

Окончание таблицы 2

1	2	3	4	5	6
Уровень обновления основных средств	19,25	8,65	5,19	–10,6	–14,06
Уровень выбытия основных средств, %	2,12	0,35	0,27	–1,77	–1,85
Уровень износа основных средств, %	4,39	3,69	2,94	–0,7	–1,45

Уровень загрузки мощности увеличился за 2 года на 5,0 п.п. и составил 100 % в 2023 году. Это говорит о максимальной загрузке мощностей ОАО «Коминтерн» в 2023 году. При этом показатель фондоотдачи увеличился за анализируемый период на 1,17 руб., а показатель фондоемкости – сократился на 0,1 руб. Это свидетельствует о том, что ОАО «Коминтерн» в отчетном году более эффективно использовало свои основные средства. Увеличение фондовооруженности за два года говорит о том, что наблюдается увеличение обеспеченности работников новыми основными средствами.

Уровень износа основных средств снизился за период с 2021 по 2023 год на 1,45 п.п., что указывает на уменьшение износа и улучшение состояния основных средств. Уровень обновления основных средств снизился с 19,25 % до 5,19 % за анализируемый период, что указывает на уменьшение объема обновления основных средств. Коэффициент выбытия основных средств также снизился с 2,12 % до 0,27 %, что свидетельствует о сокращении объема вывода устаревшего оборудования и достаточно хорошем состоянии основных средств.

В целом, на основе оценки технологической и кадровой составляющих экономической безопасности можно сделать вывод о том, что ОАО «Коминтерн» эффективно управляет кадровым и технологическим потенциалом, тем самым поддерживая достаточный уровень экономической безопасности. А это создает предпосылки для дальнейшего успешного функционирования ОАО «Коминтерн» в перспективе.

Литература

1 Левкина, Е. В. Экономическая безопасность предприятия : учеб. пособие / Е. В. Левкина, Л. А. Сахарова, Е. А. Курасова. – Владивосток : Издательство Дальневосточного федерального университета, 2022. – 159 с.

2 Сергеева, И. А. Комплексная система обеспечения экономической безопасности предприятия : учеб. пособие / И. А. Сергеева, А. Ю. Сергеев. – Пенза : Изд-во ПГУ, 2017. – 124 с.

УДК 004.774.6:658

В. В. Рушелюк

РОЛЬ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КОНТЕНТОМ КОРПОРАТИВНОГО САЙТА В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

В статье рассматриваются возможности использования системы управления контентом для поддержания актуальности информации на веб-сайтах организаций. Производится сравнительный анализ существующих систем и обосновывается необходимость разработки решения, адаптированного под особенности и требования отдельной компании. Описывается механизм действия и ограничения такой системы, преимущества автоматизации процесса управления контентом корпоративного сайта.

«Интернет-маркетинг (англ. digital marketing) представляет собой таргетированный и интерактивный маркетинг товаров и услуг с использованием цифровых технологий как для привлечения новых клиентов, так и для выстраивания долгосрочных отношений с ними», в чем уверены авторы работы «Интернет-маркетинг на 100 %» [1, с. 11].

С развитием технологий и переходом большей части бизнес-процессов в онлайн-пространство для современных компаний становится важно поддерживать свои веб-сайты актуальными и информативными для посетителей. Однако традиционные методы редактирования и обновления контента на сайте могут быть неэффективными и требовать дополнительных затрат времени и ресурсов [2, с. 31].

На сегодняшний день компании сталкиваются с проблемой обновления информации на своих веб-сайтах. Часто для этого требуется обращаться к разработчикам или администраторам, что занимает время и может вызвать дополнительные расходы. Кроме того, в таком случае обновление информации может быть не таким оперативным, как хотелось бы.

Для решения данной проблемы предлагается использовать систему управления контентом, которая позволит сотрудникам компании самостоятельно редактировать и обновлять информацию на сайте. Это упростит процесс обновления контента, сэкономит время и ресурсы компании, а также обеспечит более оперативное обновление информации для посетителей сайта.

Система управления контентом (CMS) – информационная система или компьютерная программа, используемая для обеспечения и организации совместного процесса создания, редактирования и управления содержимым, иначе – контентом.

Основные задачи CMS можно охарактеризовать следующим образом:

- обеспечение средств для разработки веб-контента и содействие коллективной работе над его созданием;
- организация работы с содержимым, включая его хранение, контроль версий, настройку доступа и управление документооборотом;
- публикация материалов с представлением информации в удобном для навигации и поиска виде.

Такая система способна обрабатывать разнообразные типы данных, начиная от текстовых документов и видеоматериалов, заканчивая изображениями, контактными данными и научной информацией.

В сфере автоматизации управления веб-контентом используются разнообразные решения, позволяющие создавать, редактировать и поддерживать информационные ресурсы предприятия. Так, модульная платформа DynaSite от компании «Рексофт» [3] состоит из ядра, обеспечивающего базовые функциональные возможности, и специализированных компонентов, решающих отдельные задачи. Разработчики могут добавлять новые модули или использовать готовые компоненты, что обеспечивает лёгкую интеграцию с другими системами компании, такими как бухгалтерский учёт, складская логистика или почтовые сервисы.

Для малых предприятий на рынке представлено решение SiteManager от компании «Аист» [4]. Эта система ориентирована на создание презентабельных сайтов с расширенным набором настроек, позволяющим не только управлять структурой ресурса, но и получать персонализированную техническую поддержку. Такая платформа помогает малому бизнесу быстро запустить веб-проект, обеспечивая необходимый функционал для поддержания корпоративного имиджа.

В сегменте среднего бизнеса популярна система NetCat, которая предоставляет возможности для комплексного управления содержимым сайта [4]. С её помощью можно контролировать структуру ресурса, содержимое, разграничивать доступ пользователей, управлять рекламными блоками и интегрировать дополнительные модули через интуитивно понятный веб-интерфейс. Это решение позволяет эффективно администрировать сайт и легко масштабировать его функциональность в зависимости от бизнес-задач.

Не менее значимым является решение ContentManagementServer (CMS) 2002 от Microsoft, разработанное с учётом интеграции с технологией Microsoft.NET и отраслевых стандартов [5]. Это гибкая и масштабируемая система позволяет публиковать материалы напрямую из Microsoft Word, управлять цифровыми хранилищами, проводить XML-редактирование и осуществлять поиск. Благодаря тесной интеграции с продуктами сторонних разработчиков, CMS 2002 является комплексным решением для управления информационным наполнением веб-серверов.

Однако, учитывая особенности функционирования отдельной организации и необходимость в оптимизации затрат, компании следует стремиться к разработке собственной системы управления контентом корпоративного сайта. Такой подход позволит обеспечить более высокую адаптивность, повысить уровень безопасности и интеграцию с корпоративными процессами, что в долгосрочной перспективе окажется экономически выгоднее готовых решений.

Механизм действия информационной системы управления контентом должен включать следующие этапы:

1 Аутентификация и авторизация. Система должна позволять пользователям аутентифицироваться с помощью логина и пароля, а затем проверять права доступа в соответствии с их ролями (например, администратор, редактор, пользователь).

2 Создание и редактирование страниц. Пользователи должны иметь возможность создавать новые страницы, задавать им название, URL и вносить необходимое содержание, а также редактировать существующие страницы, внося изменения в содержание.

3 Управление меню. Пользователи должны иметь возможность управлять меню сайта, добавляя новые пункты, редактируя существующие и определяя порядок отображения.

4 Управление контентом. Для каждой страницы пользователи должны иметь возможность добавлять и редактировать контент. Контент может быть различных типов и форматов, поэтому система должна обеспечивать удобный интерфейс для работы с ним.

5 Аналитика. Система должна собирать данные о посещениях страниц, такие как количество посещений, время пребывания на странице и конверсия. Эти данные могут быть использованы для анализа эффективности контента и оптимизации пользовательского опыта.

Кроме описания функциональности информационной системы управления контентом корпоративного сайта, также важно выделить некоторые ограничения, которые могут быть присущи данной системе.

Ограниченный доступ к функциональности. В зависимости от роли пользователя, доступ к определенным функциям системы может быть ограничен.

Ограничения по производительности. При обработке большого количества контента или одновременном доступе нескольких пользователей, система управления контентом может сталкиваться с ограничениями по производительности. Например, время загрузки страниц или обновления контента может увеличиваться.

Ограничения по безопасности. Поскольку система управления контентом предоставляет доступ к редактированию и публикации контента, безопасность является важным аспектом. Необходимо предусмотреть ограничения доступа, шифрование данных и механизмы проверки наличия вредоносного кода в загружаемом контенте.

Ограничения по масштабируемости. В случае, если объем контента или число пользователей системы управления контентом значительно увеличивается, могут возникнуть ограничения по масштабируемости. Необходимо обеспечить горизонтальное масштабирование и оптимизацию системы для эффективной работы при больших объемах данных и нагрузках.

Диаграмма вариантов использования системы управления контентом на рисунке 1, отражает наглядное представление различных сценариев использования данной системы. Она демонстрирует возможности и функционал системы, позволяя лучше понять, каким образом ее можно применять в различных ситуациях. Данная диаграмма позволяет лучше представить широкий спектр применения системы управления контентом и ее значимость для современных компаний.

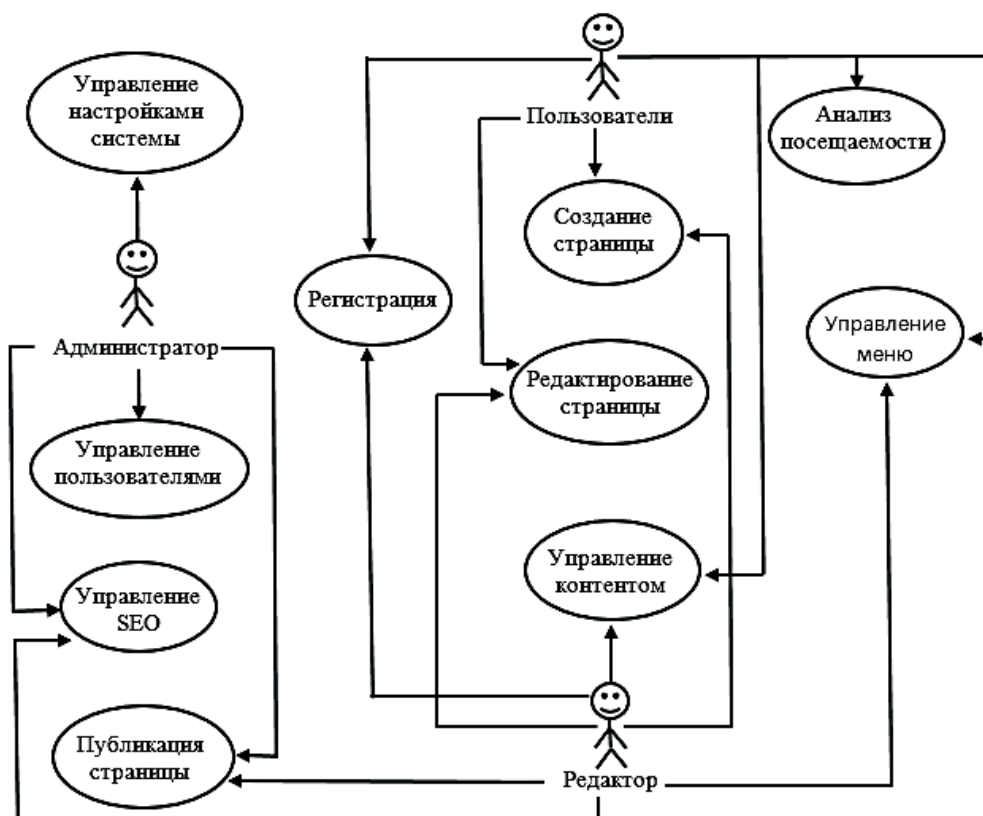


Рисунок 1 – Диаграмма вариантов использования системы управления контентом корпоративного сайта

На рисунке 2 представлена логическая модель данных системы управления контентом корпоративного сайта организации.

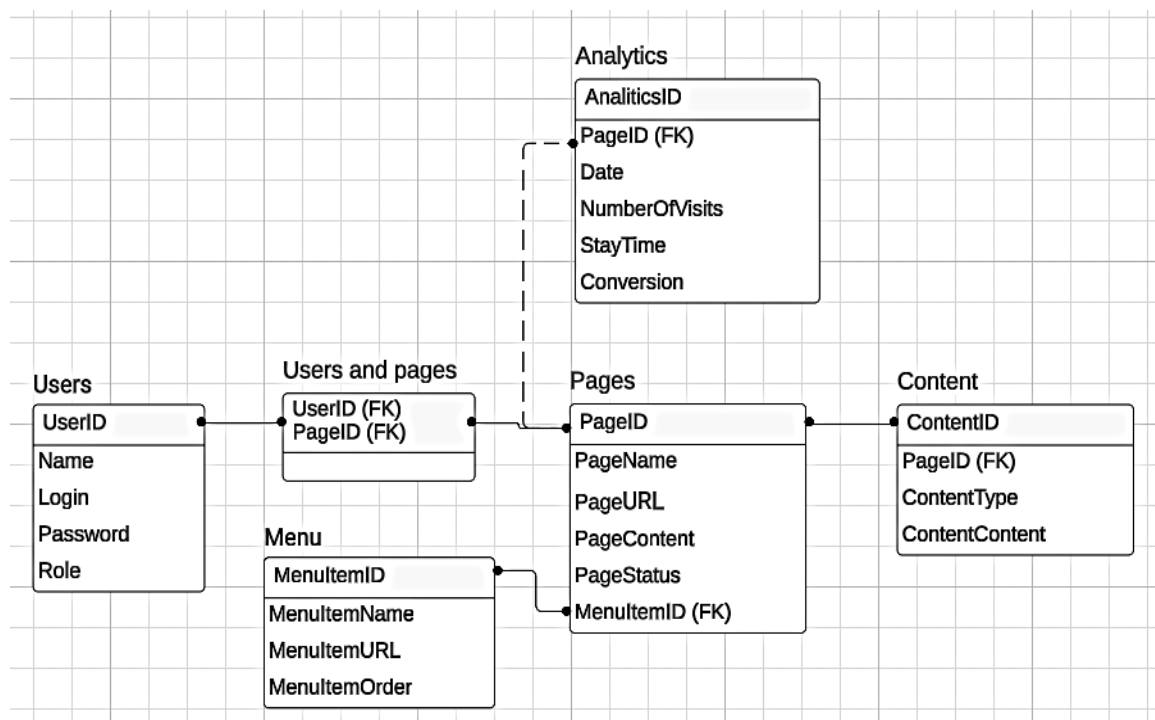


Рисунок 2 – Логическая модель данных

Логическая модель данных представляет собой расширенную версию концептуальной модели, в которой графически зафиксированы ограничения, наименования сущностей и их взаимосвязи, реализуемые независимо от выбранной платформы.

Эта модель служит фундаментом для дальнейшей разработки, обеспечивая целостность и согласованность данных.

Таким образом, использование системы управления контентом для актуализации информации на веб-сайтах представляет собой эффективный подход, способствующий экономии времени и ресурсов, а также обеспечивающий оперативное обновление информации для посетителей ресурса. Несмотря на наличие некоторых ограничений, данная система обладает широким спектром возможностей по управлению контентом и оптимизации пользовательского опыта.

Литература

1 Интернет-маркетинг на 100 % / Н. Андросов, И. Ворошилова, В. Долгов [и др.]. – СПб. : Питер, 2015. – 240 с.

2 Kannan, P. K. Digital marketing: A framework, review, and research agenda / P. K. Kannan, Alice Li // International Journal of Research in Marketing. – 2017. – Vol. 34, Is. 1. – P. 22–45.

3 Система DynaSite компании «Рексофт». – URL: <https://www.reksoft.ru> (дата обращения: 30.03.2025).

4 Системы SiteManager и NetCat компании «Аист». – URL: <https://www.sitemanager.ru> (дата обращения: 30.03.2025).

5 Система ContentManagementServer (CMS) 2002 компании «Microsoft». – URL: <https://news.microsoft.com> (дата обращения: 30.03.2025).

УДК 336.76

П. А. Сахаров

ДЕЦЕНТРАЛИЗОВАННЫЕ ЦИФРОВЫЕ ФИНАНСЫ: СОСТОЯНИЕ, ИНФРАСТРУКТУРА, ПРОБЛЕМЫ И СТРАТЕГИИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

Статья посвящена анализу роли криптовалютных бирж как ключевого элемента инфраструктуры рынка цифровых активов и вызовам, связанным с их регулированием. Особое внимание уделено сравнению централизованных (CEX) и децентрализованных (DEX) платформ, а также развитию децентрализованных финансов (DeFi). В заключении обсуждаются стратегии адаптации традиционных банков, включая цифровую трансформацию и интеграцию стейблкоинов, чтобы сохранить конкурентоспособность.

Криптовалютные биржи составляют основу инфраструктуры рынка виртуальных активов. По состоянию на апрель 2025 г. на криптовалютных биржах торгуется более 13,97 миллионов виртуальных активов [1]. По состоянию на апрель 2025 г. в мире функционирует 812 криптобирж [2].

Криптовалютные биржи и операторы криптообмена, как правило, предлагают свои услуги виртуально, а их клиентами могут быть инвесторы из различных государств. Эффективное функционирование надгосударственных структур финансового рынка невозможно без внедрения надзорно-регуляторного механизма. Тем не менее, надзор за