

URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/405880325/> / (date of access: 06/18/2024).

15. International Forum «Technology and Security». — URL: https://www.tbforum.ru/hubfs/Digital/SS/SS_ADAPT/TBF24_14-02-24_Бондаренко.pdf?hsLang=ru (date of reference: 06/18/2024).

16. *Minakova I. V.* State management of foreign trade activities based on the development of customs administration institutions : monograph / I. V. Minakova, N. E. Derkach, O. I. Solodukhina, S. A. Starykh. — Kursk : ZAO Universitetskaya kniga, 2024. — 103 p.

17. Official website of ANO «CCIT». — URL: ru-ikt.ru (date of access: 05/19/2024).

18. The results of monitoring the procurement of software for state and municipal needs as of 01.01.2023 ANO «CCIT». — URL: https://old.ru-ikt.ru/upload/iblock/707/Отчет_%20o_%20закупках_%20ПО_%202022_%20фин.pdf (date of reference: 05/18/2024).

19. Catalog of compatibility of Russian software (ARPP «Domestic software» ANO «CCIT»). — URL: https://catalog.arppsoft.ru/replacement_list (date of appeal: 06/18/2024).

20. The Russian Internet portal of the analytical agency TAdviser «The State. Business. Technology». — URL: <https://www.tadviser.ru/> (date of access: 05/18/2024).

21. The Internet portal of the analytical agency «TADVAISER». — URL: www.tadviser.ru/index.php//Article:Large-scaleimportsubstitutionprojects (accessed: 05/19/2024).

22. The Internet portal of the analytical agency «TADVAISER». — URL: <https://www.tadviser.ru/index.php/Article:InformationsecurityoftheCompany> (date of application: 05/20/2024).

23. Internet portal for information security on the web. — URL: <https://safe-surf.ru/specialists/article/5303/683297/> / (date of request: 06/20/2024).

УДК 338.242

ЦИФРОВАЯ ТОРГОВЛЯ КАК НЕОБХОДИМЫЙ ИННОВАЦИОННЫЙ ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ТРАНСФОРМАЦИЕЙ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА

Коды JEL: O31, O27

Обухова А. С., кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры финансов и кредита, Юго-Западный государственный университет, г Курск, Россия
E-mail: obuhova_anna@inbox.ru; SPIN-код: 4085-8495

Барков И. М., аспирант кафедры финансов и кредита, Юго-Западный государственный университет, г Курск, Россия
E-mail: tracer9084@yandex.ru; SPIN-код: отсутствует

Ершова И. Г., доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры финансов и кредита, Юго-Западный государственный университет, г Курск, Россия
E-mail: ershovairgen@yandex.ru; SPIN-код: 1024-2161

Поступила в редакцию 07.06.2024. Принята к публикации 28.06.2024

Аннотация

Актуальность темы. Цифровые технологии завоевывают все области мировой экономики, включая международную торговлю. Все больше юридических и физических лиц предпочитают совершать покупки через цифровые платформы, что приводит к переходу многих услуг на онлайн-формат. Сегодня онлайн-платформы играют ключевую роль в сопоставлении спроса и предложения, упрощая сделки между всеми участниками рынка. Цифровая торговля переосмысливает традиционные процессы, включая платежи, электронный документооборот и электронную торговлю. Она также открывает новые перспективы, такие как внедрение искусственного интеллекта и цифровых решений в различные сферы торговли. Однако стоит учитывать, что развитие цифровой торговли несет как потенциальные выгоды, так и определенные риски для экономики. Для стабильного развития рынка цифровых товаров, цифровизации документооборота в B2B- и B2C-сегментах, разрешения торговых споров в электронном формате и использования искусственного интеллекта важно определить основные правила функционирования цифровой торговли в рамках ЕАЭС. Для поддержки развития цифровых технологий в Евразийском экономическом союзе могут

применяться различные методы, такие как стимулирование инноваций, обмен опытом между странами-членами, поддержка цифровых стартапов, обучение специалистов в области цифровых технологий и другие меры по содействию созданию благоприятной среды для цифровой торговли.

Цель. Провести анализ и предложить мероприятия по управлению цифровой торговлей как необходимым инновационным инструментом трансформации экономики региона.

Методология. Методы логического и сравнительного анализа, материалы периодической печати, законодательные и нормативно-правовые документы.

Результаты и выводы. Представлены этапы планирования цифровой торговли на рынке, направленные на эффективное достижение поставленных целей и задач. Представлены внутренние показатели конкурентоспособности организации цифровой торговли. На основе анализа и оценки текущей ситуации в цифровой торговле исследованы показатели уровня цифровизации и использования цифровых технологий, сформулированы и аргументированы предложения по устранению проблем управления торговлей цифровых технологий. Сделан вывод, что цифровизация предполагает использование цифровых технологий для создания цифровых моделей бизнес-процессов, что позволяет оптимизировать операции, улучшить взаимодействие с клиентами.

Область применения. Сфера регионального управления цифровой торговлей

Ключевые слова: цифровая торговля, инновационная система, цифровые технологии.

UDC 338.242

DIGITAL TRADE AS A NECESSARY INNOVATIVE TOOL FOR MANAGING TRANSFORMATION OF THE REGIONAL ECONOMY

JEL Codes: O31, O27

Obukhova A. S., Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Finance and Credit, Southwestern State University, Kursk, Russia
E-mail: obuhova_anna@inbox.ru; SPIN-code: 4085-8495

Barkov I. M., graduate student of the Department of Finance and Credit, Southwestern State University, Kursk, Russia
E-mail: tracer9084@yandex.ru; SPIN-code: missing

Ershova I. G., Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Finance and Credit, Southwestern State University, Kursk, Russia
E-mail: ershovairgen@yandex.ru; SPIN-code: 1024-2161

Abstract

Relevance of the topic. Digital technologies are conquering all areas of the global economy, including international trade. More and more legal entities and individuals prefer to make purchases through digital platforms, which leads to the transition of many services to an online format. Today, online platforms play a key role in matching supply and demand, facilitating transactions between all market participants. Similar trends are observed within the Eurasian Economic Union. Digital commerce is reimagining traditional processes including payments, electronic document management and e-commerce. It also opens up new prospects, such as the introduction of artificial intelligence and digital solutions in various areas of trade. However, it is worth considering that the development of digital trade carries both potential benefits and certain risks for the economy. For the stable development of the digital goods market, digitalization of document flow in the B2B and B2C segments, resolution of trade disputes in electronic format and the use of artificial intelligence, it is important to determine the basic rules for the functioning of digital trade within the EAEU. To support the development of digital technologies in the Eurasian Economic Union, various methods can be used, such as stimulating innovation, sharing experiences between member countries, supporting digital start-ups, training specialists in the field of digital technologies and other measures to promote the creation of a favorable environment for digital trade.

Target. Conduct an analysis and propose measures to manage digital trade as a necessary innovative tool for transforming the regional economy.

Methodology. Methods of logical and comparative analysis, periodical materials, legislative and regulatory documents.

Results and conclusions. *The stages of planning digital trade on the market, aimed at effectively achieving the goals and objectives, are presented. The stages of the life cycle of a digital product are considered. Internal indicators of the competitiveness of a digital trade organization are presented. Based on the analysis and assessment of the current situation in digital trade, indicators of the level of digitalization and the use of digital technologies have been studied, proposals for eliminating the problems of managing trade in digital technologies have been formulated and argued. It is concluded that digitalization involves the use of digital technologies to create digital models of business processes, which allows optimizing operations and improving interaction with customers.*

Application area. *Scope of regional digital trade management*

Keywords: *digital trade, innovation system, digital technologies.*

DOI: 10.22394/1997-4469-2024-66-3-80-88

Введение

Развитие цифровой торговли подразумевает не только простое присутствие в онлайн-среде, но и активное формирование стратегии взаимодействия с целевой аудиторией, создание необходимой инфраструктуры для эффективного функционирования на цифровом рынке, выбор подходящей интернет-платформы, настройку разнообразных каналов и инструментов интернет-маркетинга. Эти мероприятия направлены на достижение финансовых результатов и повышение конкурентоспособности в онлайн-среде.

В цифровом или электронном оказании услуг важно учитывать, что данный процесс считается активным только при использовании специализированных технических средств, таких как веб-сайты или цифровые платформы, которые специально разработаны для предоставления данной услуги. Чрезвычайно важным является не только наличие технических средств, но и их соответствие целям и потребностям пользователей, а также обеспечение безопасности и удобства взаимодействия

Цифровая торговля и оказание электронных услуг в онлайн-среде требует комплексного подхода, включающего в себя не только технические аспекты, но и стратегическое планирование, анализ рынка, управление цифровыми ресурсами, а также постоянное обновление и развитие цифровой инфраструктуры. Онлайн-бизнес успешен, когда процессы электронной торговли и услуг хорошо спланированы, продуманы и адаптированы под требования цифрового рынка и ожидания пользователей.

Материалы и методы

Вопросами управления цифровой торговли занимаются известные в экономической науке ученые. Так, проблемы глобального управления цифровой торговлей рассматривают О. В. Бирюкова, А. В. Данильцев [1]. Влияние индикаторов интернет-среды на развитие цифровой торговли и О. изучает В. Воронина [2, 3].

Исследованием факторов, определяющих конкурентоспособность товаров, занимается

А. Ю. Ершов [4]. Такие ученые, как Казаренкова Н. П., Колмыкова Т. С., Лобанов И. В. рассматривают цифровую трансформацию социального бизнеса [5, 6, 7]. Вопросы сетецентрического управления как фактора информационно-коммуникационного технологического лидерства изучались группой исследователей А. В. Малышевым, А. А. Солдатовым, Н. Ю. Ершовым [8].

Цифровые услуги как предмет договора возмездного оказания услуг представлены в работе Р. Н. Мородумова [9]. Направления и инструменты цифровизации экономического пространства предложили такие ученые, как О. В. Асеев, И. М. Барков, Е. С. Беляева [10].

Проблемы международной торговли в цифровом сегменте, основные факторы и тенденции развития исследуют Т. В. Сизова, Н. А. Волобуев, Д. А. Сизова [12, 13]. Управление инновационной деятельностью предпринимательских структур региона изучали такие исследователи, как Е. Ю. Якимова, Л. Н. Гусельникова [14].

Результаты и их обсуждение

Цифровая торговля в рамках стратегического планирования представляет собой важную область деятельности в современной экономике, охватывающую все процессы и операции по предоставлению услуг клиентам через сеть Интернет. Планирование цифровой торговли на рынке является сложным процессом, который включает в себя несколько этапов, направленных на эффективное достижение поставленных целей и задач (рис. 1).

Первый этап стратегического планирования цифровой торговли заключается в проведении анализа существующей ситуации на рынке, включая изучение конкурентов, потребителей, тенденций развития технологий и других факторов, которые могут повлиять на деятельность компании в онлайн-среде. На основе полученных данных формулируются стратегические цели и задачи.

Второй этап включает разработку стратегии цифровой торговли, где определяются основные направления деятельности компании

в онлайн-среде, выбираются инструменты и методы взаимодействия с целевой аудиторией, а также устанавливаются ключевые показатели эффективности.

Третий этап связан с реализацией стратегии, что включает в себя разработку и запуск онлайн-платформы, настройку системы интернет-маркетинга, обучение персонала и другие мероприятия, необходимые для успешного функционирования в сети.

Четвертый этап заключается в мониторинге и анализе результатов деятельности в онлайн-среде, оценке эффективности принятых решений и внесении корректировок в стратегию, чтобы обеспечить достижение поставленных целей и успешное развитие электронной торговли компании.

В условиях постоянного расширения аудитории интернет-пользователей и динамичного развития интернет-технологий критическим фактором в управлении электронной торгов-

лей оказывается выбор оптимальной интернет-платформы, способной привлечь и удержать целевую аудиторию.

Цифровая трансформация области услуг привела к появлению новых форм цифровых сервисов и расширению соответствующих рыночных сегментов. Также произошло преобразование традиционных услуг благодаря интеграции цифровых технологий на различных этапах их жизненного цикла.

Эти изменения в электронной сфере и сфере услуг связаны с инновационными подходами к предоставлению услуг, оптимизацией процессов и улучшением взаимодействия с клиентами с использованием цифровых инструментов. Это создает новые возможности для бизнеса, реализующего электронную торговлю, а также требует более гибкого и адаптивного подхода к управлению и стратегическому развитию в условиях быстрого цифрового трансформационного процесса.



Рис. 1. Этапы жизненного цикла цифрового продукта

Анализ динамики развития электронных услуг в Российской Федерации может быть проведен путем изучения показателей объема предоставляемых услуг и оценки их вклада в формирование валовой добавленной стоимости. Также важными аспектами анализа являются показатели потребления электронных услуг, отражающие рост спроса на такие услуги со стороны населения и предприятий.

Оценка вклада электронных услуг в создание валовой добавленной стоимости позволяет определить экономическую значимость данного сегмента экономики и его влияние на общий экономический рост. Анализ показателей потребления электронных услуг позволяет определить динамику спроса на такие услуги и предпочтения потребителей.

Таким образом, комплексный анализ развития электронных услуг в России требует учета различных факторов, включая экономические, социальные, технологические и инновационные аспекты, для выработки эффективных стратегий развития данного сектора и повышения его конкурентоспособности.

Система внутренних показателей конкурентоспособности организации в сфере услуг представляет собой комплексный инструмент, который позволяет проанализировать и оценить внутренние факторы и ресурсы организации, определяющие ее способность конкурировать эффективно на рынке услуг. Эта система помогает выявить сильные и слабые стороны организации, а также определить устойчивость и готовность ком-

пании к изменяющимся условиям конкуренции в сфере услуг.

Внутренние показатели конкурентоспособности включают в себя различные аспекты, такие как качество предоставляемых услуг, производственные процессы, управление ресурсами, инновационная деятельность, квалификация персонала, структура управления и др. Анализ этих показателей позволяет выявить преимущества и недостатки организации, а также определить потенциал для улучшения ее конкурентоспособности.

Цель системы внутренних показателей конкурентоспособности заключается в том, чтобы предоставить организации инстру-

ментарий для разработки стратегий развития, направленных на повышение ее конкурентоспособности и укрепление позиций на рынке услуг. Акцент делается на внутренних ресурсах и процессах, поскольку именно они формируют основу для успешной конкуренции и устойчивости к внешним факторам конкуренции.

Таким образом, использование системы внутренних показателей конкурентоспособности позволяет организации не только оценить свое текущее положение на рынке услуг, но и создать фундамент для долгосрочного успеха, обеспечивая адаптивность и конкурентоспособность в динамичной среде бизнеса.



Рис. 2. Внутренние показатели конкурентоспособности организации цифровой торговли

Для эффективной реализации функций основных параметров и индикаторов формирования конкурентоспособности организации в сфере услуг требуется комплексный подход, который включает в себя консолидацию всех факторов в целях достижения оптимального результата от ее деятельности. Данная концепция предполагает интеграцию различных аспектов внутренней и внешней среды организации, а также учет всех ключевых параметров, влияющих на ее конкурентоспособность.

Цель консолидации факторов формирования конкурентоспособности заключается в обеспечении синергии и взаимодействия между различными элементами бизнеса, что позволяет достичь максимальной эффективности и устойчивости организации на рынке услуг. Этот подход способствует выявлению внутренних ресурсов и возможностей, а также адаптации к изменяющимся внешним условиям конкуренции.

Консолидация факторов формирования конкурентоспособности включает в себя анализ ключевых показателей, разработку стратегий управления и оптимизации процессов, а также

построение механизмов контроля и мониторинга результатов. Этот подход способствует созданию целостной системы управления, направленной на повышение эффективности бизнеса и укрепление его позиций на рынке.

Таким образом, консолидация всех факторов формирования конкурентоспособности организации в сфере услуг является необходимым шагом для обеспечения успешного функционирования и развития организации в условиях жесткой конкуренции. Тщательный анализ факторов, их совокупная интеграция и осознанное применение позволят организации достичь высоких результатов и устойчивого развития в долгосрочной перспективе.

Оценка вклада сектора электронных услуг в ВВП проводится путем учета данных о секторе информационно-коммуникационных технологий, включающие в себя услуги в области ИКТ, а также информации о продажах электронных услуг за пределами данного сектора. Для более точного измерения вклада сектора электронных услуг в экономику необходимо учитывать как внутренние, так и внешние аспекты этой деятельности.

Анализ влияния сектора электронных услуг на ВВП требует комплексного подхода, который включает в себя выявление структурной динамики сектора информационно-коммуникационных технологий, оценку прямых и косвенных взаимосвязей с другими секторами экономики, а также анализ влияния объема продаж электронных услуг вне сектора ИКТ на общий экономический показатель — ВВП.

Существенное значение имеет учет значимости электронных услуг в современной цифровой экономике, а также их влияния на различные аспекты жизни общества, включая уровень инноваций, конкурентоспособность, производительность труда и уровень жизни населения. Адекватная оценка вклада сектора электронных услуг в ВВП позволяет определить его социо-экономическую значимость и разработать стратегии развития для обеспечения устойчивого экономического роста.

Таким образом, осуществление оценки вклада сектора электронных услуг в ВВП требует системного анализа данных и выявления множественных взаимосвязей между различными факторами, что позволит определить и оценить влияние данного сектора на экономическое развитие страны.

Интеграция цифровых технологий в сферу услуг оказывает значительное влияние на конкурентоспособность компаний, становясь ключевым источником преимуществ и прибыли. Этот процесс приводит к изменению бизнес-моделей, способов взаимодействия на рынке и потребительского поведения. Ана-

лиз последних информационных технологий на рынке услуг позволил выявить основные показатели цифровизации различных отраслей торгового сектора Российской Федерации (рисунок 3).

Цифровая трансформация приводит к новым возможностям для бизнеса, расширяя спектр услуг, оптимизируя процессы и повышая эффективность взаимодействия между участниками рынка. Анализ уровня цифровизации различных секторов услуг важен для определения текущего состояния отраслей экономики, выявления потенциала для внедрения современных технологий и разработки стратегий развития.

Согласно анализу в 2023 году, отмечается пониженная динамика интеграции цифровых технологий, включая ERP-системы и цифровые платформы, в различные секторы рынка услуг. В то же время, другие виды цифровых технологий демонстрируют рост внедрения в услуговой сектор, где наиболее выделенной категорией являются облачные сервисы.

Это явление может быть связано с различными факторами, такими как изменяющиеся предпочтения потребителей, технические ограничения, а также экономические факторы, влияющие на принятие решений о цифровом развитии в компаниях и организациях. Понижение активности внедрения ERP-систем и цифровых платформ может отражать насыщенность рынка данными технологиями либо необходимость пересмотра подходов к их эффективному применению.

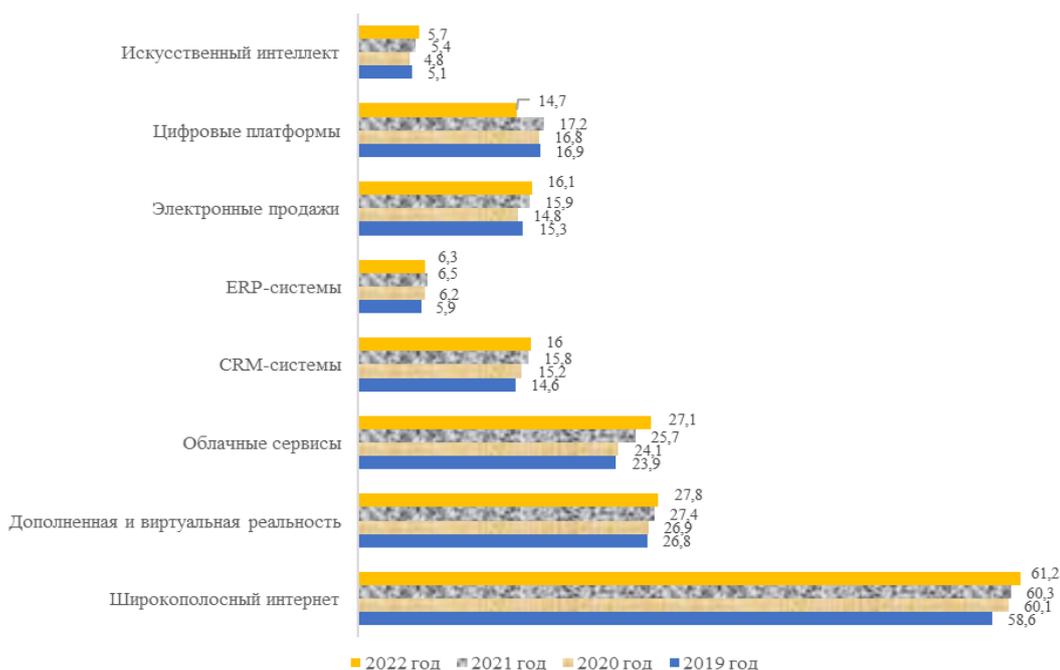


Рис. 3. Показатели уровня цифровизации и использования цифровых технологий в 2019—2022 гг., %
Источник: [11]

Одним из ведущих направлений цифровой трансформации в торговом бизнесе является разработка новых бизнес-моделей, которые основаны на развернутых цифровых процессах как внутри самого предприятия, так и во взаимодействии с внешними стейкхолдерами.

Эта стратегия цифровой трансформации позволяет компаниям в сфере услуг повысить эффективность своей деятельности, оптимизировать бизнес-процессы, сократить издержки и улучшить качество предоставляемых услуг. Создание сквозных цифровых процессов внутри компании даёт возможность более эффективно управлять производственным процессом, автоматизировать рутинные операции, а также повысить прозрачность и качество данных.

Одновременно реализация сквозных цифровых процессов за пределами организации позволяет улучшить коммуникацию с клиентами и партнерами, сократить время реагирования на запросы и изменения на рынке, а также повысить уровень персонализации услуг и удовлетворенность клиентов.

Особое внимание уделяется Китаю, где ожидается появление более 400 миллионов рабочих мест в сфере цифровой экономики, причем более 100 миллионов из них будут созданы крупнейшей интернет-компанией Alibaba Group. Согласно Гао Хунбину, вице-президенту Alibaba Group, к 2035 году цифровая экономика обгонит производственный сектор по объему и составит около четверти мировой экономики.

Такой рост цифровой экономики свидетельствует о тенденции к нарастающему влиянию цифровых технологий на мировую экономику. Прогнозируемый рост создания рабочих мест в цифровой сфере, особенно в таких развивающихся странах, как Китай, говорит о значительном вкладе цифровизации в общемировой экономической порядок. Прогноз о том, что цифровая экономика превзойдет по объему производственный сектор и займет значительное место в мировой экономике к 2035 году, подчеркивает необходимость адаптации стратегий развития к новым реалиям цифровой эпохи и участие в процессах цифровой трансформации для сохранения конкурентоспособности и стимулирования экономического роста.

Цифровизация является эволюционным этапом автоматизации и информатизации деятельности, включающим не только использование информационно-коммуникационных технологий для управления процессами, но также акцентирующим внимание на сборе, хранении и анализе больших объемов данных с целью прогнозирования ситуаций, оптимизации бизнес-процессов, привлечения новых клиентов и других стратегических целей. Этот подход позволяет компаниям эффективно использовать

данные для принятия обоснованных решений, повышения конкурентоспособности и адаптации к изменяющимся условиям рынка.

Цифровизация предполагает использование цифровых технологий для создания цифровых моделей бизнес-процессов, что позволяет оптимизировать операции, улучшать взаимодействие с клиентами, увеличивать производительность труда и улучшать качество продуктов или услуг. Накопление и анализ больших данных с целью выявления тенденций, паттернов и предиктивного моделирования помогают компаниям прогнозировать спрос, выявлять возможности для улучшения эффективности и стимулировать инновации.

В рамках цифровой трансформации бизнеса наблюдается значительный рост применения цифровых технологий в сфере услуг, что позволяет организациям эффективно адаптироваться к современным требованиям рынка и повышать свою конкурентоспособность за счет перехода от традиционных офлайн процессов к онлайн взаимодействию на основе цифровых платформ и инструментов.

Таблица 8 демонстрирует ключевые показатели цифровизации в сфере услуг и отражает динамику использования цифровых технологий в 2022 году. Анализ представленных данных позволяет сделать вывод о тенденциях развития отрасли, оценить степень цифровой трансформации предприятий, описать влияние применения цифровых процессов на их эффективность и результативность.

Углубленное рассмотрение представленных показателей открывает новые возможности для оптимизации бизнес-процессов, улучшения взаимодействия с клиентами, повышения уровня автоматизации операций и обеспечения конкурентных преимуществ в условиях быстро меняющейся информационной среды. Применение цифровых технологий играет ключевую роль в укреплении позиций компаний на рынке, обеспечивая им возможность адаптироваться к новым вызовам и требованиям современного бизнес-окружения. Рост наблюдается в различных отраслях услуг и коррелирует с внедрением современных цифровых технологий, таких как широкополосный доступ к интернету и использование облачных решений.

Одновременно с увеличением числа торговых цифровых предприятий, применяющих локальные вычислительные сети в своей операционной деятельности, отмечается снижение численности серверов и компьютеров. Этот тренд объясняется переходом к использованию облачных технологий, что позволяет компаниям оптимизировать свои ИТ-ресурсы, обеспечивать более гибкую и масштабируемую инфраструктуру.

Выводы

Полученные данные свидетельствуют о заметных изменениях в структуре информационных технологий в предприятиях цифровой торговли и об их стремлении к повышению эффективности и конкурентоспособности за счет внедрения современных цифровых инструментов. Дальнейший анализ этих тенденций позволит выявить возможности для более глубокой оптимизации процессов и повышения уровня инновационности в данной отрасли.

Информация о конфликте интересов

Мы, авторы данной статьи, со всей ответственностью заявляем о частичном и полном отсутствии фактического или потенциального конфликта интересов с какой бы то ни было третьей стороной, который может возникнуть вследствие публикации данной статьи.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бирюкова О. В. Когда сотрудничество не складывается: глобальное управление цифровой торговлей / О. В. Бирюкова, А. В. Данильцев // Вестник международных организаций: образование, наука, новая экономика. — 2019. — Т. 14, № 1. — С. 7—20.

2. Воронина О. В. Влияние индикаторов интернет-среды на развитие цифровой торговли / О. В. Воронина // Экономика: вчера, сегодня, завтра. — 2023. — Т. 13, № 10-1. — С. 91—101.

3. Дятлов С. А. Институциональные новации обеспечения цифровой трансформации и цифровой торговли в евразийском экономическом союзе / С. А. Дятлов, Т. А. Селищева, В. И. Трунин // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. — 2021. — № 5 (131). — С. 19—23.

4. Ершов А. Ю. Факторы, определяющие конкурентоспособность товаров / А. Ю. Ершов // Поколение будущего: Взгляд молодых ученых - 2015 : сборник научных статей 4-й Международной молодежной научной конференции : в 4 т., Курск, 19—20 ноября 2015 года / Ответственный редактор: Горохов А. А.. Том 1. — Курск : Закрытое акционерное общество «Университетская книга», 2015. — С. 120—124.

5. Казаренкова Н. П. Цифровая трансформация социального бизнеса / Н. П. Казаренкова, Т. С. Колмыкова, И. В. Лобанов // Организатор производства. — 2022. — Т. 30, № 4. — С. 108—116.

6. Козырев А. Н. Цифровая экономика и цифровизация в исторической ретроспективе / А. Н. Козырев // Цифровая экономика. — 2018. — № 1. — С. 5—19.

7. Колмыкова Т. С. Экосистемы как глобальный тренд цифровизации экономическо-

го пространства / Т. С. Колмыкова, П. П. Ковалев // Общество: политика, экономика, право. — 2023. — № 5 (118). — С. 123—128.

8. Малышев А. В. Сетевое управление как фактор информационно-коммуникационного технологического лидерства / А. В. Малышев, А. А. Солдатов, Н. Ю. Ершов // Вестник Академии знаний. — 2022. — № 53 (6). — С. 440—442.

9. Мородумов Р. Н. Цифровые услуги как предмет договора возмездного оказания услуг / Р. Н. Мородумов // Вестник Академии Следственного комитета Российской Федерации. — 2023. — № 3 (37). — С. 49—53.

10. Направления и инструменты цифровизации экономического пространства / О. В. Асеев, И. М. Барков, Е. С. Беляева [и др.]. — Курск : ЗАО «Университетская книга», 2024. — 180 с.

11. Российский статистический ежегодник. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.gks.ru>

12. Сизова Т. В. Международная торговля в цифровом сегменте: основные факторы, тенденции и проблемы / Т. В. Сизова, Н. А. Волобуев, Д. А. Сизова // Международная торговля и торговая политика. — 2023. — Т. 9, № 3 (35). — С. 78—86.

13. Шаблова Е. Г. Понятие и признаки услуги, оказываемой в электронной форме (электронной услуги) / Е. Г. Шаблова, О. В. Жевняк // Вестник экономики, права и социологии. — 2023. — № 1. — С. 84—88.

14. Шкваря Л. В. Компаративный анализ развития внешней торговли в цифровом сегменте по регионам мира / Л. В. Шкваря, Е. Д. Фролова // Экономика региона. — 2022. — Т. 18, № 2. — С. 479—493.

15. Якимова Е. Ю. Управление инновационной деятельностью предпринимательских структур региона / Е. Ю. Якимова, Л. Н. Гусельникова // Управление социально-экономическим развитием регионов: проблемы и пути их решения : сборник статей 11-й Международной научно-практической конференции, Курск, 24—25 июня 2021 года / ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» (Курский филиал) ; КРОО Общероссийской общественной организации «Вольное экономическое общество России». Том 2. — Курск : Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Курский филиал, 2021. — С. 249—252.

LITERATURE

1. Biryukova O. V. When cooperation does not work out: global management of digital trade /

O. V. Biryukova, A. V. Daniltsev // Bulletin of international organizations: education, science, new economy. — 2019. — Т. 14, No. 1. — P. 7—20.

2. *Voronina O. V.* The influence of indicators of the Internet environment on the development of digital trade / O. V. Voronina // Economics: yesterday, today, tomorrow. — 2023. — Т. 13, No. 10-1. — Pp. 91—101.

3. *Dyatlov S. A.* Institutional innovations for ensuring digital transformation and digital trade in the Eurasian Economic Union / S. A. Dyatlov, T. A. Selishcheva, V. I. Trunin // News of the St. Petersburg State Economic University. — 2021. — No. 5 (131). — Pp. 19—23.

4. *Ershov A. Yu.* Factors determining the competitiveness of goods / A. Yu. Ershov // Generation of the future: View of young scientists - 2015 : collection of scientific articles of the 4th International Youth Scientific Conference : in 4 volumes, Kursk, November 19—20 2015 / Responsible editor: Gorokhov A. A. Volume 1. — Kursk : Closed Joint Stock Company «University Book», 2015. — P. 120—124.

5. *Kazarenkova N. P.* Digital transformation of social business / N. P. Kazarenkova, T. S. Kolmykova, I. V. Lobanov // Production organizer. — 2022. — Т. 30, No. 4. — P. 108—116.

6. *Kozyrev A. N.* Digital economy and digitalization in historical retrospect / A. N. Kozyrev // Digital Economy. — 2018. — No. 1. — P. 5—19.

7. *Kolmykova T. S.* Ecosystems as a global trend of digitalization of economic space / T. S. Kolmykova, P. P. Kovalev // Society: politics, economics, law. — 2023. — No. 5 (118). — Pp. 123—128.

8. *Malyshev A. V.* Network-centric management as a factor of information and communication technological leadership / A. V. Malyshev, A. A. Soldatov, N. Yu. Ershov // Bulletin of the Academy of Knowledge. — 2022. — No. 53 (6). — Pp. 440—442.

9. *Morodumov R. N.* Digital services as the subject of a contract for the provision of services for a fee / R. N. Morodumov // Bulletin of the Academy of the Investigative Committee of the Russian Federation. — 2023. — No. 3 (37). — P. 49—53.

10. Directions and tools for digitalization of economic space / O. V. Aseev, I. M. Barkov, E. S. Belyaeva [etc.]. — Kursk : JSC “University Book”, 2024. — 180 p.

11. Russian statistical yearbook. Federal State Statistics Service [Electronic resource]. — URL: <https://www.gks.ru>

12. *Sizova T. V.* International trade in the digital segment: main factors, trends and problems / T. V. Sizova, N. A. Volobuev, D. A. Sizova // International trade and trade policy. — 2023. — Т. 9, No. 3 (35). — P. 78—86.

13. *Shablova E. G.* Concept and characteristics of a service provided in electronic form (electronic service) / E. G. Shablova, O. V. Zhevnyak // Bulletin of Economics, Law and Sociology. — 2023. — No. 1. — P. 84—88.

14. *Shkvarya L. V.* Comparative analysis of the development of foreign trade in the digital segment by region of the world / L. V. Shkvarya, E. D. Frolova // Regional Economics. — 2022. — Т. 18, No. 2. — P. 479—493.

15. *Yakimova E. Yu.* Management of innovative activities of entrepreneurial structures of the region / E. Yu. Yakimova, L. N. Guselnikova // Management of socio-economic development of regions: problems and ways to solve them: collection of articles of the 11th International Scientific and Practical Conference, Kursk, June 24—25, 2021 / Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education “Financial University under the Government of the Russian Federation” (Kursk branch); CROO of the All-Russian public organization “Free Economic Society of Russia”. Volume 2. — Kursk : Financial University under the Government of the Russian Federation, Kursk branch, 2021. — P. 249—252.

УДК 338.2

ОЦЕНКА ОСОБЕННОСТЕЙ РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ КАК ОСНОВА ЭФФЕКТИВНОЙ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ

Коды JEL: L52

Радайкин А. Г., аспирант кафедры экономики и обеспечения экономической безопасности, Нижегородский институт управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (филиал РАНХиГС), г. Нижний Новгород, Россия

E-mail: Aspirant1358@yandex.ru; SPIN-код: 6929-1930

Поступила в редакцию 17.09.2024. Принята к публикации 27.09.2024