



Филиал в г. Пензе

**РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РЫНОЧНЫХ
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ
(СТРУКТУР) И ИХ ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**

**Сборник материалов
XVII научно-практической конференции с элементами
научной школы для молодых учёных
(с международным участием)**

11 февраля 2026 г.

Москва 2026

УДК 332+34+37
ББК 65.05+67+74
Р32

Оргкомитет конференции:

Председатель: канд. экон. наук, доцент,
руководитель УМО Щербакова Л.В.;

Секретарь: канд. пед. наук Мендова Н.С.;

Ответственный редактор: канд. пед. наук Мендова Н.С.

Члены оргкомитета:

канд. ист. наук, доцент Николаев Б.В.;
канд. экон. наук, доцент Малышев А.А.;
канд. техн. наук, доцент Зубков А.Б.;
канд. психол. наук, доцент Ефимова Д.В.

Р32 Региональные особенности рыночных социально-экономических систем (структур) и их правовое обеспечение: материалы XVII научно-практической конференции с элементами научной школы для молодых учёных (с международным участием). 11 февраля 2026 г. / под ред. А.В. Яшина; филиал ЧОУВО «Московский университет им. С.Ю. Витте» в г. Пензе [Электронное издание]. – Москва: изд. ЧОУВО «МУ им. С.Ю. Витте», 2026. – 8,28 Мб.

Сборник материалов научно-практической конференции посвящен анализу социально-экономических процессов, протекающих в различных структурах рыночных систем.

Тематика статей разнообразна и затрагивает актуальные проблемы в юриспруденции, экономике и управлении, социальной сфере, педагогике и психологии с целью расширения научных представлений, формирования новых знаний и исследовательских направлений в различных областях науки.

*Рекомендовано к изданию решением Научно-методического совета
МУ им. С.Ю. Витте № 8 от 05.03.2026 г.*

ISBN 978-5-9580-0849-0

© Коллектив авторов, 2026
© ЧОУВО «МУ им. С.Ю. Витте», 2026
© Филиал ЧОУВО «МУ им. С.Ю.
Витте» в г. Пензе, 2026

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ЮРИСПРУДЕНЦИЯ	17
Антко Артем Андреевич РАЗВИТИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: ПРОБЛЕМЫ ДОКТРИНАЛЬНОГО ЗАКРЕПЛЕНИЯ.....	17
Белоусова Елена Петровна ПРИМЕНЕНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СФЕРЕ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ	25
Богославская Кристина Эдуардовна ПРОБЛЕМЫ РАВЕНСТВА СОСТАВОВ УБИЙСТВА (СТ. 105 УК РФ), ПОСЯГАТЕЛЬСТВА НА ЖИЗНЬ ГОСУДАРСТВЕННОГО ИЛИ ОБЩЕСТВЕННОГО ДЕЯТЕЛЯ (СТ. 277 УК РФ) И ПОСЯГАТЕЛЬСТВА НА ЖИЗНЬ СОТРУДНИКА ПРАВООХРАНИТЕЛЬНОГО ОРГАНА (СТ. 317 УК РФ) В КОНТЕКСТЕ УСЕЧЕННОГО СОСТАВА	30
Богославская Кристина Эдуардовна УГОЛОВНО-ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РФ В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИИ ВОЕННЫХ СОЮЗОВ И КОАЛИЦИЙ В XXI ВЕКЕ	38
Бородинов Артем Алексеевич, Исаков Владислав Романович ПРАВОВОЙ АСПЕКТ ТРАНСФОРМАЦИИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ РЕГИОНА В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ДЕПРЕССИИ	47
Вахтин Максим Максимович, Василенко Глеб Николаевич ДЕФИЦИТ ФОРМАЛИЗОВАННОГО УЧАСТИЯ ГРАЖДАН В ЗАКОНОТВОРЧЕСТВЕ И ПУТИ ЕГО ПРЕОДОЛЕНИЯ.....	52
Гареева Екатерина Сергеевна ЭКООТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА: ОТ ДЕКЛАРАЦИИ К РЕАЛЬНОЙ ПРАКТИКЕ (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН)	60
Екимцева Валерия Дмитриевна ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РАЗВИТИЯ РЫНОЧНЫХ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ БРЯНСКОЙ ОБЛАСТИ: ПРОБЛЕМАТИКА И ПУТИ РАЗРЕШЕНИЯ	65

Ембулаев Алексей Сергеевич, Николаев Борис Викторович НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ СЕМЕЙНОГО ПРАВА В КОНТЕКСТЕ ПРОБЕЛОВ ДЕЙСТВУЮЩЕГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА	72
Ембулаев Алексей Сергеевич, Николаев Борис Викторович СИСТЕМА ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЯ.....	80
Ермачкова Олеся Александровна, Яшин Андрей Владимирович КРИМИНОЛОГИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРЕСТУПЛЕНИЙ, СОВЕРШАЕМЫХ ОБЩЕОПАСНЫМ СПОСОБОМ, КАК ЭЛЕМЕНТ БОРЬБЫ С ПРЕСТУПНОСТЬЮ	89
Захарова Ольга Александровна ПОЛНОМОЧИЯ ПРОКУРАТУРЫ В ПРАВОТВОРЧЕСТВЕ В ЦЕЛЯХ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНСТИТУЦИОННОГО ПРАВОПОРЯДКА (НА ПРИМЕРЕ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ)	98
Копытин Алексей Александрович ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИСКУССТВЕННЫМ ИНТЕЛЛЕКТОМ ГОЛОСА ЧЕЛОВЕКА КАК РАЗНОВИДНОСТЬ НАРУШЕНИЯ ЛИЧНЫХ НЕИМУЩЕСТВЕННЫХ ПРАВ.....	107
Костюченко Полина Андреевна АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РОЗЫСКА АКТИВОВ ДОЛЖНИКА ЗА РУБЕЖОМ: ПРОБЕЛЫ РОССИЙСКОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА И ПУТИ РЕШЕНИЯ	115
Кошелев Роман Дементьевич, Николаев Борис Викторович ПЕРЕДВИЖЕНИЕ ВЕЛОСИПЕДИСТА ПО ТРАССЕ: ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ	122
Краева Мария Александровна ЦИФРОВОЙ ПРОФИЛЬ ДОБРОСОВЕСТНОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ.....	129
Круглий Вероника Викторовна КРИМИНОЛОГИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ЛИЧНОСТИ ПРЕСТУПНИКА В СФЕРЕ НЕЗАКОННОГО ОБОРОТА НАРКОТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ	135
Линкевич Александра Анатольевна ИНТЕГРАЦИОННЫЕ ПРИОРИТЕТЫ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В ЕАЭС.....	139

Максуров Алексей Анатольевич,	
Таланова Марина Викторовна	
ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ	
МУЛЬТИМОДАЛЬНЫХ ПЕРЕВОЗОК: РЕГИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ.....	144
Малахова Мария Николаевна	
МОМЕНТ ВОЗНИКНОВЕНИЯ ПРАВА НА ЖИЗНЬ	153
Мосина Виктория Александровна	
ПРАВОВАЯ ПРИРОДА И СОВРЕМЕННЫЕ	
ТЕНДЕНЦИИ НАСЛЕДОВАНИЯ В РОССИИ	163
Папенко Александр Александрович	
ПОНЯТИЕ И ПРИЧИНЫ ФОРМИРОВАНИЯ	
НИЗМЕННЫХ МОТИВОВ В МЕХАНИЗМЕ	
ИНДИВИДУАЛЬНОГО ПРЕСТУПНОГО ПОВЕДЕНИЯ.....	169
Пикулик Ангелина Игоревна	
ЛИЧНОСТЬ ПРЕСТУПНИКА:	
ИНДИВИДУАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА	175
Потешкин Михаил Антонович	
ВОСПРИЯТИЕ СИСТЕМЫ АГОГЭ	
ЛИКУРГА СПАРТАНСКОГО СКВОЗЬ ЭПОХИ.....	181
Садикова Гульнур Альфредовна	
СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К ЭТИКЕ ЮРИСТА	186
Сафина Анжелика Васильевна	
МИНИМИЗАЦИЯ УГОЛОВНО-ПРАВОВЫХ РИСКОВ	
КАК ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ УСТОЙЧИВОСТИ БИЗНЕСА	194
Семерий Сергей Евгеньевич	
СВОБОДА ДОГОВОРА И CONDICTIO	
OV TURREM VEL INIUSTAM CAUSAM.....	200
Скачкова Любовь Витальевна	
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ВЗЫСКАНИЯ УБЫТКОВ	
В ГРАЖДАНСКОМ ПРАВЕ: КЛЮЧЕВЫЕ ПРОБЛЕМЫ	
ДОКАЗЫВАНИЯ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЙ.....	206
Храмцов Владимир Иванович	
ОПРЕДЕЛЕНИЕ МЕСТА ЖИТЕЛЬСТВА РЕБЕНКА:	
СООТВЕТСТВИЕ ИНТЕРЕСАМ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНЕГО	213
Царёва Юлия Андреевна,	
Котова Валерия Андреевна	
СИСТЕМА НАКАЗАНИЙ В РОССИИ	
В ЭПОХУ ПРАВЛЕНИЯ ПЕТРА I.....	219

Чеконов Матвей Дмитриевич	
РАСПРОСТРАНЕНИЕ РЕЖИМА ОСПАРИВАНИЯ СДЕЛОК НА СОГЛАШЕНИЕ О МЕЖДУНАРОДНОЙ ПОДСУДНОСТИ	227
Чеснокова Юлия Вячеславовна	
САМОЗАЩИТА КАК СПОСОБ ЗАЩИТЫ ИМУЩЕСТВЕННЫХ ПРАВ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ	235
Шестирекова Марина Сергеевна, Николаев Борис Викторович	
ПОХИЩЕНИЕ ЧЕЛОВЕКА И НЕЗАКОННОЕ ЛИШЕНИЕ СВОБОДЫ: ПРОБЛЕМЫ ОТГРАНИЧЕНИЯ	239
Щербук Мария Владимировна	
НЕКОТОРЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПРАВОВОГО ЗАКРЕПЛЕНИЯ РАБОЧЕЙ СИЛЫ И РЕАЛИЗАЦИИ ТРУДОВЫХ ПРАВ ГРАЖДАН РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В ЕВРАЗИЙСКОМ ЭКОНОМИЧЕСКОМ СОЮЗЕ	248
Ярмоц Елена Николаевна	
О ЛЕГИТИМНОСТИ ПРАВООХРАНИТЕЛЬНОЙ СИСТЕМЫ ГОСУДАРСТВА	255
РАЗДЕЛ 2. ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ	261
Lin Yixian	
SCALING INNOVATION THROUGH TRANSBOUNDARY SYNERGY: CASE-BASED EVIDENCE FROM BELARUSIAN-CHINESE INDUSTRIAL PARTNERSHIPS	261
Андреев Андрей Константинович	
ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ОБЕСПЕЧЕНИИ ЭКСПЛУАТАЦИОННОЙ НАДЕЖНОСТИ ОБЪЕКТОВ РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНОЙ ЭЛЕКТРИЧЕСКОЙ СЕТИ	267
Афанасьева Анна Александровна	
АГЕНТНОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ И BIG DATA В УПРАВЛЕНИИ ИКТ-ПРОЕКТАМИ: АНАЛИТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ОПЫТА РОССИИ, КАЗАХСТАНА И КИТАЯ	276
Барабанщикова Алина Дмитриевна, Зубков Андрей Борисович	
МАРКЕТИНГОВАЯ ВОРОНКА ДЛЯ САЛОНА КРАСОТЫ: ОТ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ДО ПОВТОРНОГО ПОСЕЩЕНИЯ	283

Барабанщикова Алина Дмитриевна, Ильясова Анжелла Владимировна УПРАВЛЕНИЕ МОТИВАЦИЕЙ ПОКОЛЕНИЯ Z: ДЕКОНСТРУКЦИЯ ТРАДИЦИОННЫХ ИНСТРУМЕНТОВ МЕНЕДЖМЕНТА	290
Большакова Дарья Дмитриевна СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕМЕЩЕНИЯ ТОВАРОВ ЧЕРЕЗ ГРАНИЦУ В РАМКАХ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	298
Вержбицкая Ирина Валерьевна, Латышева Анна Юрьевна КОМПЕТЕНЦИИ БУХГАЛТЕРА И АУДИТОРА В УСЛОВИЯХ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ: ЭТИЧЕСКИЕ ДИЛЕММЫ И ТРАНСФОРМАЦИЯ ПРОФЕССИЙ В КОНТЕКСТЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ ESG-ПОВЕСТКИ.....	305
Галстян Ани Гамлетовна, Мхитарян Фурман Араевич РАЗВИТИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ МАЛЫХ РАЗВИВАЮЩИХСЯ СТРАН	315
Галькевич Анастасия Александровна СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКИХ НАПРАВЛЕНИЙ РАЗВИТИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ.....	322
Галькевич Анастасия Александровна СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТОМ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ НА ОСНОВЕ ДАННЫХ О ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЯХ	327
Генералова Анастасия Евгеньевна, Амирова Динара Рафиковна МЕТОДЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСУДАРСТВА	334
Годлевская Милана Дмитриевна, Годлевский Егор Дмитриевич, Урядникова Марина Валерьевна АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ НА КЛЮЧЕВЫЕ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ПРЕДПРИЯТИЯ: ВЫРУЧКА, РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ И ПОЖИЗНЕННАЯ ЦЕННОСТЬ КЛИЕНТА (LTV)	340

Дергунова Татьяна Александровна ESG-ТРАНСФОРМАЦИЯ КАК ФАКТОР УВЕЛИЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ И СТОИМОСТИ КОМПАНИИ В ДОЛГОСРОЧНОЙ ПЕРСПЕКТИВЕ	349
Дресвянников Владимир Александрович, Бунимович Игорь Давидович ФОРМИРОВАНИЕ ГЕНЕРАТИВНОЙ ПАРЫ «ЧЕЛОВЕК И ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ» С ОБЕСПЕЧЕНИЕМ РЕГИОНАЛЬНЫХ УСЛОВИЙ.....	355
Евдокимов Олег Геннадьевич, Евдокимова Оксана Николаевна АУДИТ КРЕДИТНОГО РИСКА В МИКРОФИНАНСИРОВАНИИ	363
Евдокимова Оксана Николаевна СТАНДАРТЫ МСФО В МИКРОФИНАНСИРОВАНИИ В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ	372
Евсеева Евгения Андреевна АНАЛИЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СОБСТВЕННОГО КАПИТАЛА КОМПАНИИ	380
Елизарова Анастасия Евгеньевна, Марков Алексей Владимирович СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ СУБЪЕКТОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ БРЯНСКОЙ ОБЛАСТИ)	387
Зелина Кристина Романовна ПРОИЗВЕДЕНИЯ ИСКУССТВА КАК КЛАСС АКТИВОВ: ОСОБЕННОСТИ ФИНАНСОВОЙ ОЦЕНКИ В СРАВНЕНИИ С ТРАДИЦИОННЫМИ ИНСТРУМЕНТАМИ	395
Злобина Анастасия Сергеевна INFLUENCE-МАРКЕТИНГ: ПОЧЕМУ РЕКЛАМА У БЛОГЕРОВ ЭФФЕКТИВНЕЕ, ЧЕМ РЕКЛАМА НА ТЕЛЕВИДЕНИИ	402
Зубков Андрей Борисович МЕТОДЫ ОЦЕНКИ РИСКОВ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПРОЕКТОВ	406
Игошина Ульяна Сергеевна КАК ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ ПЕРЕПИСЫВАЕТ ПРАВИЛА ГЛОБАЛЬНОЙ ТОРГОВЛИ.....	412
Ильясов Владимир Владимирович, Ильясова Анжелла Владимировна ЦИФРОВИЗАЦИЯ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОГНОЗИРОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ СТРУКТУРНОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ	419

Карпова Виктория Александровна СТОИМОСТЬ БРЕНДА. КАК ОЦЕНИТЬ НЕМАТЕРИАЛЬНЫЙ АКТИВ, КОТОРЫЙ ПРИНОСИТ РЕАЛЬНЫЕ ДОХОДЫ	427
Кафтулина Юлия Анатольевна, Мягкий Артем Игоревич ВАЛЮТНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ И ВАЛЮТНЫЙ КОНТРОЛЬ В РОССИИ	432
Кафтулина Юлия Анатольевна, Пузанкова Кристина Эдуардовна ВАЛЮТНЫЕ ИНТЕРВЕНЦИИ КАК ИНСТРУМЕНТ РЕГУЛИРОВАНИЯ ВАЛЮТНОГО КУРСА	438
Кириллова Майя Станиславовна, Марков Алексей Владимирович ЭКОНОМИКО-СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ДИНАМИКИ И СТРУКТУРЫ ЭКСПОРТА МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ В ЧУВАШСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ	443
Кокотанов Захар Сергеевич, Марков Алексей Владимирович ЦИФРОВИЗАЦИЯ РЫНКА ТРУДА: ТРАНСФОРМАЦИЯ ЗАНЯТОСТИ В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ УДАЛЁННОЙ РАБОТЫ, ПЛАТФОРМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ И НОВЫХ ПРОФЕССИЙ.....	449
Кондакова Анастасия Николаевна РИСКИ ЭЛЕКТРОСЕТЕВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	458
Крайнова Мария Андреевна, Корягина Валерия Дмитриевна СТРАХОВАНИЕ МСП В УСЛОВИЯХ РЕГИОНАЛЬНОЙ НЕОДНОРОДНОСТИ: ПОВЫШЕНИЕ ДОСТУПНОСТИ СТРАХОВАНИЯ ЧЕРЕЗ ВНЕДРЕНИЕ ЦИФРОВЫХ ПРОДУКТОВ	465
Кузьмина Дарья Денисовна СТРАТЕГИЯ ПОСТРОЕНИЯ БЕСПЕРЕБОЙНОЙ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТРАНСПОРТНО-ЭКСПЕДИЦИОННОЙ КОМПАНИИ В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОСТИ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ	474
Кульпина Анна Сергеевна ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ КАДРОВЫМ СОСТАВОМ В ГОСУДАРСТВЕННЫХ БЮДЖЕТНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ	482

Куник Ксения Ивановна, Эрман Эвелина Сергеевна, Кондрашова Анна Викторовна ИНВЕСТИЦИОННАЯ ОЦЕНКА СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПРОЕКТА РАЗВИТИЯ ПОРТОВОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ В ООО «ТЕМРЮКМОРТРАНС».....	488
Кусакина Ангелина Андреевна, Малышев Алексей Алексеевич ПРОВАЛЫ РЫНКА И РОЛЬ ГОСУДАРСТВА: ТЕОРИЯ И СОВРЕМЕННЫЕ ВЫЗОВЫ.....	501
Лукиянова Виктория Васильевна, Марков Алексей Владимирович СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ СУБЪЕКТОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ)	509
Малетова Карина Александровна, Коробкова Наталья Александровна ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ.....	516
Малышев Алексей Алексеевич ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА	524
Малышев Алексей Алексеевич ВНЕДРЕНИЕ ERP-СИСТЕМЫ КАК ФАКТОР ОПТИМИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПРОЦЕССОВ	534
Медведевских Екатерина Евгеньевна ОЦЕНКА СТОИМОСТИ НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ	543
Мудревская Олеся Юрьевна АНАЛИЗ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В РОССИИ (НА ПРИМЕРЕ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТОВ В ПЕНЗЕНСКОЙ ОБЛАСТИ).....	549
Ниязян Михаил Артурович АНАЛИЗ ТЕКУЩЕГО СОСТОЯНИЯ ТРАНСПОРТА В РОССИЙСКОЙ АРКТИКЕ	557

Никонорова Инна Витальевна, Марков Алексей Владимирович АНАЛИЗ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ И СТАБИЛЬНОСТИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ТЕРРИТОРИИ (НА ПРИМЕРЕ ЧУВАШСКОЙ РЕСПУБЛИКИ)	565
Панфилова Елена Евгеньевна, Афанасьева Екатерина Сергеевна СТРАТЕГИЧЕСКАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ОРГАНИЗАЦИИ НА ОСНОВЕ РАЗВИТИЯ ПРОИЗВОДСТВ ГЛУБОКОГО ПЕРЕДЕЛА	571
Петрова Елена Святославовна, Марков Алексей Владимирович ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА В ОБЛАСТИ ПОДДЕРЖКИ СРЕДНЕГО И МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РФ: АНАЛИЗ ИНСТРУМЕНТОВ И НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ	581
Пирогова Лика Владимировна ФАКТОРНАЯ ДЕКОМПОЗИЦИЯ ДИНАМИКИ СТОИМОСТНЫХ ОБЪЁМОВ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА РОССИИ В СРЕДНЕСРОЧНОМ ГОРИЗОНТЕ	587
Погорелова Ксения Сергеевна ЦИФРОВОЙ РУБЛЬ: ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ И ФАКТОРЫ ВНЕДРЕНИЯ В РОССИИ	597
Посысаев Никита Сергеевич ОЦЕНКА ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБРАБАТЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ОРЕНБУРГСКОЙ ОБЛАСТИ	604
Сафиуллина Диле Рашидовна, Марков Алексей Владимирович ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА В СФЕРЕ ОХРАНЫ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ И ЭФФЕКТИВНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРИРОДНЫХ РЕСУРСОВ	611
Сафонова Анна Алексеевна ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ КОРРУПЦИОННЫХ РИСКОВ ЗАКУПКИ У ЕДИНСТВЕННОГО ПОСТАВЩИКА	617
Семенов Ярослав Олегович РАСПРОСТРАНЕННЫЕ ОШИБКИ ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТОВ И СПОСОБЫ ИХ МИНИМИЗАЦИИ	626

Сидоренко Игорь Александрович ФОРМИРОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СФЕРЕ: ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПОДГОТОВКИ ЭКОНОМИСТОВ В ВУЗАХ (НА ПРИМЕРЕ СИБИРСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА).....	632
Симонов Тимофей Денисович, Малышев Алексей Алексеевич АНАЛИЗ ВЗАИМОСВЯЗИ ДОХОДА И СУБЪЕКТИВНОГО БЛАГОПОЛУЧИЯ В КОНЦЕПЦИИ ЭКОНОМИКИ СЧАСТЬЯ	641
Симонян Рамела Акселовна ВЛИЯНИЕ ДЕМОГРАФИЧЕСКОЙ СТРУКТУРЫ РЕГИОНОВ РЕСПУБЛИКИ АРМЕНИЯ НА НЕРАВНОМЕРНОЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДОХОДОВ	649
Солодков Николай Николаевич ЭВОЛЮЦИЯ ДЕНЕЖНОЙ МАССЫ В РОССИИ: ФАКТОРЫ, ЦИКЛИЧНОСТЬ И ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ ПАТТЕРНЫ ДОМОХОЗЯЙСТВ.....	656
Солодков Николай Николаевич ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ПРОГРЕСС РОССИИ В ПЕРВОЙ ЧЕТВЕРТИ XXI ВЕКА	663
Солохина Анна Ивановна ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИЙ В РАЗВИТИЕ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ ОМСКОЙ ОБЛАСТИ).....	671
Суренин Алексей Эдуардович, Коробкова Наталья Александровна ПРИМЕНЕНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПЛАНИРОВАНИИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	680
Тазюков Нияз Рефисович, Марков Алексей Владимирович ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ КОМПЛЕКСНОЙ МОДЕЛИ БУДУЩЕГО ОБРАЗА РОССИИ.....	689
Тамойкин Денис Васильевич, Черноглазов Сергей Александрович ЦИФРОВЫЕ ФИНАНСОВЫЕ АКТИВЫ КАК ОБЪЕКТ ИНВЕСТИЦИЙ РОЗНИЧНЫХ ИНВЕСТОРОВ: РОССИЙСКАЯ ПРАКТИКА И СИСТЕМНЫЕ ОГРАНИЧЕНИЯ	696

Тихомирова Алина Сергеевна, Рыбалко Юлия Александровна АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ КОНЦЕПЦИЙ БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТА КАК ОДИН ИЗ ФАКТОРОВ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ КООПЕРАТИВНО-ИНТЕГРАЦИОННЫХ СТРУКТУР В АПК.....	705
Тлапшонов Марат Евгеньевич, Мирзоева Анжелика Ринатовна ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СОСТОЯТЕЛЬНОСТИ И ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА С ПОЗИЦИИ ЕГО ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ.....	712
Трофимова Татьяна Вячеславовна ВЛИЯНИЕ АУДИТА НА ИНВЕСТИЦИОННУЮ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ И СТОИМОСТЬ БИЗНЕСА ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ	720
Трушин Егор Игоревич, Зубков Андрей Борисович СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА (AI) В МАРКЕТИНГЕ	726
Уварова Александра Сергеевна ЦИФРОВИЗАЦИЯ КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	730
Чжэньлинь Ши ВЛИЯНИЕ ИНФРАСТРУКТУРНЫХ ОГРАНИЧЕНИЙ ПРИ ВНЕДРЕНИИ БЕСПИЛОТНЫХ ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМ В СОЮЗНОМ ГОСУДАРСТВЕ.....	736
Шебельниченко Денис Михайлович ОСОБЕННОСТИ ОТРАЖЕНИЯ В УЧЁТЕ ОПЕРАЦИЙ ПО ЗЕЛЁНОМУ КРЕДИТОВАНИЮ КОММЕРЧЕСКИМИ БАНКАМИ	742
Шитова Маргарита Алексеевна КАТЕГОРИЯ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ В НАУЧНОЙ ПЕРИОДИКЕ РОССИИ В XXI ВЕКЕ	751
Шубин Денис Вячеславович СТРАТЕГИИ КОНКУРЕНЦИИ СУБЪЕКТОВ МСП В УСЛОВИЯХ ДОМИНИРОВАНИЯ КРУПНОГО КАПИТАЛА И ГОСУДАРСТВЕННОГО СЕКТОРА	757
Шубин Денис Вячеславович СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ В УСЛОВИЯХ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ	764

Щербакова Милена Геннадьевна, Ляшенко Алексей Дмитриевич ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЦЕН НА СОЦИАЛЬНО ЗНАЧИМЫЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ТОВАРЫ	771
Юсупова Флюза Мансуровна РОЛЬ ЦИФРОВЫХ ТЕНДЕНЦИЙ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И СЕРВИСА ЗАПОВЕДНИКА «ШУЛЬГАН-ТАШ»	779
Яргунов Артем Эдуардович, Марков Алексей Владимирович ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ НАЦИОНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА РФ И ЕГО РАЗМЕЩЕНИЕ	785
РАЗДЕЛ 3. СОЦИАЛЬНАЯ СФЕРА.....	793
Гуляева Людмила Владимировна ИНТЕРПРЕТАЦИЯ МЕЖПОКОЛЕНЧЕСКИХ РАЗЛИЧИЙ РОССИЯН В СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЯХ.....	793
Духовенко Елизавета Евгеньевна, Бобылева Наталия Ивановна СОЦИАЛЬНАЯ ОППОЗИЦИЯ. РОЛЬ В КОНСОЛИДАЦИИ ОБЩЕСТВА	799
Кафтулина Юлия Анатольевна, Чернышев Арслан Илгамович ГРАЖДАНСКАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ МОЛОДЁЖИ ПЕНЗЕНСКОЙ ОБЛАСТИ	804
Колканатов Асылбек Назарбаевич ПОДГОТОВКА СТУДЕНТОВ К ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ЦЕНТРАХ КУЛЬТУРЫ И АНАЛИЗ ИХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ИНТЕРЕСОВ.....	810
Морозов Сергей Дмитриевич, Кусакина Ангелина Андреевна 80 ЛЕТ НЮРНБЕРГСКОМУ ТРИБУНАЛУ	820
Морозов Сергей Дмитриевич, Натёкина Юлия Евгеньевна ВРАЧИ ТРЕТЬЕГО РЕЙХА НА СКАМЬЕ ПОДСУДИМЫХ: К 80-ЛЕТИЮ НЮРНБЕРГСКОГО ТРИБУНАЛА.....	829
Морозов Сергей Дмитриевич, Фрольцова Ксения Алексеевна ПРОЦЕСС НАД ВРАЧАМИ НАЦИСТСКОЙ ГЕРМАНИИ: К 80-ЛЕТИЮ НЮРНБЕРГСКОГО ТРИБУНАЛА.....	838

Риянова Альфия Рустемовна ЭТИКА СЛУЖЕБНЫХ ОТНОШЕНИЙ	847
Хаертдинова Милена Рафаэлевна КРОССКУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ВИЗУАЛЬНОГО КОНТЕНТА МОДНЫХ БРЕНДОВ ДЛЯ РАЗНЫХ СТРАН	852
РАЗДЕЛ 4. ПСИХОЛОГИЯ И ПЕДАГОГИКА	860
Абдихалилов Улмасжон Улфат угли, Алиев Асилбек Сафарали угли РОЛЬ ПЕДАГОГИЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ В РАЗВИТИИ КРИТИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ	860
Аникина Ника Викторовна ОПТИМАЛЬНЫЕ ПУТИ РАЗВИТИЯ КОММУНИКАТИВНЫХ УМЕНИЙ У ОБУЧАЮЩИХСЯ МЛАДШЕГО ШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА С ЗПР ПУТЕМ ПРИМЕНЕНИЯ АРТ-ТЕРАПИИ	867
Вешняков Григорий Петрович ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ РИСКИ И ОГРАНИЧЕНИЯ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ САМОСТОЯТЕЛЬНОСТИ У БУДУЩИХ ПЕДАГОГОВ	876
Головня Светлана Васильевна ДЕТСКО-РОДИТЕЛЬСКИЕ ОТНОШЕНИЯ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ИНТЕЛЛЕКТА У ДЕТЕЙ ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА.....	883
Золотова Маргарита Михайловна ВЛИЯНИЕ СУТОЧНЫХ (ЦИРКАДНЫХ) БИОРИТМОВ НА КОГНИТИВНЫЕ ФУНКЦИИ И ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ СОСТОЯНИЕ ПОДРОСТКОВ	891
Ибетова Илюзя Рефисовна ФОРМЫ И МЕТОДЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПРОСОЦИАЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ ПОДРОСТКОВ	896
Ильинский Константин Александрович ФИНАНСОВАЯ КУЛЬТУРА В УСЛОВИЯХ СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ РЕГИОНОВ	903
Карпушкина Елена Александровна, Кочетова Варвара Романовна РЕЧЕВОЕ РАЗВИТИЕ СТАРШИХ ДОШКОЛЬНИКОВ С ОБЩИМ НЕДОРАЗВИТИЕМ РЕЧИ	909
Касимов Ильнур Равильевич ВНУТРЕННЯЯ ФОРМА ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ В УЧЕБНОМ СЛОВАРЕ РКИ.....	914
Кицваидзе Алина Тимуровна	

РАЗВИТИЕ СКОРОСТНО-СИЛОВЫХ СПОСОБНОСТЕЙ У БАСКЕТБОЛИСТОВ 16–17 ЛЕТ	922
Майорова Алина Алексеевна,	
Карпушкина Елена Александровна	
ГРАНИЦЫ ДИАЛОГА: РАЗВИТИЕ СВЯЗНОЙ РЕЧИ ДОШКОЛЬНИКОВ С РЕЧЕВЫМИ НАРУШЕНИЯМИ.....	929
Нгуен Нгок Ньы Зу	
ПРИМЕНЕНИЕ ТЕОРИИ СОЦИАЛЬНОГО НАУЧЕНИЯ АЛЬБЕРТА БАНДУРЫ К РАЗРАБОТКЕ ПАТРИОТИЧЕСКОГО ВОСПИТАТЕЛЬНОГО СОДЕРЖАНИЯ ДЛЯ ШКОЛЬНИКОВ В РОССИИ	935
Никандрова Александра Валерьевна	
РАЗВИТИЕ КОММУНИКАТИВНО-ИНТЕРАКТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ БУДУЩИХ ПЕДАГОГОВ КАК УСЛОВИЕ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ ДЛЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ СИСТЕМ.....	942
Нурхаметова Зульфия Филкатовна	
ОТ ИДЕИ К ПРАКТИКЕ: ВЛИЯНИЕ АВТОРСКОЙ ПРОГРАММЫ НА ПОКАЗАТЕЛИ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ИНТЕЛЛЕКТА СТАРШИХ ДОШКОЛЬНИКОВ	949
Осипов Максим Евгеньевич	
ВОВЛЕЧЕНИЕ ШКОЛЬНИКОВ В ЭКСТРЕМИСТСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ: ПОНЯТИЕ, СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ, ПРИЗНАКИ, ПРОФИЛАКТИКА	957
Тимерярова Наина Наилевна	
ПРЕПОДАВАНИЕ ВСЕОБЩЕЙ ИСТОРИИ В ПЯТОМ КЛАССЕ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ТЕОРИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ	964
Шайхутдинова Ралина Фидановна	
РОЛЬ ЗАДАЧ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ В ФОРМИРОВАНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ СТУДЕНТОВ СПЕЦИАЛЬНОСТИ 38.02.01 ЭКОНОМИКА И БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ (ПО ОТРАСЛЯМ)	970
Щупленков Николай Олегович	
МИССИЯ ПЕДАГОГА-ИССЛЕДОВАТЕЛЯ В СИСТЕМЕ ЦИФРОВОГО ПРОСТРАНСТВА.....	977

Тихомирова Алина Сергеевна,

аспирант специальности

«Экономика и управление

народным хозяйством»,

e-mail: tihomirova-alina1@mail.ru

Рыбалко Юлия Александровна,

кандидат экономических наук, доцент,

доцент кафедры социально-гуманитарных дисциплин,

e-mail: rybalko.u@polessu.by

Полесский государственный университет,

Республика Беларусь, г. Пинск

АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ КОНЦЕПЦИЙ БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТА КАК ОДИН ИЗ ФАКТОРОВ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ КООПЕРАТИВНО-ИНТЕГРАЦИОННЫХ СТРУКТУР В АПК

В статье представлен обзор и аналитическое сравнение современных концепций бренд-менеджмента в контексте продвижения продукции кооперативно-интеграционных структур агропромышленного комплекса. Рассматриваются теоретические подходы к управлению брендом, их эволюция и особенности применения в условиях сельскохозяйственной кооперации. Обоснована роль бренда как нематериального актива, способствующего повышению конкурентоспособности продукции АПК и укреплению рыночных позиций кооперативов. Проведен сравнительный анализ основных концепций бренд-менеджмента с позиции их применимости в кооперативно-интеграционных структурах.

Ключевые слова: *бренд-менеджмент, агропромышленный комплекс, кооперация, интеграционные структуры, маркетинг, конкурентоспособность*

Научная новизна исследования заключается в комплексной систематизации концепций бренд-менеджмента с учетом специфики кооперативно-интеграционных структур АПК и обосновании интеграционного брендинга как приоритетного направления продвижения продукции.

Практическая значимость заключается в возможности использования результатов исследования при разработке маркетинговых стратегий сельскохозяйственных кооперативов и агропромышленных объединений.

Современное развитие агропромышленного комплекса характеризуется ростом конкуренции, усложнением структуры агропродовольственных рынков и повышением требований потребителей к качеству, происхождению и репутации продукции. В этих условиях возрастает значение нематериальных факторов экономического развития, среди которых особое место занимает бренд-менеджмент.

Для кооперативно-интеграционных структур АПК, объединяющих производителей, перерабатывающие и сбытовые организации, бренд выступает не только средством рыночной дифференциации, но и инструментом консолидации участников, формирования доверия и повышения устойчивости хозяйственной деятельности. В связи с этим актуализируется необходимость анализа современных концепций бренд-менеджмента и оценки возможностей их применения в аграрном секторе [1].

В современной экономической литературе бренд рассматривается как совокупность материальных и нематериальных характеристик, формирующих устойчивые ассоциации у потребителей и обеспечивающих добавленную стоимость продукта.

По мнению Ф. Котлера и К. Келлера, бренд снижает воспринимаемые риски потребителей, облегчает процесс выбора и способствует формированию долгосрочной лояльности [2].

Бренд-менеджмент представляет собой системную управленческую деятельность, направленную на формирование, развитие и защиту капитала бренда в долгосрочной перспективе [2].

В агропромышленном комплексе значимость бренд-менеджмента возрастает в связи с ограниченными возможностями технологической дифференциации сельскохозяйственной продукции и высокой ролью доверия в потребительском поведении [3].

Анализ научных источников позволяет выделить ряд ключевых концепций бренд-менеджмента, отличающихся по объекту брендинга, используемым инструментам и стратегическим целям. Их применение в кооперативно-интеграционных структурах АПК имеет различную степень эффективности.

Таблица 1 - Сравнительная характеристика основных концепций бренд-менеджмента и возможностей их применения в кооперативно-интеграционных структурах АПК

Концепция бренд-менеджмента	Уровень формирования бренда	Ключевые инструменты бренд-менеджмента	Основной источник конкурентных преимуществ	Преимущества для кооперативов АПК	Ограничения и риски	Общая оценка применимости
Товарная	Отдельный продукт, товарная группа	Упаковка, маркировка, сертификация, ценовое позиционирование	Функциональные свойства продукции	Возможность выделения отдельных товаров; рост узнаваемости	Низкая дифференциация продукции; ценовая конкуренция	Низкая
Корпоративная	Кооператив, организация	Корпоративный имидж, стандарты качества, коммуникационная политика	Репутация и доверие	Формирование устойчивого доверия потребителей и партнёров	Необходимость согласованных действий всех участников	Высокая
Эмоциональная	Бренд как система ценностей	Сторителлинг, социальная миссия, экологические акценты	Потребительская лояльность	Повышение воспринимаемой ценности продукции	Долгосрочность эффекта, сложность оценки	Средняя
Интеграционная	Кооперативно-интеграционная структура	Единый бренд, общие стандарты, коллективное продвижение	Синергетический эффект	Снижение издержек, усиление позиций мелких производителей	Сложность координации	Очень высокая
Территориально-репутационная	Регион, территория	Географические указания, региональные бренды	Аутентичность происхождения	Повышение конкурентоспособности локальной продукции	Ограниченность масштабирования	Средне-высокая

Проведенный сравнительный анализ показывает, что наибольший потенциал для кооперативно-интеграционных структур АПК имеют корпоративная и интеграционная концепции бренд-менеджмента, позволяющие формировать единый рыночный образ и обеспечивать синергетический эффект от совместного продвижения продукции.

Кооперативно-интеграционные структуры агропромышленного комплекса представляют собой особую форму организации хозяйственной деятельности, сочетающую элементы кооперации, вертикальной и горизонтальной интеграции. Их функционирование основано на объединении экономических интересов сельскохозяйственных товаропроизводителей, перерабатывающих предприятий и сбытовых организаций, что предопределяет специфические требования к системе управления брендом.

В отличие от традиционных коммерческих компаний, бренд-менеджмент в кооперативных структурах ориентирован не только на рыночный результат, но и на достижение социально-экономических целей, включая повышение устойчивости сельских территорий, защиту интересов участников кооперации и обеспечение стабильных каналов сбыта [3]. В этой связи бренд кооперативно-интеграционной структуры выполняет интеграционную функцию, формируя единое ценностное и репутационное пространство для всех участников объединения.

Существенной особенностью бренд-менеджмента в АПК является необходимость согласования стандартов качества и производственных практик между участниками кооперации. Отсутствие единых требований к качеству продукции может негативно отразиться на восприятии бренда в целом, что повышает значимость корпоративного и интеграционного брендинга [4]. Таким образом, бренд выступает механизмом институционального регулирования, обеспечивая единый уровень качества и прозрачность происхождения продукции.

Кроме того, бренд-менеджмент в кооперативно-интеграционных структурах характеризуется ограниченностью маркетинговых ресурсов и компетенций, особенно у малых сельскохозяйственных производителей. В этих условиях коллективное использование бренда позволяет снизить из-

держки на продвижение, повысить эффективность маркетинговых коммуникаций и обеспечить более устойчивое присутствие на рынке [4]. Интеграционный брендинг способствует перераспределению маркетинговых функций на уровень объединения, что усиливает конкурентные позиции всех участников.

Таким образом, специфика бренд-менеджмента в кооперативно-интеграционных структурах АПК заключается в его комплексном характере, сочетании рыночных и институциональных функций, а также в ориентации на долгосрочное развитие и устойчивость агропромышленных объединений.

В условиях высокой однородности сельскохозяйственной продукции и ограниченных возможностей технологической дифференциации бренд-менеджмент приобретает ключевое значение как фактор формирования конкурентных преимуществ. Бренд позволяет трансформировать продукцию АПК из товара массового спроса в ценностное предложение, основанное на доверии, репутации и нематериальных характеристиках [5].

С точки зрения теории маркетинга, сильный бренд способствует снижению воспринимаемых потребителем рисков, связанных с качеством и безопасностью продукции, что особенно важно для продовольственных рынков [5]. Для продукции агропромышленного комплекса бренд становится индикатором стабильности, соответствия стандартам качества и ответственности производителя, формируя устойчивые предпочтения потребителей.

Бренд-менеджмент также оказывает влияние на ценовую конкурентоспособность продукции АПК. Наличие узнаваемого бренда снижает ценовую чувствительность спроса и расширяет возможности использования премиального ценообразования, что особенно актуально для продукции с акцентом на экологичность, локальное происхождение и традиционные технологии производства [6]. В результате бренд выступает инструментом повышения добавленной стоимости сельскохозяйственной продукции.

Для кооперативно-интеграционных структур бренд-менеджмент играет дополнительную роль, обеспечивая коллективную конкурентоспособность участников объединения. Использование единого бренда позволяет

мелким и средним производителям выходить на новые рынки, включая региональные и национальные торговые сети, где индивидуальные хозяйства зачастую не обладают достаточной рыночной силой [6].

Таким образом, бренд-менеджмент способствует выравниванию конкурентных условий и повышению устойчивости агропромышленных кооперативов.

Кроме того, бренд-менеджмент оказывает институциональное воздействие на развитие АПК, повышая инвестиционную привлекательность кооперативных структур и уровень доверия со стороны финансовых и государственных институтов [6]. Сильный бренд кооператива воспринимается как гарантия стабильности и прозрачности хозяйственной деятельности, что способствует привлечению ресурсов и реализации долгосрочных инвестиционных проектов.

В совокупности это позволяет рассматривать бренд-менеджмент не только как инструмент маркетинга, но и как системный фактор конкурентоспособности продукции агропромышленного комплекса, обеспечивающий устойчивое развитие кооперативно-интеграционных структур в условиях трансформации агропродовольственных рынков.

Таким образом, бренд-менеджмент выступает не только маркетинговым инструментом, но и фактором институционального развития агропромышленных кооперативов.

Список использованных источников

1. Рыбалко, Ю.А. Модернизация экономики государств: отраслевой и региональный аспект, научно-технологическое и инновационное предпринимательство / Ю.А. Рыбалко // Материалы международной научно-практической конференции профессорско-преподавательского состава, молодых ученых и студентов, посвященной 75-летию факультета менеджмента и предпринимательства, 09-14 декабря 2024 года. - Ростов-на-Дону : - Ростов: Издательско-полиграфический комплекс Ростовского государственного экономического университета (РИНХ), 2025. - С. 175-178.

2. Котлер, Ф., Маркетинг. Менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. М.: Санкт-Петербург: Питер Пресс, 2014.
3. Aaker, D. A. Managing Brand Equity. Open Journal of Business and Management, 2020.
4. Капферер, Ж-Н. Бренд навсегда: создание, развитие, поддержка ценности бренда / Жан-Ноэль Капферер ; пер. с англ. Е. В. Виноградовой; под. общ. ред. В. Н. Домнина. - Москва: Вершина, 2007. - 448с..
5. Пономарёва, Е. А. Бренд-менеджмент : учебник и практикум для вузов / Е. А. Пономарёва. – Москва : Издательство Юрайт, 2026. – 341 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-9916-9046-1. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/583466> (дата обращения: 26.01.2026).
6. Журавель, В.Ф. Особенности формирования маркетинговой стратегии при выходе промышленного предприятия на внешний рынок / В.Ф. Журавель, Шацкова А.Ю. – М.: Пятигорск: Вестник Северо-Кавказского федерального университета., 2018. № 1 (64). - С. 76-86.

Tikhomirova A.S., Rybalko Y.A.

**ANALYSIS OF THE MAIN CONCEPTS OF BRAND MANAGEMENT
AS ONE OF THE FACTORS IN PROMOTING THE PRODUCTS
OF COOPERATIVE INTEGRATION STRUCTURES
IN THE AGRO-INDUSTRIAL COMPLEX**

This article presents an overview and analytical comparison of modern brand management concepts in the context of promoting products of cooperative-integrated structures in the agro-industrial complex. Theoretical approaches to brand management, their evolution, and the specifics of their application in agricultural cooperation are examined. The role of a brand as an intangible asset that contributes to the competitiveness of agricultural products and the strengthening of the market position of cooperatives is substantiated. A comparative analysis of the main brand management concepts is conducted, taking into account their applicability to cooperative-integrated structures.

Keywords: brand management, agro-industrial complex, cooperation, integrated structures, marketing, competitiveness

НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ

**РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РЫНОЧНЫХ
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ
(СТРУКТУР) И ИХ ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**

**Сборник материалов
XVII научно-практической конференции
с элементами научной школы для молодых учёных
(с международным участием)**

*Все статьи печатаются в авторской редакции.
За точность приведенных фактов, цифр и других сведений
ответственность несет автор.*

Компьютерная верстка *Плотникова А.Н.*

Электронное издание
Подписано в тираж 23.03.2026 г.
Печ. л. 61,81. Усл.-печ. л. 57,49. Уч.-изд. л. 41,67.
Объем 8,28 Мб. Тираж – 500 экз. Первый завод – 20 экз.
Заказ № 26-0001.

Отпечатано в ООО «СиДи Мейкер»,
121354, Россия, Москва, ул. Витебская, д. 9, стр. 15, тел. 8 (499) 877-13-78.

Макет подготовлен в редакционно-издательском отделе
ЧОУВО «Московский университет им. С.Ю. Витте»,
115432, Россия, Москва, 2-й Кожуховский проезд, д. 12, стр. 1,
тел. 8 (495) 783-68-48, доб. 53-53.