поступлений (снижение мировой цены) [4]. Реализация идеи актуализируется в периоды экономического упадка в развитых странах, прежде всего крупнейших импортеров продукции стран с развивающимися рынками.

Относительно российских облигаций, в том числе корпоративных, специалисты практически единодушно отмечают необходимость повышения суверенного рейтинга с целью максимизации выгоды для отечественных эмитентов.

В глобальном контексте (для всех стран с развивающимися рынками) такими предпосылками является, прежде всего, замедление темпов роста мировой экономики в пределах синхронизации экономических циклов, эскалация военного напряжения, чрезвычайно высокая стоимость международных облигационных займов, а уже потом - внутренние проблемы стран с развивающимися рынками, изменение подходов к реструктуризации внешних долгов и тому подобное.

Таким образом, странам с развивающимися рынками, в том числе и России, следует учитывать то, что эмпирические данные свидетельствуют в пользу мобилизации внутренних инвестиционных ресурсов, а не на привлечение иностранного капитала. В странах с неразвитой финансово-банковской инфраструктурой и неэффективными связями с зарубежными финансовыми рынками темпы экономического роста ниже, возможности рационального привлечения средств из-за рубежа невысокие, а чрезмерные заимствования как государственным, так частным секторами в таких условиях могут вызвать дефолт и новый долговой кризис.

1. Багратуни, К.Ю. Иностранные инвестиции и совместное предпринимательство: учебное пособие / Багратуни К.Ю., Данилина М.В. - Москва: Русайнс, 2018. - 146 с.
2. Васюков, Е.А. Сравнительный анализ факторов привлекательности для ПИИ в развивающихся и развитых странах // Финансы и управление. – 2020, № 1. - С. 38-52.
3. Муталиева, Ф.Х. Современные тенденции развития международного прямого инвестирования / Ф. Х. Муталиева // Молодой ученый. - 2019. - № 50 (288). - С. 205-206.
4. Самусенко, Д.Н. Особенности участия развивающихся стран, не имеющих выхода к морю, в процессах прямого инвестирования / Д.Н. Самусенко // Вопросы экономики и управления. - 2016. - № 5 (7). - С. 76-80.
5. Чепкасов, В.В. Инвестиции: понятие и основные виды / В.В. Чепкасов // «Научно-практический электронный журнал Аллея Науки». - №5 (21) 2018 (Alley-science.ru).
6. Чиненов, М.В. Инвестиции: учебное пособие / под ред., Черноусенко А.И., Зозуля В.И., Хрусталева Н.А. – М.: КноРус, 2021. - 366 с.

Мизаев М.М., Масхудов А.В.

Теоретико-методологические основы развития цифровой экономики

ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет»

(Россия, Грозный)

doi: 10.18411/lj-06-2021-278

Аннотация

Экономика в привычном понимании обретает новую подсистему – цифровую экономику. Благодаря скоротечному развитию цифровых технологий все большее количество стран ставит переход на цифровизацию экономических процессов на первое место, для осуществления конкурентоспособности с другими государствами. Такой подход практиковался с появлением сети Интернет в малом бизнесе, где передачу товара между продавцов и покупателем можно было представить без посредников. Таким образом, цифровизация мировой экономики способствует сокращению цепей производства, а также снижает затраты на обработку, хранение и сбор данных.

Ключевые слова: цифровая экономика, экономический рост, научно-технический прогресс, цифровизация, цифровые технологии.

Abstract

Economics in the usual sense takes on a new subsystem - the digital economy. Thanks to the rapid development of digital technologies, an increasing number of countries are putting the transition to digitalization of economic processes in the first place, in order to achieve competitiveness with other states. This approach was practiced with the advent of the Internet in small businesses, where the transfer of goods between the seller and the buyer could be presented without intermediaries. Thus, the digitalization of the global economy contributes to the reduction of production chains, as well as reduces the cost of processing, storing and collecting data.

Keywords: digital economy, economic growth, scientific and technological progress, digitalization, digital technologies.

За счет участия в процессе обменов и продажи товаров таких аспектов цифровой экономики, как алгоритмы, программирование и технологии, повышается скорость работы производственных виртуальных предприятий [6]. Все это стало возможным благодаря научно-техническому развитию и международному взаимодействию в ходе создания единой цифровой платформы.

Терминология обзавелась понятием «цифровая экономика» в 1995 г., со слов Н. Негропonte, информатика из Нью Йорка, который относил к достоинствам подобной структуры передачу специфических цифровых товаров, не имеющих веса, не нуждающихся в арендах складов, и не занимающих места. А также скорость их передачи в сети Интернет [7].

По мнению ученых, определения явлений трансформации экономики не поспевают за скоростью их развития. А потому, объяснения цифровой экономике могут быть некорректными и не имеют конкретного ответа.

Цифровизация – это трудный и многоступенчатый переход производственных и управленческих технологий и информационных ресурсов в состояние, пригодное для использования в цифровых устройствах. Для эффективности стоит обеспечить достижение таких целей, как удешевление сбора, обработки и хранения данных, внедрения цифровых технологий в ряды обычных граждан, меж-организационное взаимодействие предпринимателей с помощью цифровых технологий.

Американский писатель и футуролог Джон Нейсбит относит цифровизацию к категории экономического тренда, с наличием кибернетических систем и методов средств управления, и с инструментами для анализа больших объемов информации [3].

Хозяйственная деятельность стран, как сказано выше, переходит на платформы цифровой экономики, что значительно сокращает дистанцию между продавцом и покупателем, предоставляя расширенный спектр возможностей. Производство товаров индивидуального потребления, благодаря системе таргетированного маркетинга, в условиях цифровой экономики и взаимодействия в процессе создания продукта способствует сокращением издержек и лишних затрат.

В ходе проектирования национального курса в области цифровизации и цифровой экономики стоит учесть, что высший приоритет данного процесса включает в себя прогрессивный рост социальных взаимодействий благодаря сети и цифровым площадкам, вносящих разнообразие в плане продукции и существенно ускоряющих процесс их проектирования, создания и отправки для развития общества и экономических структур. Продавец и покупатель теряют необходимость в наличии посредника, а ценовой сегмент в сфере спроса и предложения обрывает новыми механизмами сотрудничества, что, в свою очередь, делает рынки потребления обширными и разношерстными на количество участников, приводит к трансформации традиционных методов работы предприятий на более продвинутое, с использованием современных цифровых технологий и организационных методов, тем самым внося в их деятельность гибкость и способность подстраиваться под требования современного

маркетинга. В то же время создается многогранная модель координирования корреляции производственного и потребляемого через сетевые узлы [1].

Благодаря стремительному экономическому росту в рамках глобализации, преимущества электронной экономики над традиционной заключаются в скорости и многообразии искомых персонифицированных обменов. Со слов Оливера Уильямса, американского экономиста и лауреата нобелевской премии, нынешний образ экономики строится на основе взаимовыгодных сетевых партнерств, более практичных, нежели жесткая привычная структура взаимодействия. То есть создание государством возможностей объединения и умелого использования информации в ходе коммуникаций посредством сетей и платформ является важнейшим условием инноваций и роста постиндустриальной экономики.

Цифровизации – наиболее полное использование в управлении систем обратной связи, так как именно они позволяют определить меры повышения устойчивости и эффективности хозяйственной деятельности в соответствии с планами [2].

Отталкиваясь от теоретических представлений, есть смысл предполагать, что цифровизация является средством, а электронная экономика напрямую зависит от традиционной, и рассматривается как определенная часть общего процесса, когда материализация добавленной стоимости в производстве товаров и услуг осуществляется с помощью цифровых технологий, по существу касательно отраслей, работающих лишь в сети Интернет. Основную ценность она обретает лишь в случае, если цифровые технологии и инфраструктура активно внедряются во все сферы экономики и в социальные общества. Тем самым образовывается почва для реализации новых предпринимательских начал [4].

Цифровая экономика формируется на основе цифровизации и имеет свою специфику, которая состоит в следующем:

- индивид лично контролирует и создает собственный продукт;
- основой деятельности становится информация, однако в реальной сфере её роль не столь значительна;
- внедренные цифровые аукционы и рынки влияют на изменение привычного ведения бизнеса;
- искусственный интеллект и возможности благодаря технологиям на его основе комбинировать множество средств производства и отношений [5].

Цифровая экономика коренным образом меняет отношения в сфере обмена, производства и распределения электронных товаров и индивидуальных услуг. Наиболее ярко это выражено прежде всего, во внесении корректировок в управление предприятием с помощью технологий и логистики, с возможностью смены позиции планового распределения ресурсов, к управлению ходом процессов на прямую путем однократного ввода и многократного использования данных, реализацию принципа самоорганизации, а также автоматического исполнения производственных и бизнес-процессов без участия персонала [3]. Источник прибыли в таких системах формируется за счет роста эффективности управления предприятием путем высокоскоростной обработки массива данных в цифровой форме и генерации полезной информации. Таким образом, сутью цифровой экономики является превращение имеющихся на предприятии информационных ресурсов и технологий в такие активы, используя которые можно реально сокращать транзакционные издержки и повышать скорость и эффективность бизнес-процессов.

Таким образом, трансформация бизнес-моделей под влиянием цифровых технологий и формирования цифровых экосистем объективно обусловлена постоянно возрастающей сложностью экономики и, как следствие, ростом информационной деятельности по обеспечению взаимодействия всех звеньев производства товаров и услуг и все большего учета индивидуальных запросов потребителей.

Цифровая экономика формируется на основе цифровизации и имеет свою специфику, определяемую характером создания добавленной стоимости путем наращивания и систематизации цифрового контента, роста интеллектуализации алгоритмов его обработки автоматически и в зависимости от сигналов внешней среды [4]. Одной из ключевых характеристик цифровой экономики является скорость изменений в производстве товаров и услуг, в применяемых бизнес-моделях и менеджменте.

Количественные изменения в бизнес-моделях под влиянием удешевления и массовости применения цифровых устройств привели к появлению новых цифровых технологий, которые являются основой современной экономики, базирующейся преимущественно на горизонтальных взаимодействиях, инновационном предпринимательстве, информационном инжиниринге и автоформализации экономических процессов.

1. Басаев З. В. Цифровизация экономики: Россия в контексте глобальной трансформации. Мир новой экономики. 2019;12(4):32-38.
2. Головенчик Г. Теоретические подходы к определению понятия цифровая экономика. Наука и инновации. 2019;(1)54-59.
3. Никитенкова М. А. Информационная структура США: государство и рынок. М.: Academia; 2017.
4. Мизес Л. Человеческая деятельность: Трактат по экономической теории. М.: Экономика; 2019.
5. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М.: ГУ ВШЭ; 2018.
6. Ленчук У. Б. Формирование промышленной политики России в контексте задач новой индустриализации. Журнал Новой экономической ассоциации. 2018;3(39):138-145.
7. Atkinson R., McKay A. What is the digital economy? Government technology. 2020. April.

Мизаев М.М., Масхудов А.В.

Информационные технологии в маркетинговых процессах

*ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет»
(Россия, Грозный)*

doi: 10.18411/lj-06-2021-279

Аннотация

В данной работе рассматривается вопрос о применении информационных технологий в маркетинговых процессах. Не секрет, что современный технологический прогресс внедряется во все прогрессивные социальные отрасли, так или иначе повышающие эффективность деятельности всякого рода организаций. Рекламная деятельность сосуществует и развивается с применением информационных технологий, которые в свою очередь создают, обрабатывают, хранят и проецируют информацию для изучения её человеком.

В ходе работы авторами выявлено, распространение и продвижение рекламной продукции, а также проектирование самой рекламы основаны на применении компьютерных технологий и новейшего программного обеспечения. Учитывая все вышеупомянутые факторы, следует вывод, что развитие рекламной индустрии с использованием ИТ перерастает в совершенно новый, очаровывающий процесс современного общества.

Ключевые слова: информационные технологии, маркетинг, процессы в маркетинговых исследованиях.

Abstract

This paper discusses the issue of the use of information technology in marketing processes. It is no secret that modern technological progress is being introduced into all progressive social sectors, which in one way or another increase the efficiency of the activities