survey data during the sociological survey, the interpretation of the evaluation scale used when filling out the questionnaire by respondents in order to assess the image of the company is presented. The results obtained allow us to conclude that when constructing a deterministic multifactor model, one of the factors can be used is the personnel constancy coefficient, meaning the company image index by it, since a strong relationship has been found between these random variables.

Keywords: personnel marketing; company image; marketing technologies; deterministic multifactorial model; personnel marketing concept.

DOI 10.47576/2712-7516\_2021\_4\_4\_36

УДК 338

Методические подходы к управлению высокотехнологичным производством на основе развития института государственно-частного партнерства в космической отрасли России

Жданов Владислав Леонидович,

кандидат политических наук, доцент, доцент кафедры комплаенса и контролинга, Российский университет дружбы народов (РУДН), г. Москва, Россия

В статье рассматриваются методические подходы к управлению высокотехнологичным производством на основе развития института государственно-частного партнерства в космической отрасли России. Отмечается, что отечественными учеными разработано более десятка методических подходов к управлению высокотехнологичным производством на основе развития взаимодействия предприятий в рамках государственно-частного партнерства, реализующих научно-технические проекты. Делается вывод, что эффективность развития государственно-частного партнерства в сфере космической промышленности зависит от результатов внедрения механизмов его регулирования, реализации и совершенствования внутриорганизационных инструментов управления научно-техническим потенциалом предприятий.

Ключевые слова: высокотехнологичное производство; государственно-частное партнерство; космическая отрасль; научно-технические проекты; ГЧП-соглашения; матрица рисков; модели ГЧП; институциональная реформа; космическая инфраструктура; промышленный менеджмент.

UDC 338

Methodological approaches to the management   
of high-tech production based on the development   
of the Institute of public-private partnership   
in the space industry of the Russian Federation

Zhdanov Vladislav Leonidovich,

Candidate of Political Sciences, Associate Professor, Associate Professor of Compliance and Controlling, Peoples’ Friendship University of Russia (RUDN), Moscow, Russia

The article discusses methodological approaches to the management of high-tech production based on the development of the institute of public-private partnership in the space industry of Russia. It is noted that domestic scientists have developed more than a dozen methodological approaches to the management of high-tech production based on the development of interaction between enterprises within the framework of public-private partnership implementing scientific and technical projects. It is concluded that the effectiveness of the development of public-private partnership in the space industry depends on the results of the introduction of mechanisms for its regulation, implementation and improvement of intra-organizational tools for managing the scientific and technical potential of enterprises.

Keywords: high-tech production; public-private partnership; space industry; scientific and technical projects; PPP agreements; risk matrix; PPP models; institutional reform; space infrastructure; industrial management.

DOI 10.47576/2712-7516\_2021\_4\_4\_42

УДК 338

Принципы экономической безопасности   
и экономического развития страны в условиях глобализации

Исаков Ахмед Садрудинович,

аспирант кафедры кафедры экономической безопасности, анализа и аудита, Дагестанского государственного университета, г. Махачкала, Россия, e-mail: isakov01\_50@rambler.ru

В статье рассматривается вопрос экономической безопасности на макро- и микроуровне, что является сегодня крайне актуальным, поскольку обеспечение безопасности национальной экономики является одним из ключевых вопросов для устойчивого развития страны, а также развития отдельных предприятий в нестабильных рыночных условиях. Необходимыми условиями для этого являются экономический рост и экономическое развитие. Выделены основные принципы, а также представлена концепция безопасности экономики государства и угрозы экономической безопасности для компаний.

Ключевые слова: экономическая безопасность; экономическое развитие; экономический рост; экономика; принципы экономической безопасности; угрозы экономической безопасности; экономическая безопасность предприятий.

UDC 338

Principles of economic security and economic development of the country in the context   
of globalization

Isakov Ahmed Sadrutdinovich,

Post-graduate Student of the Department of Economic Security, Analysis and Audit, Dagestan State University, Makhachkala, Russia, e-mail: isakov01\_50@rambler.ru

The article deals with the issue of economic security at the macro and micro levels, which is extremely relevant today, since ensuring the security of the national economy is one of the key issues for the sustainable development of the country, as well as the development of individual enterprises in unstable market conditions. The necessary conditions for this are economic growth and economic development. The basic principles are highlighted, as well as the concept of security of the state economy and threats to economic security for companies are presented.

Keywords: economic security, economic development, economic growth, economy, principles of economic security, threats to economic security, economic security of enterprises.

DOI 10.47576/2712-7516\_2021\_4\_4\_47

УДК 338:004

Трансформация HR-технологий в нефтегазовом секторе: внедрение искусственного интеллекта

Белова Надежда Викторовна,

главный экономист управления эффективности департамента экономики и планирования в переработке коммерции и логистики, ПАО «НК «Роснефть», e-mail:belovanadya@bk.ru

В статье анализируется применение искусственного интеллекта в нефтегазовой отрасли. Отмечается, что искусственный интеллект может существенно повысить производительность труда в нефтегазовых компаниях. Искусственные нейронные сети применяются для определения вероятности возникновения форс-мажоров, например в HR-сфере нефтегазового сектора. Технику искусственного интеллекта используют в HR-сфере для анализа резюме новичков. Это позволяет определять, какой отдел подходит для соискателя вакантной должности в соответствии с требованиями компании, что экономит ее время и средства, так как искусственный интеллект обучен тому, что дает более необходимую в данный момент времени информацию и оптимизирует решение HR-задач.

Ключевые слова: искусственный интеллект; нейронные сети; выбор кадров; человеческий интеллект; компьютерные системы; цифровые инструменты; нефтегазовый сектор; цифровые технологии; эволюционный интеллект; HR-задачи; процесс прогнозирования; производительность труда; нечеткая логика; самообучающаяся система; машинное обучение.

UDC 338:004

Transformation of HR technologies in the oil and gas sector: introduction of artificial intelligence

Belova Nadezhda Viktorovna,

Chief Economist of the Efficiency Department of the Department of Economics and Planning in the Processing of Commerce and Logistics, PJSC “NK “Rosneft”, e-mail:belovanadya@bk.ru

The article analyzes the use of artificial intelligence in the oil and gas industry. It is noted that artificial intelligence can significantly increase labor productivity in oil and gas companies. Artificial neural networks are used to determine the probability of force majeure, for example, in the HR sector of the oil and gas sector. Artificial intelligence techniques are used in the HR field to analyze the resumes of newcomers. This allows you to determine which department is suitable for the applicant for the vacant position in accordance with the requirements of the company, which saves her time and money, since artificial intelligence is trained to provide more information that is needed at a given time and optimizes the solution of HR tasks.

Keywords: artificial intelligence; neural networks; personnel selection; human intelligence; computer systems; digital tools; oil and gas sector; digital technologies; evolutionary intelligence; HR tasks; forecasting process; labor productivity; fuzzy logic; self-learning system; machine learning.

DOI 10.47576/2712-7516\_2021\_4\_4\_52

УДК 331

HR-менеджмент медицинских организаций: теоретико-методические подходы к управлению лояльностью

Страндстрем Елена Борисовна,

соискатель ученой степени кандидата наук на кафедре терапевтической стоматологии стоматологического факультета, Российский научно-исследовательский медицинский университет им. Н. И. Пирогова, г. Москва, Россия, е-mail:2336362@mail.ru

В статье дается обзор методов и анализ лояльности медицинского персонала. Рассматриваются процесс управления лояльностью медицинского персонала, модель лояльности персонала М. Н. О`Мэлли, кадровые риски и угрозы, возникающие вследствие низкой лояльности медицинского персонала. Уточнен алгоритм оценки лояльности медицинского персонала. Делается вывод, что топ-менеджменту организацией здравоохранения необходимо использовать методики управления лояльностью, учитывающие специфику потребностей и ценности медработников.

Ключевые слова: медицинские кадры; здравоохранение; медицинское обслуживание; медицинский персонал; лояльность персонала; топ-менеджмент; HR-служба; медучреждение.

UDC 331

HR management of medical organizations: theoretical and methodological approaches to loyalty management

Strandstrom Elena Borisovna,

Candidate of Science degree candidate at the Department of Therapeutic Dentistry of the Faculty of Dentistry, Russian Research Medical University named after N. I. Pirogov, Moscow, Russia, е-mail:2336362@mail.ru

The article provides an overview of methods and an analysis of the loyalty of medical personnel. The process of managing the loyalty of medical personnel, the M. N. O’Malley staff loyalty model, personnel risks and threats arising from low loyalty of medical personnel are considered. The algorithm for assessing the loyalty of medical personnel has been refined. It is concluded that the top management of a healthcare organization needs to use loyalty management techniques that take into account the specifics of the needs and values of health workers.

Keywords: medical personnel; healthcare; medical care; medical personnel; staff loyalty; top management; HR service; medical institution.

DOI 10.47576/2712-7516\_2021\_4\_4\_58

УДК 338

Современное состояние закупочной деятельности системы МТО ВС РФ по критерию внешних производственных связей поставщиков   
товаров и услуг

Афонин Евгений Сергеевич,

соискатель кафедры военно-политической работы в войсках (силах), Военная академия материально-технического обеспечения имени генерале армии А. В. Хрулева, г. Санкт-Петербург, Россия

В статье проведен анализ современного состояния закупочной деятельности системы материально-технического обеспечения в условиях ограничений.

Ключевые слова: закупочная деятельность; государственный заказ; поставки; сроки выполнения заказа; срывы; задержки.

UDC 338

The current state of procurement activity of the MTO system of the Armed Forces of the Russian Federation according to the criterion of external production relations of suppliers of goods and services

Afonin Evgeny Sergeevich,

Candidate of the Department of Military-Political Work in the Troops (forces), Military Academy of Logistics named after Army General A.V. Khrulev, St. Petersburg, Russia

The article analyzes the current state of procurement activities of the logistics system in conditions of restrictions.

Keywords: procurement activity; state order; deliveries; deadlines for order fulfillment; disruptions; drawbacks.

DOI 10.47576/2712-7516\_2021\_4\_4\_64

УДК 339.3:334.021

Анализ развития предприятий сервиса и торговли Донецкой Народной Республики

Синицына Карина Игоревна,

кандидат экономических наук, научный сотрудник отдела финансово-экономических исследований, Институт экономических исследований, г. Донецк, ДНР, e-mail: sinitsinak@mail.ru

Стельмахова Наталья Валерьевна,

научный сотрудник отдела финансово-экономических исследований, Институт экономических исследований, г. Донецк, ДНР,   
e-mail: stelmakhova\_n\_v@mail.ru

Статья посвящена анализу современного состояния сферы малого и среднего предпринимательства, в том числе предприятий сервиса и торговли ДНР, результатов проводимой работы по формированию инфраструктуры поддержки, с целью обеспечения благоприятных условий для развития предприятий сервиса и торговли, роста их количества и обеспечения конкурентоспосёобности в ДНР. Предложены направления действий для развития сферы малого и среднего предпринимательства, в том числе предприятий сервиса и торговли по различным факторам для создания благоприятных условий для ведения бизнеса предприятиями указанной сферы и развития региона: ресурсы, реальный сектор, институциональный, финансовый, инновационный, инфраструктурный, рынки и человеческий капитал.

Ключевые слова: предприятия сервиса и торговли; субъекты малого и среднего предпринимательства; направления развития сферы малого и среднего предпринимательства; малый и средний бизнес.

УДК 339.3:334.021

Analysis of the development of service and trade enterprises in the Donetsk People’s Republic

Sinitsyna Karina Igorevna,

Candidate of Economic Sciences, Researcher at the Department of Financial and Economic Research, Institute for Economic Research, Donetsk, DPR, e-mail: sinitsinak@mail.ru

Stelmakhova Natalia Valerievna,

Researcher, Department of Financial and Economic Research, Institute for Economic Research, Donetsk, DPR, e-mail: stelmakhova\_n\_v@mail.ru

The article is devoted to the analysis of the current state of the sphere of small and medium-sized businesses, including service and trade enterprises of the DPR, the results of ongoing work on the formation of an infrastructure to support, in order to provide favorable conditions for the development of service and trade enterprises, to increase their number and ensure competitiveness in the DPR. The article proposes directions for the development of small and medium-sized businesses, including service and trade enterprises, according to various factors to create favorable conditions for doing business by enterprises in this area and developing the region: resources, real sector, institutional, financial, innovative, infrastructural, markets and human capital.

Keywords: service and trade enterprises; small and medium-sized businesses; areas of development of small and medium-sized businesses; small and medium-sized businesses.

DOI 10.47576/2712-7516\_2021\_4\_4\_71

УДК 338

Оценка экономической устойчивости объектов атомного энергопромышленного комплекса прогнозно-аналитическим методом

Николаенко Андрей Владимирович,

кандидат экономических наук, доцент, Национальный исследовательский центр «Курчатовский институт», г. Москва, Россия, e-mail: Nikolaenko\_AV@nrcki.ru

В статье с помощью прогнозно-аналитического метода показана возможность использования данного инструментария для проведения оценки экономической устойчивости объектов атомного энергопромышленного комплекса страны на основе сценарно-динамического анализа жизненного цикла инноваций.

Ключевые слова: энергетическая безопасность; показатели; макроэкономические условия; ядерный комплекс; атомная энергетика; проект.

UDC 338

Estimation of the economic stability of the objects of the nuclear power industry complex using the predictive-analytical method

Nikolaenko Andrey Vladimirovich,

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, National Research Center “Kurchatov Institute”, Moscow, Russia, e-mail: Nikolaenko\_AV@nrcki.ru

Based on the predictive-analytical method, the article shows the possibility of using this tool to assess the economic sustainability of the country’s nuclear power industry facilities based on a scenario-dynamic analysis of the innovation life cycle.

Keywords: energy security; indicators; macroeconomic conditions; nuclear complex; nuclear energy; project.