

**ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства
и государственной службы
при Президенте Российской Федерации»**

Липецкий филиал

**ЦИФРОВИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ И ОБЩЕСТВА: ВЫЗОВЫ И
ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ РОССИИ И БЕЛАРУСИ**

**МАТЕРИАЛЫ ОЧНОЙ РОССИЙСКО-БЕЛОРУССКОЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ НАУЧНО-
ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ**

8 ноября 2019 г.

Липецк – 2019

Под общей редакцией
д-ра пед. наук, доц. **В.В. Черняева,**
канд. юрид. наук, доц. **А.Д. Моисеева**

Технический редактор:
А.С. Корнаухов

Цифровизация экономики и общества: вызовы и возможности для России и Беларуси:
Материалы очной российско-белорусской студенческой научно-практической конференции (8 ноября 2019 г.) г. Липецк) / Под общ. ред. д-ра экон. наук, доц. В.В. Черняева, канд. юрид. наук, доц. А.Д. Моисеева. – Липецк: официальный сайт Липецкого филиала РАНХиГС, 2019. – 460 с.

Материалы сборника научных трудов участников очной российско-белорусской студенческой научно-практической конференции «Цифровизация экономики и общества: вызовы и возможности для России и Беларуси: проблемы, особенности, тенденции», состоявшейся 8 ноября 2019 г. в г. Липецк, посвящены рассмотрению вызовов, возможностей и тенденций общества и экономики России и Беларуси в эпоху цифровизации.

Сборник предназначен для широкого круга читателей: ученых, специалистов-практиков, аспирантов, студентов. Опубликованные материалы представлены в авторской редакции.

Таким образом, анализ управления инновационными подходами в маркетинге на примере компании «The Coca-Cola Company» показал, что среди основных направлений по совершенствованию данных подходов для компаний на сегодняшний день должны стать:

- применение инновационных технологий в сбытовой сфере;
- формирование принципиально новых инновационных подходов в маркетинге и рекламе;
- применение новых маркетинговых инструментов, среди которых «хештеги» в социальных сетях, «челленджи», «флешмобы».

Дальнейших исследований требует разработка подходов к формированию механизма государственного управления инновационным развитием внешнеэкономической деятельности отечественных предприятий с целью вывода их на высокий уровень конкурентоспособности наряду с мировыми лидерами, в том числе в сфере потребительского рынка. Важной составляющих данного механизма является контроль как определение тенденции выполнения шагов в развитии инновационной внешнеэкономической деятельности путем разработки прогнозной модели [5, с. 151].

Список цитируемой литературы:

1. Официальный сайт компании «The Coca-Cola Company» в России [Электронный ресурс]. URL:<https://www.coca-colarusia.ru/homepage>
2. Мироненко Н.В., Котлярова О.В., Сухина Ю.В. Трансформация системы обучения в процессе подготовки кадров государственного и муниципального управления / Н.В. Мироненко, О.В. Котлярова, Ю.В. Сухина // Среднерусский вестник общественных наук; [серия «Экономика»]. Россия, Орел. 2016. Т. 11, № 6. 453 с.
3. Сухина Ю.В. Государственное управление инновационным развитием предпринимательства в регионе / Ю.В. Сухина // Стратегические инициативы социально-экономического развития хозяйствующих субъектов региона в условиях внешних ограничений [Текст]: Материалы международной научно-практической конференции, организованной совместно с администрацией ОЭЗ "ППТ "Липецк", 8–9 декабря 2016 г. Липецкий филиал Финансового университета при Правительстве РФ. Воронеж. ООО «Издательство РИТМ», 2017. Часть I. 384 с. С. 311–314.
4. Траут Д. Большие проблемы больших брендов. 2002. 91 с.
5. Сухина Ю. В. Формирование механизмов государственного управления инновационным развитием внешнеэкономической деятельности / Ю. В. Сухина // Вестник Амурского государственного университета; [серия «Естественные и экономические науки»]. Россия, Благовещенск, 2013. Вып. 63. С. 145-152.

Брякова Полина Юрьевна, студент
Беларусь, УО «Полоцкий государственный университет»
Научный руководитель – Стахейко В.Н., ст. преподаватель

Bryakova P.Y., undergraduate
Belarus, Polotsk State University
Scientific supervisor – Staheiko V.N., Senior Lecturer

ИССЛЕДОВАНИЕ ДОКУМЕНТОВ, СОПРОВОЖДАЮЩИХ ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ СТРОИТЕЛЬСТВА ОБЪЕКТОВ С ЦЕЛЬЮ СОЗДАНИЯ УНИВЕРСАЛЬНОГО ДОКУМЕНТА

RESEARCH OF DOCUMENTS ATTENDANT THE LIFE CYCLE OF CONSTRUCTION OF OBJECTS FOR THE PURPOSE OF CREATING A UNIVERSAL DOCUMENT

Аннотация

Обосновывается возможность создания универсального документа по сопровождению инвестиционного проекта в строительстве. Такой документ с использованием концепции цифровых технологий позволит значительно упростить реализацию проекта, посредством систематизации в одном документе необходимой нормативной информации (норм и нормативов, схем, способов и порядка реализации).

Abstract

The possibility of creating a universal document to support the investment project in construction is substantiated. Such a document using the concept of digital technologies will significantly simplify the implementation of the project by systematizing in one document the necessary regulatory information (rules and regulations, schemes, methods and procedures for implementation).

Ключевые слова: цифровые технологии, строительство, инвестиционный процесс, универсальный документ, экономические документы, меморандум проекта, генподрядная схема реализации проекта, эффективность.

Keywords: digital technologies, construction, investment process, universal document, economic documents, project Memorandum, General Contracting scheme of project implementation, efficiency.

1. Сбор информации о видах экономических документов, сопровождающих весь жизненный цикл объекта строительства в Республике Беларусь

На сегодняшний день, ход реализации многочисленных нормативных процедур предынвестиционной и инвестиционной стадий строительства любого объекта достаточно полно прописан в таком документе как «Альбом схем, определяющих последовательность действий при осуществлении инвестиционного проекта в строительстве, раскрывающих основные стадии этого процесса (от инвестиционного замысла до введения в эксплуатацию построенного объекта и его государственной регистрации) и установленные законодательством требования (условия, административные процедуры), соблюдение которых обязательно при прохождении этих стадий»[1]. Нами, с помощью данного документа весь жизненный цикл реализации инвестиционного проекта был подвергнут анализу путем разбивки на отдельные процессы. Каждому из таких процессов соответствует входная и выходная информация нормативного и расчетного характера. Результат проведенного нами анализа экономических документов, сопровождающих весь жизненный цикл объекта строительства в Республике Беларусь приведен в таблицах 1 и 2 (Имеется в рабочих документах).

2. Сбор информации о видах экономических документов, сопровождающих весь жизненный цикл объекта строительства в Российской Федерации

В настоящее время в России крупными инвесторами-подрядчиками подобный инструментарий используется при создании, сопровождении и актуализации такого документа как, меморандум инвестиционного проекта. Этот документ используется ими начиная с этапа инвестиционных вложений до сдачи-приемки объекта в эксплуатацию с целью сокращения затрат и времени реализации проекта строительства путем его постоянной актуализации на всем пути реализации проекта.

Подобный инструментарий и обеспечение (Меморандум проекта) можно использовать в строительном комплексе Республики Беларусь среди инвесторов-заказчиков на предынвестиционной и инвестиционной стадиях строительства, включив его в состав универсального документа на основе использования цифровых технологий.

3. Анализ причин и факторов по недостаткам (проблемам) и достоинствам каждого из документов с целью его использования при создании универсального документа

В инвестиционно-строительной деятельности существуют различные варианты реализации проекта. Из всех схем реализации инвестиционного проекта самой распространенной, во взаимоотношениях между заказчиком и исполнителями, выполняющими основные процессы реализации инвестиционного проекта, является генподрядная схема. Она чаще других встречается как в проектах с частным финансированием, так и в проектах с государственным финансированием. Строительство по данной схеме, в виду своего частого использования, будет более эффективно. Вероятность совершения ошибок, при реализации этих процедур, низка, так как по данной схеме можно найти множество проектов-аналогов, а также разработано достаточное количество ТНПА. Далее рассмотрим более подробно процедуру реализации проекта по генподрядной схеме с целью выявления факторов для того, чтобы на основании их можно было бы оценить альтернативы реализации проекта начиная с декларации о намерениях и далее поэтапно. А также, выявить недостатки существующей системы с целью замены на более современную систему с использованием цифровых технологий.

Объединив все сопутствующие предынвестиционной и инвестиционной фазе программы, такие как: Primavera, сметная программа, Бим-технологии, система электронного документооборота «Docs Vision»; on-line коммуникации, с учетом, предложенной нами, бальной системы в SWOT- анализе в единую систему, заказчик или любой другой участник инвестиционного процесса может оценить альтернативы будущего проекта и выбрать лучшую, получившую наивысший балл на выходе. Цифровые технологии и, соответственно, новое обеспечение и инструментарий позволят существенно сократить продолжительность предынвестиционного, равно как и инвестиционного, периодов строительства. Следовательно, главным результатом будет сокращение времени на реализацию проекта, а также сокращение количества членов команды проекта, и, следовательно, уменьшение стоимости проекта в целом.

4. Определение эффекта и эффективности от использования универсального документа

У инвестора при сокращении продолжительности строительства объектов производственного назначения определяется экономический эффект от выпуска дополнительной продукции или оказания дополнительных услуг за период сокращения продолжительности строительства.

Эффект от использования универсального документа рассмотрим на конкретном инвестиционном проекте «Модернизация системы отопления и горячего водоснабжения корпусов Полоцкого государственного университета в поселке Междуречье с устройством котельных на природном газе».

Эффект в сфере эксплуатации (Эф) определяем по формуле:

$$\text{Эф} = E_n \cdot K \cdot (T_1 - T_2) \quad (1)$$

где E_n – ожидаемая эффективность создаваемого производства, руб./руб.год (в нашем случае, принимается в виде средней рентабельности производства, т.е. в размере 15%);

К – величина капитала, инвестируемого в производство, составляющая 607918 бел.руб.;
T1 и T2 – продолжительность строительства по сравниваемым вариантам, в годах;
T1 – первоначальная продолжительность строительства, составляет 0,42 года;
При условии, что срок строительства этого объекта сократится, как минимум, на 30%, имеем:
T2 – продолжительность строительства с использованием предложенной системы, составит 0,29 года.
$$\Delta_{\phi} = E_n \cdot K \cdot (T_1 - T_2) = 0,15 \cdot 607918 \cdot (0,42 - 0,29) = 11854,40 \text{ бел. руб.}$$

Список цитируемой литературы

1. Альбом схем, определяющих последовательность действий при осуществлении инвестиционного проекта в строительстве, раскрывающих основные стадии этого процесса (от инвестиционного замысла до введения в эксплуатацию построенного объекта и его государственной регистрации) и установленные законодательством требования (условия, административные процедуры), соблюдение которых обязательно при прохождении этих стадий. Постановление Министерства архитектуры и строительства Республики Беларусь от 27 марта 2014 г. № 17. Изменения и дополнения: Постановление Министерства архитектуры и строительства Республики Беларусь от 12 декабря 2014 г. № 52.

Голубош Олеся Сергеевна, студентка
Россия, Нижегородский институт управления –
филиал РАНХиГС
Научный руководитель - Трофимова Т.В., к.э.н., доцент

Golubosh O. S., undergraduate
Russia, Russian Presidential Academy of National Economy
and Public Administration, Nizhny Novgorod branch
Scientific supervisor - Trofimova T.V., PhD in Economics, Associate Professor

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF INTERNET MARKETING IN MODERN RUSSIA

Аннотация

В статье рассмотрены вопросы, касающиеся основных тенденций развития интернет-маркетинга России на современном этапе; подробно раскрыты и проанализированы особенности некоторых из них.

Abstract

The article discusses issues related to the main trends in the development of Internet marketing in Russia at the present stage; the features of some of them are disclosed and analyzed in detail.

Ключевые слова: интернет-маркетинг, Российская Федерация, современный этап, тенденции развития, особенности интернета-маркетинга.

Keywords: Internet marketing, Russian Federation, the current stage, development trends, features of Internet marketing.

Развитие инноваций, глобализация, внедрение информационных технологий во все сферы жизни общества - всё это, так или иначе, меняет привычное существование и функционирование развитых государств.

Например, развитие такой сферы, как политики, целого ряда стран на современном этапе связано с активным использованием цифровых технологий, абсолютно новых систем и методов управления.

Наша страна не является исключением. Российская Федерация - государство, делающее стремительные шаги по пути цифровизации. Так, в настоящее время активно реализуется Национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации» (сроки реализации: 01.10.2018-31.12.2024), в которой указаны главные приоритеты развития нашей страны в условиях развития информационного общества. [1]

Итак, функционирование современной России основано на активной эксплуатации цифровых технологий в различных сферах жизни общества. При этом стоит отметить такую составляющую государства, как экономика, которая наиболее прозрачно и четко отражает уровень использования и внедрения инноваций.

В настоящее время, в условиях сильнейшей конкуренции, для экономики России характерна необходимость расширения путей сбыта продукции. Этим обуславливается развитие технологий в области интернета-маркетинга. Наиболее успешной российской компанией считается та, чьи маркетологи владеют необходимыми знаниями в области цифровизации, информацией о новейших тенденциях, трендах и умеют эффективно применять свои навыки на практике и по назначению. Особенное внимание эффективных маркетологов привлекает именно интернет-маркетинг.