

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Российская академия наук
Российская академия архитектуры и строительных наук
Администрация Белгородской области
ФГБОУ ВО Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова
Международное общественное движение инноваторов
«Технопарк БГТУ им. В.Г. Шухова»

Национальная конференция с международным участием
**Международная научно-техническая
конференция молодых ученых
БГТУ им. В.Г. Шухова,
посвященная 300-летию Российской академии наук**



Сборник докладов

Часть 17

***Актуальные проблемы экономического и социального
развития***

Белгород
18-20 мая 2022 г.

УДК 005.745

ББК 72.5

М 43

М 43

Международная научно-техническая конференция молодых ученых БГТУ им. В.Г. Шухова, посвященная 300-летию Российской академии наук: эл. сборник докладов [Электронный ресурс]: Белгород: БГТУ, 2022. – Ч. 17. – 915 с.

ISBN 978-5-361-01020-2

В сборнике опубликованы доклады студентов, аспирантов и молодых ученых, представленные по результатам проведения Национальной конференции с международным участием «Международная научно-техническая конференция молодых ученых БГТУ им. В.Г. Шухова», посвященная 300-летию Российской академии наук.

Материалы статей могут быть использованы студентами, магистрантами, аспирантами и молодыми учеными, занимающимися актуальными проблемами экономического и социального развития, а также в учебном процессе университета.

УДК 005.745

ББК 72.5

ISBN 978-5-361-01020-2

©Белгородский государственный
технологический университет
(БГТУ) им. В.Г. Шухова, 2022

Оглавление

Абдулаева А.С., Умирзакова В.Л.

ТРАНСФОРМАЦИЯ РЫНКА ОФИСНЫХ ПРОСТРАНСТВ И
ОСОБЕННОСТИ ИХ УПРАВЛЕНИЯ 23

Авилова В.Г.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ BLOCKCHAIN В
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СФЕРЕ..... 28

Авилова В.Г.

ЦИФРОВЫЕ ВАЛЮТЫ ЦБ: КОНЦЕПЦИИ ВНЕДРЕНИЯ 33

Авилова В.Г.

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ОБУЧЕНИЕМ КАК ИНСТРУМЕНТ E-
HRM В ОБЛАСТИ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ПЕРСОНАЛА . 38

Анохина Е.И.

ИССЛЕДОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ КОНФЛИКТОВ И
СПОСОБОВ ИХ МИНИМИЗАЦИИ 43

Ануфриева П.И.

ОСОБЕННОСТИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
КОМПАНИЙ РФ В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОСТИ ВНЕШНЕЙ
СРЕДЫ: НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЯ «АТЛАНТИС-ПАК»..... 48

Бабаева Г.Б., Мохаммад Р.Ш.

ОСОБЕННОСТИ РЕГУЛИРОВАНИЯ ВАЛЮТНЫХ КУРСОВ 53

Багавиева А.Р.

ПОДДЕРЖКА МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИИ 57

Бадалян С.П.

ПОКУПАТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ 62

Базалеев А.Р.

РАЗРАБОТКА АНАЛИТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ ДЛЯ
ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА НА РИТЕЙЛИНГОВОЙ ПЛАТФОРМЕ
..... 66

Баранова В.С.

ПЕРСПЕКТИВЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ В СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ РФ	70
Бахолдина Т.Д.	
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ	73
Бахолдина Т.Д.	
МЕТОДЫ КОНТРОЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ РАБОТЫ ДИСТАНЦИОННЫМИ СОТРУДНИКАМИ	77
Билоушенко И.И.	
ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА МИРОВОЗЗРЕНИЕ ЧЕЛОВЕКА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	81
Бовтунова А.А., Малышева Ю.Г.	
РАЗВИТИЕ ИНВЕСТИЦИОННОГО КЛИМАТА В СИСТЕМЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ НА ПРИМЕРЕ РОССИИ	86
Богатенко Е.Р., Свиридова Т.В.	
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ В РОССИИ НА СЕГОДНЯШНИЙ ДЕНЬ (С ПОЗИЦИИ ЗАРУБЕЖНЫХ И ОТЕЧЕСТВЕННЫХ СМИ)	90
Бондарева А.А.	
БЕЗРАБОТИЦА В РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ	95
Бондаренко В.С., Григорьева С.В., Лычева И.М.	
ВОЗМОЖНЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ САНКЦИЙ КОЛЛЕКТИВНОГО ЗАПАДА ДЛЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА РФ	98
Боровской А.А., Кривошеин И.А.	
МАШИННОЕ ОБУЧЕНИЕ В ЭКОНОМИКЕ	102
Бородина К.Ю.	
СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ФИНАНСОВОЙ СИСТЕМЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	105
Бородина К.Ю.	

РАЗВИТИЕ ПРОМЫШЛЕННОГО СЕКТОРА РФ В УСЛОВИЯХ НОВОЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ РЕВОЛЮЦИИ.....	110
Брижанева М.А.	
СОЦИОЛОГИЯ И УПРАВЛЕНИЕ: СЛИЯНИЕ И ТРЕНДЫ.....	114
Бычкова М.А.	
КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ СОЦИАЛЬНО- ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО КЛИМАТА ОРГАНИЗАЦИИ	118
Варламов П.П., Трегуб О.С., Сергеев Е.П.	
КЛЮЧЕВЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ СОВРЕМЕННОГО РУКОВОДИТЕЛЯ ПРЕДПРИЯТИЯ	124
Васильева А.А., Плахотная А.Н.	
ИННОВАЦИИ И ЦИФРОВИЗАЦИЯ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ	128
Вербицких М.Н.	
ФИНАНСОВЫЕ РИСКИ РОССИИ.....	132
Вервейко Д.А.	
ЗНАЧЕНИЕ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В ЭКОНОМИКЕ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ	137
Верещагина И.В.	
ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ В ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКЕ	141
Ветренко В.В.	
СОВРЕМЕННЫЕ ЦИФРОВЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ИНСТРУМЕНТ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИЙ	145
Вешкурова М.Д.	
ИННОВАЦИОННЫЕ КЛАСТЕРЫ КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ	151
Воеводина Ю.С., Шахин Г.	

ИЗМЕНЕНИЕ ПАРАДИГМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ
РОССИИ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ САНКЦИЙ 155

Волощенко А.С.

АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА
БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ..... 159

Вороговская И.Ю., Слеваков Б.С.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРОЕКТА «УМНЫЙ ГОРОД» на примере
ГОРОДА КУРЧАТОВ 164

Вороговская И.Ю., Слеваков Б.С., Дудина А.А.

УЧЕТ ЗЕМЕЛЬ ДЛЯ ЖИЛЬЩНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА НА
ПУБЛИЧНОЙ КАДАСТРОВОЙ КАРТЕ НА ПРИМЕРЕ
БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ..... 173

Воропаева Д.А.

ЦИФРОВИЗАЦИЯ КАК МЕТОД МИНИМИЗАЦИИ ИЗДЕРЖЕК
..... 178

Гараев О.Р.

МЕТОДИКА РЕШЕНИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ КАК
ИНСТРУМЕНТ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ СУБЪЕКТА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ 180

Гиренко М.Ю., Кудрявых А.Д.

ГЛОБАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ МИРОВОЙ
ЭКОНОМИКИ 185

Гирчук Е.А.

СТИМУЛИРОВАНИЕ ПЕРСОНАЛА ИННОВАЦИОННО-
ОРИЕНТИРОВАННОЙ ФИРМЫ 189

Глазкова Е.В.

ФАРМАЦЕВТИЧЕСКАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ 194

Гнездилова Е.О.

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА ОРГАНИЗАЦИИ КАК
ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ МОТИВАЦИИ 198

Гоенко В.М.

ОСОБЕННОСТИ ВНЕШНЕЙ И ВНУТРЕННЕЙ СРЕДЫ
ОРГАНИЗАЦИИ ЖКХ 202

Голев Ю.А., Рябина А.Я.

ФОРМИРОВАНИЕ НОВЫХ ИНСТИТУТОВ ГРАЖДАНСКОГО
ОБЩЕСТВА В РОССИИ..... 205

Голец А.А.

ПРОПАГАНДА И ЕЕ РОЛЬ В ФОРМИРОВАНИИ ЦЕННОСТЕЙ И
УСТАНОВОК..... 209

Гончарова Н.Н.

ИЗОБРЕТЕНИЯ «СКОЛКОВО» – ДРАЙВЕРЫ
ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ В УСЛОВИЯХ
ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ 213

Горбачев Д.А.

АЛГОРИТМ СОЗДАНИЯ И ПРОДВИЖЕНИЯ ИНФОПРОДУКТОВ
..... 218

Городова Е.А., Старченко Ю.А.

СОЦИАЛЬНЫЕ РОЛИ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ
ПЕРСОНАЛОМ..... 222

Городова Е.А., Старченко Ю.А.

ОСОБЕННОСТИ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА В УСЛОВИЯХ
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ 226

Гофф Е.В.

СЕТЕВЫЕ СПОСОБЫ ОРГАНИЗАЦИИ БИЗНЕСА И РЫНКА
ТРУДА..... 231

Граборова Е.В., Мануилова Д.Е., Байгулова А.В.

АНАЛИЗ ЭКОНОМИКО-ДЕМОГРАФИЧЕСКОГО СОСТОЯНИЯ
ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ 236

Грек А.А.

ВЕНЧУРНЫЙ РЫНОК РОССИИ: РАЗВИТИЕ И ТЕНДЕНЦИИ 2022 ГОДА	240
Григорьева С.В., Бондаренко В.С.	
МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ РФ	244
Давыдова А.В., Николаева Я.М.	
РЕАЛИЗАЦИЯ МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	247
Данилина К.М.	
ТРУДОВАЯ МИГРАЦИЯ КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО И СОЦИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ	252
Дарвиш Ф.	
ИННОВАЦИИ КАК ОБЪЕКТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ: ИНСТРУМЕНТЫ ИЗМЕРЕНИЯ	257
Демидок В.В.	
СОВРЕМЕННЫЕ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	262
Демьянов А.Ю.	
ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ ФАКТОР. ЕГО СУЩНОСТЬ, ПРОЯВЛЕНИЕ И СПОСОБЫ МИНИМИЗАЦИИ	267
Демьянова В.Е.	
ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА: ПОНЯТИЕ, ВИДЫ, ПРЕИМУЩЕСТВА	272
Димитриевич М.	
РЫНОК ТРУДА РЕСПУБЛИКИ СЕРБИЯ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИЙНОГО ШОКА	276
Доманова Э.И.	
АНАЛИЗ И ПЕРСПЕКТИВЫ РОССИЙСКОГО РЫНКА ШОКОЛАДНЫХ ИЗДЕЛИЙ	281
Дрокин А.С., Пивоварова К.С.	

АДАПТАЦИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ К УСЛОВИЯМ ЭКОНОМИЧЕСКИХ САНКЦИЙ	286
Дрокин А.С.	
ПРИМЕНЕНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В МАРКЕТИНГЕ	291
Дуракова А.Ю., Шаповалов Д.В.	
РЕИНЖИНИРИНГ И СЕРТИФИКАЦИЯ	296
Дурнева Т. Е., Тарасенко К.С.	
МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА	301
Елаев Д.Е.	
ПРИЧИНЫ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО НЕРАВЕНСТВА В ЭКОНОМИКЕ	305
Ерохина Ю.О.	
ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В МАЛОМ БИЗНЕСЕ	309
Жилкина А.А.	
РАЦИОНАЛИЗАТОРСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ НА ПРОИЗВОДСТВЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ В ЦЕЛЯХ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ	313
Жуау Р.В.	
ИСТОРИЧЕСКИЙ ОПЫТ И СОВРЕМЕННЫЙ ЭТАП РАЗВИТИЯ ОТНОШЕНИЙ МЕЖДУ РОССИЕЙ И СТРАНАМИ К ЮГУ ОТ САХАРЫ	318
Завадская О.С.	
ВЛИЯНИЕ КОРОНАВИРУСНОЙ ИНФЕКЦИИ НА ЭКОНОМИКУ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	323
Завадская О.С., Степайкина Ю.В.	
ПОВЫШЕНИЕ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ: НЕОБХОДИМОСТЬ, ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЕ ЭФФЕКТЫ, РОЛЬ ВУЗОВ	328
Зайцев И.А.	

ВНЕДРЕНИЕ И ФОРМИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЭКОСИСТЕМ	333
Зайцева В.А.	
СРЕДСТВА АВТОМАТИЗАЦИИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ	337
Захлевная И.И.	
ОСОБЕННОСТИ ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ ЦЕНТРОБАНКА РОССИИ	341
Звончевский А.Г.	
ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТЕПЛОВЫХ ВЭР В ПРОИЗВОДСТВЕ АММОФОСА	344
Зенин А.А.	
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ В РОССИИ.....	348
Зрожевская Н.А., Рошупкина Ю.В.	
АНАЛИЗ БЕЗРАБОТИЦЫ В РОССИИ: ПРИЧИНЫ И ДИНАМИКА	353
Иванов Д.В., Юрьева В.Ф., Черняев А.Р.	
АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ В ФОРМИРОВАНИИ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ	356
Игнатьев В.Ю.	
УРОВЕНЬ ЖИЗНИ КУЗБАССОВЦЕВ: АНАЛИЗ ПОКАЗАТЕЛЯ «ТЕМП РОСТА (ИНДЕКС) РЕАЛЬНОГО СРЕДНЕДУШЕВОГО ДЕНЕЖНОГО ДОХОДА НАСЕЛЕНИЯ» ЗА 2021 ГОД	360
Исаева М.Е., Амлетова Е.С., Марченко А.В.	
АНАЛИЗ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ КОЛИЧЕСТВА ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРЕСТУПЛЕНИЙ БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ	364
Камашева А.И.	

ЭЛЕКТРОННАЯ ТОРГОВЛЯ КАК ФАКТОР РОСТА МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ	367
Канунников И.А.	
АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО И СОЦИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ В СТРОИТЕЛЬСТВЕ.....	372
Капустина П.В.	
РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ	374
Каратач С.А.	
РОЛЬ АБСТРАКЦИИ В НАУЧНОМ ПОЗНАНИИ И ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	379
Карачевцев И.В.	
РОЛЬ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА В ИННОВАЦИОННОМ РАЗВИТИИ ГОСУДАРСТВА	384
Карачевцев И.В.	
ПОСЛЕДСТВИЯ ПОВЫШЕНИЯ НДС	388
Карачевцев И.В.	
АНАЛИЗ ИЗМЕНЕНИЙ СТРУКТУРЫ РАСХОДОВ И ДОХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА УРОВЕНЬ ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ	393
Карпенко Д.И.	
ИЗМЕНЕНИЕ РЫНКА ТРУДА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ: РИСКИ ЦИФРОВИЗАЦИИ И АДАПТАЦИИ В РФ	397
Карпенко Д.И.	
ИННОВАЦИОННАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ В РАМКАХ СТРАН БРИКС	402
Кашеева Я.А.	
ПРОБЛЕМАТИКА РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ И СТИМУЛИРОВАНИЯ РАБОТНИКОВ СФЕРЫ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ.....	407

Ковылова Ю.В.

КОНКУРЕНЦИЯ В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ РОССИИ:
ПРОБЛЕМЫ И ИХ РЕШЕНИЕ..... 412

Козина А.И.

ИЗМЕНЕНИЕ РЫНКА ТРУДА РОССИИ В СВЯЗИ С
АНТИРОССИЙСКИМИ САНКЦИЯМИ 416

Колчева И.К.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОГО
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА 420

Колчина В.В.

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ И КИТАЙСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ 426

Комаревцева О.О.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ
МУНИЦИПАЛЬНЫМ ОБРАЗОВАНИЕМ В СООТВЕТСТВИИ С
ТИПОМ РЕГИОНА..... 430

Кондаков М.В.

ОПЫТ ВНЕДРЕНИЯ КОНЦЕПЦИИ БЕРЕЖЛИВОГО
ПРОИЗВОДСТВА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ 435

Коновалова А.А.

ПОРЯДОК ПРИВАТИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОГО И
МУНИЦИПАЛЬНОГО ИМУЩЕСТВА 439

Кононыхина Е.Е.

ВЛИЯНИЕ БЕЗРАБОТИЦЫ НА ЭКОНОМИКУ ГОСУДАРСТВА И
СОЦИАЛЬНЫЕ СФЕРЫ ОБЩЕСТВА..... 444

Корниенко Я.М, Плакуненко И.В.

КАНВА БИЗНЕС-МОДЕЛИ КАК ИНСТРУМЕНТ
ЭФФЕКТИВНОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ. 449

Кошкарлова А.И.

УЧЕТНАЯ ПОЛИТИКА ОРГАНИЗАЦИИ КАК ИНСТРУМЕНТ ОПТИМИЗАЦИИ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ	453
Кошкарова А.И.	
УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИЯМИ В СФЕРЕ УСЛУГ С ПРИМЕНЕНИЕМ ИНСТРУМЕНТОВ СТАНДАРТИЗАЦИИ И ИННОВАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА.....	457
Круглякова М.В.	
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ AGILE МЕТОДОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ В СФЕРЕ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИЙ	462
Крылова А.А.	
ГЛОБАЛЬНЫЕ РИСКИ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ	466
Кугатова П.А.	
ОТВЕТ ЦЕНТРАЛЬНОГО БАНКА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ НА ЗАПАДНЫЕ САНКЦИИ	471
Кугатова П.А.	
ПРИЧИНЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА РЕСПУБЛИКИ КОРЕЯ	475
Кудрявцева Е.В.	
ВНЕДРЕНИЕ ПРИНЦИПОВ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ МАЛОГО БИЗНЕСА.....	479
Курносова Т.С.	
ОПТИМИЗАЦИЯ ПРОЦЕССОВ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЁТА...	483
Куроптева А.С.	
МЕТОДЫ ПОВЫШЕНИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА ..	488
Кутько А.О.	
ПРЕСТУПЛЕНИЯ В СФЕРЕ ЭКОНОМИКИ: СУЩНОСТЬ И ОСОБЕННОСТИ.....	492
Лавриненко В.А.	

АКТУАЛЬНОЕ СОСТОЯНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	495
Лобанов А.А.	
ЗАПЕЧАТЛЕНИЕ В ИСКУССТВЕ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ОБЩЕСТВО.....	501
Ломакович Е.О.	
ТЕХНОПАРКИ И ТЕХНОПОЛИСЫ – ОСНОВА РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ.....	505
Луц В.В.	
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ «ЗЕЛеноЙ» ЭКОНОМИКИ.....	510
Луц В.В.	
ВЛИЯНИЕ ИНОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ЭКОНОМИЧЕСКУЮ ЭФФЕКТИВНОСТЬ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	516
Лысенко А.С.	
ЦИФРОВИЗАЦИЯ И МАРКЕТИНГ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ	521
Малыхина А.Ю.	
СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ РЫНКА ТРУДА.....	527
Мартынова Ю.Ю.	
РАСШИРЕНИЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ВЫПУСКНИКОВ ВУЗОВ В ПРИОБРЕТЕНИИ ЖИЛЫХ ПОМЕЩЕНИЙ	532
Мартышкина В.П.	
ФИНАНСОВЫЙ КОНТРОЛЬ РОССИИ.....	536
Матвеев Д.С.	
ВЛИЯНИЕ САНКЦИЙ НА ЭКОНОМИКУ СТРАНЫ	540
Медведева В.В.	
КОНТРОЛЬ РАБОТНИКОВ ПРИ ПЕРЕХОДЕ НА УДАЛЕННУЮ РАБОТУ	544
Медведева В.В.	

ИНФОРМАЦИОННАЯ ИНФРАСТРУКТУРА ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ РОССИИ.....	548
Медведева Т.И.	
ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ТРУДОВЫМИ РЕСУРСАМИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ БИЗНЕСА	552
Микаилов Д.	
СТАНДАРТЫ И СЕРТИФИКАЦИЯ ТОВАРОВ И УСЛУГ. ПРОБЛЕМЫ И ИХ РЕШЕНИЕ.....	557
Мирошниченко В.А.	
ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНАЯ ПОЛИТИКА ЦЕНТРАЛЬНОГО БАНКА РФ КАК ИНСТРУМЕНТ СТИМУЛИРОВАНИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ЭКОНОМИКИ	561
Михайлова А.И., Михайлова М.И.	
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ.....	564
Михайлова М.С.	
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РОССИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ.....	568
Михайлова О.А.	
СМЕНА НАУЧНЫХ ПАРАДИГМ И ПРОБЛЕМА ОТВЕТСТВЕННОСТИ УЧЕНОГО	572
Незгоровов М.С., Рогожников Б.А.	
ТРАНСФОРМАЦИЯ ФИНАНСОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ	577
Нетребенко О.С.	
ЦИФРОВИЗАЦИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ И СВЯЗАННЫЕ С НЕЙ УГРОЗЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИИ.....	583
Никулина А.В.	
УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ	587

Ничипуренко А.И.

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ И ОБЩИЕ ПРОБЛЕМЫ
УПРАВЛЕНИЯ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ
..... 593

Новопавловская Е.Е.

О НЕКОТОРЫХ НАПРАВЛЕНИЯХ ЭВОЛЮЦИИ
ПОСТСОВЕТСКОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ
ЭКОНОМИКИ 596

Овчарова М.А.

ПРИМЕНЕНИЕ ТЕОРИЙ МОТИВАЦИИ В УПРАВЛЕНИИ
ПЕРСОНАЛОМ 604

Павлова А.Е, Козунова Е.А.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ ПАНДЕМИИ И
ИЗМЕНЕНИЯ В МЕНЕДЖМЕНТЕ ПРЕДПРИЯТИЙ 609

Паншина Е.Е.

ПОЛОЖЕНИЕ ЖЕНЩИНЫ В ИНДУИЗМЕ 613

Парамонова А.А., Савостина Я.А.

ЦИФРОВИЗАЦИЯ МАШИНОСТРОЕНИЯ. НОВЫЕ ПОДХОДЫ К
УПРАВЛЕНИЮ ПРОИЗВОДСТВОМ В РОССИИ 616

Пахомова В.Г.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ В РФ 619

Пашкова В.С.

К ВОПРОСУ О ПРОТИВОРЕЧИВОСТИ ТЕХНИЧЕСКОГО
ПРОГРЕССА 624

Пелагейченко С.С.

РОССИЙСКИЙ ЭКСПОРТ: ПОИСКИ НОВЫХ НАПРАВЛЕНИЙ
..... 628

Пензев Н.А., Лычева И.М.

РЕАЛЬНЫЕ РАСПОЛАГАЕМЫЕ ДОХОДЫ НАСЕЛЕНИЯ РФ И
ПУТИ ИХ ПОВЫШЕНИЯ 632

Першина В.Ю.	
ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ.....	637
Пивоварова К.С.	
ВЛИЯНИЕ САНКЦИЙ НА ЭКОНОМИКУ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	642
Пиленко Д.В.	
НАЛОГОВЫЕ МЕРЫ ПРОТИВ ЗАПАДНЫХ САНКЦИЙ	647
Пиленко Д.В.	
ЭКОНОМИКА ШВЕЙЦАРИИ И ЕЕ МЕСТО В МЕЖДУНАРОДНОМ РАЗДЕЛЕНИИ ТРУДА	652
Плахотная А.Н., Васильева А.А.	
БРЕНДИНГ В ЭПОХУ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ.....	656
Плескачёва С.Д.	
ЦИФРОВИЗАЦИЯ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИИ.....	660
Плотникова Н.И.	
ИПОТЕЧНОЕ КРЕДИТОВАНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ	663
Поняева И.	
К ВОПРОСУ О ВЛИЯНИИ ТЕХНИЧЕСКОГО ПРОГРЕССА НА РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ.....	667
Попова А.В.	
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА РОССИИ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ	673
Попова А.В.	
СОСТОЯНИЕ И ПРОБЛЕМЫ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ НОРВЕГИИ	677
Попова А.С.	
ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ СИНГАПУРА	680

Попова К.И.	
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ РОССИИ	685
Прокопов А.В.	
О ВЛИЯНИИ НЕЙРОМАРКЕТИНГА НА ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ.....	691
Пышкин А.С.	
БЕДНОСТЬ КАК ПРИЧИНА ДЕМОГРАФИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМ В РОССИИ.....	695
Резников К.И.	
АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ ВВП В РОССИИ.....	701
Рогова К.В.	
РОЛЬ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ В КОНТЕКСТЕ КАЧЕСТВА РЕГИОНАЛЬНОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА	706
Рогожников Б.А., Евглевский В.П.	
ПРОБЛЕМЫ РЕСУРСНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ СУБЪКТОВ ЭКОНОМИКИ	711
Родина Д.Е.	
АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА И СЕРТИФИКАЦИИ	715
Родионова Е.С.	
ОСОБЕННОСТИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ .	720
Рубежный А.Г.	
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КОМПЛЕКСНОЙ ОЦЕНКИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	725
Рябина А.Я.	
ГРАЖДАНСКАЯ АКТИВНОСТЬ И ЕЕ РАЗВИТИЕ В ПРАКТИКАХ ВОЛОНТЕРСКОГО ДВИЖЕНИЯ В РОССИИ	728
Савостина Я.А., Парамонова А.А.	
О ВЛИЯНИИ ИСКУССТВЕННОГО АЖИОТАЖА НА ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ.....	734

Салманова Д.В.	
СМИ В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ	737
Самонова К.В.	
THE CONCEPT OF A CIRCULAR ECONOMY: FEATURES, PRINCIPLES OF CONSTRUCTION, BUSINESS MODELS.....	742
Симонова Е.А.	
АНАЛИЗ БЮДЖЕТА И НАЛОГОВ СТАРООСКОЛЬСКОГО ГОРОДСКОГО ОКРУГА.....	744
Скалева М.А.	
МОРАТОРИЙ НА БАНКРОТСТВО В 2022 ГОДУ	748
Скалева М.А.	
КЛЮЧЕВЫЕ САНКЦИИ ПРОТИВ РОССИИ В ПЛАТЕЖНОЙ СИСТЕМЕ И ПУТИ ВЫХОДА ИЗ СИТУАЦИИ	753
Смолькин А.С., Вершинина В.С., Дроник Д.В.	
АНАЛИЗ ПРОБЛЕМ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ НЕДВИЖИМОСТИ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА	757
Соколова А.А.	
АНАЛИЗ РЫНКА МАСЛОЖИРОВОЙ ПРОДУКЦИИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	761
Сороколетова Ю.К.	
АНАЛИЗ УРОВНЯ БЕЗРАБОТИЦЫ. МЕРОПРИЯТИЯ ПО РЕШЕНИЮ ПРОБЛЕМЫ БЕЗРАБОТИЦЫ	766
Степайкина Ю.В.	
ВЛИЯНИЕ АНТИРОССИЙСКИХ САНКЦИЙ НА ЭКОНОМИКУ РОССИИ.....	770
Степанчева А.А.	
СТРАТЕГИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА	776
Стойисавлевич Д.	

ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ АГРОКОМПЛЕКС В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ	779
Сюй Чжэньпэн	
К ВОПРОСУ ОБ ОЦЕНКЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СУБЪЕКТОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.....	785
Таран Е.Н.	
ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В РФ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ	789
Тепленко Д.В.	
ПЕРЕХОД РОССИЙСКОГО БИЗНЕСА НА ЦИФРОВУЮ ЭКОНОМИКУ	794
Теплякова А.А.	
РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ РОССИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ.....	802
Тигина А.М., Тихонов Д.Л.	
ПРОБЛЕМА БЕЗРАБОТИЦЫ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И ЕЕ ИССЛЕДОВАНИЕ С ПОМОЩЬЮ МЕТОДА АНАЛИЗА ИЕРАРХИЙ	805
Титова М.О.	
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ СТРАТЕГИЯ КАРЬЕРЫ РОСТА НАЧИНАЮЩЕГО СПЕЦИАЛИСТА	810
Ткач В.А., Чеботаева А.А.	
АНАЛИЗ ПРОБЛЕМ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА РОССИИ...	814
Ткач В.А., Чеботаева А.А.	
АКТУАЛЬНЫЕ СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ.....	820
Тростянская Д.Н.	
ИНФЛЯЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ	824
Ускова М.А.	

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИЗМЕНЕНИЯ КЛЮЧЕВОЙ СТАВКИ КАК МЕТОДА СДЕРЖИВАНИЯ ИНФЛЯЦИИ.....	828
Фальков Г.А.	
ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ОБРАЗОВАНИИ ЦИФРОВОЙ ЭПОХИ: ПРОБЛЕМЫ И ОСОБЕННОСТИ	833
Фатнева И.В.	
МЕРЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ПЕРИОД САНКЦИЙ	838
Фатнева И.В.	
АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В СФЕРЕ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА В ПЕРИОД ВВЕДЕНИЯ САНКЦИЙ	842
Федорищева А.И.	
ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ	848
Холодова А.А.	
ВЛИЯНИЕ ТАРГЕТИРОВАННОЙ РЕКЛАМЫ НА ЧЕЛОВЕКА	853
Чаусова Ю.А.	
ВЛИЯНИЕ КАРАНТИНА НА ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ СОСТОЯНИЕ ЧЕЛОВЕКА.....	859
Чемезов И.А.	
ЭТАПЫ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИЙ В ОРГАНИЗАЦИИ	864
Черенева А.С.	
АНАЛИЗ СПЕКТРА МУЛЬТИМЕДИЙНОГО ОХВАТА ДЛЯ ТРЁХ СМИ.....	869
Черных В.А.	
ПОЛИТИКА ЗАНЯТОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.....	876
Чубарева Ю.В.	
ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА РЫНОК ТРУДА	879

Шапкина Д.Н.	
АНАЛИЗ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА МЯСА ПТИЦЫ.....	884
Шимко Е.А.	
РОЛЬ КОНКУРЕНЦИИ В ЭКОНОМИКЕ.....	889
Шопин Н.Т.	
БИЗНЕС ПЛАН КАК ОСНОВНОЙ ИНСТРУМЕНТ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ	892
Шопин Н.Т.	
РОЛЬ ЦЕНТРАЛЬНОГО БАНКА НА РЫНКЕ ЦЕННЫХ БУМАГ	895
Шугаева К.Ю., Першина В.Ю.	
ИННОВАЦИИ, КАК ИНСТРУМЕНТ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ.....	898
Шугаева К.Ю.	
ОСОБЕННОСТИ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ.....	902
Щесняк Т.А.	
СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ В СФЕРЕ АПК	907
Яшков Е.С.	
ИССЛЕДОВАНИЕ ЦЕННОСТЕЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ	911

2. Киянова Л.Д., Литвиненко И. Л. Региональная инновационная система: роль элементов инфраструктуры // Аграрный научный журнал. - 2020. – № 2. – С. 83-88.

3. Павлова И.Г., Сотникова А.А. Анализ перспектив развития инновационной экономики в Российской Федерации // Актуальные проблемы экономического развития: сб. докл. X Междунар. заочной науч.-практ. конф. Белгород: Изд-во БГТУ им. В.Г. Шухова, 2019. С. 284-288.

4. Пономарева Г.Т., Тимохин Д. В. Повышение производительности труда как условие инновационного развития // Человек. Инклюзия. Общество. – 2019. – № 1. – С. 113-121.

5. Сергеенков, Д. Внедрение инноваций в организации: начальный // Молодой ученый. – 2019. – № 7 (141). – С. 278-280.

6. Соловьев А. Сопровождение инновациям: правовые проблемы преодоления // Кадровик. Трудовое право для кадровика. – 2018. – № 2. – С. 20-26.

7. Сомина И.В., Карагодина Е.Е. Взаимосвязь инвестиционной и экономической безопасности предприятия // Актуальные проблемы экономического развития: сб. докл. X Междунар. заочной науч.-практ. конф. Белгород: Изд-во БГТУ им. В.Г. Шухова, 2019. С. 364-368.

УДК 659; 519.2

Черенева А.С.

*Научный руководитель: Латыпова Н.В., канд. физ.-мат. наук, доц.
Удмуртский государственный университет, г. Ижевск, Россия*

АНАЛИЗ СПЕКТРА МУЛЬТИМЕДИЙНОГО ОХВАТА ДЛЯ ТРЕХ СМИ

Спектр мультимедийного охвата, $g(k)$ – это доля целевой аудитории, имевшей ровно k контактов с медиа при условии, что имелось m одинаковых медиасобытий. Другими словами, спектр охвата $g(k)$ – это вероятность того, что случайно выбранный из целевой аудитории человек имел ровно k контактов с медиа за m одинаковых медиасобытий (размещений рекламы). Число контактов k изменяется от 1 до максимально возможного, равного числу выходов СМИ. В работе [1] предложена бинарная модель аудитории медиа, которая предполагает наличие двух непересекающихся сегментов – случайной и постоянной аудитории, различающихся интенсивностью контактов с медиа. Каждый из этих сегментов характеризуется двумя параметрами

– вероятностью контакта случайно выбранного представителя аудитории с медиа при одном (рейтинг) и бесконечно большом (предельный охват) числе медиасобытий (размещений рекламы в медиа). Для случайно обновляемой аудитории эти параметры обозначим R и G , а для постоянной аудитории – P и C . Введем вероятность контакта с одним медиасобытием не для всей целевой аудитории, а только для ее части, относящейся к аудитории медиа. Эта вероятность для обновляемой аудитории задается отношением $r = \frac{R}{G}$, а для постоянной аудитории – параметром P . Значения R, G, P и C определяются в результате медиаисследований, причем с помощью данных параметров осуществляется связь теории с практикой медиапланирования при размещении рекламы.

Для вычисления охвата аудитории при размещении рекламы в одном медиа без постоянной аудитории ($C = 0$) используется формула:

$$g(k) = C_m^k G r^k q^{m-k}, \quad (1)$$

где $g(k)$ – спектр охвата, доля целевой аудитории, имевшей k контактов с m медиасобытиями, $C_m^k = \frac{m!}{k!(m-k)!}$ — биномиальный коэффициент; $q = 1 - r$. Эта формула получена в ходе проверки применимости схемы Бернулли с параметрами r, G и P, C для вычисления вероятности контактов с обновляемой и постоянной аудиторией СМИ [2, с.157].

Шматов Г. А. в работе [2] получил формулу спектра охвата двух СМИ:

$$g(k) = (1 - G_2)g_1(k) + (1 - G_1)g_2(k) + \sum_{i+j=k} g_1(i)g_2(j), \quad (2)$$

где $g_1(k), g_2(k)$ – спектры охвата, в качестве которых вначале выбираются спектры мультимедийного охватов любых двух медиа, а затем – спектры охвата нового медиа и спектр, полученный по формуле (2) на предыдущем этапе вычислений. Последнее слагаемое в (2) представляет собой свертку спектров $g_1(k)$ и $g_2(k)$.

В данном исследовании по аналогии получим формулу спектра охвата мультимедийной рекламы для трех СМИ. Пусть имеются три СМИ с охватами $G_1(m_1), G_2(m_2)$ и $G_3(m_3)$, где m_1, m_2 и m_3 – выходы, соответствующие для каждого СМИ. Охват трех СМИ в соответствии с формулой

$$G(m) = G [1 - (1 - r)^m] = \sum_{k=1}^m g(k); \quad (3)$$

будет следующим:

$$G = G_1(m_1) + G_2(m_2) + G_3(m_3) - G_1(m_1)G_2(m_2) - G_1(m_1)G_3(m_3) - G_2(m_2)G_3(m_3) + G_1(m_1)G_2(m_2)G_3(m_3).$$

Эту формулу наглядно иллюстрирует рис. 1, на котором охваты представлены в виде пересекающихся кругов.

– Пересеченная часть (область 7) представляет собой долю людей, имевших контакт с тремя СМИ одновременно.

– Пересеченные области 4, 5 и 6 представляют собой долю людей, имевших контакт с двумя СМИ.

– Области 1, 2 и 3 представляют собой доли людей, имевших контакт только с одним СМИ.

– Полный охват равен сумме этих 7 областей (объединение охватов трёх СМИ).

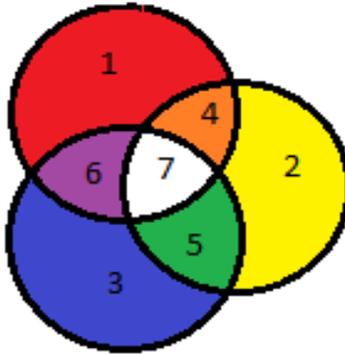


Рис. 1. Схематическое представление охвата трех СМИ как суммы 7 областей.

Определим охваты отдельных областей. Начнем с охвата совместного сектора 7. Предположим, что контакты любого человека из целевой аудитории с этими тремя СМИ являются случайными. Охват на языке теории вероятностей представляет собой вероятность того, что случайно выбранный из аудитории человек имел, по крайней мере, один контакт со СМИ.

Поэтому $G_1(m_1)$, $G_2(m_2)$ и $G_3(m_3)$ – вероятности контактов с тремя СМИ. При случайных контактах со СМИ вероятность того, что случайно выбранный из аудитории человек имел контакт с тремя СМИ равна произведению вероятностей $G_1(m_1)$, $G_2(m_2)$, и $G_3(m_3)$.

$$G(L) = G \left[1 - \prod_{j=1}^L \frac{1 - G_j(m_j)}{G} \right], \quad (4)$$

где G – предельный охват группы L медиа; j – номер медиа, $j = 1, 2, \dots, L$; $G_j(m_j)$ – охват j -го медиа. Введем для краткости обозначения:

$$g_k(i) = g_{ki}, i = 1, 2, 3, \dots; \quad 1 - G_k(m_k) = \bar{G}_k, k = 1, 2, 3.$$

Поэтому формулу (4) можно переписать в виде суммы охватов семи областей:

$$\begin{aligned} G = & G_1(m_1)\bar{G}_2\bar{G}_3 + G_2(m_2)\bar{G}_1\bar{G}_3 + G_3(m_3)\bar{G}_1\bar{G}_2 \quad (5) \\ & + G_1(m_1)G_2(m_2)\bar{G}_3 + \\ & + G_2(m_2)G_3(m_3)\bar{G}_1 + G_1(m_1)G_3(m_3)\bar{G}_2 \\ & + G_1(m_1)G_2(m_2)G_3(m_3). \end{aligned}$$

Теперь представим полный охват трех СМИ, как сумму охватов с фиксированным числом контактов, используя разложение (1) и (3) для трех СМИ.

$$G_1(m_1) = \sum_{k=1}^{m_1} g_1(k), \quad G_2(m_2) = \sum_{k=1}^{m_2} g_2(k), \quad G_3(m_3) = \sum_{f=1}^{m_3} g_3(k). \quad (6)$$

Подставляя (5) в (6) и группируя отдельные слагаемые так, чтобы каждая группа соответствовала фиксированному числу контактов, получим следующее разложение для полного охвата:

$$G = \sum_{k=1}^{m_1+m_2+m_3} g(k), \quad (7)$$

Где

$$\begin{aligned} g(1) = & g_{11}\bar{G}_2\bar{G}_3 + g_{21}\bar{G}_1\bar{G}_3 + g_{31}\bar{G}_1\bar{G}_2, \\ g(2) = & g_{12}\bar{G}_2\bar{G}_3 + g_{22}\bar{G}_1\bar{G}_3 + g_{32}\bar{G}_1\bar{G}_2 + g_{11}g_{21}\bar{G}_3 + g_{11}g_{31}\bar{G}_2 \\ & + g_{21}g_{31}\bar{G}_1, \end{aligned}$$

$$g(3) = g_{13}\overline{G_2}\overline{G_3} + g_{23}\overline{G_1}\overline{G_3} + g_{33}\overline{G_1}\overline{G_2} + (g_{12}g_{21} + g_{11}g_{22})\overline{G_3} + (g_{12}g_{31} + g_{11}g_{32})\overline{G_2} + (g_{22}g_{31} + g_{21}g_{32})\overline{G_1} + g_{11}g_{21}g_{31},$$

Далее по индукции получаем

$$g(k) = g_{1k}\overline{G_2}\overline{G_3} + g_{2k}\overline{G_1}\overline{G_3} + g_{3k}\overline{G_1}\overline{G_2} + \sum_{i+j=k} g_{1i}g_{2j}\overline{G_3} + \sum_{i+f=k} g_{2i}g_{3f}\overline{G_1} + \sum_{i+f=k} g_{1i}g_{3f}\overline{G_2} + \sum_{i+j+f=k} g_{1i}g_{2j}g_{3f}.$$

Проиллюстрируем полученную формулу на примере. Пусть требуется найти полный спектр охвата трех СМИ с рейтингами $R_1 = 5\%$, $R_2 = 10\%$, $R_3 = 20\%$ и предельным охватом $G = 30\%$, количество выходов рекламы $m = 15$. Все вычисления будем проводить в Excel. Сначала для каждого СМИ по формуле (1) вычисляются спектры охвата $g_1(k)$, $g_2(k)$ и $g_3(k)$. Далее используя (6) и (7), получаем спектр полного охвата $g(k)$ для трех медиа, по которому строим диаграмму (рисунок 2). Результаты вычислений представлены в таблицах ниже.

Таблица – Результаты вычислений в Excel.

k	g_1	g_2	g_3
1	0,05841492437	0,005138231086	0,0000006272254744
2	0,08178089411	0,0179838088	0,000008781156641
3	0,0708767749	0,03896491907	0,00007610335756
4	0,04252606494	0,05844737861	0,0004566201454
5	0,01871146857	0,06429211647	0,00200912864
6	0,006237156191	0,05357676372	0,006697095465
7	0,001603840163	0,03444220525	0,01722110262
8	0,0003207680327	0,01722110262	0,03444220525
9	0,00004989724953	0,006697095465	0,05357676372
10	0,000005987669943	0,00200912864	0,06429211647

11	0,0000005443336312	0,0004566201454	0,05844737861
12	0,00000003628890875	0,00007610335756	0,03896491907
13	0,000000001674872711	0,000008781156641	0,0179838088
14	0	0,0000006272254744	0,005138231086
15	0	0,00000002090751581	0,0006850974782
<i>k</i>	<i>g(k)</i>	<i>g(k), %</i>	
1	0,04448751354	4,448751354	
2	0,06984495133	6,984495133	
3	0,07697365075	7,697365075	
4	0,07118413925	7,118413925	
5	0,06027840478	6,027840478	
6	0,04896742019	4,896742019	
7	0,04307408781	4,307408781	
8	0,04732569579	4,732569579	
9	0,0586611408	5,86611408	
10	0,06583225402	6,583225402	
11	0,05879411382	5,879411382	
12	0,0390211836	3,90211836	
13	0,01799011473	1,799011473	
14	0,005138673401	0,5138673401	
15	0,0006851121282	0,06851121282	

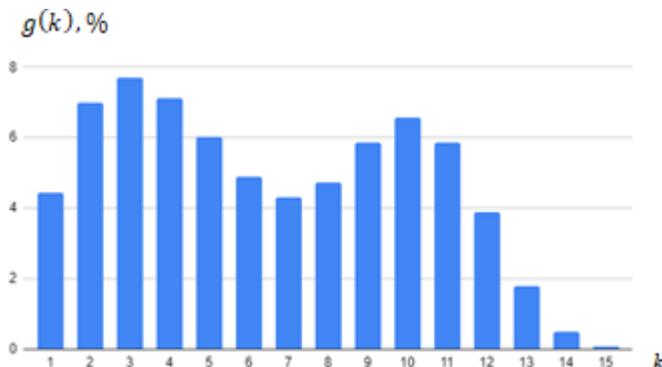


Рис. 2. Полный спектр охвата трех СМИ по данным из примера.

На (рисунок 2) представлен спектр полного охвата трех СМИ, вычисленный по формуле (7) указанным выше методом. Из рисунка видно, что спектр полного охвата $g(k)$ трех СМИ представляет собой немонотонную зависимость охвата аудитории от числа контактов с двумя максимумами при $k = 3$ и $k = 10$.

В данной работе получена формула спектра полного охвата мультимедийной рекламы для трех СМИ. Представлен пример, где с помощью полученной формулы был найден полный спектр охвата трех СМИ и построена его диаграмма. Результаты исследований можно применять при планировании рекламных кампаний для выбора оптимальной программы размещения рекламного материала с целью увеличения эффективности рекламного воздействия на потребительское поведение.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Шматов Г.А. Модели теории медиапланирования и риск неэффективного размещения рекламы // Журнал экономической теории. – 2018, №1. – С. 23–38.
2. Шматов Г.А. Вычисление и оптимизация эффективного охвата мультимедийной рекламы // Вестник УрФУ. Сер.: Экономика и управление – 2015, №3. – С. 474–495.
3. Шматов Г.А. Экономико-математическая теория и прикладные инструменты медиапланирования // Журнал реклама: теория и практика. – 2016, №2. – С. 66–79.

4. Рязанов Ю.Г., Шматов Г.А. Медиапланирование. – Екатеринбург: Уральский рабочий, 2002. – 308 с.

УДК 331.33

Черных В.А.

*Научный руководитель: Журавлева Л.И., канд. экон. наук, доц.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

ПОЛИТИКА ЗАНЯТОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

В настоящее время Россия находится в сложной и уникальной экономической ситуации: пандемия, санкции, уход с рынка зарубежных компаний.

В данной работе мы рассмотрим ситуацию с безработицей в настоящее время.

Согласно Росстату, уровень безработицы РФ в 2021 году составлял на начало года около 5,8%. По статистике предыдущего периода процент безработных составлял только 4,7%. [8]

Рассмотрим движение показателя безработицы в России с 1992-2021гг. на диаграмме [1] представленной ниже:



Рис. 1 Статистика безработицы в России по годам, 1992-2021 гг., %