



МАТЕРИАЛЫ

VII МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ МОЛОДЫХ УЧЁНЫХ И СТУДЕНТОВ
«ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ»

ТОМ 2

ДОНЕЦК
20 апреля 2023 г.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ**

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РЕСПУБЛИКИ ЮЖНАЯ ОСЕТИЯ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЮГО-ОСЕТИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМ. А.А. ТИБИЛОВА»
ИНЖЕНЕРНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ**

Проблемы развития социально-экономических систем

Материалы VII Международной научной конференции
молодых учёных и студентов
(Донецк, 20 апреля 2023 г.)

Том 2

Донецк
Издательство ДонГУ
2023

УДК 330.111.66-043.86(062.552)

ББК У.я431

Редакционный коллектив:

Полшков Ю. Н. (главный редактор), Брагина Э. Р., Давлианидзе Я. С.,
Ибрагимхалилова Т. В., Кошелева Е. Г., Краснова В. В., Кужелева А. А.,
Некрасова О. Л., Половян А. В., Сердюк О. Ю., Трошкин А. В.,
Шилец Е. С., Воробьева Ю. С. (отв. секретарь)

Общая редакция: д-р экон. наук, доцент Полшков Ю. Н.

Рекомендовано к печати Ученым советом

ФГБОУ ВО «ДонГУ»

Протокол от 31.05.2023 г. № 5

П781 Проблемы развития социально-экономических систем:
Материалы VII Международной научной конференции молодых
учёных и студентов (Донецк, 20 апреля 2023 г.). – Том 2 / под
общей редакцией д-ра экон. наук, доц. Ю. Н. Полшкова. – Донецк:
Изд-во ДонГУ, 2023. – 412 с.

В сборнике представлены материалы VII Международной научной конференции молодых учёных и студентов «Проблемы развития социально-экономических систем». Второй том содержит тезисы докладов, представленных в секциях «Теория и практика управления экономическими системами», «Управление персоналом и экономика труда», «Международный бизнес и GR-менеджмент», «Маркетинг и логистика: теория и практика», «Modern economic trends», «Региональная идентификация в дизайне».

Ответственность за содержание статей, аутентичность цитат, правильность фактов и ссылок несут авторы статей.

© Коллектив авторов, 2023 г.

© Донецкий государственный университет, 2023 г.

**Вступительное слово к сборнику материалов VII Международной научной
конференции молодых учёных и студентов
«Проблемы развития социально-экономических систем»**



Существующие концепции интеграции региональных промышленных комплексов в национальную экономику страны-партнёра нуждаются в модификации согласно современным реалиям присоединения новых территорий к России. Динамика интеграционных процессов опирается на детерминанты развития экономики и социальной сферы Русского Донбасса.

Актуальны задачи совершенствования инновационной политики, подкреплённой инвестициями в экономики Донецкой и Луганской Народных Республик, Запорожской и Херсонской областей. Необходима модернизация методик оценки неоиндустриального потенциала регионального рынка.

Для гармоничного вхождения регионального хозяйственного комплекса Русского Донбасса в экономику России важно исследовать возможные последствия агломерационных эффектов технологического развития, пространственной концентрации промышленности и миграционных процессов квалифицированных трудовых ресурсов.

На повестке дня разработка прикладных методик математического моделирования процессов экономической интеграции в контексте диагностирования уровня развития человеческого капитала отраслей, анализа эффективности стратегий управления промышленным комплексом.

Значительные разрушения инфраструктуры Донецкой и Луганской Народных Республик требуют формирования региональных промышленно-строительных кластеров. Данные кластеры сыграют роль центров компетенций и подготовки кадров, формирования человеческого капитала промышленных отраслей, обеспеченных материально-техническими ресурсами, информационно-технологическими программами, проектной документацией.

Ряд экологических проблем может быть решён с помощью создания региональных центров по утилизации отходов, мусороперерабатывающих заводов. Подобные центры могли бы не только организовать системную работу по переработке мусора, но создать условия для производства новых материалов, необходимых в сфере промышленного строительства и благоустройства.

Роль транспортной системы в интеграционных процессах значительно возрастает. Дорожные и другие работы сопряжены с поставками большого количества сырья и материалов различными видами транспорта: автомобильным, железнодорожным, морским. Транспортные потоки должны быть организованы наиболее рациональным и безопасным способом. Для обеспечения экономической эффективности необходимо использовать логистические решения, в частности создать крупные перевалочные пункты, терминалы. Организация таких объектов сокращает время доставки грузов, снижает транспортные расходы, формирует мобильный фонд запасов и обеспечивает бесперебойность поставок.

Для роста неоиндустриального потенциала хозяйственного комплекса Русского Донбасса в составе Российской Федерации молодыми учёными экономического факультета Донецкого государственного университета рекомендовано

диверсифицировать производство, увеличить уровень загрузки основных производственных фондов, обеспечить предприятия трудовыми ресурсами требуемой квалификации, модернизировать систему сбыта на основе государственно-частного партнёрства, организовать современную индустриальную логистику, повысить эффективность использования материальных, людских, финансовых и других ресурсов.

Диагностика показала удовлетворительный уровень развития человеческого капитала промышленных отраслей региона. Повышение до достаточного уровня возможно при росте качества жизни, экологическом развитии региона, развитии образования, науки и культуры, технологической модернизации промышленности интегрирующихся территорий.

Для обеспечения эффективности стратегий управления промышленным комплексом рекомендуется выработать особые правила инвестирования региональной индустрии, создать оффшорную зону минимум на три года, освободить от взимания налогов и таможенных сборов импортируемые жизненно важные промышленные товары. Актуально внедрение простых и прозрачных правил хозяйственной отчётности, объединение платёжных систем Русского Донбасса с российским рынком финансовых услуг, осуществление цифровизации систем управления промышленностью региона.

Решению перечисленных задач и многих других проблем посвящён сборник материалов VII Международной научной конференции молодых учёных и студентов «Проблемы развития социально-экономических систем», проведенной 20 апреля 2023 года на базе экономического факультета Донецкого государственного университета. Сборник объединил в себе научные исследования и совместные инициативы преподавателей, студентов и молодых специалистов из Российской Федерации, Республики Южная Осетия, Республики Беларусь, Республики Казахстан.

В рамках конференции работало тринадцать тематических секций. Заслушано более двухсот пятидесяти докладов, тезисы которых вошли в данный сборник.

Мы рады предоставить возможность студентам и молодым учёным продемонстрировать результаты своих исследований. Уверены в дальнейшем совершенствовании всех форм научно-образовательного и практического сотрудничества с нашими партнёрами.

*Сопредседатель организационного комитета Конференции,
и. о. декана экономического факультета ФГБОУ ВО «ДонГУ»,
доктор экономических наук, доцент
Ю.Н. Поликов*

Секция «Теория и практика управления экономическими системами»

Безуглая М. С., студент,
Волков Д. А., студент
Научный руководитель: Ялунер А. Ф.
Донецкий государственный университет, РФ
bezuglayamaryana@icloud.com

ОСОБЕННОСТИ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Актуальность. Деятельность предприятий пищевой промышленности характеризуется высокой степенью неопределенности и непредсказуемости. В связи с этим возникает необходимость формирования системы управления рисками, которая позволит направить предприятие на достижение целей, экономический рост и развитие, максимизацию доходов и минимизацию потерь, что и обуславливает актуальность выбранной темы.

Анализ последних исследований и публикаций. Рассмотрению вопросов, связанных с изучением особенностей управления рисками на предприятии посвящены работы таких ученых как: Г. Б. Власова, А. Б. Венгеров, А. Н. Головистикова, Ю. А. Дмитриев, В. Н. Гранатуров, Л. Ф. Догиль, Л. В. Бедовая и др.

Целью исследования является рассмотрение особенностей системы управления рисками на предприятиях пищевой промышленности.

Результаты исследования. С развитием рыночных отношений изучению экономических рисков уделяется все большее внимание. Анализ и прогноз риска становится неотъемлемой составляющей внутреннего контроля. Глобализация, цифровая трансформация экономики требуют от внутреннего контроля быстрой адаптации к изменениям внешней и внутренней среды, основанной на риск ориентированном подходе.

Риски, с которыми предприятия сталкиваются в процессе осуществления хозяйственной деятельности вызваны: экономическими, политическими, социальными факторами, а также нестабильностью рыночных отношений, отсутствием полной информации о внешней среде, противодействием участников рынка.

Ключевым условием обеспечения стабильной работы, экономического роста и развития предприятия является разработка программы управления рисками предприятия. Программа управления рисками предприятия должна основываться на следующих задачах:

идентификация, анализ, определение количества и оценка всех рисков предприятия, которые могут возникнуть в процессе осуществления операционной, финансовой и стратегической деятельности. К таким рискам можно отнести страховые, финансовые, товарные, юридические, экологические и другие виды рисков, которые угрожают стабильности работы предприятия;

формирование рекомендаций по борьбе с выявленными рисками;

осуществление систематического контроля хода выполнения рекомендованных мероприятий и внесение необходимых корректировок.

С целью обеспечения сбалансированной работы и минимизации потерь предприятия необходимо осуществлять управление рисками на основе комплекса мер,

которые позволяют прогнозировать наступление рискованного события и принимать меры по снижению степени риска.

Пищевая промышленность России является важнейшей жизнеобеспечивающей сферой народнохозяйственного комплекса, оказывающей значительное влияние на состояние экономики страны, уровень продовольственной безопасности и благосостояние народа. Обеспечение населения качественными и безопасными продуктами питания является приоритетной задачей продовольственной политики России. В современных условиях пищевая промышленность России испытывает ряд трудностей. Трудности в развитии пищевой промышленности связаны с санкциями Евросоюза, политической обстановкой, кризисными явлениями в экономике. В результате санкций Россия лишилась многих поставщиков исходного сырья, кормов, оборудования для пищевой промышленности. Результатом кризисных явлений в экономике является перераспределение в потреблении колбасных продуктов. В связи со снижением уровня доходов населения потребители стали предпочитать мясные продукты среднего и низкого ценовых сегментов. В большинстве регионов происходит переориентация спроса населения от дорогой продукции – ветчинных изделий, сырокопченых колбас, деликатесов – к более дешевым видам вареных колбасных изделий и сосисок. Специфика рынка колбасных изделий такова, что основной объем рынка обеспечивает отечественный производитель – почти 99% продукции.

Оценку влияния риск-менеджмента будем осуществлять на примере ОАО «Мясокомбинат Новочеркасский». Предприятие занимается производством колбасных, сырокопченых изделий, полуфабрикатов мясных и мясосодержащих продуктов. Предприятие включено в перечень системообразующих организаций, принимающих активное участие в организации социальной стабильности и продовольственной безопасности страны. Холдинг реализует инвестиционные проекты в сельское хозяйство, направленные на реализацию государственных программ по импортозамещению и регулированию рынков сырья и продовольствия.

К основным рискам в деятельности ОАО «Мясокомбинат Новочеркасский» можно отнести:

- повышение стоимости сырья и комплектующих;
- увеличение тарифов на водоснабжение и электроэнергию;
- повышение транспортных расходов;
- усиление конкуренции среди производителей;
- снижение платежеспособного спроса населения;
- риски, возникающие в процессе хозяйственной деятельности предприятий пищевой промышленности при нарушении регламентов технической деятельности;
- риски, связанные с накопленным экологическим ущербом.
- отсутствие в документации системы менеджмента безопасности пищевой продукции предприятия отдельной документации по управлению рисками;
- отсутствие стандарта ГОСТ Р ИСО 31000- 2010;
- отсутствие миссии предприятия;
- отсутствие в организационной структуре отдела управления рисками.

Вышеперечисленные факторы свидетельствуют о том, что предприятию ОАО «Мясокомбинат Новочеркасский» необходимо разрабатывать инструмент управления рисками. Система управления рисками должна быть взаимосвязана с технологией производства и исключать дублирование работ и искажение информации. Основной задачей предлагаемой системы управления рисками ОАО «Мясокомбинат Новочеркасский» является учет всех факторов риска на всех стадиях производственного цикла, от подбора поставщиков и до выбора каналов распределения продукции. Для внедрения системы управления рисками предприятию необходимо

наличие методического и информационного обеспечения, трудовых ресурсов, которые обладают определенными знаниями и навыками.

С целью реализации предлагаемой системы управления рисками на предприятии ОАО «Мясокомбинат Новочеркасский» необходимо провести следующие реорганизационные мероприятия:

1) сократить нерентабельные позиции продукции;

2) снизить себестоимость некоторых видов продукции посредством замены их рецептуры;

3) внедрить международный стандарт ISO 22000 (НАССР – ХАССП), который основан на анализе всех производственных процессов;

4) создать службу экономической безопасности, которая административно будет подчиняться директору по безопасности, а функционально коммерческому директору и директору по экономике и финансам.

5) выделить в организационной структуре специальное подразделение – отдел управления риском, возглавляемое так называемым риск-менеджером, то есть руководителем, который будет заниматься исключительно проблемами управления риском и координировать деятельность всех подразделений в отношении сбора и анализа информации с целью регулирования рисков событий и обеспечения компенсации возможных потерь и убытков.

Реализация выше перечисленных мероприятий позволит предприятию эффективно управлять рисками, оптимизировать предприятие и будет способствовать повышению экономических показателей.

Вывод. Динамично изменяющееся внешнее окружение, изменение технологий, рост конкуренции, борьба за потенциального потребителя вынуждают хозяйствующих субъектов пищевой промышленности по-новому рассматривать вопросы управления. В этих условиях риск становится неотъемлемой частью деятельности предприятия. Такие предпосылки стимулируют руководителей предприятий формировать комплексную систему управления рисками. Система управления рисками на предприятиях пищевой промышленности является эффективным инструментом для минимизации потерь и максимизации дохода.

Список литературы:

1. Бедовая, Л. В. Проблемы внедрения и развития системы риск-менеджмента на российских предприятиях / Л. В. Бедовая // Вестник института Экономики и управления НОВГУ. – 2013. – № 3. – С. 1-6.
2. Макарова, В. А. Формирование системы риск-менеджмента на предприятии / В. А. Макарова // Вестник ПсковГУ. – 2014. – № 4 – С. 98-108.
3. Рыжкова Е. В. Особенности управления рисками промышленного предприятия / Е. В. Рыжкова // Социально-экономические явления и процессы. – 2015. – Т 10. – № 9. – С. 146-152.
4. Догиль, Л. Ф. Оценка хозяйственных рисков предприятий мясоперерабатывающей промышленности / Л.Ф. Догиль // Проблемы экономики. – 2010. – С. 44-53.

Городецкий Е. С., студент
Научный руководитель: Егоров Е. Е., канд. экон. наук, доцент
Нижегородский институт управления - филиал РАНХиГС, РФ
Gorod11evgen@gmail.com

ВОПРОСЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Актуальность. Развитие рыночных отношений в связке с научно-техническим прогрессом стали стимулом внедрения в жизнь общества информационных технологий. В управлении менеджеры как в частном, так и в государственном секторе, обрабатывают, перемещают огромное количество информации и в условиях большой неопределённости принимают управленческие решения.

От качества работы с указанной информацией и возможности оперативного направления данной информации в адресную точку для применения при принятии решений, зависит успешность управления предприятием. Информационные технологии, за счет своей способности обрабатывать большой объем информации по запросу человека, способны оказывать менеджеру помощь в принятии управленческих решений. Для осуществления перечисленных выше операций большинство организаций используют в своей деятельности информационные системы управления. Все это обуславливает актуальность вопросов использования информационных систем управления в современной деятельности предприятий.

Анализ последних исследований и публикаций. Изучением вопросов использования информационных систем в управлении предприятием занимались Фоменкова А. В., Костылева Н.В., Мальцева Ю.А., Немудров Д. С., Меллер Н. В. и др.

Целью исследования является рассмотрение вопросов использования информационных систем в деятельности по управлению предприятием.

Результаты исследования. Управление, как вид трудовой деятельности сложен и многообразен, характеризуется большим числом форм и видов связей, различными процессами и явлениями. Управление деятельностью предприятия представляется как информационная система, в которой существуют информационные потоки в виде распоряжений, документов, запросов и так далее.

Современное развитие информационных технологий привело к тому, что произошло изменение подходов к автоматизации управления организациями. Эффективный руководитель, критериями которого являются профессиональное умение обеспечивать эффективную работу персонала, правильная реализация и совершенствование бизнес-процессов, успешное ведение организационно-административной и хозяйственной деятельности организации должен иметь навык по использованию информационных технологий в управлении предприятием.

В современном мире управления, информационные технологии становятся незаменимым инструментом управления и достижения целей предприятия. Они служат для контроля, координации бизнес-процессов, которые существуют в организации. Эффективное использование информационных технологий упрощает процесс управления, позволяет получить конкурентное преимущество на рынке и достичь поставленных целей.

Информационные технологии управления позволяют:

повысить возможности обработки, передачи и сбора информации, что позволят осуществлять обоснованное принятие решений;

повысить уровень оперативности в принятии решений;

сформировать единый информационный фонд, из которого осуществляется

предоставление необходимой информации для руководства всех уровней;

упростить согласование принятых решений на всех уровнях организации;

увеличить рост производительности, сократить непроизводственные потери и т.д.

Варианты направлений информационных технологий управления: технологии обработки данных, технологии автоматизации, технологии управления, технологии экспертных систем, технологии поддержки принятия решений.

Использование информационных технологий в управлении сводится к тому, что на основе информационных технологий разрабатываются информационные системы управления (далее – ИСУ) всем предприятием.

Одной из главных составляющей информационных технологий является использование компьютерных систем, которые не могут функционировать без программного обеспечения.

«Программное обеспечение (англ. software) – это комплекс программ, которые обеспечивают работу компьютеров и решение различных программных задач. Программное обеспечение (ПО) является обязательной частью любой системы компьютера и определяет сферу его применения.

ПО современных компьютеров включает множество разнообразных программ, которое можно условно разделить на три группы:

1. Системное ПО (системные программы).
2. Прикладное ПО (прикладные программы).
3. Инструментальное обеспечение (инструментальные системы).

ПО, которые используются в области управления, можно разделить на несколько классов: ПО планирования ресурсов; ПО управления проектами; ПО электронного документооборота; ПО управления производством; ПО управления обучением; ПО автоматизации бухгалтерского учета; ПО управления техническим обслуживанием и ремонта; ПО управления цепями поставок.

Данное деление условно, различное ПО может сочетать в себе сразу несколько особенностей других классов.

Многообразие классов ПО, различный функционал и направленность информационных технологий, открывают больший спектр возможностей по применению их в управлении деятельностью предприятия.

Вывод: информационные технологии с каждым годом становятся одним из самых главных инструментов в арсенале управленца, при отсутствии в деятельности организации ИСУ, высшее звено управления находится в постоянном стрессовом состоянии, повышенном внимании к ходу выполнения работ. Это не позволяет высшему звену управления осуществлять деятельность по стратегическому развитию организации, так как все внимание и время расходуется на ручное управление.

Поэтому для эффективного достижения целей деятельности, увеличения объема выполняемых задач, выделения дополнительного времени для стратегических решений, снижения уровня стресса высшего звена управления, автоматизации контроля исполнения работ и т.д., необходимо осуществить внедрение информационных технологий в управление.

Список литературы:

1. Костылева, Н.В. Информационное обеспечение управленческой деятельности: учебное пособие / Н.В. Костылева, Ю.А. Мальцева. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2016. – 148 с.
2. Меллер, Н. В. Информационные и компьютерные технологии в управлении проектом: учебное пособие / Н. В. Меллер, И. Ю. Некрасова. – Тюмень: Тюменский

индустриальный университет, 2019. – 95 с. – ISBN 978–5-9961-1907-3. – Текст: непосредственный.

3. Новицкий, О. А. Информационные технологии / О. А. Новицкий, Н. И. Курьянова, Л. Л. Солтанович; Белорус. гос. ун-т физ. культуры. – Минск: БГУФК, 2019. – 146 с.

4. Фоменкова, А. В. Информационные технологии в управлении / А. В. Фоменкова. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2018. – № 20 (206). – С. 276-278. – URL: <https://moluch.ru/archive/206/50348/> (дата обращения: 15.01.2023).

Ефименко С. А., студентка
Научный руководитель: Ялунер А. Ф.
Донецкий государственный университет, РФ
efimenko.0400@mail.ru

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТЬЮ

Актуальность. Промышленное производство и рост численности населения оказывают разрушительное воздействие на окружающую природную среду. Промышленный прогресс всегда сопровождался экологическими кризисами. Результатом промышленного производства является истощение природных ресурсов, загрязнение водных объектов, скопление отходов, образование озоновых дыр, утрата продуктивных земель, деградация лесных массивов. Пагубное воздействие на природу проявляется в рамках конкретных территорий и носит неудовлетворительный характер, что приводит к появлению региональных экологических проблем. Такие предпосылки побуждают общество к поиску путей решения экологических проблем на региональном уровне. Эффективным инструментом в решении экологических проблем является осуществление управления экологической безопасностью региона, что обуславливает актуальность выбранной темы.

Анализ последних исследований и публикаций. Рассмотрению вопросов, связанных с поиском путей решения региональных экологических проблем посвящены работы таких ученых как: И. П. Герасимов, А. М. Гиляров, В. Г. Горшков, Ю. А. Израэль, Ю. Н. Куражковский, Н. Н. Моисеев, А. Л. Яншин и др.

Целью исследования является рассмотрение особенностей управления региональной экологической безопасностью.

Результат исследования: Экологические проблемы выступают главным сдерживающим фактором социально-экономического развития региона. Для обеспечения сбалансированного экономического, экологического и социального развития региона необходимо обеспечить рациональную территориальную организацию экономических условий, которая должна соответствовать следующим критериям:

- 1) соответствие масштаба экономической деятельности экологической безопасности и экологической емкости территории;
- 2) масштабы экономической деятельности должны соответствовать природно-ресурсному потенциалу территории;
- 3) обеспечение совокупных потребностей населения;
- 4) эффективное функционирование экономической системы региона [6].

С целью реализации данных критериев необходимо осуществлять управление экологической безопасностью на региональном уровне. Управление экологической безопасностью региона является основой эффективного функционирования социально-эколого-экономической системы территории и сохранения окружающей природной среды. В рамках управления экологической безопасностью на региональном уровне разрабатывается комплекс мероприятий по снижению уровня антропогенного воздействия на окружающую природную среду. Возможные методы решения экологических проблем и улучшения качества окружающей среды на основе системы управления экологической безопасностью представлены на рисунке 1.

Для решения существующих экологических проблем необходим инструментарий, который будет способствовать управлению экологической безопасностью. Основным инструментом управления экологической безопасностью региона выступает совокупность средств воздействия на объекты управления с целью решения экологических проблем и защиты окружающей природной среды.

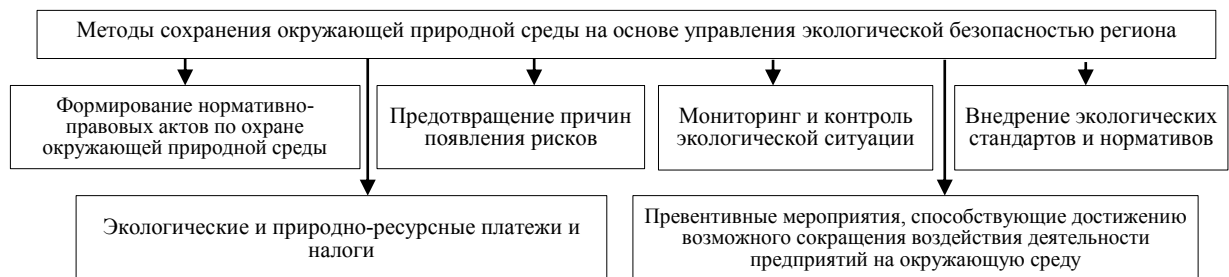


Рис. 1. Методы сохранения окружающей природной среды на основе системы управления экологической безопасностью региона

К основным инструментам управления экологической безопасностью региона можно отнести: организационно-технический инструментарий, инструментарий стимулирования целесообразных действий с позиции сохранности среды и санкций за нарушение установленных критериев деятельности по отношению к сохранности окружающей природной среды [6]. Организационно-технический инструментарий управления представлен системой сбора, обработки информации, технико-технологическими разработками, средствами контроля и мониторинга состояния объекта. Инструментарий стимулирования основан на экономической выгоде для объекта управления при реализации им управленческих решений: льготы для предприятий, которые внедряют мероприятия по охране окружающей среды, снижение платежей и другие экологические стимулы. Инструментарий санкционирования базируется на наказании за нарушение объектом управления управленческих решений и включает штрафы за превышение выбросов, за нарушение планов рекультивации земель и др. [6].

По данным Росгидромета антропогенное загрязнение природной среды практически не уменьшается. Во многих промышленных районах кризисные экологические процессы обостряются. Такие предпосылки свидетельствуют о том, что в России проблема качества окружающей среды остается нерешенной. С целью решения экологических проблем на территории России необходимо разрабатывать комплексные меры по снижению загрязнения окружающей среды. К основным факторам, оказывающим разрушительное воздействие на окружающую среду России можно отнести преобладание природоёмких отраслей народного хозяйства, несовершенство технологий, повышенная вероятность аварий и катастроф техногенного характера, износ основных производственных фондов.

Рассмотрим существующие экологические проблемы и пути их решения по регионам Российской Федерации в табл. 1.

Таблица 1

Экологические проблемы и пути их решения по регионам Российской Федерации

Регион	Экологические проблемы	Пути их решения:
Московская область	Загрязненность сточных вод, химические, бытовые и промышленные отходы, утрата продуктивных земель, загрязнение почв, деградация лесных массивов.	1. установление фильтров на трубы промышленных предприятий; 2. переход на «чистые» источники энергии; 3. применение малоотходных технологий; 4. перенос промышленных предприятий за черту города.
Уральский экономический район	Загрязнение атмосферы, воды и почвы, угроза химического и радиационного заражения, нарушение земель горными разработками, угроза ядерного загрязнения, промышленные отходы.	1. внедрение на предприятиях современных систем очисток; 2. очистка и обработка сточных вод; 3. внедрение систем утилизации и переработки отходов; 4. постройка хранилищ радиоактивных и химических отходов.
Норильский промышленный район	Загрязнение атмосферы, сброс отходов производства в водные объекты.	1. снижение выбросов диоксида серы; 2. утилизация серы; 3. развитие экономического механизма стимулирования рационального природопользования и охраны окружающей среды; 4. поддержка экологически ответственного бизнеса.
Сибирский Федеральный округ	Разрушение ландшафта, загрязнение почв и водоемов, деградация оленьих пастбищ, сокращение биологического разнообразия, нарушение режима особо охраняемых территорий.	1. уменьшение бытовых и производственных отходов; 2. расширение деятельности по обеспечению безопасности гидротехнических сооружений и развитию системы особо охраняемых территорий; 3. экологическое воспитание и образование населения как основа экологического благополучия региона; 4. усиление деятельности природоохранных органов.
Краснодарский край	Эрозия почв, загрязнение атмосферы, сбросы неочищенных стоков, образование бытовых и промышленных отходов, деградация природных экосистем курортных районов за счет загрязнения пляжей, минеральных источников, прибрежных акваторий.	1. охрана и восстановление земель и лесов; 2. оптимизация нефтедобычи и разработки других полезных ископаемых; 3. организация регионального экологического мониторинга, 4. формирование системы информирования населения о состоянии окружающей среды. 5. своевременно проводить очистку водных ресурсов и выполнять рекультивацию земель.

Рациональное использование ресурсов, внедрение ресурсосберегающих технологий и природоохранных мероприятий способствует снижению уровня антропогенного воздействия на окружающую природную среду и решению экологических проблем.

Выводы. Управление экологической безопасностью региона представляет собой целенаправленный процесс по реализации функций управления через управленческое воздействие на основе системы методов управления, технологий управления, инструментов управления, направленных на сохранение окружающей природной среды и поддержание экологической безопасности в регионе.

Список литературы:

1. Веселов, А. К. Общественный экологический контроль в России: правовое регулирование и практика: учеб. пособие / А. К. Веселов, Т. В. Богачева, А. П. Кузьмин, под. общ. ред. А.К. Веселова: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 168 с.
2. Гринин, А. С. Экологическая безопасность. Защита территории и населения при чрезвычайных ситуациях: учеб. пособие / А.С. Гринин [и др.]. – М.: Фаир-Пресс, 2000. –243 с.

3. Коробкин, В. И. Экология / В. И. Коробкин. – М.: Дрофа, – 2011. – 278 с.
4. Ларионов, М. В. Влияние степени загрязнения окружающей среды на здоровье населения в Саратовской области / М. В. Ларионов // Вестн. ОГУ. – 2010. – №4. – С. 131-132.
5. Региональные экологические проблемы и пути их решения. – Текст: электронный. – URL: <https://ecoportal.su/public/other/view/1476.html?ysclid=ldyldtsje6515783859>.
6. Гайсарова, А. А. Особенности системы управления экологической безопасностью региона / А. А. Гайсарова, Н. М. Ветрова // Экономика строительства и природопользования. – 2019. – № 3 – С. 35-43.
7. Суркова, И. А. Экологическое управление: проблемы теоретико-правового определения / И. А. Суркова // Гуманитарные и юридические исследования – 2013. – С. 100-104.

Журбинова А. А., студент
Научный руководитель: Романюк Н. В., канд. экон. наук, доцент
Донецкий национальный технический университет, РФ
zhurbinova99@mail.ru

КОНЦЕПЦИЯ «ШЕСТЬ СИГМ» В СИСТЕМЕ МЕТОДОВ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ, ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ЕЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Актуальность. В современной экономике для предприятия важно сохранять удовлетворенность клиентов, снижать затраты и повышать прибыльность деятельности предприятия. Исследуемая Методология помогает улучшить качество, снизить затраты и повысить рентабельность. Сосредоточив внимание на устранении дефектов и повышении качества процесса, предприятия могут гарантировать, что они производят высококачественные продукты или услуги, которые соответствуют ожиданиям клиентов или превосходят их.

Анализ последних исследований и публикаций. Исследованием вопроса концепции «Шесть сигм» в системе методов управления качеством продукции предприятия занимались следующие авторы: Краснораменский А.С., Мухтаров Т.Р., Лузин К.А. [2], так же автором Соколова Е.А. был рассмотрен вопрос количественных методов улучшения процессов «Шесть сигм» [4].

Цель исследования: обосновать экономическую эффективность внедрения концепции «Шесть сигм» на предприятии и рассмотреть ее роль в управлении качеством продукции на предприятии.

Результаты исследования. Метод «Шесть сигм» – это методология, основанная на данных, которую предприятия используют для улучшения своих производственных процессов и сокращения дефектов или ошибок в своих продуктах или услугах. Первоначально разработанная Motorola в 1986 году, она предназначена для минимизации изменчивости производственных процессов и устранения дефектов, что приводит к повышению качества выпускаемой продукции и повышению удовлетворенности клиентов.

Термин «Шесть сигм» относится к уровню качества, которого должен достичь процесс. Цель состоит в том, чтобы достичь не более 3,4 дефектов на миллион возможностей. Это означает, что на каждый миллион возможностей (таких как

взаимодействие с клиентами, производство продукции или предоставление услуг) только 3,4 могут быть дефектными. Достижение такого уровня качества требует систематического и дисциплинированного подхода к постоянному совершенствованию.

Метод шести сигм следует пятиступенчатому подходу, известному как DMAIC (определение, измерение, анализ, улучшение и контроль). DMAIC – это метод управления производством. Инструмент позволяет последовательно решать проблемы и улучшать бизнес-процессы с помощью статистики и данных.

1. Определение: на этом этапе определяется проблема и устанавливаются цели проекта.

2. Измерение: на этом этапе команда собирает данные для измерения текущего состояния процесса. Они устанавливают базовые показатели производительности, такие как количество дефектов, время цикла.

3. Анализ: на этом этапе команда анализирует данные, чтобы определить основную причину проблемы. Они используют статистические инструменты для выявления факторов, влияющих на отклонения или дефекты процесса.

4. Совершенствование: на этом этапе команда разрабатывает и внедряет решения проблемы. Решения тестируются для подтверждения их эффективности путем запуска пилотных тестов в небольшом масштабе, чтобы помочь определить области, которые нуждаются в улучшении.

5. Контроль: на этом заключительном этапе команда разрабатывает план, обеспечивающий устойчивость улучшенного процесса во времени. Они устанавливают системы управления процессами, отслеживают ключевые показатели и обеспечивают непрерывное обучение сотрудников.

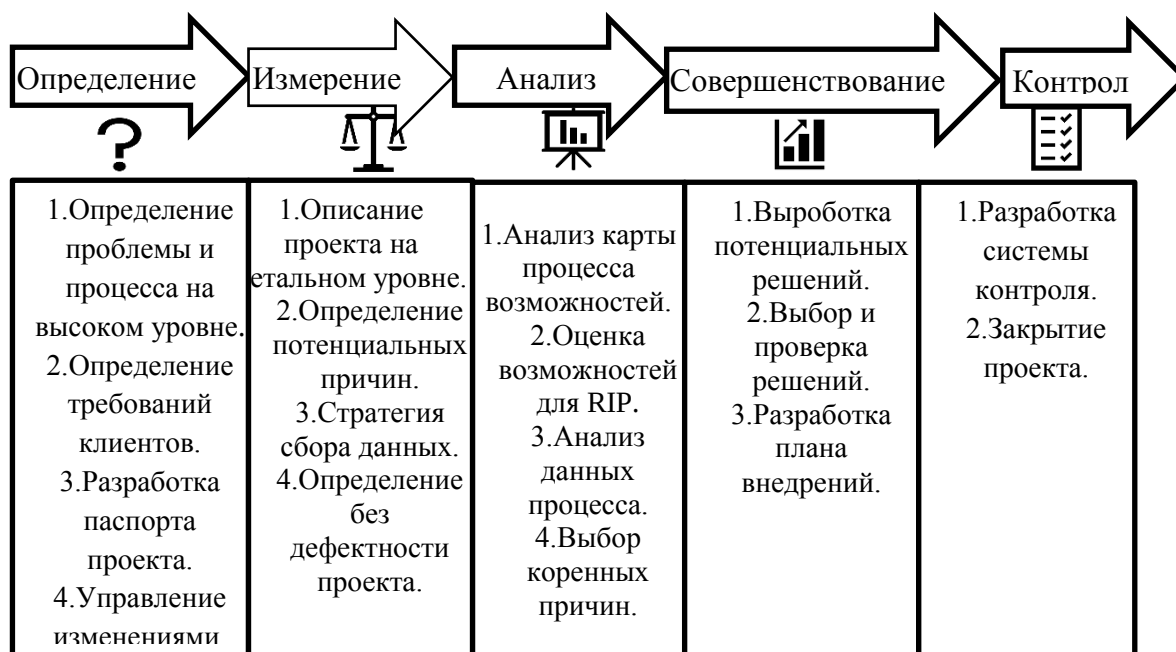


Рис. 1. Основные моменты пятиступенчатого подхода DMAIC

В целом, DMAIC обеспечивает структурированный подход к решению проблем, помогая командам выявлять и устранять отклонения или дефекты процессов, что приводит к повышению эффективности и результативности в масштабах всего предприятия.

На протяжении всего процесса внедрения команда «Шесть сигм» должна тесно сотрудничать с ключевыми заинтересованными сторонами и клиентами, чтобы

обеспечить удовлетворение их потребностей и ожиданий. Они также должны регулярно сообщать о прогрессе и результатах, используя данные и показатели для демонстрации преимуществ и эффективности программы. Наконец, команда должна постоянно оценивать программу «Шесть сигм», чтобы определять области для улучшения и при необходимости корректировать процесс для обеспечения постоянного успеха.

Комплекс инструментов улучшения качества позволяет принимать решения, основываясь на статистических данных. С помощью системы «Шесть Сигм» потребитель может понять возможности и устранить недостатки, признавая вариацию как препятствие для стабильного оказания качественных услуг.

Существует несколько экономических обоснований эффективности внедрения метода «Шесть сигм» на промышленном предприятии. Вот некоторые из наиболее важных:

1. Экономия затрат. Метод шести сигм помогает сократить потери, устранить дефекты и повысить эффективность, что приводит к значительной экономии средств. Внедряя «Шесть сигм», промышленные предприятия могут снизить затраты, связанные с доработкой, браком, задержками в производственном процессе и низким качеством, что в конечном итоге повышает рентабельность.

2. Увеличение доходов. Внедрение «Шесть сигм» помогает улучшить качество продуктов или услуг, тем самым повышая удовлетворенность клиентов, их лояльность и количество повторных сделок. Довольные клиенты с большей вероятностью будут рекомендовать продукты или услуги компании другим.

3. Конкурентное преимущество. Компании, внедряющие шесть сигм, имеют конкурентное преимущество перед теми, кто этого не делает. Улучшая качество и снижая затраты, они могут предлагать более конкурентоспособные цены, более быстрые сроки поставки и более качественные продукты или услуги.

4. Повышение удовлетворенности клиентов. Внедрение «Шести сигм» приводит к повышению удовлетворенности и лояльности клиентов, что способствует долгосрочному успеху компании. Удовлетворенные клиенты с большей вероятностью вернутся и порекомендуют компанию другим.

5. Улучшение морального духа сотрудников. Внедрение «Шести сигм» создает культуру постоянного совершенствования, когда сотрудников поощряют вносить идеи и отзывы для улучшения процессов, продуктов и услуг. Это приводит к повышению морального духа сотрудников, удовлетворенности работой и производительности.

В целом внедрение «Шести сигм» является эффективной стратегией повышения эффективности и прибыльности промышленных предприятий. Экономия затрат, увеличение доходов, конкурентное преимущество, повышение удовлетворенности клиентов и моральный дух сотрудников – вот некоторые из экономических обоснований его эффективности.

Выводы. Таким образом метод «Шести сигм» заключается в постоянном совершенствовании и ориентированных на клиента инновациях с использованием анализа данных и статистического мышления для достижения прорывных улучшений качества, производительности и прибыльности.

Список литературы:

1. Иванова, Е. И. Метод «шесть сигм» и бизнес-система «хосин канри» / Е. И. Иванова, В. Н. Чумаков // Экономика и управление: Актуальные вопросы и проблемы развития в условиях нестабильности внешней среды: Материалы III межвузовской научно-практической конференции молодых ученых, магистрантов и

аспирантов, Гатчина, 26–27 апреля 2018 года. – Гатчина: Государственный институт экономики, финансов, права и технологий, 2018. – С. 97-103.

2. Краснораменский, А. С. Концепция «Шесть сигм» в системе методов управления качеством / А. С. Краснораменский, Т. Р. Мухтаров, К. А. Лузин // Современная российская наука: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей IV Всероссийской научно-практической конференции, Пенза, 20 мая 2022 года. – Пенза: Наука и Просвещение (ИП Гуляев Г.Ю.), 2022. – С. 75-77.

3. Романюк, Н. В. Роль человеческого фактора при внедрении концепции бережливого производства на предприятии / Н. В. Романюк, А. А. Журбинова // Стратегия устойчивого развития в антикризисном управлении экономическими системами: Материалы VII Международной научно-практической конференции, Донецк, 08 апреля 2021 года / Отв. редакторы О.Н. Шарнопольская, И.А. Кондаурова, Е.Г. Курган. – г. Донецк: Донецкий национальный технический университет, 2021. – С. 198-204.

4. Соколова, Е. А. Количественные методы улучшения процессов «Шесть сигм». Методология DMAIC / Е. А. Соколова // Наука и общество в эпоху перемен. – 2019. – № 1(5). – С. 44-47.

Каменева А. И., студентка

Научный руководитель: Химченко А. Н., канд. экон. наук, доцент

Донецкий государственный университет, РФ

kamenevaN22@yandex.ru

ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА

Актуальность данной темы характеризуется тем, что развитые, развивающиеся и мало развитые страны находятся на разном уровне экономического роста, который основывается на научно-техническом прогрессе, на обеспечении и поддержании постоянных темпов роста производства, что подразумевает все большую зависимость от природных ресурсов. Функционирование экономики определяют, прежде всего, природные ресурсы, уровень технических знаний, человеческий капитал.

Исследованием данной проблемы занимаются такие ученые как: М.С. Егорова, И.Н. Лобанов, Л.В. Левченко и др.

Страны каждый год ведут борьбу друг с другом за лидерство в таком показателе, как экономический рост, поскольку существует прямая взаимосвязь между политикой государства в отношении экономического роста и уровне общественного благосостояния. Именно экономический рост является доминантным показателем, отображающем направленность движения современной цивилизации и позволяет перейти к качественно новому этапу ее существования. Это определило необходимость трансформации устоявшихся в общественной жизни взглядов на взаимодействие человека с окружающей средой и, как следствие, изменения методов и инструментов управления этим взаимодействием. Выделяют два вида экономического роста: экстенсивный, где в приоритете стоит достижение высоких экономических показателей за краткосрочный период с максимальным использованием всех доступных факторов и источников производства; в то время, как интенсивный рост ориентирован на качество самих ресурсов и на эффективность их использования, что позволяет достичь высоких показателей с меньшим уроном для источников и ресурсов экономического производства. Таким образом в мире и делятся страны на развитые, развивающиеся и

малоразвитые, поскольку именно первые две группы стремятся повысить условия труда для рабочих, снизить вредное воздействие на здоровье рабочей силы, а также ограничить влияние на окружающую среду, данная тенденция отображается в таком показателе, как ВВП страны (табл. 1).

Таблица 1
Топ-5 лучших/худших стран по уровню ВВП (ППС) на душу населения в 2020-2022гг. [1]

№	Страна	Значение, дол. США	№	Страна	Значение, дол. США
2020 г.					
1	Люксембург	120 086	192	Бурунди	772
2	Сингапур	99 681	193	Афганистан	2 456
3	Ирландия	99 021	194	Ливан	12 035
4	Катар	96 021	195	Сирия	-
5	САР Макао	96 554	196	Украина	13 196
2022 г.					
1	Люксембург	140 694	192	Бурунди	856
2	Сингапур	131 580	193	Афганистан	-
3	Ирландия	124 596	194	Ливан	-
4	Катар	112 789	195	Сирия	-
5	САР Макао	85 612	196	Украина	-

Исходя из этого следует обозначить, что экономический рост позволяет обеспечить благоприятные условия для экологии, что подразумевает под собой соблюдение концепции *экологической безопасности*. В рамках данной концепции ключевым условием выступает обеспечение рационализации использования ресурсов различного рода и снижения негативного воздействия на окружающую среду. Для детального анализа взаимосвязи экологии и экономического роста рассмотрим, насколько разные страны по своему экономическому развитию об охране окружающей среды.

Для анализа и оценки того, как страны оказывают поддержку своей экологии и природе в мире, был разработан и составлен рейтинг самых экологически чистых стран мира, который ежегодно составляется Центром экологической политики и права при Йельском университете (Yale Center for Environmental Law and Policy).

На основе 22 показателей в 10 категориях, которые отражают различные аспекты состояния окружающей природной среды и жизнеспособности её экологических систем, сохранения биологического разнообразия, противодействие изменению климата, состояние здоровья населения, практику экономической деятельности и степень ее нагрузки на окружающую среду, а также эффективности государственной политики в области экологии рассчитывается Индекс экологической эффективности - ***The Environmental Performance Index*** (табл. 2).

Таблица 2
Топ-5 лучших/худших стран по уровню экологической эффективности в 2020-2022 гг. [2]

2020 г.					
№	Страна	Значение	№	Страна	Значение
1	Дания	82.5	76	Кот-д'Ивуар	25,8
2	Люксембург	82.3	77	Сьерра-Леоне	25,7
3	Швейцария	81.5	78	Афганистан	25,5
4	Великобритания	81.3	79	Мьянма	25,1
5	Франция	80.0	80	Либерия	22,6

2022 г.					
№	Страна	Значение	№	Страна	Значение
1	Дания	77,9	176	Пакистан	24,6
2	Великобритания	77,7	177	Бангладеш	23,1
3	Финляндия	76,5	178	Вьетнам	20,1
4	Мальта	75,2	179	Мьянма	19,4
5	Швеция	72,7	180	Индия	18,9

Из таблицы 2 видно, что пятерку лидеров в период 2020-2022 гг. занимают развивающиеся страны, а замыкают рейтинг наименее развитые страны. Лидером рейтинга в 2020 г. стала Дания (82,5), на втором 2 месте – Люксембург (82,3), а на третьем – Швейцария (81,5). Российская Федерация же оказалась на 58 месте со значением показателя 50,5 п. В 2022 г. первое место заняла Дания (77,9), на втором месте – Великобритания (77,7), а на третьем – Финляндия (76,5). Российская Федерация же оказалась на 112 месте со значением показателя 37,5 п. Данный показатель позволяет предположить, что тип экономического роста оказывает прямое влияние на состояние экологии страны и мира в целом.

Данная взаимосвязь указывает на то, что развитые страны интенсивного типа экономического развития, используют высокоэффективные, более совершенные факторы производства. Вследствие чего повышается рост производительности труда, качества продукции и ключевое – рационально используются ресурсы. Поэтому необходимо обеспечивать экологическую безопасность государства и устойчивое развитие системы «человек-общество-природа». Приоритетами обеспечения экологической безопасности с учетом социального и экономического развития могут быть следующие:

увеличение эффективности работы органов государственной власти по реализации концепции экологической безопасности;

исследование существующих проблем обеспечения экологической безопасности, анализ экологических и социально-экономических рисков;

разработка рекомендаций по нейтрализации негативного воздействия человека и общества на окружающую среду;

принятие стратегических и тактических решений в области социально-экономического развития с учетом экологических факторов.

Список литературы:

1. Рейтинг стран мира по уровню ВВП (ППС) на душу населения в 2021г. [Электронный ресурс]. – URL: <https://infoselection.ru/infokatalog/biznes-i-finansy/ekonomika-i-rynki/item/755-vvp-stran-mira> (дата обращения 19.03.2023).

2. Рейтинг стран по уровню экологии (The Environmental Performance Index) 2020-2022 гг. [Электронный ресурс]. – URL: <https://nonews.co/directory/lists/countries/ecology> (дата обращения: 21.03.2023).

Колесникова В. О., студентка

Научный руководитель: Бурденко Е. В., канд. экон. наук, доцент
Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, РФ

Lera-000@yandex.ru

«ЗЕЛЕНАЯ» ЭКОНОМИКА В РОССИЙСКИХ РЕАЛИЯХ

Актуальность: вопросы экологии с каждым днем все острее встают на повестке дня в разных странах, Россия не исключение. К «зеленым» решениям нас подталкивает не только близкая экологическая катастрофа, но и перспектива полного использования возобновляемых источников энергии, как нефть, газ, уголь и лес. В статье разберемся, что включают в себя понятия «зеленые технологии» и «зеленая экономика», их плюсы и минусы, как они применяются и вводятся в России.

Анализ последних исследований и публикаций: согласно исследованию Российского президентского академического совета, опубликованному в 2021 году, доля возобновляемых источников энергии в России может достигнуть 40% к 2035 году.

Компания Bloomberg New Energy Finance оценила, что за последние несколько лет в России произошло заметное развитие зеленой экономики, в том числе с участием международных инвесторов.

Цель исследования: определить перспективы развития «зеленой» экономики в России.

Результаты исследования: на данный момент вопрос «зеленой» экономики все чаще встает на повестке дня как в России, так и в европейских государствах в особенности. Планета столкнулась с перенаселением. Жизнедеятельность людей и промышленное обеспечение даёт большую перегрузку возможностям планеты. Человечество наносит ей ущерб быстрее и интенсивнее, чем она может восстановиться. Чтобы говорить о восстановлении Земли, надо менять, прежде всего, понимание людей, ставить в приоритете ценность экосистемы планеты Земля.

Но прежде всего давайте разберемся в понятиях, к которым мы хотим привить привычку у населения, бизнеса и стран в целом.

«Зеленая» экономика – это такой способ организации производства, его инфраструктуры, организации пространства в городе и в промышленной зоне, которые позволяют проявлять максимальную эффективность с минимальным вредом для природы, населения, флоры и фауны, применяя «зеленые» технологии [2].

«Зеленые» технологии – способы функционирования промышленных (и не только) предприятий, которые позволяют добиваться социально-экономической эффективности без риска для окружающей среды и ее деградации [2].

Мир уже давно начал делать шаги в «зеленом» направлении. В 2009 г. страны Организации экономического сотрудничества и развития приняли Стратегию экологически ориентированного («зеленого») роста, чтобы преодолеть финансово-экономический кризиса в среднесрочной (до 2030 г.) и долгосрочной (до 2050 г.) перспективе.

Если проанализировать данные о структуре рынка зеленых технологий (табл. 1), то можно отметить, что два основных его сегмента – это экологически чистое производство, накопление и распределение энергии (21% и 20% в 2016 г. и в 2020 г.) и субрынок энергоэффективности (26% и 25% в 2016 г. и в 2020 г.). К 2025 г. прогнозируется рост таких сегментов, как экологически устойчивая мобильность и эффективное использование сырья и материалов.

Таблица 1

Перспективы развития рынка зеленых технологий в мире в 2016–2025 гг.

№	Сегменты рынка «зеленых» технологий	2016	2025		Среднегодовой темп роста 2016-2025 гг., %
		млрд. евро	млрд. евро	2025г. к 2016г (раз)	
1	Экологически чистое производство	667	1164	1,75	6,4
2	Субрынок энергоэффективности	837	1491	1,8	6,6
3	Эффективное использование сырья	521	1048	2,0	8,1
4	Экологический транспорт	412	988	2,4	10,2
5	Экономика отходов	110	210	1,9	7,4
6	Экологическое водопользование	667	1001	1,5	4,6
7		3214	5902	1,8	6,9

«Зеленые» технологии возможно внедрить в любой сфере экономики. В России уже есть случаи их внедрения, прежде всего, в сельском хозяйстве (сокращение выбросов метана), в энергетике, в общественном транспорте (электробусы в Москве) и в строительстве. Во многом экологичность сооружения зависит так же от архитектуры. Конечно, в России таких примеров пока немного, но необходимо обращать внимание на этот аспект региональных властей и бизнесменов, чтобы расширить зону влияния. Можно использовать «зеленые» технологии для реконструкции уже существующих производств и их перепланировки.

Однако существуют альтернативные мнения насчет эффективности новых подходов (таблица 2).

Таблица 2

Аргументы «за» и «против» развития «зеленой экономики»

	«За»	«Против»
1	Создание новых рабочих мест на предприятиях в рамках «зеленой» экономики	Увеличение стоимости производства и препятствия для национальных экономик в мировой конкуренции
2	Шаги в борьбе с экологическим кризисом	Повышение государственного участия в экономике, увеличение планового характера
3	Эффект декаплинга	Создание новых ведомств для контроля – увеличение штата чиновников – повышение налогов или отвлечение внимания от других статей расходов
4	Приток инвестиций в производства, работающие на возобновляемых источниках энергии, следовательно, в страну в целом	Рост цен на производимую продукцию
5	Нивелирование последствий вредных выбросов и их климатических последствий	Увеличение количества препятствий для малого и среднего бизнеса – усиление риска монополизации
6	Рост годовых оборотов производства, объема ВВП экоиндустрии, мирового рынка технологий	Возможное закрытие экономики, усиление протекционистских мер, установление квот
7	Улучшение климата на планете	

В России существует несколько компаний, которые работают в зеленой экономике и продвигают экологические технологии:

1. «РусГидро» – занимается возобновляемой энергетикой, в частности, гидроэнергетикой.

2. «ЕвроХим» – специализируется на производстве удобрений на основе природных материалов.

3. «Фотоника» – выпускает светодиодные источники света, которые потребляют меньше энергии и имеют большую долговечность по сравнению с обычными лампами.

4. «Panda Green Energy Group Limited» – китайская компания, которая владеет солнечными электростанциями в России.

5. «Лензи» – немецкая компания, которая производит экологические ткани из волокон дерева.

6. «Комус» – более крупная компания, работающая в разных сферах, в том числе и зеленой экономике: предоставляет услуги по утилизации отходов и продает оборудование для экологического производства.

Для развития зеленой экономики в России необходимо принять комплекс мер:

1. Поддержка государства. Государство может предоставлять финансовые льготы и налоговые скидки для компаний, работающих в зеленой экономике, а также финансировать исследования и разработки в области возобновляемых источников энергии и других экологических технологий.

2. Повышение осведомленности населения. Важно рассказывать людям о преимуществах зеленой экономики и разъяснять, как они могут внести свой вклад, чтобы поддерживать экологические технологии.

3. Развитие инфраструктуры. Для успешного развития зеленой экономики необходима подходящая инфраструктура для хранения, транспортировки и распределения экологически чистых продуктов.

4. Создание стандартов. Необходимо создание высоких экологических стандартов для компаний, чтобы уменьшить негативное влияние на окружающую среду.

5. Повышение глобальной конкурентоспособности. Развитие экологических технологий и зеленой экономики является глобальной тенденцией, и Россия должна стать конкурентоспособной на мировой арене, для этого необходимо продвижение экспорта экологических технологий и продукции.

6. Налаживание сотрудничества с зарубежными партнерами. Россия может взять на вооружение опыт зарубежных государств, которые более активно развивают зеленую экономику. Также важным является участие в международных проектах и программах, направленных на развитие экологически чистых технологий.

К сожалению, Россия показывает низкие результаты в экологических рейтингах, что может быть объяснено несколькими факторами: ориентированность экономики на экспорт сырья; высокий процент вредных отраслей; инертность технологической и институциональной базы; низкая эффективность существующего законодательства; износ основных средств; повышенные тарифы для стартапов в инфраструктуре и доступе к сырью; отсутствие экономических стимулов; часто «экоплатежи» воспринимаются как «взятки» чиновникам в указанной сфере.

Выводы: как видим, России придется проделать еще немалый путь, чтобы в будущем быть достаточно подготовленными, чтобы пересечь с нефтяной иглы на новые источники энергии. Это будет не только далеко идущей инвестицией, но и полезно для природы целой Земли.

Список литературы:

1. Корнилов, А. М. Зарубежный опыт управления отходами [Электронный ресурс] // Вторичное сырье. – URL: <http://www.recyclers.ru/modules/section/item.php?itemid=56> (дата обращения: 15.02.2023).

2. Кучеров, А. В. Концепция «зеленой» экономики: основные положения и перспективы развития / А. В. Кучеров, О. В. Шибилева // Молодой ученый. – 2014. – № 4. – С. 561-563.

3. Родионова, И.А. Зеленая экономика в России: модель и прогнозы развития [Электронный ресурс] / И.А. Родионова, С.А. Липина // Фундаментальные

исследования. – 2015. – № 2-24. – С. 5462-5466. – URL: <https://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=38369> (дата обращения: 15.02.2023).

4. Смагулова, Ж.Б. Анализ мирового опыта перехода к зеленой экономике: предпосылки и направления [Электронный ресурс] / Ж.Б. Смагулова, А.Е. Муханова, Г.И. Мусаева // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2015. – № 1-1. – С. 92-96. – URL: <https://applied-research.ru/ru/article/view?id=6344> (дата обращения: 15.02.2023).

5. Смарт-технологии мониторинга состояния древесных насаждений и оценка экосистемных сервисов зеленой инфраструктуры [Электронный ресурс] // Российский университет дружбы народов. – URL: <https://www.rudn.ru/science/research-projects/48806> (дата обращения: 23.02.2023).

Кудряшов М. А., студент

Научный руководитель: Соловьев Н. Н., канд. экон. наук, доцент

Нижегородский институт управления – филиал РАНХиГС

Arthaus1313@gmail.com

СОСТАВЛЯЮЩИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ И ОСОБЕННОСТИ ЕЕ ВНЕДРЕНИЯ НА СОВРЕМЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Актуальность. Современные экономические отношения создают условия развитию конкуренции. В подобных обстоятельствах значительная часть предприятий в основе своей деятельности применяют проектное управление, проводят мониторинг проектов, что позволяет им более эффективно и прозрачно организовывать свою деятельность, а также привлекать для реализации того или иного проекта значительную часть сотрудников. Такая организация в современных условиях будет иметь значительные преимущества перед другими участниками рынка, что определяет актуальность тематики исследования.

Анализ последних исследований и публикаций. Фундаментальные исследования, направленные на рассмотрение сущности проектной деятельности, нашли свое отражение в работах ученых: А.С. Анастасовой, А.Н. Никушиной, Б. Санто, Д.Л. Боуллез, А.Т. Зуб, Ю.П. Анисимова, Е.Г. Ерлыгиной, В.Д. Филимоновой, Е.В. Кузнецовой, Н.В. Медведевой, Л.С. Бляхмана, И.С. Ответчиковой, Ю.В. Вертаковой, Н.А. Полякова, А.А. Карастелёва, И.В. Бабенко, Е.В. Кузнецова, А.И. Анчишкина, В.П. Логинова, Р.А. Фатхутдиновой, Н.В. Медведевой и др.

Цель исследования: определение составляющих системы управления проектами и особенностей ее внедрения на современных предприятиях.

Результаты исследования. Управление проектами сегодня является одним из современных методов планирования, разработки, формирования и реализации инвестиционных решений, позволяющих контролировать этапы выполнения проектных работ в срок [1].

Руководство компании, в интересах жизнедеятельности предприятия, в праве изменить и установить новый способ организации административно-хозяйственной деятельности. В данном случае имеет место словосочетание «проектный подход». Волевой акт о применении проектного подхода в целях реализации управленческих функций вырабатывается руководством предприятия. Поэтому, реализация нового проекта становится условием для изменения способов организации деятельности предприятия, а также смены форм управления процессами производства [2].

Проектный подход – подход к управлению, предполагающий образование проектов как способ решения наиболее важных для предприятия задач. При использовании на предприятии проектного подхода высшему руководству компании необходимо определить организационные условия реализации и внедрения данных принципов в общую управленческую деятельность компании.

По мнению Литвиненко А. Н., Султыгова М. Б. при организации проектного подхода необходимо четко определить конечные цели реализации проекта, ответственных исполнителей по этапам реализации проекта, организовать эффективное использование финансовых ресурсов, а также нужно расставить людей по задачам проекта таким образом, чтобы каждый выполнял свои функции в соответствии с имеющимися профессиональными компетенциями [3]. Проект, таким образом, выступает уже как организационная единица со своими собственными целями и задачами, механизмами и мероприятиями реализации и при этом задачи проекта должны логично вписываться в общую деятельность предприятия и отвечать сегодняшним направлениям развития компании с учетом изменения окружающей среды.

Как показывает практика крупных компаний, а также зарубежных предприятий, использование проектного подхода способствует развитию компании и выходу его на инновационный путь развития.

Реализация идеи любого инвестиционного и инновационного проекта всегда обеспечивается командой проекта (участниками проекта). Вид проекта, его размер, масштабность, сроки реализации обуславливает количество участников проекта. Под участниками проекта понимаются как отдельные люди, так и организации (при разработке и реализации крупных инвестиционных проектов) (рис. 1).

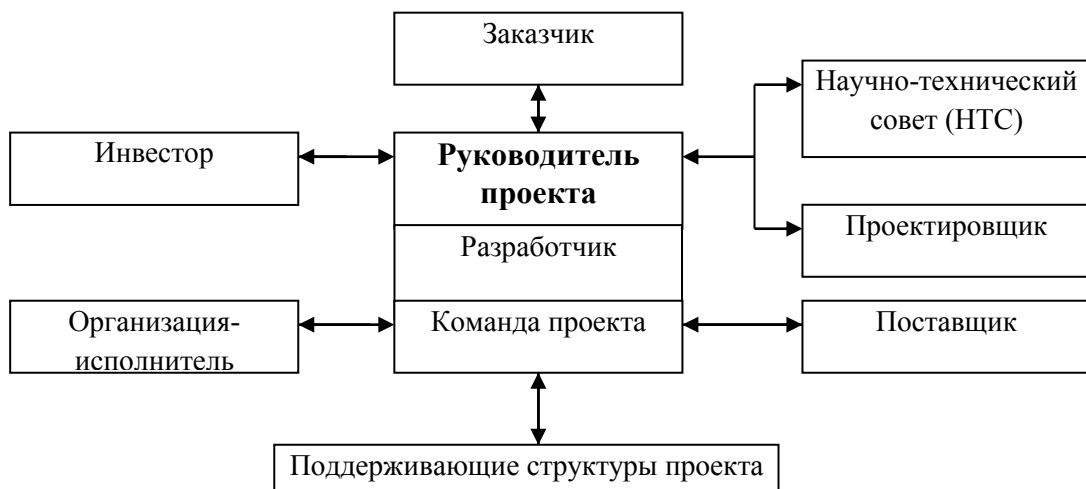


Рис. 1. Основные участники проекта

Количество и состав участников проекта зависит от масштабов проекта и сферы деятельности проекта.

На практике проектный подход подразумевает создание определенных организационных единиц в организационной структуре, которые могут связаны с определенными затратами. Такие подразделения могут строиться на матричном, проектном подходе и создание дополнительных структур должно быть экономически оправдано.

По мнению Кустовой Ю.Ю. система управления проектами на современном предприятии может состоять из трех основных составляющих [4]: нормативно-

правовые документы проектного управления (Положение о проектной деятельности, проектный офис и т.д.); информационной системы, которая выступает определенной базой данных о разработке и реализации проектов на предприятии, а также информации, необходимой проектному офису; персонал, занятый в разработке и реализации проектов на предприятии (сами проектные офисы).

Также некоторые теоретики, в том числе Нерсесян Е. А., Прохорова О. К., Воронцов Р. О. делят систему управления проектами на следующие три составляющие [5]: методы управления проектами, под которыми понимаются различные документированные процессы, регламентирующие порядок работы проектных офисов, и в целом проектного управления на предприятии, а также регламентация процедур, инструкций для сотрудников компании, необходимых для организации в проектной деятельности; информационная система управления проектами – специальное автоматизированное программное обеспечение, которое внедряется высшим руководством компании для эффективного управления проектами; проектный офис – специализированное структурное подразделение предприятия или команда проекта (группа сотрудников различных профессий), которая реализует методы управления проектами, работает с локальной нормативно-правовой базой проектного управления и т.д.

Выводы. Система управления командой проекта включает различные компоненты и функции для эффективного ведения работ по проекту и его успешному завершению. В настоящее время проекты стали комплексными, направленными на решение сложных задач, включают сразу несколько видов деятельности, а также по времени часто являются долгосрочными. Для решения мероприятий проекта и достижения общей цели необходима команда, которая включает специалистов из разных областей деятельности. Реализация проектов, связанных с производством различных видов продукции, нуждается в оперативном мониторинге для принятия управленческих решений с целью успешной их реализации.

Список литературы:

1. Асанкызы, А. Процесс управления и способы его оптимизации на примере управления проектами / А. Асанкызы // Вестник науки. – 2019. – Т. 3. № 5 – (14). – С. 36.
2. Воропаева, Л. Н. Проектный менеджмент и основные методы его реализации / Л. Н. Воропаева, Т. В. Юрьева. – Текст: электронный // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2017. – № 6 (100). – С. 47. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/proektnyy-menedzhment-i-osnovnye-metody-ego-realizatsii> (дата обращения: 20.03.2023).
3. Литвиненко, А. Н. Планирование и мониторинг реализации проекта «Экономическая безопасность организации» / А. Н. Литвиненко, М. Б. Султыгова. – Текст: электронный // π-Economy. – 2018. – Т. 11. – № 6. – С. 172-182. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/planirovanie-i-monitoring-realizatsii-proekta-ekonomicheskaya-bezopasnost-organizatsii> (дата обращения: 20.03.2023).
4. Кустова, Ю.Ю. Место управления проектами в системе стратегического управления компании [Текст] / Ю.Ю. Кустова // Экономика и бизнес: теория и практика. 2020. – № 5-3 – (63). – С. 58-61.
5. Нерсесян, Е. А. Актуальные аспекты управления инновационным развитием предприятия / Е. А. Нерсесян, О. К. Прохорова, Р. О. Воронцов. – Текст: непосредственный // Вестник Воронежского института высоких технологий. – 2020. – № 3. – С. 61 – ISSN: 1994-1730.

Лубская Д. Р., студентка
Научный руководитель: Кравец Е. О., канд. экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
lubskaya.dasha@mail.ru

МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Актуальность. Цифровая трансформация задела почти все сферы жизни, в том числе и HR-деятельность. В связи со статистикой современных цифровых потребностей общества на сегодняшний день конкретизированы необходимые навыки и умения персонала компаний, конкретизирован перечень их ведущих компетенций, а также выделены первоочередные задачи менеджеров по персоналу в отношении организации процесса мотивации персонала к развитию своих компетенций с учетом современного информационного развития. Разработка эффективной системы мотивации персонала — важная составляющая кадровой политики любой компании. От того, насколько правильно выбраны методы мотивации в условиях цифровизации, зависят результаты деятельности персонала и компании в целом.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросы мотивации рассматривались в работе таких ученых как: Абрахам Маслоу, Батаршева А.В., Авдеевым В.В. Вопросы цифровизации рассматривали: Руман Бухт и Хикс Ричард.

Цель исследования. Целью исследования является определение наиболее действенных методов мотивации сотрудников в условиях активного внедрения в процессы управления цифровых технологий.

Результаты исследования. Мотивация — это деятельность, имеющая цель активизировать персонал и побудить его эффективно трудиться для выполнения целей организации. В первую очередь она отражает отношение человека к своей работе, его заинтересованность в результате и получении за него не только морального удовлетворения, самовыражения, накопления опыта, но и материального вознаграждения [2]. Для управления трудом на основе мотивации необходимы такие предпосылки, как выявление склонностей и интересов работника с учетом его персональных и профессиональных способностей, определение мотивационных возможностей и альтернатив в коллективе и для конкретного лица. Необходимо полнее использовать личные цели участников трудового процесса и цели организации.

«Целенаправленное воздействие на трудовую мотивацию работников — главное направление работы с персоналом, которым должен овладеть каждый руководитель. Стремление руководителей максимально использовать мотивацию подчиненных в процессе работы, должно быть одним из наиважнейших приоритетов» [3].

Цифровизация в системе мотивации проявляется, как: внедрение новых бизнес-технологий, оказывающих влияние на трудовую и социальную жизнь работников; возможность получения и совершенствования знаний; повышение доступности и понимания работником всей системы управления мотивационными процессами.

На сегодняшний день компании, которые игнорируют процесс диджитализации процесса управления персоналом ухудшают свой HR-бренд и, вследствие этого, в компании наблюдается высокая текучесть кадров или перенасыщенность сотрудниками взрослого поколения, что также приводит к неэффективности работы компании [1].

При выборе IT-системы управления эффективностью компании должны ориентироваться на ее гибкость, оригинальность, спектр функциональных возможностей, включая хранения персональных данных сотрудников, масштабируемость решения на большое количество пользователей. Внедрения IT-системы компании нуждаются в прозрачности связи результатов с развитием и

мотивацией сотрудников.

Рассмотрим плюсы и минусы внедрения цифровизации в процесс управления человеческими ресурсами (табл. 1).

Таблица 1

Положительные и отрицательные факторы влияния цифровизации на процесс мотивации персонала

Положительные стороны	Отрицательные стороны
Получение достоверной и полной информации о работнике и его действиях	Работник чувствует себя некомфортно
Появление новых профессий	Сокращение численности работников, социальная напряженность
Исключение возможности ошибки	Соппротивление работников
Экономия времени, повышение производительности труда	Отсутствие продуктивного мышления, возможности развития
Организационная четкость	Работники изолируются от общения друг с другом

Анализируя данную таблицу, видим, что при получении большого объема информации о сотруднике, при организационной четкости, снижается уровень мотивации вследствие не комфортности работника, при экономии времени на рабочий процесс благодаря программам, у работников отсутствует возможность для развития, что также является демотивацией, вследствие цифровизации появляются новые профессии, что предполагает сокращение кадров и изолирование работников от общения друг с другом. Как можно увидеть, цифровизация процесса управления персоналом в первую очередь влияет на мотивацию и заинтересованность сотрудников в работе, что отрицательно сказывается на текучести кадров. Число организаций, понимающих, что обладание навыками в области цифровых технологий выступает сегодня на первый план, однако существует серьезный разрыв между навыками молодых специалистов и навыками специалистов старшего поколения. Цифровая экономика стимулирует работника получать дополнительные не свойственные его профессии компетенции. Обучение требует координацию усилий не только со стороны работников, но и со стороны организации, а также со стороны исполнительной власти [4]. Обеспечение информационной безопасности, помимо всего, является достаточно затратным, а также возникает проблема с дефицитом специалистов в этой области.

Выводы. Подводя итоги, можно сказать, что процесс трудовой мотивации можно подвергнуть частичной «оцифровке», однако невозможно применять цифровые механизмы в этой области полностью. Стимулировать работника, расширять знания должны работодатели через формирование мотивационного механизма эффективной трудовой деятельности соответствующим реалиям цифровой экономики. В условиях цифровизации, руководителям требуется пересмотреть способы и формы трудовой мотивации по отношению к более старшему поколению, а также предъявлять к ним другие компетенционные требования.

Список литературы:

1. Авдеев, В.В. Управление персоналом. Технология формирования команды / В.В. Авдеев. – М: Финансы и статистика, 2017. – 120 с.
2. Батаршева, А.В. Психология управления персоналом: пособие для специалистов, работающих с персоналом / А.В. Батаршева, А.О. Лукьянова. – М.: 2008. – 560 с.
3. Бухт Р., Хикс Р. Определение, концепция и измерение цифровой экономики // Вестник международных организаций, 2018. – Т. 13. – № 2. – С. 106 – 113.
4. Маслоу, А. Мотивация и личность: книга / А. Маслоу / пер. с англ. – СПб.: Питер, 2019. – 400 с.

Масалитова А. Р., студентка

Научный руководитель: Гришина И. В., канд. экон. наук, доцент

Донецкий государственный университет, РФ

madam.loys@mail.ru

МЕТОДЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ МАЛЫМ БИЗНЕСОМ

Актуальность темы исследования. Малое предпринимательство является важным источником экономического роста и развития в большинстве стран мира. Малый бизнес присутствует в любой отрасли экономики и является неотъемлемой ее частью. Малые предприятия являются важным фактором социальной стабильности и устойчивости, так как они решают вопрос занятости населения, расширяют товарооборот, занимают пустующие ниши и многое другое. В сложившихся санкционных условиях малый бизнес во многом помогает российской экономике выстоять, поэтому исследование возможностей и определение методов эффективного развития малого бизнеса на сегодняшний день приобретает особую актуальность.

Анализ последних исследований и публикаций. Исследованием теории и практики становления и развития малого бизнеса занимались многие ученые, в частности: А. А. Атамазова [1], О. С. Боброва [2], С. И. Цыбуков [2], И. А. Бобров [2], П. Д. Буров [3], Н. Е. Демидова [4] и многие другие. Однако вопросы, связанные с определением направлений и методов повышения эффективности управления малым бизнесом в новых условиях, все еще требуют ответов и дополнительных исследований.

Целью исследования является анализ основных рисков и определение методов повышения эффективности управления малым бизнесом.

Результаты исследования. Малое предпринимательство представляет собой предпринимательскую деятельность, которая может осуществляться субъектами рыночной экономики при конкретных условиях и критериях, установленных законами, представительными органами и т. д. [1].

Малый бизнес имеет множество характеризующих его критериев, которые могут отличаться в разных странах, но общепринятыми являются:

- небольшой объем производства за год;
- небольшое количество сотрудников (в среднем до 50 человек);
- величина активов;
- наличие множества рисков и др.

Таким образом, малое предприятие – это предприятие с небольшим количеством работников и объемами производства, значительной частью рисков (производственной, торговой, научной и т. п.) деятельности, собственник которого несет полную ответственность за результаты хозяйствования, самостоятельно принимает управленческие решения с целью присвоения прибыли. По большей части малый бизнес может быть организован как индивидуальное предпринимательство или как общество с ограниченной ответственностью (ООО) [4].

Создаваться малое предприятие может с целью развития бизнеса в интересующей сфере, получения дополнительного дохода, создания собственного дела, создания нового продукта, которого еще не было на рынке, удовлетворения потребностей некоторого сегмента потребителей и многого другого. Одним из главных преимуществ малого бизнеса является то, что он может быть быстро организован и иметь довольно простую систему управления. Однако, малому бизнесу может быть трудно конкурировать с крупными компаниями из-за ограниченных ресурсов. Малый бизнес в России зачастую сталкивается с рядом проблем, которые затрудняют его

функционирование и развитие. Не все предприятия остаются на рынке спустя год функционирования, так как малый бизнес сталкивается с множеством рисков, обусловленных, как и внутренней, так и внешней средой предприятия. Наиболее частые риски в деятельности малого бизнеса в Российской Федерации приведены в таблице 1 [2].

Таблица 1

Основные риски в деятельности малого бизнеса в Российской Федерации

Риски	Характеристика
Высокие налоги и бюрократия	Малые предприятия в России не могут конкурировать с крупными компаниями, которые имеют большие возможности для снижения налоговой нагрузки. Кроме того, бюрократические процедуры и необходимость получения разрешений и лицензий также затрудняют работу малого бизнеса.
Ограниченный доступ к финансированию	Многие малые предприятия в России сталкиваются с проблемами получения финансирования от банков и других финансовых учреждений, что связано с высокими процентными ставками, нехваткой залогов и недостаточной кредитной историей.
Низкая квалификация и нехватка квалифицированных кадров	В условиях СВО в связи с оттоком трудовых ресурсов в РФ нередко возникают проблемы с низкой квалификацией и недостатком квалифицированных кадров. Это затрудняет управление бизнесом и снижает производительность труда.
Конкуренция с крупными компаниями	Малый бизнес в России сталкивается с жесткой конкуренцией со стороны крупных компаний, которые имеют больше ресурсов и возможностей для продвижения своих товаров и услуг на местном и региональном рынке.
Нехватка инфраструктуры	Некоторые регионы РФ не имеют достаточной инфраструктуры для поддержки малого бизнеса, что может быть связано с отсутствием подходящих помещений для аренды, слабой транспортной доступностью или недостаточным доступом к различным ресурсам.
Высокая стоимость услуг и материалов	В России цены на услуги и материалы для малого бизнеса могут быть значительно выше, чем для крупных компаний, что затрудняет их функционирование и развитие.
Неразвитость местных рынков	Во многих регионах РФ рынки контролируются крупными компаниями, что затрудняет доступ малых бизнесов к потенциальным клиентам и покупателям.

Следовательно, малому предпринимательству тяжело оставаться на плаву, развиваться и наращивать обороты производства, увеличивать доходность. Такая ситуация складывается не только в Российской Федерации, а и во всем мире. Но не смотря на трудности, малый бизнес может быть успешным при наличии правильной стратегии, четком планировании и эффективном управлении. Каждая крупная компания когда-то была малым предприятием. При эффективном управлении и распределении имеющихся материальных и финансовых ресурсов, малый бизнес может успешно развиваться и наращивать обороты производства, занимая новые рынки.

Существует ряд методов, которые могут помочь повысить эффективность управления малым бизнесом:

1. Планирование. Разработка бизнес-плана, установление целей и задач, составление графиков работ и контроль их выполнения может значительно повысить эффективность управления.

2. Автоматизация бизнес-процессов. Внедрение современных информационных систем, программ и сервисов позволяет автоматизировать рутинные задачи, ускорить процессы и повысить качество работы.

3. Рационализация бизнес-процессов. Анализ текущих бизнес-процессов и оптимизация их работы может значительно сократить затраты и повысить эффективность.

4. Обучение и развитие персонала. Обучение и развитие персонала, а также повышение их мотивации может значительно повысить качество работы и производительность.

5. Сотрудничество и партнерство. Сотрудничество с другими предприятиями и установление партнерских отношений может помочь расширить рынок сбыта, увеличить объемы продаж и повысить эффективность бизнеса.

6. Использование финансовых инструментов. Применение финансовых инструментов, таких как кредиты, лизинг и факторинг, может помочь обеспечить необходимое финансирование и повысить эффективность бизнеса.

7. Маркетинг и продвижение. Проведение маркетинговых и рекламных кампаний может помочь привлечь новых клиентов и увеличить объемы продаж.

8. Инновации и развитие. Внедрение новых технологий, продуктов и услуг может помочь расширить ассортимент и привлечь новых клиентов, что, в свою очередь, повысит эффективность бизнеса [3].

Таким образом, чтобы малый бизнес функционировал правильно и мог развиваться в современных тяжелых условиях, необходимо учитывать все аспекты, которые могут влиять на предприятие не только извне, но и внутри организации. Следует уделять должное внимание каждому бизнес-процессу и просчитывать все наперед, используя привлеченные ресурсы рационально.

Выводы. Предприятие любого масштаба, особенно малый бизнес, должно всегда находиться под контролем его руководителей, которые изучают и анализируют воздействующие на него факторы и риски, а также умело и эффективно применяют методы управления в различных сложившихся ситуациях. Малый бизнес требует определенного внимания и четкости действий для того, чтобы получить положительный результат деятельности.

Список литературы:

1. Атамазова, А. А. Сущность малого предпринимательства / А. А. Атамазова. // Молодой ученый. – 2016. – № 3 (107). – С. 450-452. – URL: <https://moluch.ru/archive/107/25520/> (дата обращения: 29.03.2023).
2. Боброва, О. С. Организация коммерческой деятельности: учебник и практикум / О. С. Боброва, С. И. Цыбуков, И. А. Бобров // Москва: Издательство Юрайт, 2020. – 382 с.
3. Буров, П. Д. Современные методики оценки эффективности деятельности субъектов малого предпринимательства / П.Д. Буров // Финансы и управление, 2020. – № 1. – 250 с.
4. Демидова, Н.Е. Анализ малого и среднего бизнеса в России: проблемы и перспективы развития / Н. Е. Демидова, Е. В. Шершова // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2020. – № 12-2. – С. 284-290. – URL: <https://vaael.ru/ru/article/view?id=1508> (дата обращения: 30.03.2023).

Панфилова А. Б., студентка
Научный руководитель: Гришина И. В., канд. экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
panfilova.an2002@mail.ru

РОЛЬ ЛИДЕРСТВА В ПОВЫШЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Актуальность темы исследования. Необходимость функционировать в среде, характеризующейся глобальными политическими, экономическими, технологическими изменениями, требует от руководителей способности быстро адаптироваться к новым реалиям, создавать культуру инноваций и риска, а также управлять множеством процессов и систем, связанных с управлением предприятием. В этих условиях лидерство и мотивация становятся ключевыми факторами, определяющими эффективность управления, что свидетельствует об актуальности выбранной темы исследования.

Анализ последних исследований и публикаций. Различные аспекты теории и практики лидерства нашли свое отражение в исследованиях таких ученых как: П. Друкер [1], Р.Л. Кричевский [2], Ф. Лалу [3, 4], С. Мажкенов [6] и А. Маслоу [7] и другие, однако, учитывая постоянную изменчивость условий, исследование феномена лидерства по-прежнему остается открытым.

Целью исследования является анализ основных различий между понятиями «менеджер» и «лидер» и оценка зависимости различных аспектов управления и работы функциональных областей от эффективного лидерства.

Результаты исследования. Феномен лидерства присутствует во всех организациях и структурах, как официальных, так и неформальных.

Лидерство объективно признается наиболее эффективным источником любых преобразований в организации, действенных механизмов ее роста и развития. В глобальном плане все величайшие преобразования в жизни человечества произошли благодаря лидерам, которые меняли общественные отношения (В.И. Ленин, М. Ганди, М.Л. Кинг, Н. Манделла, Ли Куан Ю и другие) или создавали инновационные продукты (братья Райт, Г. Форд, С. Королев, С. Джобс и многие другие) [3].

Французский организационный консультант Фредерик Лалу в своей работе выделил пять уровней развития организаций, которые он назвал «Культурами», где наивысшей формой проявления организации стала так называемая «бирюзовая организация» [4]. В отличие от традиционных организаций, где лидеры часто играют роль контролеров, в бирюзовых организациях лидеры играют роль вдохновителей, направляющих сотрудников к достижению общих целей. Благодаря такому лидерству сотрудники гораздо более мотивированы и активно участвуют в процессе принятия решений и формирования стратегии организации.

Считается, что организация не может достичь своих целей без эффективного руководства. Многие менеджеры считают себя лидерами или хотят ими стать. По мнению величайшего авторитета в области менеджмента Питера Друкера, прирожденных лидеров мало: нет врожденной управленческой личности, стиля руководства или характерных лидерских качеств – все ситуативно и приходит с практикой.

А, например, русский ученый в области менеджмента Р. Л. Кричевский отмечает, что роль лидера возникает стихийно, ее нет в штатных расписаниях, лидерство больше психологический феномен, а вот менеджер – социальный.

Таким образом, возникает явное противоречие между такими двумя понятиями как «менеджер» и «лидер». Хотя в некоторых случаях лидеры и менеджеры могут объединяться в одном лице, все же эти две роли имеют свои отличия и уникальные функции. Рассмотрим в таблице 1 ключевые различия между понятиями «менеджер» и «лидер».

Таблица 1

Различия подходов к главным аспектам деятельности у менеджера и лидера

Аспект деятельности	Менеджер	Лидер
Планирование	Планирование и формирование бюджета. Установление подробных шагов и сроков для достижения необходимых результатов	Определение направления. Разработка часто далекого видения будущего и стратегии изменений, необходимых для достижения видения
Организация	Создание структуры, отвечающей требованиям плана, укомплектование ее кадрами, формализация и делегирование полномочий	Передача указаний посредством слов и действий всем тем, чье сотрудничество может быть необходимо для оказания влияния на создание команд и коалиций, которые понимают и принимают видение и стратегии
Мотивация сотрудников	В основном внешняя мотивация (награды и поощрения)	В основном внутренняя мотивация (обратная связь, мотивирующие выступления и поддержка)
Контроль	Планы, задания и метрики, которые помогают оценить выполнение задач и достижение целей	Общение с работниками, отслеживание их прогресса и обеспечение поддержки, необходимой для достижения целей
Целеполагание	Ориентация на конкретный результат	Ориентация на выполнение миссии
Формирование корпоративной культуры	Каждый сам за себя	Каждый участвует в развитии организации

Исходя из проведенного анализа можно сделать вывод о том, что менеджер и лидер имеют разный подход к главным аспектам деятельности, поскольку они имеют разные цели и задачи в управлении организацией.

Менеджер – это руководитель, чья основная задача заключается в управлении ресурсами организации (финансами, временем, материальными ресурсами и персоналом) для достижения конкретных бизнес-целей.

Он ориентирован на эффективное использование ресурсов, оптимизацию процессов и снижение издержек. Основными аспектами, на которые обращает внимание менеджер, являются планирование, организация, контроль и управление персоналом. Он ориентирован на удовлетворение потребностей клиентов и максимизацию прибыли организации.

Лидер – это руководитель, который в первую очередь ориентирован на развитие и мотивацию своих подчиненных, создание вдохновляющей и позитивной рабочей атмосферы и достижение общих целей организации. Он склонен к развитию идеологии организации, установлению принципов и ценностей, которые будут способствовать эффективности и успеху организации в долгосрочной перспективе. Основными аспектами, на которые обращает внимание лидер, являются командообразование, мотивация персонала, развитие талантов, создание положительной рабочей атмосферы и общение с клиентами и партнерами организации.

По мнению О. А. Лымаревой компаниям нужны три типа лидеров [5]:

- 1) лидер-руководитель компании или организации;

2) лидеры-менеджеры, которые проводят политику компании на местах;

3) лидеры-активисты среди рядовых сотрудников организации, которые постоянно «поддерживают огонь» в компании и не дают ему угаснуть, пока официальных менеджеров нет рядом.

Лидер-руководитель имеет широкий обзор и понимание работы всей организации, а также глубокие знания и опыт в своей отрасли. Он может ориентировать компанию в сложных ситуациях и сделать правильный выбор, который будет способствовать долгосрочному успеху компании.

Лидеры-менеджеры отвечают за координацию работы своих подчиненных, управление ресурсами и выполнение поставленных задач. Они являются организаторами, умеют мотивировать своих сотрудников и эффективно решать проблемы, возникающие в процессе работы.

Лидеры-активисты могут играть ключевую роль в поддержании духа и культуры компании. Они часто являются наиболее преданными и мотивированными сотрудниками, которые способны вдохновить и мотивировать своих коллег на достижение общих целей. Они могут быть вовлечены в процессы принятия решений и инициировать изменения в компании.

Выводы. Таким образом, хотя менеджер и лидер имеют разный подход к осуществлению профессиональной деятельности, обе роли являются необходимыми для эффективного управления.

Хороший менеджер управляет ресурсами организации и обеспечивает ее эффективность, а хороший лидер создает вдохновляющую атмосферу и мотивирует персонал для достижения общих целей.

Лучшие результаты в управлении достигаются тогда, когда руководитель умеет переключать в зависимости от ситуации обе роли или когда менеджер и лидер работают вместе и используют свои сильные стороны, чтобы управлять организацией и достигать успеха.

Список литературы:

1. Друкер, П. Лидерство / П. Друкер // пер. с англ. Н. Витько. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 270 с.
2. Кричевский, Р. Если Вы – руководитель... Элементы психологии менеджмента в повседневной работе / Р.Л. Кричевский. – М.: Дело, 1993. – 352 с.
3. Лалу, Ф. Открывая организации будущего / Ф. Лалу. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016. – 432 с.
4. Лалу, Ф. Революция на рабочем месте: Как выйти за пределы корпоративной культуры и обрести новую реальность / Ф. Лалу. – М.: Альпина Паблишер, 2015. – 296 с.
5. Лымарева, О. Лидерство как основной инструмент менеджмента производственного предприятия / О.А. Лымарева, А. В. Слупская // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2014. – №4. – С. 371-374.
6. Мажкенов, С.А. Лидерство как инструмент раскрытия потенциала сотрудников организации / С.А. Мажкенов // Лидерство и менеджмент. – 2022. – Том 9. – № 2. – С. 343-360.
7. Маслоу, А. Мотивация и личность / А. Маслоу. – СПб.: Питер, 2019. – 400 с.

Петренко И. Д., студент

Научный руководитель: Ахмедьяров Е. А., магистр экономики
НАО «Кокшетауский университет им. Ш. Уалиханова, Республика Казахстан
ipetrenko@shokan.edu.kz

«ЗЕЛЕНАЯ ЭКОНОМИКА» КАК НОВЫЙ ТИП ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

Актуальность. Актуальность исследуемой темы вызвана тем, что резкое увеличение потребления энергии, образование свалок, неэффективное использование природных ресурсов стало причиной глобальных экологических проблем и ухудшения качества жизни населения.

Анализ последних исследований и публикаций. Данной тематике посвящено большое количество публикаций многих ученых. Гурьева М. считает, что «зеленая экономика» поможет повысить уровень жизни и сохранить природу и ресурсы. По мнению Zenchanka S. развитию «зеленой экономики» будет способствовать только создание правовой базы государством.

Цель исследования: рассмотреть сущность и определить принципы, особенности «зеленой экономики» в Казахстане.

Результаты исследования. «Зеленая экономика» – это тенденция в экономике. Множество стран хочет использовать данный тип развития для своей страны. Этот тип не требует множество затрат ресурсов и экологичен. Основой для перехода на «зеленую экономику» является улучшения уровня жизни населения при минимизации истощения природных ресурсов и сохранении природы для последующих поколений [1].

Для начала, необходимо рассмотреть, что такое «зеленая экономика» и что она в себя включает. «Зеленая экономика» (англ. "green economy") – это разновидность экономической модели, которая не подразумевает потребление ресурсов Земли для получения финансовой прибыли и других целей. Она призвана сохранить природные активы и снизить негативное воздействие на окружающий мир. Впервые понятие «Зелёная экономика» было применено во время выступления экономистов-экологов в 1989 году в правительственной палате Великобритании. Но, руководители большинства стран тогда не прислушались к советам выступающих, поэтому доклад не принёс практически никаких результатов. Вторая попытка обратить внимание глав государств на проблемы загрязнения окружающей среды была сделана после кризиса в 2008 года. В этот раз экологам удалось привлечь внимание к проблеме. Именно с того времени, данная модель экономики стала завоёвывать поклонников среди влиятельных людей, так как она является альтернативным взглядом на развитие и рост [2].

Конечно же, никакая модель экономики не может обойтись без принципов, ведь именно на основе их все и строится. «Зеленая экономика» состоит из 4 принципов, а именно: принцип устойчивости, принцип справедливости и достоинства, принцип управления и гибкости и последний это принцип здоровой планеты (рис. 1) [3].

Экономическая система, которую мы рассматриваем, имеет характерные особенности, благодаря которым многие страны и выбирают данный путь развития своей страны. Эксперты утверждают, что характерными особенностями рассматриваемой нами экономической системы являются [4]:

низкие выбросы CO₂;

рациональные методы использования, потребления и производства природных ресурсов;

сохранение и наращивание природного капитала;

поддержание функционирования экосистем;
 обеспечение справедливости и равенства в обществе, как для нынешних, так и будущих поколений;
 создание новых рабочих мест и повышение благосостояния населения.

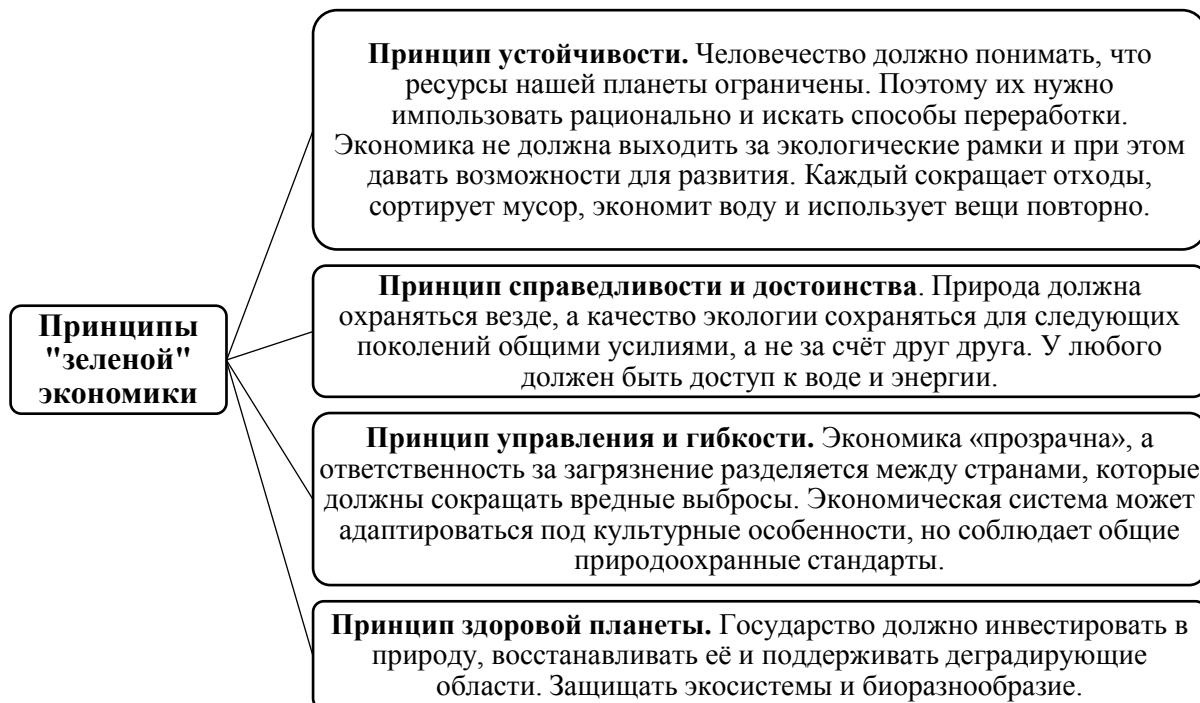


Рис. 1. Принципы «зеленой экономики»

Основываясь на данных принципах и заинтересовываясь характерными чертами данной системы, множество стран переходят на «зеленую экономику» для того, чтобы обеспечить хорошее качество жизни своему населению и добиться успеха в различных отраслях, и мы не исключение, как и у всех у Казахстана есть свой план, реализации данной концепции планируется в 3 этапа (табл.1) [5]. Можно надеяться, что это поможет нашей стране улучшить свое экономическое положение и сохранить ресурсы для будущих поколений.

Таблица 1

Концепция развития «зеленой экономики» в Казахстане		
Этап	Годы реализации	Действие
Первый	2013–2020 гг.	оптимизация использования ресурсов и повышение эффективности природоохранной деятельности, а также создание «зеленой» инфраструктуры
Второй	2020–2030 гг.	рациональное использование природных ресурсов, внедрение возобновляемой энергетики на базе высоких технологий
Третий	2030–2050 гг.	переход национальной экономики на принципы «третьей промышленной революции», в основу которой положено использование природных ресурсов в случае их возобновляемости

Выводы. Исходя из всего вышеизложенного, можно сделать вывод, что «зеленая экономика» – это наиболее эффективный и оптимальный путь развития для любой страны. Данный тип помогает не только развитию страны, но и сохранению запасов ресурсов, улучшению экологии и здоровья людей. В будущем все страны смогут

перейти на данный тип экономики избавиться от нищеты и продлить жизнь нашей планеты, ведь добыча полезных ископаемых, загрязнение вредным воздухом и создание стихийных свалок приводят к негативным последствиям.

Список литературы:

1. Гурьева, М.А. Платежи за загрязнение окружающей среды как элемент экономического механизма рационального природопользования РФ / М.А. Гурьева // Актуальные вопросы экономических наук. – 2011. – № 18. – С. 237–241.
2. Зелёная экономика, что это значит, принципы и этапы развития [Электронный ресурс]. – URL <https://vsdelke.ru/ekontermeny/zelyonaya-ekonomika.html> (дата обращения: 30.03.2023 г.).
3. «Зеленая» экономика: суть концепции, принципы, развитие [Электронный ресурс]. – URL: <https://invlab.ru/ekonomika/chto-takoe-zelenaya-ekonomika/?ysclid=lfk32qsc579115560> (дата обращения: 30.03.2023 г.).
4. Навстречу «зеленой» экономике: пути к устойчивому развитию и искоренению бедности: обобщенный доклад для представителей властных структур [Электронный ресурс]. – URL: http://old.ecocongress.info/5_congr/docs/doklad.pdf (дата обращения: 30.03.2023 г.).
5. Законодательные акты РК по вопросам перехода к «зеленой экономике» [Электронный ресурс]. – URL <https://atyraurevcom.gov.kz/ru/normativno-provoviet-acts/acts-rk-green-economy> (дата обращения: 30.03.2023 г.).

Подопригора А. В., студент
Научный руководитель: Половян А. В., д-р экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
missis.podoprighora2015@yandex.ru

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ РЕАЛИЗАЦИИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ
В ПАО «СБЕРБАНК»**

Актуальность. Управленческий процесс по своей сути является процессом организации движения информационных потоков. Цифровые технологии, сфера применения которых лежит, прежде всего, в информационной плоскости, обеспечивают возможность фундаментальной реорганизации управленческого процесса. Вместе с тем осуществление такой реорганизации исключительно на основе изучения теоретических возможностей временной и бюджетной экономии нерационально, так как оно не будет учитывать неявно существующие институциональные, инфраструктурные и психологические условия реализации современного управленческого процесса. Выбор управленческого решения неоднозначен и во многом зависит от влияния различных факторов.

Основа формирования всех управленческих решений – система ценностей лица, принимающего решение. Она определяет все действия и влияет на выбор решения. Каждый человек обладает своей системой ценностей, которая определяет его действия и влияет на принимаемые решения [3].

Анализ последних исследований и публикаций. Особый вклад в теоретические и прикладные исследования, которые связаны с принятием управленческих решений на основе информационного обеспечения внесли такие отечественные учёные как

В. Азарнова, А. Баркалова, М. Бершадский, Н. Буркова, Л. Бурковский, А. Минаев, С. Сахарова.

Вопросы разработки и процесса реализации управленческих решений исследовали такие зарубежные учёные, как И.Ансофф, М.Армстронг, Г. Беккер, К. Макконнел, М. Мескон.

Однако, недостаточное внимание уделяется задачам оптимизации перехода к цифровому управлению в организационных системах как человеко-машинных системах за счет повышения эффективности и надежности функционирования эргатических элементов (персонала).

Цель исследования. Целью работы является исследование теоретических аспектов и разработка практических рекомендаций по совершенствованию реализации управленческих решений в банке.

Результаты исследования. Структура управления банком предусматривает органы управления, утверждение их полномочий, ответственности и взаимосвязи при осуществлении банковской деятельности [1].

ПАО «СберБанк» представляет собой крупную структуру, состоящую из 11 территориальных банков и 14 тысяч подразделений.

Современный этап экономического и социального развития характеризуется существенным влиянием на него процесса цифровизации. С течением времени объем информации постоянно увеличивается, в связи с чем возникает потребность структуризации данных. Цифровизация характеризуется представлением информации в цифровом виде, что приводит к улучшению качества жизни и повышению эффективности развития экономики. На сегодняшний день наиболее широкое распространение процессы диджитализации экономики получили в банковском секторе.

Одной из основополагающих целей Банка является привлечение новых клиентов и сохранение действующих. Во всех данных областях важнейшую роль начинает играть процесс внедрения инноваций. Инновация в настоящее время не просто одно из явлений, определяющих экономический рост, развитие и структурные сдвиги.

В ходе проведения анализа реализации управленческих решений в ПАО «СберБанк» был выявлен ряд проблем, которые можно устранить в процессе совершенствования процесса реализации управленческих решений.

Выявленные проблемы на предприятии ПАО «СберБанк»:

1. Пониженная лояльность и удовлетворённость клиентов.
2. Повышенный уровень потребления ресурсной базы.
3. Высокая доля затрат, которая обусловлена человеческим фактором.
4. Увеличенная доля время выработки, принятия и реализации управленческих решений.

Основными причинами появления проблем в данном случае являются: неверные принципы и методы деятельности работников; ошибочные критерии оценки возможностей предприятия и сотрудников, неверная стратегия принятия управленческих решений.

Уровень принятия решений на предприятии средний, это отражается на его финансовом состоянии. Необходимо повысить уровень принятия решений и увеличить эффективность системы управления в целом. Для этого, прежде всего, на предприятии необходимо совершенствовать систему разработки и принятия решений.

Для успешной реализации принимаемых решений организация должна иметь механизм их осуществления, основными задачами которого являются: разработка программы реализации, руководство реализацией, контроль исполнения, оценка

результатов. Разработка и реализация решений, обеспечивающих всегда высокую эффективность, очень трудная задача даже для опытных руководителей [2].

Для совершенствования деятельности ПАО «СберБанк» в рамках совершенствования процесса реализации управленческих решений и решения проблем предприятия ПАО «СберБанк» предлагается:

1. Повысить лояльность и удовлетворённость клиентов.

Этого можно достичь путём сокращения стратегических ошибок в управлении; повышения клиентоориентированности деятельности предприятия; сокращения сроков удовлетворения потребностей клиента от заявки до оказания услуг.

2. Снизить количество потребляемых ресурсов.

Этого можно достичь путём экономии затрат на материальные активы; снижения трудозатрат на выработку, принятие и реализацию управленческих решений; сокращению временных ресурсов принятия управленческих решений.

3. Снизить долю затрат, которые обусловлены человеческим фактором.

Этого можно достичь путём повышения качества аналитической обработки информации; сокращения числа ошибок в информационном обеспечении принимаемого решения; повышения уровня обоснованности управленческого решения.

4. Сократить время выработки, принятия и реализации управленческих решений.

Этого можно достичь путём сокращения времени на сбор, обработку и анализ необходимой для принятия управленческого решения информации; повышения скорости информационно-коммуникационного взаимодействия между лицами, принимающими решения и участвующими в его реализации; расширения информационной базы принятия управленческих решений.

Эффективность управленческих решений – это ресурсная результативность, полученная по итогам разработки или реализации управленческого решения в организации.

Экономическая эффективность управленческих решений - это соотношение стоимости прибавочного продукта, полученного в результате реализации конкретного управленческих решений, и затрат на его разработку и реализацию.

Косвенный метод предполагает анализ рыночной стоимости управленческих решений и затрат на управленческие решения путем анализа вариантов управленческих решений для одного и того же типа объекта, разработанных и реализованных примерно в одинаковых условиях.

$$\text{ЭЭ} = \left(\frac{\Pi_2 \text{ Т}}{З_2 \text{ Т}} - \frac{\Pi_1 \text{ Т}}{З_1 \text{ Т}} \right) * 100 \%,$$

где $\Pi_1 \text{ Т}$ – прибыль, полученная за реализацию товара при первом варианте управленческих решений;

$\Pi_2 \text{ Т}$ – прибыль, полученная за реализацию товара при втором варианте управленческих решений;

$З_1 \text{ Т}$ – затраты на производство товара при первом варианте управленческих решений;

$З_2 \text{ Т}$ – затраты на производство товара при втором варианте управленческих решений.

$$\left(\frac{402\,258\,000}{1\,382\,956} - \frac{395\,570\,000}{1\,470\,293} \right) * 100\% = (290,9 - 269,04) * 100\% = 21,86 (\%)$$

Метод определения по конечным результатам основан на расчете эффективности производства в целом и выделении фиксированной (статистически обоснованной) части (К):

$$\text{ЭЭ} = \frac{\text{П} \cdot \text{К}}{\text{ОЗ}},$$

где П – прибыль, полученная от реализации товара;

ОЗ – общие затраты;

К – доля управленческих решений в эффективности производства (К = 20-30%).

$$\left(\frac{402\,258\,000}{1\,470\,293} \right) * 25 \% = 68,4 \text{ (тыс. руб.)}$$

Вывод. Имея данные об экономической эффективности управленческих решений, можно сделать вывод о результативности и эффективности предложенных мероприятий по совершенствованию управленческих решений ПАО «СберБанк».

Благодаря предложенным мероприятиям прибыль предприятия ПАО «СберБанк» увеличится на 21,86%, что в денежном выражении означает 68,4 тыс. руб.

Управленческие решения оказались эффективным, так как прибыль и экономическая эффективность увеличились.

Список литературы:

1. Постников, В. М. Анализ подходов к формированию экспертной группы, ориентированной на подготовку и принятие управленческих решений / В.И. Постников // Наука и образование. – 2020. – № 5. – С. 333-347.
2. Управленческие решения: учебник / К. В. Балдин, С. Н. Воробьев, В. Б. Уткин. – 8-е изд. – М.: Дашков и К, 2018. – 496 с.
3. Юкаева, В. С. Принятие управленческих решений / В.С. Юкаева, Е.В. Зубарева, В.В. Чувинова. – М.: Дашков и Ко, 2019. – 324 с.

Прохоренко С. Д., студентка
Научный руководитель: Ялунер А. Ф.
Донецкий государственный университет, РФ
sonya.pro155@yandex.ru

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДА КОУЧИНГА В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

Актуальность. Предприятия в процессе функционирования сталкиваются с проблемой повышения квалификации персонала. Эффективным инструментом повышения квалификации сотрудников является коучинг. Коучинг – это инновационное направление, которое сочетает множество методов обучения и открывает новые возможности для развития личности и системы управления персоналом. В процессе повышения квалификации персонала, на основе метода коучинга происходит увеличение производительности труда, повышение качества работы персонала и раскрытие потенциала каждого работника. В этой связи необходимым является рассмотрение особенностей использования метода коучинга в системе управления персоналом, что и обуславливает актуальность выбранной темы.

Анализ последних исследований и публикаций. Рассмотрению вопросов, связанных с изучением метода коучинга в системе управления персоналом посвящены работы таких ученых как: З. С. Цабиева, Е. И. Куценко, А. А. Коваль, Л. Н. Симонова, Н. К. Туркулец, Е. В. Сидоренко, А. Г. Измайлова, С. В. Мясникова, Е. И. Кудрявцева,

М. Е. Дидык, Р. А. Березовская, Э. С. Сагимбаева, Д. Флэкс, А.С. Огнев, В.Е. Максимов, Дж. М. Иванцевич, А. А. Лобанов и т.д.

Целью исследования является рассмотрение особенностей использования метода коучинга в системе управления персоналом.

Результаты исследования. Эффективным методом повышения квалификации сотрудников в современных компаниях является коучинг. Коучинг – это процесс, который направлен на развитие лидерских, коммуникативных компетенций, раскрытие творческого потенциала сотрудника и совершенствование его личных и профессиональных навыков. Целью взаимодействия на основе метода коучинга является направление сотрудников на достижение эффективных результатов деятельности и содействие в достижении целей организации благодаря раскрытию внутреннего потенциала персонала.

Коучинг является экономически выгодным методом повышения квалификации и производительности труда сотрудников организации. Использование метода коучинга в системе управления персоналом способствует быстрому обучению сотрудников без отрыва от производственного процесса и повышению качества межличностных взаимоотношений в коллективе. Метод коучинга позволяет научить сотрудников мыслить по-новому и быть более гибкими и адаптивными к динамично изменяющимся внутренним и внешним факторам.

Сущность метода коучинга заключается не в выработке руководителем готовых установок и чётких последовательностей действий для решения поставленных задач, а в формулировании наводящих вопросов, которые будут способствовать подчиненным искать пути и алгоритмы для решения существующих задач. Вопросы, которые задает руководитель подчиненным для решения поставленных задач представлены на рис.1. Метод ответа на вопросы способствует повышению степени психологической зрелости персонала, их ответственности, самостоятельности, осознанности, способности к самоуправлению.

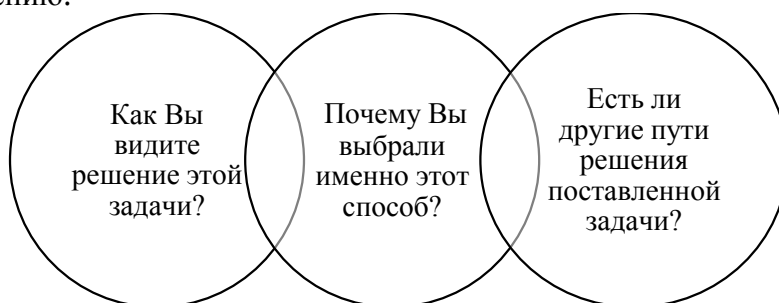


Рис. 1. Сущность метода коучинга

Непрерывное развитие сотрудников – это ключ к успеху предприятия. Проблемы сотрудников в компании и пути их решения с помощью коучинга представлены на рис. 2.

Управление персоналом на основе метода коучинга способствует повышению эффективности деятельности сотрудников, оптимизации тайм-менеджмента, улучшению взаимодействия между руководителем и подчиненным. Коучинг стимулирует навыки поиска новых подходов и путей решения поставленных задач руководителем и повышает работоспособность персонала. Для руководителя применение метода коучинга позволяет экономить время и сокращать трудозатраты.

Коучинг основывается на следующих принципах:

1. Принцип взаимосвязи. Решать возникающие проблемы необходимо во взаимосвязи с коллективом.

2. Принцип равенства. Этот метод коучинга основан на коммуникативном сотрудничестве и направлен на формирование партнёрских отношений между руководителем и подчиненными.

3. Принцип наилучшего выбора. В основе этого принципа лежит сравнение всех возможных альтернатив решения задачи, оценка их преимуществ и недостатков и выбор сотрудниками оптимального варианта.

4. Принцип обладания необходимыми ресурсами, которые могут применяться для достижения поставленных целей. Каждый человек обладает уникальным потенциалом. Для достижения поставленных задач необходимо уметь раскрыть скрытые таланты персонала.

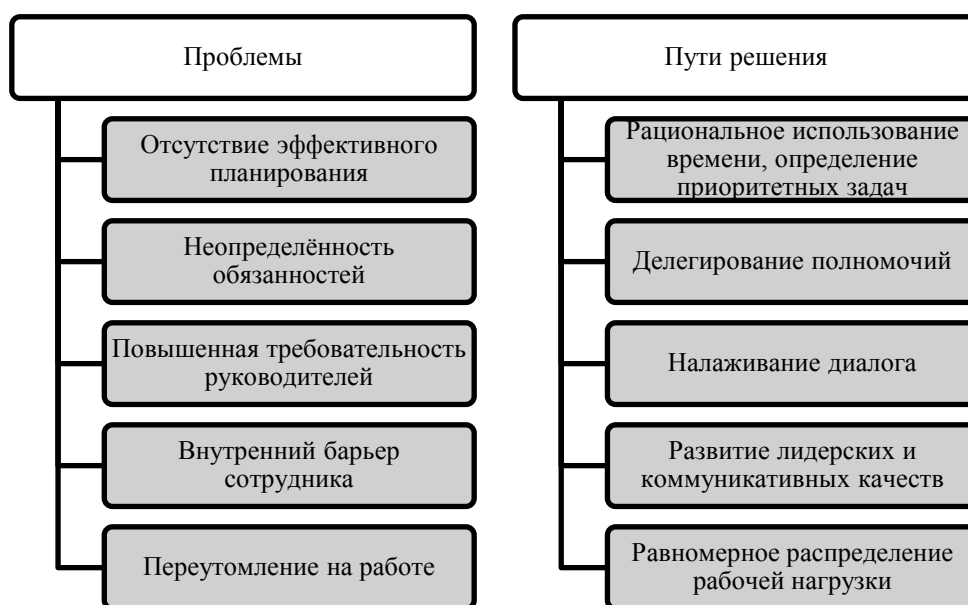


Рис. 2. Проблемы сотрудников в компании и пути их решения с помощью коучинга

Система ценностей, менталитет, нормы социальной культуры диктуют выработку своей системы коучинга в России. Ключевыми игроками российского рынка коучинга являются Международный Эриксоновский университет коучинга, Международная академия коучинга и Международный университет Global Coaching. Данные организации проводят обучающие программы в области коучинга, в рамках которых изучают коучинговые компетенции для работы с изменениями, коучинговые навыки в области лидерства, коучинг в управлении предприятиями, коучинговые методы в управлении человеческими ресурсами, а также готовят специалистов для увеличения командных результатов и коучей к международной сертификации в Международной Федерации коучинга.

Для эффективного управления персоналом на основе метода коучинга необходимо соблюдать следующие правила:

- 1) персонал должен быть готов к такому стилю взаимодействия;
- 2) технология коучинга должна стать неотъемлемой частью труда сотрудников и соответствовать организационной культуре предприятия;
- 3) руководитель должен понимать особенности управления на основе метода коучинга и использовать его в управлении персоналом.

В процессе взаимодействия на основе метода коучинга между сотрудниками и руководителем формируется доверительная атмосфера, которая способствует

достижению следующих результатов: повышению производительности труда, снижению текучести кадров и улучшению межличностных отношений.

Вывод. Коучинг как инновационный стиль управления может значительно повысить эффективность работы персонала в любой сфере деятельности компании. Предприятие, которое использует метод коучинга в управлении персоналом, становится более конкурентоспособным и занимает лидирующие позиции на рынке. Коучинг выступает основой экономического роста и развития компании. Следовательно, коучинг можно использовать как стиль управления для повышения квалификации сотрудников и развития компании в целом.

Список литературы:

1. Толкунова, Е.Г. Коучинговый подход к управлению персоналом: проблемы и перспективы / Е.Г. Толкунова // ECONOMICS. – 2017. – С. 21-24.
2. Лазутина, А.Л. Коучинг в России: становление и проблемы развития / А.Л. Лазутина // Приволжский научный вестник. – 2014. – С. 22-24.
3. Галкина, Т.Д. Коучинг как инновационный стиль управления персоналом / Т.Д. Галкина // Общество, экономика, управление. – 2019. – Том 4, С. 64-68.

Сиволап А. А., студент
Научный руководитель: Ялунер А. Ф.
Донецкий государственный университет, РФ
sivolap05@gmail.com

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ИННОВАЦИЙ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Актуальность. В настоящее время необходимо искать баланс между экономической эффективностью и защитой окружающей среды. Экологические инновации являются новым перспективным направлением развития промышленных предприятий, которое позволяет улучшить производственную деятельность и сократить пагубное воздействие на окружающую природную среду.

Актуальность темы исследования, обусловлена тем, что применение экологических инноваций на промышленных предприятиях способствует рациональному использованию природных ресурсов, улучшению экологической обстановки, снижению экологических платежей, повышению экономического роста и развития.

Анализ последних исследований и публикаций. Рассмотрению вопросов, связанных с изучением особенностей применения экологических инноваций на промышленных предприятиях посвящены работы таких ученых как: М. Г. Трейман, Ж. А. Мингалева, Ю. В. Старков, Е. В. Фролов и др.

Целью исследования является рассмотрение особенностей применения экологических инноваций на промышленных предприятиях.

Результаты исследования: Развитие экономики по техногенному типу, привело к деградации природных ресурсов, загрязнению атмосферы и водных ресурсов, скоплению отходов производства, изменению климата. Промышленные предприятия, с одной стороны способствуют росту и развитию экономики, а с другой стороны являются главным источником возникновения экологических проблем. С целью решения проблемы взаимодействия между промышленным производством и

окружающей средой была сформирована концепция «зелёного роста». В основе данной концепции лежит рациональное использование естественных ресурсов природы, сбалансированный экономический рост и социальное развитие. Для реализации подобной концепции требуются научно-технические инновации, направленные на защиту окружающей среды. Внедрение инновационных технологий в промышленное производство является необходимым условием для предотвращения экологических катастроф массового загрязнения.

Использование инновационных экологических технологий в промышленном производстве позволяет не только улучшить состояние окружающей природной среды, но и повысить экономические показатели хозяйствующих субъектов. К экологическим инновациям, которые используют в производственном процессе с целью обеспечения снижения отрицательного воздействия на окружающую природную среду можно отнести: 1) возобновляемые источники энергии: солнечная, ветровая или геотермальная энергия. Такие источники энергии не загрязняют окружающую среду и позволяют сократить расходы на энергоснабжение предприятий; 2) технологии по утилизации отходов; 3) технологии по очистке воздуха и сточных вод.

Учитывая скорость истощения природных ресурсов, существует критическая потребность в долговременных альтернативных источниках энергии, не наносящих вред окружающей среде. Возобновляемые источники энергии, такие как солнечная, ветровая, геотермальная и волновая, являются наиболее популярными. Различные отрасли используют возобновляемые виды топлива, чтобы сделать свою деятельность более чистой и устойчивой. Например, солнечный участок до 50 м², оснащенный высокоэнергетическими фотоэлектрическими элементами способен генерировать около 8000 кВт/ч энергии. Такого количества энергии достаточно для обеспечения электроэнергией трёх среднестатистических домохозяйств.

Внедрение технологий по утилизации отходов снижает уровень техногенной нагрузки на окружающую среду. Промышленные предприятия внедряют технологии, которые позволяют утилизировать или перерабатывать отходы в полезные материалы. В качестве примера можно привести технологию Waste to energy solutions. Данная технология направлена на переработку отходов в топливо на основе таких процессов как анаэробное сбраживание, пиролиз, сжигание и газификация. С помощью термической газификации несортированного бытового мусора получается побочный продукт – шлак, который может быть использован в строительстве.

Для внедрения экологических инноваций на промышленных предприятиях необходимо их инвестирование. Однако, предприятия часто сталкиваются с проблемой отсутствия достаточного количества средств для их внедрения. С целью оптимизации процесса внедрения экологических инноваций рекомендуется поэтапное внедрение стратегии чистого производства.

Этапы внедрения стратегии чистого производства:

Первый этап – экологический мониторинг. Экологическая стратегия является частью общей стратегии развития предприятия. Принимая решение о внедрении стратегии чистого производства, следует сначала оценить общее состояние предприятия, как с точки зрения его экономической ситуации, так и с точки зрения его воздействия на окружающую среду. Экологический мониторинг позволяет выявить наиболее серьезные проблемы и оценить возможности их устранения.

Второй этап позволит провести учет материальных потоков, выявить наличие токсичных материалов, место и способы хранения сырья и отходов и т.д. Данный этап также включает в себя оценку потенциального влияния промышленных предприятий на состояние окружающей природной среды. Для этого рассчитывается концентрация вредных веществ на близко расположенной к источнику загрязнения территории с

учетом рельефа местности, наличия лесополосы, близкого местонахождения соседних предприятий, наиболее типичной розы ветров и т.д.

Третий этап – оценка соответствия используемых на предприятии технологий международным стандартам и возможности использования в производственном процессе более современных и экологически чистых технологий.

На четвертом этапе предлагается проведение оценки используемого сырья с позиции возможности его оптимизации, замены на менее токсичное и более экологичное.

Пятый этап предполагает на основании ранее произведенных исследований оценить состояние используемого оборудования и по возможности произвести его модернизацию или замену с целью перехода на экологически чистые технологии, позволяющие рационально использовать ресурсы и сократить количество промышленных отходов.

Шестой этап предполагает введение оборотных систем прямой рециркуляции, вторичной переработки сырья и т.д.

Введение предложенной поэтапной стратегии чистого производства позволит снизить затраты предприятия, повысить эффективность технологических процессов, улучшить экологические показатели и повысить конкурентоспособность предприятия.

Применение предприятиями инновационных экологически безопасных и экономически обоснованных технологий способствует постепенному повышению эффективности производства и экономическому росту. Экологически ориентированная высокоэффективная система экологического менеджмента на предприятии обеспечит формирование сбалансированного развития предприятия и общества в целом.

Выводы. Внедрение экологических инноваций на промышленных предприятиях является действенным механизмом для улучшения экологической ситуации и обеспечения экономического роста. Применение экологических инноваций позволит повысить уровень экологической безопасности, уменьшить негативное воздействие на окружающую среду, а также снизить затраты на охрану окружающей среды.

Список литературы:

1. Белевитин, А. Б. Медико-географические особенности территории России и их медико-экологическая оценка / А. Б. Белевитин. – М.: СПб: 2007. – 278 с.
2. Земледелатель. Выпуск III. Немецко-российский ежегодник по экологическому земледелию. – М.: Фонд им. А.Т. Болотова, Stiftung Leben & Umwelt, 1995. – 384 с.
3. Ильичева, Е. В. Менеджмент экологических инноваций как основа концепции политики экологической сбалансированности / Е. В. Ильичева, И. А. Маслова, Л. В. Попова. – М.: ООО «ТНТ», 2012. – 288 с.
4. Каминский, Э. Ф. Глубокая переработка нефти: технологический и экологический аспекты: моногр. / Э. Ф. Каминский, В. А. Хавкин. – М.: Техника, 2001. – 384 с.
5. Протасов, В. Ф. Словарь экологических терминов и понятий / В. Ф. Протасов, А. В. Молчанов. – М.: Финансы и статистика, 1997. – 160 с.
7. Трейман М. Г. Использование экологических инноваций на промышленных предприятиях как перспективное направление развития российской экономики / М. Г. Трейман // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия Экономика и экологический менеджмент. – 2019. – № 2 – С. 110-120.
8. Мингалева, Ж. А. Роль экологических инноваций в области композиционных материалов в «зеленой» модернизации промышленных предприятий / Ж. А. Мингалева, Ю. В. Старков / Финансовый журнал. – 2021. – Т. 13. – № 5. – С. 79–92.

Роботаева А. В., студентка

Научный руководитель: Горбань С. Н., канд. экон. наук, доцент

Донецкий государственный университет, РФ

anastasiya.rabotaeva17@gmail.com

ЦИФРОВИЗАЦИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Актуальность. На данном этапе развития экономики и стремления организаций удержать свои конкурентные преимущества в период кризиса, а также с геополитической обстановкой, которую усугубила пандемия, очень большое внимание уделяется внедрению и освоению цифровых технологий. Но при детальном рассмотрении сложившейся ситуации становится очевидным, что наравне с развитием технологий необходимо уделить также внимание топ-менеджмента и грамотному построению антикризисной стратегии, маркетингу и персоналу.

Анализ последних исследований и публикаций. Особенности управления персоналом в период нивелирования кризисной ситуации предприятия исследовали как отечественные, так и зарубежные авторы: М. Армстронг А.Н. Митин, А.И. Пушкарь, А.Н. Тридед, А.Л. Колос, В.Р. Веснин и др.

Проведенный анализ публикаций позволяет утверждать, что данная проблематика раскрыта не в полном объеме и не учитывает современных тенденций.

Цель исследования. Целью исследования является анализ влияния процесса цифровизации на эффективность деятельности предприятия при осуществлении антикризисного управления.

Результаты исследования. Для любой организации основным фактором её внутренней среды является персонал. Грамотный наем и расстановка кадров является основной задачей руководителя, стремящегося к развитию бизнеса и стабильному качеству реализации основной стратегии предприятия.

В любой кризисной ситуации, из всех функций менеджмента на первый план выходит контроль, а именно контроль четкого исполнения сотрудниками управленческих решений.

Одной из важнейших проблем, с которой может столкнуться руководитель – это нежелание персонала работать в авральном режиме неопределенный период времени, так как просто сотрудники не осознают своей причастности к повышению эффективности деятельности организации в целом. Также появляются социально-психологические факторы, снижающие качество деятельности персонала, такие как: страх сокращения, снижение или совсем отмена премирования, изменение условий оплаты труда и т.д. Исходя из этого недовольство персонала может перерасти в сопротивление антикризисным изменениям.

Дж. Коттер и Л. Шлезингер предлагают следующие методы преодоления сопротивления персонала корпорации антикризисным изменениям [1]:

- информирование и общение;
- участие и вовлеченность;
- помощь и поддержка;
- переговоры и соглашения;
- манипуляции и кооптации;
- явное и неявное принуждение.

Для того, чтобы минимизировать влияние данных факторов на эффективность внедрения антикризисных методов управления, необходимо разъяснить персоналу необходимость проведения антикризисных мероприятий, при разработке общей

стратегии предприятия, также учитывать частную стратегию в области персонала и провести анализ сотрудников, и, на его основании, при необходимости, провести ротацию кадров с учетом требований проблемно-ориентированных программ.

Также перед руководителем возникает немаловажная необходимость рассмотрения вопроса о заключении контрактов с аутсорсерами и целесообразности внедрения цифровых технологий на данном этапе. При принятии этих решений также необходим анализ существующего персонала и постоянный контроль со стороны руководителя, понимание, что вложения в цифровизацию процессов хозяйствования упростят работу и повысят лояльность персонала к руководству организации.

Процесс антикризисного управления с учетом основных направлений цифровизации представлен на рис. 1.

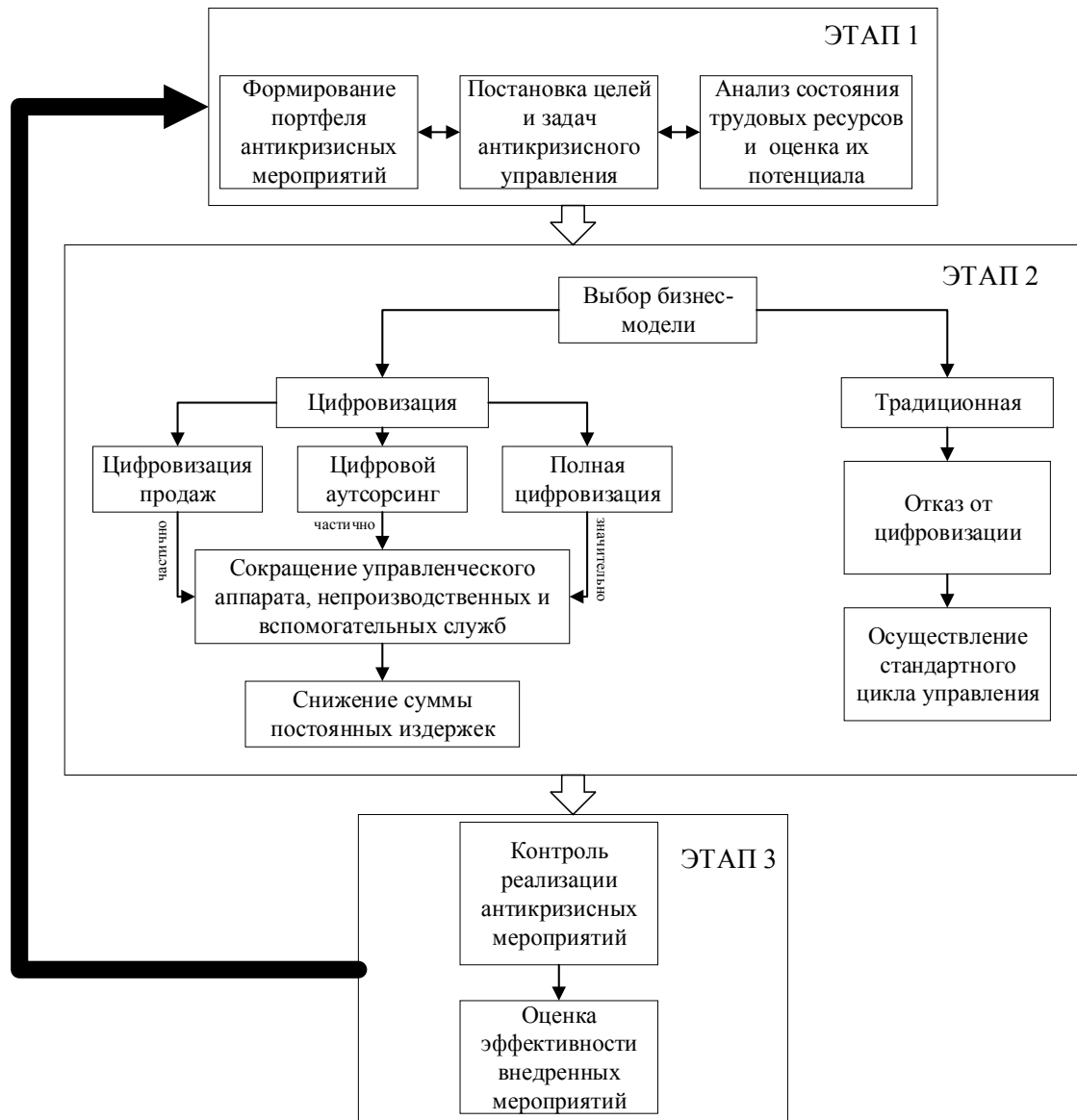


Рис. 1. Процесс антикризисного управления с учетом основных направлений цифровизации

Вывод. Таким образом, цифровизация, грамотно и последовательно осуществленная на предприятии, способна повысить эффективность его функционирования в различных условиях внешней среды, в том числе и в период кризиса. Денежные средства, полученные в результате цифровизации путем снижения общей суммы постоянных издержек, могут быть использованы в качестве источников

финансирования определенных бизнес-процессов предприятия с целью дальнейшего повышения общей эффективности работы предприятия.

Список литературы:

1. Kotter, J.P. and Schlesinger, L.A. (1979), "Choosing strategies for change", Harvard Business Review, Vol. 57, pp. 106-114.
2. Жданов, А.Ю. Корпоративный аутсорсинг как форма реструктуризации компании / А.Ю. Жданов // Экономика и управление. – 2008. – №6(38). – С. 168-171.
3. Лапшина, Е. А. Имитационная модель оценки эффективности антикризисных мероприятий, Экономика и маркетинг в XXI веке: проблемы, опыт, перспективы / Е.А. Лапшина // Сборник материалов XVIII международной научно-практической конференции. – Донецк, 2022. – С. 531-536.

Солдатенко С. С., студент
Научный руководитель: Ялунер А. Ф.
Донецкий государственный университет, РФ
sofiya.soldatenko.03@mail.ru

ПРОБЛЕМА ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РОССИЙСКИХ ТОВАРОВ

Актуальность. Конкурентоспособность является сравнительной характеристикой товара, которая содержит комплексную оценку всей совокупности производственных, коммерческих, организационных и экономических показателей относительно выявленных требований рынка и свойств другого товара. Конкуренция представляет собой действенный механизм, который обеспечивает эффективное регулирование рыночной экономики и отбор наиболее устойчивых с финансовой точки зрения промышленных предприятий.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что для улучшения качества воспроизводственных процессов, адаптации к рыночным условиям, увеличения доходности предприятий необходимо разрабатывать комплекс мероприятий по повышению уровня конкурентоспособности российских товаров.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблеме повышения уровня конкурентоспособности товаров посвящены работы таких ученых как: И. Ансофф, Р. Данн, Дж. Мутти, Р. А. Фатхутдинов, М. П. Афанасьев, В. М. Архипов и др.

Целью исследования является анализ проблем и перспектив повышения конкурентоспособности российских товаров.

Результаты исследования. Изготовление качественной и конкурентоспособной продукции является основой успеха любого производства, российской экономики, промышленного производства и национального престижа. С экономической точки зрения, конкурентоспособность представляет собой один из основных сегментов исследований рынка, который создает базу для разработки государственной конкурентной стратегии.

Конкурентное преимущество на рынке, согласно М. Портеру, определяется на основе трех конкурентных стратегий: лидерство по издержкам, дифференциация и фокусирование товара. Для достижения конкурентоспособного преимущества необходимо производить качественные товары при минимальных издержках производства. Эффективная конкуренция по мнению Адама Смита возможна при

свободном соперничестве продавцов и покупателей, что возможно при соответствующем законодательстве и государственном регулировании. Эволюция теории конкурентных преимуществ представлена в таблице 1.

Таблица 1

Эволюция теории конкурентных преимуществ [2]

Этапы	Название	Исследователи теории	Факторы
1	Концепция конкурентных преимуществ	М. Портер	Совокупность факторов экономических отношений
2	Теория абсолютных преимуществ	А. Смит	Природные ресурсы
3	Теория сравнительных издержек	Д. Милль Д. Рикардо	Природные ресурсы, издержки производства
4	Теория сравнительных преимуществ	П. Самуэльсон, Э Хекшер, Б. Олин	Совокупность производственных факторов

Конкурентоспособность является многоаспектным понятием, которое означает соответствие товара условиям рынка, конкретным требованиям потребителей по качественным, экономическим, техническим, эстетическим, эргономическим характеристикам, а также по коммерческим и иным условиям его реализации. На конкурентоспособность товаров оказывают воздействие ряд факторов, которые влияют на предпочтительность товаров и определяют объем их реализации на рынке. Данные факторы разделяются на три группы: технико-экономические, коммерческие, нормативно-правовые.

К числу основных составляющих конкурентоспособности товаров относится: технический уровень товара; маркетинговое и рекламное обеспечение; соответствие требованиям рынка, потребителя, технических условиям и стандартам; качественная организация и координация сервиса, срок поставки и гарантий; цена и условия платежей; экономическая и политическая ситуация в регионе.

Российская Федерация обладает значительным природно-ресурсным потенциалом, что создает предпосылки для производства материалоемкой и энергоемкой продукции. Вместе с тем, основное внимание в перспективе должно уделяться производству товаров с высокой долей добавленной стоимости, что повысит конкурентоспособность отечественной продукции на внутренней и мировой арене. Предприятия Российской Федерации способны производить весь спектр необходимых потребителю товаров, работ и услуг. Однако имеющиеся на предприятиях производственные мощности изношены [1].

Проблемы с производством товаров необходимого качества побуждают население страны закупать товары иностранного производства, в том числе: товары для организации мобильной связи; бытовую и кухонную технику [1]. Это свидетельствует о том, что не вся продукция, производимая на территории Российской Федерации, является конкурентоспособной. Для решения данной проблемы предприятиям необходимо развивать собственные торговые марки [1].

Развитие собственных торговых марок будет способствовать:

повышению лояльности потребителей к местным производителям;

увеличению уровня маржинальности продаж;

повышению объемов производства, что будет способствовать росту дополнительного дохода, который можно использовать для улучшения качества продукции или продвижения отечественных брендов;

уменьшению сроков производства из-за отсутствия зависимости от сторонних поставщиков;

осуществлению самостоятельного регулирования розничных цен.

Выводы. С целью решения проблемы повышения конкурентоспособности российских товаров предложено развивать собственные торговые марки. Предложенное мероприятие будет способствовать повышению узнаваемости российских товарных марок, наращиванию объема экспорта продукции, увеличению прибыли всех субъектов российской экономики.

Список литературы:

1. Зимовец, А. В. Анализ и разработка направлений повышения конкурентоспособности российских товаров на иностранных рынках / А.В. Зимовец, А.В. Ханина / Экономика, предпринимательство и право. – 2022. – Том 12. – № 7. – С. 1995-2012.
2. Фатхутдинов, Р. А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: Экономика, маркетинг, менеджмент / Р. А. Фатхутдинов. – М.: Маркетинг, 2010. – 892 с.

Солохина В. Ю., студент
Научный руководитель: Ялунер А. Ф.
Донецкий государственный университет, РФ
solohina.violetta2005@gmail.com

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИКОЙ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Актуальность. В двадцать первом веке мировая экономика вступила в качественно новую фазу экономического роста и развития, которую определяют, как глобализация. Процесс глобализации экономики основан на преобразовании мирового пространства в единую зону, в которой отсутствуют барьеры между странами для трансграничного движения товаров, услуг, идей, рабочей силы, капитала и международного информационного обмена. Глобализация стимулирует развитие современных институтов и отслеживает механизмы их взаимодействия. Глобализационные процессы имеют двойственный характер. С одной стороны, глобализация мировой экономики формирует целостное мировое рыночное пространство, в котором все хозяйствующие субъекты принимают активное участие. С другой стороны, под воздействием глобализации обостряется противоречие между основными субъектами современного мирового хозяйства. В этих условиях, эффективным инструментом в решении возникающих противоречий является управление экономикой в условиях глобализации, что и обуславливает актуальность выбранной темы.

Анализ последних исследований и публикаций. Рассмотрению вопросов, связанных с изучением процессов глобализации экономики, посвящены работы таких ученых как Дж. Сакс, Э. Уорнер, А.С. Булатов, Г.Н. Григорян, Г. П. Мартин, Л. Алкали и др.

Целью исследования является рассмотрение особенностей управления экономикой в условиях глобализации.

Результаты исследования. Глобализация экономики представляет собой современную стадию интернационализации производства и капитала, которая несёт с собой интеграцию между странами, новые технологии, развитие науки, культурное сближение и обширные потоки информации. Отношение к глобализации неоднозначно, а иногда и диаметрально противоположно. Одни видят в ней угрозу мировой экономике, другие – средство дальнейшего экономического прогресса. В современной науке существует множество определений глобализации экономики как экономической категории (рис. 1).

Глобализация экономики	
	Процесс преобразования разрозненных экономик в интегрированную мировую экономику, при котором государства обесцениваются.
	Высокая степень взаимозависимости экономик разных стран, которая сопровождается качественным ускорением мирового обмена товарами, услугами, капиталом, информацией и т.д.
	Укрепление взаимозависимости экономик, взаимного влияния и взаимосвязи различных сфер и процессов в мировой экономике.

Рис. 1. Определение понятия «Глобализация экономики»

В настоящее время не существует четкого и однозначного понимания сути этого явления: формулировки носят описательный, часто взаимоисключающий характер. Неизбежность глобализационных процессов в современной экономике предопределяет значение раскрытия ее содержания и проявлений в экономической сфере, что позволит сформировать новые научные знания для понимания и предвидения основ функционирования отдельных направлений мирохозяйственных связей.

Под воздействием глобализации государственное управление экономикой необходимо координировать в рамках международных организаций, устанавливающих единые правила деятельности в различных сферах экономики, которые являются составной частью глобальной экономики.

К основным функциям государственного управления экономики можно отнести: экономическую, социальную, функцию интеграции, обороны страны, обеспечения законности и правопорядка. Ключевую роль государство играет как поставщик инвестиций для корпораций, прежде всего, в сферу развития науки и техники, которые затрагивают общенациональные интересы и не перспективны с точки зрения частных.

Создание действенного механизма управления глобальными экономическими процессами способствует регулированию процессов при помощи инструментов национальной экономической политики, которые обеспечивают согласованность решений, принимаемых национальными правительствами, а также выработку принципиальных наднациональных политических решений. Выделяют три типа механизмов управления глобальными экономическими процессами:

частные типы. Данные типы основаны на сотрудничестве негосударственных субъектов мировой политики, а также включают сотрудничество между ТНК и НПО в сфере определения правил социальной ответственности бизнеса;

официальные типы – это механизмы, связанные с деятельностью государственных субъектов мировой политики – национальных государства, региональных интеграционных объединений, международных экономических организаций;

смешанные типы, в основе которых лежит партнерство государственных субъектов с негосударственными, представляющими частный сектор и силы гражданского общества. В качестве примера можно привести глобальные переговорные площадки, подобные Давосскому экономическому форуму.

В условиях глобализации экономики главным действующим лицом в этой сфере выступает государство, которое определяет соотношение национального и международного права. Адаптация государственного управления экономикой к новым условиям ее функционирования представляет собой процесс видоизменения методов государственного регулирования экономики.

Выводы. Глобализация, ставшая неотъемлемой частью экономической жизни стран всего мира, играет ключевую роль в развитии человечества и ознаменует начало нового этапа интеграции хозяйственной деятельности. Государственное управление экономикой в условиях глобализации способствует выстраиванию экономического сотрудничества между государствами, созданию условий для доступа стран к передовым достижениям человечества, экономии ресурсов и глобальному прогрессу.

Список литературы:

1. Александров, Е.Л. Мировая экономика и международные экономические отношения: учебное пособие / Е.Л. Александров, В.Н. Круглов. – М.: Финансовый университет, 2017. – 112 с.

2. Ткаченко, А. В. Проблемы в глобализации мировой экономики / А. В. Ткаченко // Международный журнал теории и научной практики. – 2019. – Т. 2, № 3. – С. 50-56.

Татарина В. С., студентка
Научный руководитель: Комарницкая Е. В., канд. экон. наук
Донецкий государственный университет, РФ
vfedya22@gmail.com

АНТИКРИЗИСНЫЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ

Актуальность темы исследования. Как известно, в жизненном цикле любого предприятия может наступить кризисная ситуация, причем она может возникнуть абсолютно на всех этапах развития и неожиданно. Кризисы могут быть разные, но если ситуация в организации и так носит не очень благоприятный характер, то даже маленький кризис, который имеет маленький срок, может привести к очень серьезным проблемам. Для того чтобы это предотвратить, нужно постараться разработать максимально эффективную систему управления, которая будет содержать меры по прогнозированию и предупреждению отрицательных ситуаций.

Анализ последних исследований и публикаций. Информационную базу исследования представляемой работы составили результаты работ Акаткина Ю.М. [1], Белова А.Н. [2], Бланка И.А. [3], Виханского О.С. [4], Воропаева С.Н. [7], Комарницкой Е.В. [9].

Целью исследования является разработка стратегий антикризисного управления.

Результаты исследования. Одно из первых мест в антикризисном управлении занимает стратегия развития организации. Рассмотрев понятие стратегия в общем виде, можно сказать, что стратегия – это план по достижению одной или нескольких общих целей в условиях неопределенности [1]. На прибыльность и эффективность

организации может влиять множество факторов, которые при определенных обстоятельствах могут привести к краху бизнеса. К ним относятся: низкая прибыль; слабый рост продаж или их снижение; неспособность контролировать затраты; неспособность адаптировать продукт компании для удовлетворения потребностей клиентов; неспособность создать команду, которая совместима и обладает навыками финансирования, производства, продажи и выхода на рынок; ухудшение отношений с банком; ужесточение рыночных условий; плохое управление; низкое качество продуктов и услуг; отрицательный денежный поток. Стратегия всегда позволяет сосредоточить свое внимание на определенном круге возможностей и перспектив, а так же помогает отбросить те, которые могут быть слишком опасны для устойчивого развития организации [2].

Исследователь Воропаев С.Н. говорит, что стратегия в антикризисном управлении – это гарантия стабильного развития организации. Нельзя говорить о том, что стратегия позволяет полностью избежать кризисных ситуаций. Она лишь только позволяет снизить процент их наступления и предоставляет руководителям своевременную и полную информацию для разработки возможных альтернатив, касающихся целесообразности осуществления различных видов функциональной деятельности и своевременной корректировки запланированных мер с учетом изменений экономических условий [3, С. 19].

Характерной особенностью рыночной экономики является то, что кризисные ситуации могут возникать на всех стадиях жизненного цикла предприятия, а именно становление, рост, зрелость, спад. Если предприятие в целом неэффективно и у руководителя нет четкой реализуемой стратегии, определяющая приоритеты предприятия, то экономический кризис приобретает затяжной характер, вплоть до банкротства [4]. Острую фазу кризиса можно снизить, если постараться учесть его особенности, вовремя распознать и увидеть его наступление. В этом отношении любое управление должно быть антикризисным, т. е. строиться на учете возможности и опасности кризиса [7]. Для примера представим матрицу кризисных состояний предприятий кондитерской отрасли РФ в рисунке 1.

На матрице представлена группа предприятий, а именно Красный октябрь, кондитерский концерн Бабаевский, Славянка, Рот Фронт, Сладко, Фабрика имени Крупской, которые находятся в той или иной фазе кризиса. Для того чтобы решить эту проблему, необходимо внедрить стратегии:

1. Для блока А стоит внедрить оборонительную стратегию, которая включает в себя удержания доли рынка, стратегию рыночных отношений, выжидания, стратегию сжимающей обороны и имитационную стратегию.

2. Для блока В нужно внедрить стратегию предотвращения банкротства, которая включает в себя антикризисную маркетинговую, управленческую, производственную финансовую стратегию и стратегию по устранению последствий кризиса.

3. Для блока С необходимо внедрить наступательную стратегию, которая включает в себя стратегию глубокого проникновения на рынок, развития рынка, развития продукта и диверсификации.

4. Для блока D нужно внедрить экстренную стратегию, которая будет включать в себя восстановительную, стратегию свертывания производства, реструктуризации и стратегию финансового восстановления.

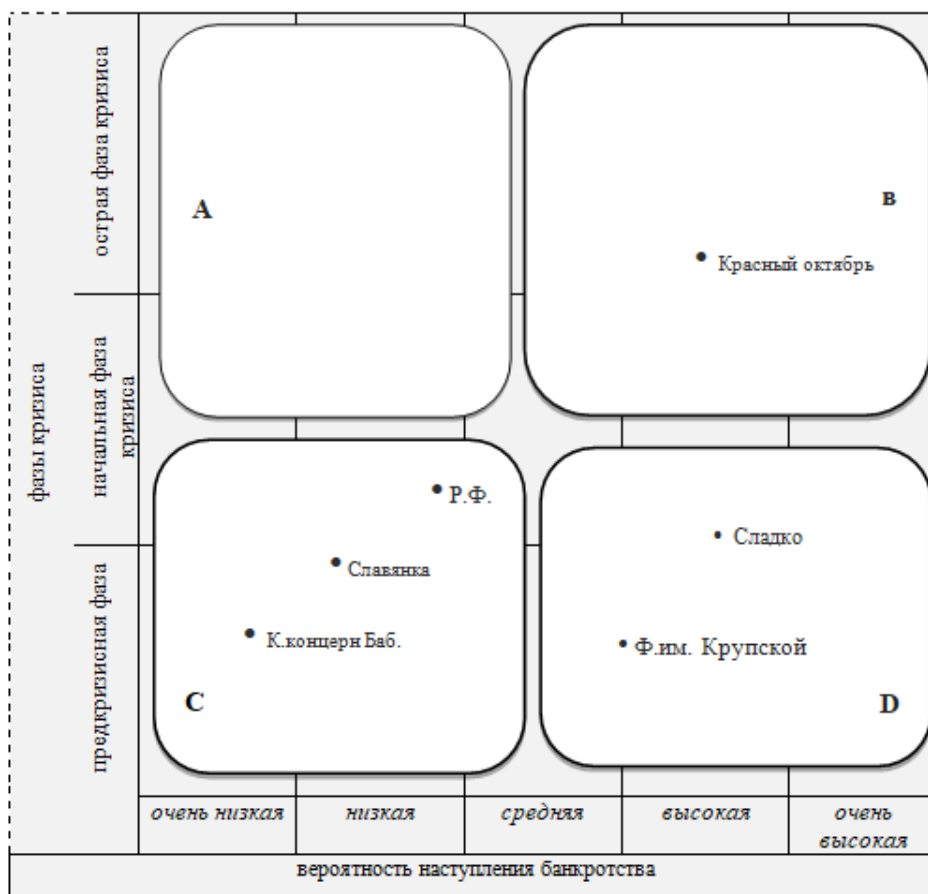


Рис 1. Матрица кризисных состояний предприятий кондитерской отрасли РФ

После применения данных стратегий, можно будет предприятиям внедрять новые продукты или другие долгосрочные проекты, которые могут привлечь дополнительное финансирование.

Разработка антикризисной стратегии означает получение знаний, которые помогут добиться стратегических целей путем вывода предприятия из кризиса и достижения экономического роста и успеха [9]. Управляющий, который координирует политику предприятия, оказавшегося в кризисной ситуации, должен максимально сконцентрировать всю информацию, полученную во время проведения стратегического анализа. Он должен задуматься, сможет ли предприятие в рамках той прежней миссии, которая существует у предприятия, выйти из кризиса и достичь конкурентных преимуществ.

Выводы. Выявление сущности кризиса, заключающейся в реализации критических рисков, связанных с невозможностью нести обязательства перед бюджетом и контрагентами сопряжено с определёнными причинами, как внутренними, так и внешними. При этом основной причиной реализации критических рисков признано неправильное финансовое управление и неправильный выбор стратегии. Отслеживание кризиса на ранних этапах его появления либо нейтрализация уже существующего кризиса составляет суть антикризисного финансового управления.

Список литературы:

1. Акаткин, Ю.М. Теоретические аспекты антикризисного управления / Ю.М. Акаткин, Е.Д. Ясиновская. – М.: Аспект Пресс, 2012. – С. 10-12.
2. Белов, А.Н. Разработка антикризисной стратегии предприятия / А.Н. Белов // РБК. – 2016. – № 5 (12). – С. 11-15.

3. Бланк, И.А. Антикризисное управление и организации / И.А. Бланк. – М.: Б.И., 2016. – 12 с.
4. Виханский, О. С. Стратегический менеджмент в организации / О. С. Виханский. – М.: Магистр издательства, 2017. – 19 с.
5. Воропаев, С. Н. Основы управления организацией / С.Н. Воропаев. – М.: Логос, 2016. – 31010. Шадонова, Т.М. Цифровые технологии в экономики / Т.М. Шадонова, К.Д. Шестакова // Проблемы цифровых технологий. – № 2. – 2011. – С. 26-82.
6. Комарницкая, Е.В. Государственное регулирование экономических процессов как условие развития конкурентоспособности предприятий / Е.В. Комарницкая. – Торговля и рынок. – 2017. – № 3(43), т. 2. – С. 101-107.
7. Комарницкая, Е.В. Анализ и оценка методов конкурентоспособности предприятия / Е.В. Комарницкая // Вестник Макеевского экономико-гуманитарного института. – 2016. – № 25 (38). – С. 45-56.
8. Комарницкая, Е.В. Теоретические основы управленческого консультирования / Е.В. Комарницкая. – Торговля и рынок. – 2021. – № 4(60) – том 1. – С. 172-176.
9. Кордова, М. А. Управление организацией / М.А. Кордова. – М.: Б.и., 2020. – 19 с.
10. Кубанеишвили, А.Т. Стратегия управления. / А.Т. Кубанеишвили. – М.: Феникс, 2018. – 24 с.
11. Лазаренко, А. А. Методы оценки конкурентоспособности / А. А. Лазаренко // Молодой ученый. – 2014. – №1. – С. 374 – 377.
12. Ланской, В. В. Конкурентоспособность организации / В. В. Ланской. – М.: Высшая школа, 2015. – 320 с.

Терентьева М. Ю., аспирант
Научный руководитель: Половян А. В., д-р экон. наук, доцент
ГБУ «Институт экономических исследований», РФ
terentyeva.mariya@yandex.ru

УПРАВЛЕНИЕ ИНВЕСТИЦИОННЫМИ ПРОЕКТАМИ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ РЕГИОНА

Актуальность. Экономика Донецкой Народной Республики крайне нуждается в инвестиционно-инновационном развитии, поэтому важно изучить опыт регионов Российской Федерации по технологической модернизации отраслей промышленности. Наибольшую схожесть с хозяйственным комплексом Русского Донбасса имеет Кемеровская область (Кузбасс). Следовательно, имеет смысл проанализировать практику этого российского угледобывающего региона по управлению инвестиционными проектами промышленного назначения.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблемам инвестиционно-инновационного развития экономики промышленности на региональном и национальном уровнях посвящены труды В.В. Акбердиной, Г.Н. Дончевского, С.В. Дорошенко, А.Г. Шеломенцева, Г.Б. Коровина, Р.Н. Лепы, Н.В. Шемякиной, А.О. Полынева, А.А. Пономарёва, Т.Н. Тополевой, Е.В. Щеглова, Ю.К. Яковлевой, С. Ананда, А. Сена, Р. Барро, Кс. Сала-и-Мартина, Дж. Фостера [1 – 4] и др. учёных.

Целью исследования является систематизация научно-практических положений по управлению инвестиционными проектами высокотехнологичных отраслей промышленности (на примере Кузбасского региона).

Результаты исследования. Опираясь на многокритериальное теоретико-игровое моделирование [4], количественно оценена эффективность инвестиционных проектов регионального уровня, реализуемых в Кемеровской области с 2018 года по 2022 год включительно [5].

Анализ альтернатив принятия решений позволил выявить предполагаемые направления региональных инвестиций. Среди них инвестиционные проекты промышленного назначения.

Объекты инвестирования упорядочивались по ряду критериев: экономическая эффективность, срок окупаемости, хозяйственная и социальная значимость. После разделения на заслуживающие внимание и не заслуживающие, выбраны лучшие инвестиционные проекты модернизации индустрии в чёрной металлургии, нефтепереработке и химической отрасли Кемеровской области [6].

Проведение специальной военной операции и восстановительные работы в новых регионах России требуют большого количества листопрокатной продукции. Ранее такое производство на территории Кемеровской области осуществлял Кузнецкий металлургический комбинат, листопрокатный стан которого был законсервирован из-за устаревших технологий и нерентабельности.

Западно-Сибирский металлургический комбинат, расположенный в Новокузнецке Кемеровской области, входит в состав Акционерного общества «ЕВРАЗ». Это предприятие способно разместить новый литейно-прокатный комплекс, строительство которого будет завершено до конца 2023 г.

Комплекс способен давать более 2,5 млн. тонн тонкого стального листа в год, что при текущих ценах даст комбинату не менее 30 млрд. руб. дохода. Для строительства литейно-прокатного комплекса понадобится не менее 80 млрд. руб. инвестиций.

Выручка от реализации стального листа позволит решить другие производственные проблемы. Особенно актуально модернизировать рельсобалочное производство, чтобы закрыть эту рыночную нишу в Западной Сибири.

Кузбасс нуждается в больших количествах высококачественного бензина (причём местного производства). Это второй по объёму инвестиционный проект, реализуемый в промышленности Кемеровской области (рис. 1).

Яйский нефтеперерабатывающий завод способен после реконструкции полностью обеспечить регион высокооктановым бензином с прицелом на экспорт по всей Сибири. Для этих целей понадобятся инвестиции в размере не менее 50 млрд. руб.

Инвестиционный проект является многоэтапным. На первом этапе освоена вторичная переработка мазута с помощью современной вакуумной установки. Глубина переработки нефти возросла до 75%, в результате чего сокращён выпуск непосредственно мазута с одновременным увеличением производства средних дистиллятивных фракций нефти, пользующихся большим спросом [5].

Дальнейшие этапы инвестиционного проекта предполагают:

строительство установки по производству прямогонных высокооктановых марок бензина стандарта Евро-5 (проектная мощность не менее 700 тыс. тонн бензина в год);

монтаж компрессорного оборудования с теплообменником;

сборка электротехнических приспособлений для трансформаторных подстанций Яйского нефтеперерабатывающего завода;

монтаж трубопроводов с проведением гидравлических испытаний контурного оборудования.

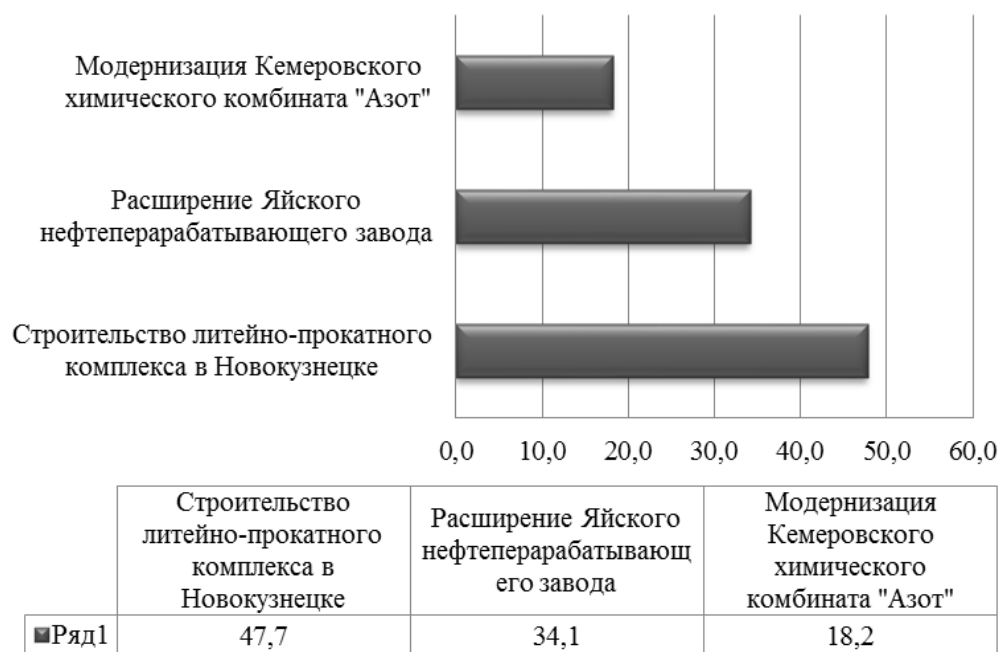


Рис. 1. Удельный вес (%) финансирования инвестиционных проектов в промышленности Кемеровской области (составлено на основе [5; 6])

Ещё один из отобранных инвестиционных проектов предполагает коренную модернизацию производственных мощностей Кемеровского Акционерного общества «Азот». Совершенствование технологий позволит наладить выпуск новой продукции и значительно увеличить производство выпускаемых ранее химических продуктов.

Среди наиболее важных достижений:

- рост производства азотной кислоты (выпуск более 500 тонн ежедневно);
- производство водорода (новая производственная линия с возможностью выпуска до 25 тыс. куб. метров ежедневно);
- увеличение производства аммиачной селитры (рост производительности на 20%);
- рост объёмов выпуска капроновых полуфабрикатов (от 20% до 30% увеличения производства);
- наладка опытного производства кальцинированной соды, сульфата аммония, адипиновой кислоты, а также компонентов взрывчатых химических эмульсий;
- открытие нового завода по безотходному выпуску современных пластмассовых материалов (не менее 120 тыс. тонн в год).

Источником инвестиций выступают собственные средства Кемеровского Акционерного общества «Азот» примерно в половинной доле с займами от банка «ВТБ». Совокупный объём вложений превысит 10 млрд. руб. с возможным субсидированием из федерального бюджета (контроль возложен на Минпромторг России).

Выводы. В работе систематизированы научно-практические положения по управлению инвестиционными проектами высокотехнологичного развития экономики промышленных отраслей (на примере Кемеровской области).

Наряду с возрождением и наращиванием мощи экономического потенциала Кемеровской области, который обусловлен географическим расположением территории, промышленной базой и наличием трудовых ресурсов, необходимо эффективно использовать собственные возможности территории.

В качестве рекомендаций предлагаются следующие перспективные направления высокотехнологичного развития промышленности Кузбасса: формирование инвестиционных приоритетов; перестройка структуры хозяйственного комплекса; модернизация инфраструктуры; стимулирование роста промышленного производства и оборота розничной торговли.

Список литературы:

1. Акбердина В.В. Экономика индустриальных регионов: структурная и пространственная трансформация: монография / В.В. Акбердина. – Екатеринбург: Институт экономики УрО РАН, 2019. – 391 с.
2. Коровин Г.Б. Реализация промышленной политики в регионах Российской Федерации / Г.Б. Коровин // Вестник Удмуртского университета. Серия Экономика и право. – 2019. – Т. 29. – № 3. – С. 292-298.
3. Тополева Т.Н. Инновационные промышленные кластеры в региональной экономике / Т.Н. Тополева // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета (ПНИПУ). Социально-экономические науки. – 2019. – № 3. – С. 139-151.
4. Barro R. Economic growth: monograph / R. Barro, X. Sala-i-Martin. – Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 2004. – 539 p.
5. Электронная отчётность Кемеровостата [Электронный ресурс] // Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Кемеровской области. – Режим доступа: <https://kemerovostat.gks.ru/e-stat>. (Дата обращения: 22.03.2023).
6. Экономический еженедельник «Авант-ПАРТНЁР» [Электронный ресурс] // Бизнес-портал Кузбасса. – Режим доступа: <http://avant-partner.ru/partner/new>. (Дата обращения: 22.03.2023).

Федотова Ю. Г., студент

Научный руководитель: Каримова С. А., канд. экон. наук, доцент
Альметьевский государственный нефтяной институт, РФ
y.fedotovaa@mail.ru

ВЛИЯНИЕ ESG-РИСКОВ НА ПРОЦЕСС ОБЕСПЕЧЕНИЯ КАЧЕСТВА УСЛУГ В НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ

Актуальность. На сегодняшний день нефтегазовые предприятия России постепенно начинают внедрять систему ESG- принципов. Соблюдение ESG-принципов подразумевает ответственность компании в области охраны окружающей среды, высокую социальную ответственность, высокое качество корпоративного управления. Вместе с концепцией ESG-принципы появляются новые типы рисков, которые получили название «ESG-риски». ESG-риски – это экологические, социальные и управленческие риски, которые могут оказать влияние на деятельность организации.

Риск является одним из ключевых факторов, влияющих на функционирование организации нефтегазовой отрасли, а система управления качества помогает сделать выпускаемую продукцию и сервис высококачественными, на фоне этого повышается и уровень удовлетворенности потребителей товарами. Соответственно для того, чтобы деятельность предприятий была эффективной и результативной следует оценить влияние рисков на действующую систему управления качества.

Целью исследования является оценка влияния ESG-рисков в контексте системы менеджмента качества.

Нефтегазовая отрасль является стратегической не только для экономики России, но и для социальной, экологической сфер жизни общества. При этом, данный комплекс имеет огромное значение для всего мира. Россия уже давно играет главную роль среди нефтедобывающих гигантов – около 34% мировых запасов газа и 13% мировых доказанных запасов нефти находятся мене чем на 1/5 территории России. Производство первичных источников энергии в России составляет около 12% всего мирового производства в год.

В 2020 году был принят стандарт ISO 29001: 2020. ISO 29001 был принят на основе ISO 9001: в него также включены разделы, касающиеся разработки, проектирования, производства, установки, обслуживания и так далее. Является целесообразным то, что эти дополнительные требования были приняты: их введение позволит предотвратить ошибки и потери в процессе производства и поставки.

ПАО «Газпром»
ПАО «Роснефть»
ПАО «ЛУКОЙЛ»
ПАО «НОВАТЭК»
ООО «Сахалин Энерджи Инвестмент Компани Лтд.»

Рис. 1. Топ 5 нефтегазовых предприятий, применяющих ESG-принципы

Результаты исследования. Рассмотрим взаимосвязь видов ESG-рисков, встречающихся в сфере нефтегазовой отрасли, с ключевыми показателями качества.

Экологические риски. Производственная деятельность нефтегазовых предприятий напрямую взаимосвязана с потенциальным риском нанесения ущерба окружающей среде или ее загрязнение. Компании в полной мере осознает ответственность перед обществом за создание безопасных условий труда и сохранение благоприятной окружающей среды, постоянно контролирует свою деятельность с целью обеспечения соблюдения соответствующих природоохранных стандартов, реализует программы по охране окружающей среды.

Социальные риски. Одним из ключевых элементов в производстве играет человеческий фактор, поэтому социальные риски связаны с уровнем социальной напряженности на предприятии. Это могут быть нарушение нормальных условий труда, в том числе в части минимальной оплаты труда, продолжительности рабочего времени, охраны труда и здоровья работников и других трудовых прав, в компании и по цепочке поставок. Проблема нехватки высококвалифицированных кадров сохраняет свою актуальность вне зависимости от экономической ситуации.

Управленческие риски. Управленческая деятельность на любом предприятии всегда связана с риском, то есть с вероятностью возникновения побочных эффектов, а также неблагоприятных результатов. К ним могут относиться риски, связанные с отраслевой конкуренцией. В нефтегазовой отрасли России существует острая конкуренция между ведущими российскими нефтегазовыми компаниями по основным направлениям производственно-хозяйственной деятельности, включая приобретение лицензий на право пользования недрами с целью добычи углеводородов на аукционах, организуемых российскими государственными органами;

Подробно последствия каждого риска в части управления качеством представлены на рисунке 1:

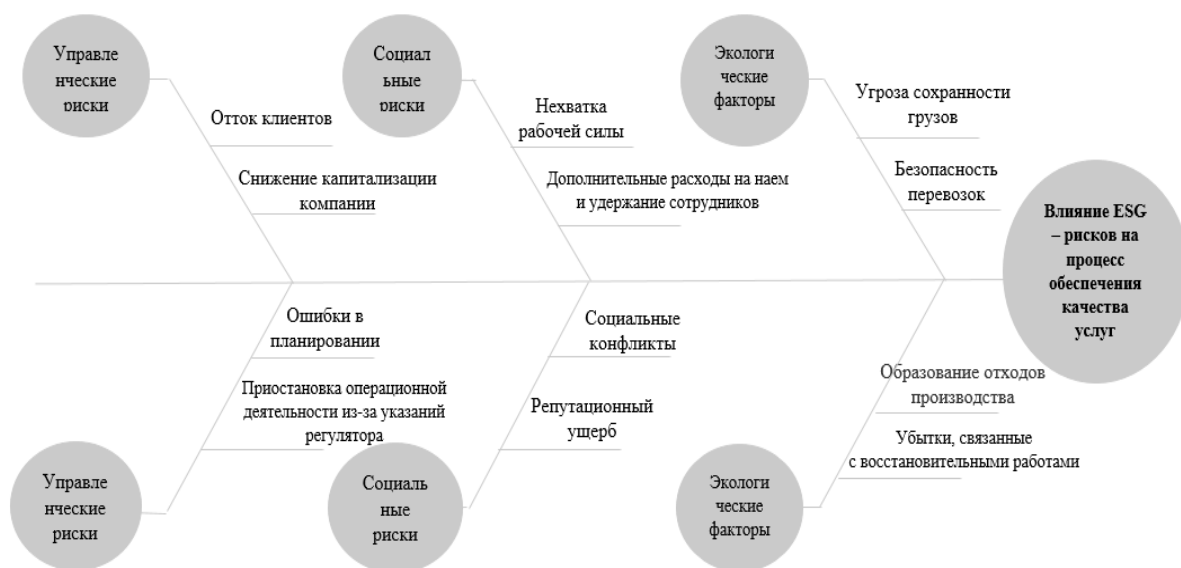


Рис. 1. Диаграмма Исикавы «Влияние ESG-рисков на процесс обеспечения качества услуг»

Вывод. Рассмотренная взаимосвязь показывает, какое влияние оказывают ESG-риски на систему качества управления, и мы можем сделать вывод о том, что при разработке эффективной работы менеджмента качества предприятиям следует рассматривать более детально результаты оценки ESG-рисков.

Список литературы:

1. ISO/TS 29001 «Нефтяная, нефтехимическая и газовая промышленность. Отраслевые системы менеджмента качества. Требования к организациям, поставляющим продукцию и услуги» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.kpms.ru/Standart/ISO_Petroleum.htm (дата обращения: 19.03.2023).
2. Гид по корпоративным ESG-рискам от Сбера [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://sber.pro/digital/uploads/2022/10/ESG_riski_2510_d114329496.pdf (дата обращения: 19.03.2023).
3. Корпоративная социальная ответственность как источник социального капитала организаций и фактор их устойчивого развития Каримова С.А., Крамин Т.В. В сборнике: Львовские чтения - 2018. Сборник статей VI Всероссийской научной конференции. Под научной редакцией Г.Б. Клейнера. – 2018. – С. 97-99. 521.
4. Бездудная А.Г., Герасимов К.Б. Методология оценки стратегий обеспечения экологической устойчивости промышленных предприятий / А.Г.Бездудная – Текст: электронный // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2020. – С.108-116. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodologiya-otsenki-strategiy-obespecheniya-ekologicheskoy-ustoychivosti-promyshlennyh-predpriyatiy> (дата обращения: 19.03.2023.)

Чебакова М. Д., студентка
Научный руководитель: Ялунер А. Ф.
Донецкий государственный университет, РФ
chebakova-masha@mail.ru

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ РИСКА В ПРОЦЕССЕ ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

Актуальность. Управленческие решения принимаются в условиях риска, который обусловлен следующими факторами: недостаточностью и недостоверностью информации об объектах управления, динамичностью и изменчивостью внешнего окружения. Для поддержания и сохранения лидирующих позиций на рынке, увеличения прибыли, поддержания конкурентоспособности предприятия руководителю необходимо принимать обоснованные и взвешенные управленческие решения. В этих условиях оценка риска принимаемых решений будет способствовать выбору из имеющихся альтернатив оптимального варианта решения для обеспечения эффективной деятельности предприятия. Этими особенностями обусловлена актуальность выбранной темы.

Анализ последних исследований и публикаций. Рассмотрению вопросов, связанных с поиском методов оценки риска в процессе принятия решений посвящены работы таких ученых как В. Р. Веснин, В. Г. Смирнова, О. В. Козлова, С. А. Батчиков, А. Ю. Глазьев, В. С. Юкаева и т.д.

Целью исследования является изучение влияния риска на процесс принятия управленческих решений и рассмотрение методов его оценки.

Результаты исследования. Руководитель в процессе принятия управленческих решений сталкивается с тремя видами условий: решения, принимаемые в условиях определенности, неопределённости и риска. В условиях определенности руководитель может с точностью определить результат каждого альтернативного решения, для конкретной ситуации. Уровень определенности при принятии решений зависит от внешней среды и увеличивается при наличии нормативно-правовой базы, которая ограничивает количество альтернатив и снижает степень риска. Решения, которые принимаются в условиях определенности в реальной жизни встречаются редко.

В условиях неопределенности невозможно оценить вероятность потенциальных результатов принимаемых решений. Руководитель в условиях неопределенности может использовать два подхода. Во-первых, он может получить дополнительную релевантную информацию для анализа проблемы и выбора оптимального варианта решения. Во-вторых, он может формировать предполагаемую вероятность событий и исходов принятых решений на основе прошлого опыта, логики и интуиции.

Управленческая деятельность предприятий всегда связана с риском, вероятностью возникновения неблагоприятных результатов и побочных эффектов. В управлении, понятие риска в первую очередь связано с характером и сложностью проблем, критериями принятия управленческих решений и прогнозированием итогов.

Оценка риска в процессе принятия управленческих решений состоит из трех этапов. На первом этапе производится расчет вероятного ущерба и формируется набор неблагоприятных сценариев развития предприятия в будущем. Второй этап предполагает выбор метода воздействия на управленческие риски, для минимизации возможного ущерба в будущем. На третьем этапе оценки рисков необходимо осуществить проверку, корректировку решений с учетом обновленной информации.

Методы, используемые при анализе риска, могут быть качественными, количественными или смешанными. Степень глубины и детализации анализа зависит

от конкретной ситуации, доступности достоверных данных и потребностей организации, связанных с принятием решений.

В основе метода качественной оценке лежит определение вероятности, последствий и уровня риска на основе градации «высокий», «средний» и «низкий». Сравнительную оценку уровня риска на основе использования данного метода проводят в соответствии с качественными критериями.

В смешанных методах используют числовую шкалу оценки результатов последствий, вероятности и их сочетания для определения уровня риска по соответствующей формуле. Формулы, которые используют в данном методе оценки риска, могут быть различными. Шкалы могут быть логарифмическими, линейными и построенными по другим принципам.

Применяя количественный метод анализа, рассматривают и оценивают практическую значимость и стоимость последствий на базе которых получают итоговое значение уровня риска, выраженное в определенных единицах, установленных при разработке области использования менеджмента риска. Полный количественный анализ не всегда можно провести из-за отсутствия достаточной информации об анализируемой системе и о видах деятельности предприятия.

Оценка риска – это выявление опасностей, существующих на производстве, определение масштабов этих опасностей и их возможных последствий. Процесс принятия решений для каждого человека индивидуален. Способность принимать решения быстро и эффективно вырабатывается с опытом. В организациях решения могут приниматься как одним человеком, так и коллегиально. Сложные решения стратегического плана принимаются коллегиально, что позволяет уменьшить риск принятия неэффективного решения и снизить моральную нагрузку на лиц, принимающих решение.

При принятии решения вне зависимости от применяемых моделей существуют некоторые правила принятия решений. Правило принятия решения – это критерий, по которому выносится суждение об оптимальности данного конкретного исхода. Существует два типа правил. Первый тип правил принятия решений не использует числовые значения вероятных исходов. К первому типу правил относятся следующие правила принятия решений: максимакное решение, минимаксное решение, максиминное решение, критерий Гурвица. Ко второму типу правил относятся решения, которые учитывают не только возможные доходы и потери, но и вероятность возникновения каждого исхода. К такому типу принятия решений относится правило максимальной вероятности и правило оптимизации математического ожидания. Оптимальные управленческие решения принимаются на основе использования математических инструментов вычисления. Основные методы для принятия оптимальных решений представлены в таблице 1.

При выборе метода оценки риска необходимо учитывать:

1. Цели исследования. Цели оценки риска должны быть взаимосвязаны с используемыми методами.
2. Ответственность принимаемых решений.
3. Тип и диапазон анализируемого риска.
4. Возможные последствия опасного события.

В зависимости от характера воздействия методы управления рисками подразделяются на группы: отказ от риска, уменьшение риска, сохранение риска, передача риска третьим лицам.

В процессе оценки управленческих рисков обязательно необходимо рассчитать возможный ущерб, а затем сформировать набор сценариев развития неблагоприятных ситуаций для предприятия.

Таблица 1

Методы для принятия оптимальных решений	
Название методов	Характеристика методов
1. Платежная матрица	Один из методов статистической теории решений, оказывающий помощь руководителю в выборе одного из нескольких вариантов. Данный метод используют в ситуации, когда руководитель выбирает стратегию, которая максимально способствует достижению цели.
2. Дерево решений	Метод науки управления основой, которого является схематичное представление проблемы принятия решений в виде набора последовательных альтернатив действий. Использование данного метода позволяет выбрать наилучшее направление действий из имеющихся вариантов и приводит к достижению поставленных перед руководителем целей.
3. Метод прогнозирования	Метод, который используется для предвидения изменений и последствий влияния внешних и внутренних факторов на принимаемое решение. Прогнозирование является составной частью управленческого процесса. Результат качественного прогнозирования может служить основой планирования.

Вывод. Управленческое решение всегда связано с риском, то есть с вероятностью возникновения побочных эффектов и неблагоприятными результатами. С целью предотвращения вероятности возникновения побочных эффектов необходимо осуществлять оценку риска принимаемых решений. Оценка риска принимаемых решений играет важную роль, так как позволяет принимать решения более взвешенно, продуманно и обоснованно, что способствует повышению эффективности деятельности предприятия.

Список литературы:

1. Картвелишвили, В. М. Риск-менеджмент. Методы оценки риска: учебное пособие / В. М. Картвелишвили, О. А. Свиридова. – Москва: ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова», 2017. – 120 с.
2. Балдин, К. В. Управление рисками в предпринимательстве / К. В. Балдин, С. Н. Воробев. – М.: Дашков и К, 2013. – 482 с.
3. Менеджмент риска. Методы оценки риска: Национальный стандарт Российской Федерации, ГОСТ Р ИСО/МЭК 31010_2011. – URL: https://zsm.favt.ru/public/materials/files/ГОСТ%20Р%20ИСО%2031010-2011_Методы%20оценки%20риска.pdf (дата обращения: 02.04.2023).

Шаповал А. К., студентка

Научный руководитель: Кравец Е. О., канд. экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
vasilek20022003@mail.ru

УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Актуальность. На сегодняшний день уровень развития цифровых технологий достиг огромных высот, и данного рода технологии необходимо внедрять фактически во все виды деятельности, тем самым проводить цифровизацию отраслей. Цифровизация в глобальном плане представляет собой концепцию экономической деятельности, основанной на цифровых технологиях, внедряемых в разные сферы жизни и производства. И эта концепция широко внедряется во всех без исключения

странах. В Российской Федерации, к примеру, была запущена национальная программа по цифровизации всех возможных видов деятельности, что позволит создать цифровую систему в стране. Экономика и управление персоналом не исключение. Существование современной экономики и процесса управления невозможны без непрерывно развивающихся цифровых, да и не только цифровых технологий. Не внедряя их, все возможные отрасли просто перестанут функционировать и потеряют свою актуальность.

Анализ последних публикаций. Вопросы управления предприятием в условиях цифровизации рассматривались в работах таких ученых: Косаревой И.Н., Самариной В.П., Флека М.Б., Угнич Е.А., Караваева Е.Д. и др.

Цель исследования состоит в выявлении особенностей и преимуществ от применения цифровых технологий в управлении предприятием.

Результаты исследования. Внедрение цифровых технологий в управление предприятием на сегодняшний день является главной необходимостью. В первую очередь, это даёт возможность свободно и успешно конкурировать. Кроме того, стоит отметить, что процесс управления производством улучшается и становится более современным, что, в свою очередь, очень положительно сказывается на всех бизнес-процессах предприятия, а главное – на результатах его деятельности [2].

Процесс цифровизации современного предприятия – действие не быстрое, это связано с тем, что система управления предприятием, действующая в данный момент, разрабатывалась и оттачивалась годами [1]. А внедрение цифровых технологий, подразумевает под собой полную «перестройку» имеющихся стандартов управления. Поэтому, чтобы весь процесс «перестройки» был успешным, к нему должны быть готовы, и с ним должны быть согласны, как руководители (в первую очередь), так и, хотя бы большая часть сотрудников, иначе, это не принесет за собой никаких положительных результатов. Но если, в целом, у предприятия есть всё необходимое для начала цифровизации, то проводить её нужно по всем направлениям, в том числе и уделить внимание рекламной кампании, маркетинговой составляющей предприятия [4]. В эпоху, когда большую часть жизни люди проводят в интернете, и для многих уже привычным стало совершение покупок и получение услуг через интернет, предприятию необходимо вести и в этом направлении «цифровую жизнь». Создание собственного веб-сайта, для продвижения своих услуг поможет получить преимущество над предприятиями, которые продвигают свою деятельность исключительно в оффлайн режиме.

Также, немаловажное значение имеет и внедрение на предприятиях электронного документооборота. Это в первую очередь отражается на том, что возможность ошибиться в заполнении документов будет практически отсутствовать, кроме того, заполнение документов и их отправка будут занимать в несколько раз меньше времени, чем до внедрения электронного документооборота.

На рисунке 1 представлены особенности управления предприятием в условиях цифровизации.

Данная схема наглядно показывает, что цифровизация оказывает влияние на все сферы деятельности предприятия.

Таким образом, для того чтобы современные предприятия могли полноправно считаться цифровыми, необходимо чтобы лидеры данных предприятий осознавали, что внедрение цифровых технологий необходимо проводить во всех бизнес-процессах предприятия. Потому как очень часто руководство внедряет цифровые технологии в какой-то одной области производства, но ожидает при этом целостности и успешности всего предприятия, что по итогу приводит к абсолютно обратным результатам. Кроме того, у руководителей должна быть стратегия и тактика введения цифровизации в

систему управления предприятием, на основе целей и задач предприятия, с расчетом рисков на будущее. Во многом внедрение цифровых технологий в управление предприятием руководству следует проводить с учетом опыта предприятий-конкурентов, либо предприятий, занимающихся схожим видом деятельности. Анализ их опыта позволит выстроить грамотную схему введения цифровых технологий и по возможности исключить или хотя бы минимизировать возникновение проблем и утрат в процессе цифровизации.

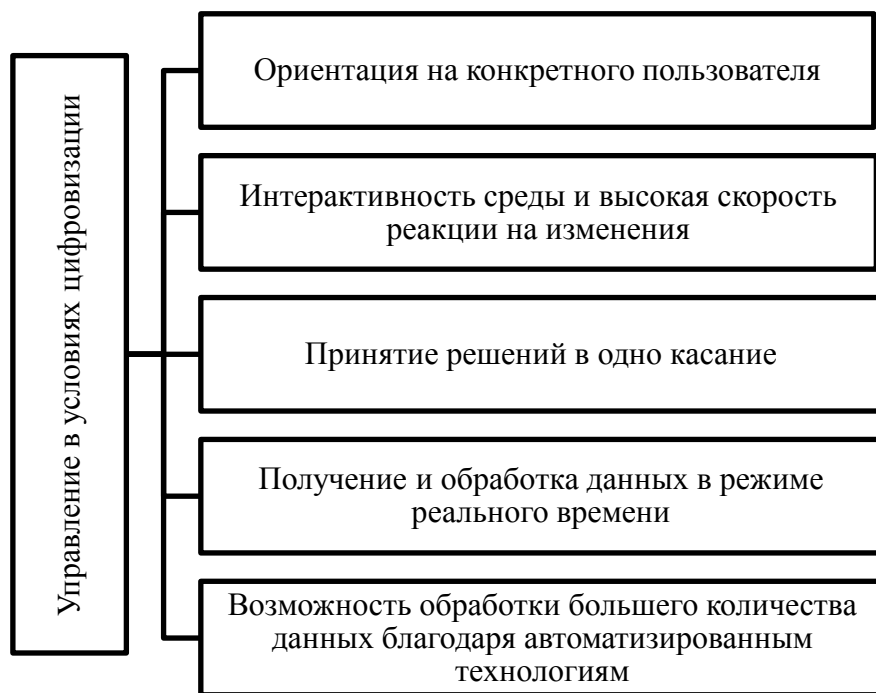


Рис. 1. Особенности управления предприятием в условиях цифровизации

В Российской Федерации процесс цифровизации происходит успешно, но намного медленнее, нежели в некоторых других странах, это связано с тем, что одним из показателей успешной глобальной цифровизации – это открытое информационное поле, которое меняет социальные, политические и бизнес-процессы и приводит к улучшению качества жизни, а также, чтобы подвергнуть цифровизации всю страну, нужно для начала ее всю электрифицировать. С этим в России есть сложности, так как многим людям в целом не понятны какие-то новые технологические моменты, поэтому резкого скачка в данном направлении, по крайней мере пока что, сделать не получится, но тем не менее, большинство предприятий, которые предпринимают подобные попытки, получают массу преимуществ.

В таблице 1 представлены инструменты и онлайн сервисы для проведения цифровизации на предприятии, с их помощью намного быстрее можно перевести свою деятельность в цифровой формат.

Таблица 1

Вспомогательные инструменты для проведения цифровизации предприятия	
Инструменты	Преимущества
1	2
Облачные хранилища	Они помогут сотрудникам получить доступ к информации о деятельности предприятия в любое время и в любом месте. Популярны сервисы – Google Drive, OneDrive и DropBox.

Окончание табл. 1

1	2
Сервисы для совместной работы и общения	Помогут поддерживать связь между руководителем и подчиненными на расстоянии, во время пандемии переход в подобные сервисы стали очень актуальными. Самые популярные из них - Microsoft Teams, Google Workspace, Slack.
Программы для удаленного управления проектами	Помогают контролировать членов команды и не срывая сроки при удаленном формате работы. Актуальные сервисы для этого - Asana, Basecamp, Jira, Monday, Trello
Решения в области кибербезопасности	Предотвращают и помогают устранить утечку данных предприятия.
CRM-системы	Автоматизируют и ускоряют процесс продаж, увеличивают конверсию, объединяют разные отделы компании, улучшают коммуникацию между ними. Информация хранится в облаке, поэтому у сотрудников всегда есть доступ к данным. Популярные CRM-системы – 1С, AmoCRm, Битрикс24, FrechOffice, Zoho.

Вывод. Таким образом, из количества представленных в таблице онлайн сервисов можно сделать вывод, что внедрять мелкие элементы цифровизации может каждое предприятие и повсеместно, так как большинство этих сервисов являются бесплатными и достаточно лёгкими в освоении, что в свою очередь будет облегчать работу и контроль за её выполнением. Здесь представлены только одни из самых популярных сервисов, но в действительности их в разы больше, что даёт возможность выбрать нужный под любую деятельность. Если каждая компания займётся внедрением минимальных цифровых инструментов в рабочий процесс, то и цифровизация пойдёт быстрее и успешнее.

Список литературы:

1. Бабина, С.И. Цифровые и информационные технологии в управлении предприятием: реальность и взгляд в будущее / С.И. Бабина // Креативная экономика, 2019. – Том 13. – № 4. – С. 723-742.
2. Толочко, И.А. Сущность процесса цифровизации предприятия / И.А. Толочко, Д.Д. Яковлева, Э.Э. Шарич // САЕС. – 2019. – № 1. – С. 308-312.
3. Бабина, С.И. Цифровые и информационные технологии в управлении предприятием: реальность и взгляд в будущее / С.И. Бабина // Креативная Экономика. – 2019. – №4. – С. 20.
4. Кокорев, А.С. Цифровая экономика: смена ценностей и ориентиров в управлении предприятием / А.С. Кокорев // Московский экономический журнал. – 2019. – № 1. – С. 28-36.

Секция «Управление персоналом и экономика труда»

Аганесова К. А., студентка

Научный руководитель: Балтачьева Н. А., д-р экон. наук, профессор
Донецкий государственный университет, РФ
aganesova-kristina@mail.ru

ФОРМИРОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОЙ СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

Актуальность. В настоящее время для большинства компаний и организаций большую роль играет формирование эффективной системы оценки персонала. Отношение работников к труду может формироваться только в процессе трудовой деятельности, что дает человеку возможность в полной мере раскрыть и реализовать свой потенциал. Менеджмент персонала предполагает широкое использование результатов оценки персонала с целью сохранения конкурентоспособных работников, способных обеспечить развитие предприятия, и освобождение организации от персонала, не соответствующего требованиям стратегии данного предприятия. Поэтому на первое место выходят вопросы управления персоналом и оценки его деятельности и кадрового потенциала [2].

Анализ последних исследований и публикаций. Весомый вклад в исследование теоретических и практических вопросов оценки персонала предприятия внесли такие зарубежные и отечественные ученые как И. Бех, А. Егоршин, А. Кибанов, А. Колот, И. Мушкин, Ю. Одегов, А. Чернышов и др. Несмотря на значительный вклад этих ученых в решение проблем управления персоналом, недостаточно освещенными до сих пор остаются вопросы построения эффективной системы оценки персонала на предприятии.

Целью исследования является разработка мер по формированию эффективной системы оценки персонала предприятия на основе исследования основных методических подходов к ее проведению.

Результаты исследования. Оценкой персонала является процедура, которая осуществляется с целью выявления степени соответствия профессиональных, деловых и личных качеств работника, количественных и качественных результатов его трудовой деятельности определенным требованиям.

Оценка работника на предприятии в том или ином виде осуществляется на каждом этапе работы с персоналом. Современность подходов к оценке персонала определяется возможностью расширения границ применения диагностических исследований по различным аспектам деятельности работника на предприятии.

Диапазон методов оценки персонала достаточно широкий. В конкретной ситуации управления персоналом предприятия их можно применять в произвольной или заданной комбинации. Налаженный механизм оценки персонала будет положительно влиять на эффективность труда сотрудников предприятий, что в свою очередь скажется на всех процессах, которые происходят в организации [3].

Важной задачей оценки персонала предприятия является разработка комплекса показателей, которые могут достаточно полно оценивать кадровый потенциал отдельных работников и предприятия в целом. На сегодняшний день наиболее эффективной является рейтинговая оценка, с помощью которой кадровый потенциал работника определяется на основании оценки его трудовых качеств по оценочным шкалам, которые разрабатываются оценщиком по определенным критериям.

Исходными данными для оценки персонала могут служить: модели рабочих мест, положение об аттестации кадров, философия предприятия, правила внутреннего трудового распорядка, личные дела сотрудников, приказы по кадрам, социологические анкеты, психологические тесты [1].

Текущая периодическая оценка работников предприятия состоит из следующих этапов: оценка результатов работы и факторов, определяющих степень их достижения; анализ динамики результативности труда за определенный период, а также динамики состояния факторов, влияющих на достижение результатов [4].

Комплексная модель оценки персонала, которая предлагается для применения на предприятиях, приведена на рис. 1.

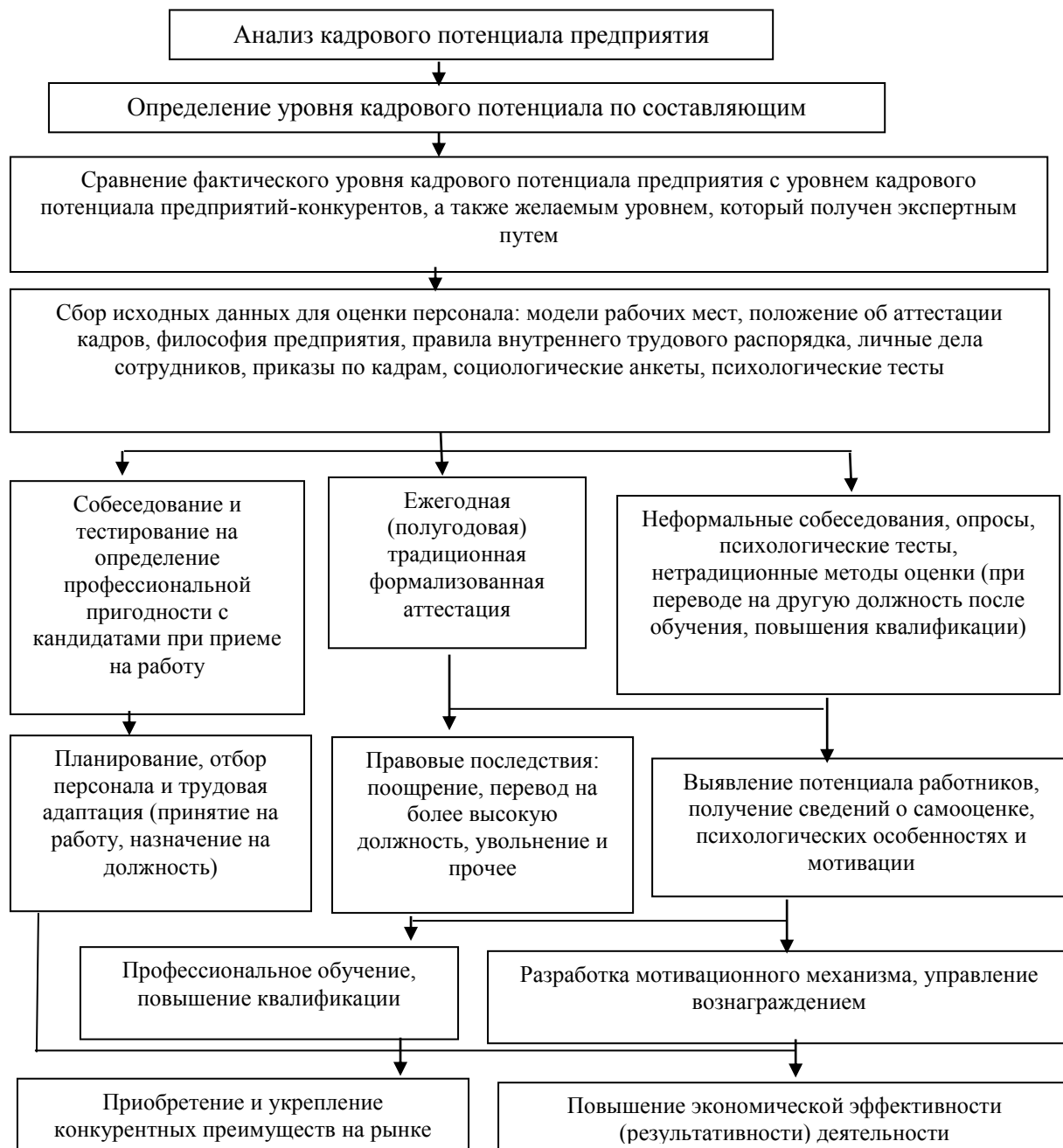


Рис. 1. Комплексная модель оценки персонала предприятия
(составлено автором)

Чтобы работник мог реализовать свои возможности, ему должны быть созданы

соответствующие условия: условия труда, система оплаты и стимулирования творческой деятельности, возможности для реализации ожиданий работника от работы в данной должности и на данном предприятии и т.д.

Применение комплексной модели оценки персонала на предприятиях имеет существенное практическое значение для разработки и совершенствования стратегии и тактики управления персоналом в современных условиях.

Выводы. Таким образом, оценка персонала на предприятии – это важный и актуальный на сегодняшний день процесс. Проверка персонала на соответствие критериям организации как в психологическом, так и в поведенческом смысле способствует успешному ее развитию и созданию благоприятных условий для карьерного роста сотрудников. Для создания в организации эффективной системы оценки персонала необходимо придерживаться ряда правил, среди которых наиболее важными являются: заинтересованность и поддержка высшего руководства, наличие в организации высококвалифицированных работников, которые отвечают за проведение оценки персонала, тщательная подготовка документов, регламентирующих процедуру оценки персонала и своевременное информирование персонала о целях и содержании оценки персонала.

Выявляя степень несоответствия фактически достигнутых уровней выполнения работы ожидаемым, руководители могут разработать конкретные управленческие решения, а также меры, направленные на улучшение как общих, так и индивидуальных результатов труда. Результаты оценки персонала целесообразно использовать при планировании, подборе и формировании персонала, мотивации и стимулировании работников, подготовке и переподготовке кадров, управлении карьерой, формировании кадрового резерва и формировании корпоративной культуры организации.

В общем, выбор подхода к оценке персонала является достаточно весомым фактором при построении эффективной, современной системы оценки персонала на предприятии. Не менее важным при этом является определение соответствующей управленческой технологии внедрения системы оценки персонала на предприятии, что также может стать предметом дальнейших исследований в этом направлении.

Список литературы:

1. Горленко, О. А. Управление персоналом: учебник для вузов / О. А. Горленко, Д. В. Ерохин, Т. П. Можаяева. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Изд-во Юрайт, 2020. – 249 с.
2. Концепция компетентностного подхода в управлении персоналом / А.Я. Кибанов, Е.А. Митрофанова, Е.Г. Коновалова, О.Л. Чуланова. – М.: ИНФРА-М, 2020. – 156 с.
3. Моргунов, Е. Б. Управление персоналом: исследование, оценка, обучение: учебник для вузов / Е. Б. Моргунов. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Изд-во Юрайт, 2020. – 424 с.
4. Одегов, Ю. Г. Управление персоналом: учебник и практикум для вузов / Ю. Г. Одегов, Г. Г. Руденко. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Изд-во Юрайт, 2020. – 467 с.

Акиньшина М. В., студент
Научный руководитель: Осипов Д. В., канд. техн. наук, доцент
Российский университет транспорта (РУТ (МИИТ)), РФ
marina230799@yandex.ru

ОСНОВЫ АДАПТАЦИИ ПЕРСОНАЛА В ХОЛДИНГЕ ОАО «РЖД»

Актуальность. Процесс адаптации необходим, для того чтобы помочь новому сотруднику адаптироваться к новой среде и культуре, влиться в команду, быстрее разобраться в процессах и, как результат, снизить уровень стресса от смены места работы и получить удовольствие от достижения результатов.

Анализ последних исследований и публикаций. Каждый работодатель хочет для своей компании качественной и продуктивной работы, и чтобы этого достичь, важной ролью служит эффективная адаптация персонала.

Адаптация новых сотрудников в компании ОАО «РЖД» – это вовлечение и приобщение новых сотрудников к установленным нормам, правилам и законам организации, в том числе к порядку трудовой деятельности. Также адаптацией считается познание профессиональных знаний, умений и навыков, приобщение к новым коллегам по работе, нахождение общего языка, изучение корпоративной культуры компании.

Актуальность исследования заключается в том, что новичкам легче будет вникнуть в работу, если им в этом помогут люди, давно работавшие в данной организации и знающие все её принципы и законы, а так же это выгодно для самой организации, потому что заранее вникнув в работу новым сотрудникам будет легче работать самостоятельно, следовательно благодаря системе адаптации повысится и эффективность работы всей организации. Сотрудники не будут сидеть и смотреть на новую работу как на нечто совершенно непонятное, а будут уже понимать, как и что надо делать.

К работникам, проходящим адаптацию в такой компании как ОАО «РЖД» относятся работники, которые только устроились на работу в эту организацию, работники, которые перевелись из других подразделений холдинга ОАО «РЖД», работники, сменившие должность и работники, изменившие свои функциональные обязанности.

Цель исследования. Целью адаптации является, чтобы новичок скорее стал исполнять свои рабочие обязательства, это, кстати, может сохранить и расходы организации, потому что не будет простоя рабочего места, и компания не потеряет своё место в рейтинге, а может даже и повысит, если сотрудник будет работать лучше предыдущего.

Ещё одной целью адаптации считается снижение стресса, неуверенности у новичков, которые испытывают тревожность на новом месте и с новым коллективом. Система адаптации позволяет чувствовать вновь пришедших сотрудников частью компании, приобщает их к корпоративной культуре и к новому коллективу, что поможет повысить качество выполняемых задач.

Результаты исследования. По прохождении адаптации:

- снизятся затраты на обучение и найм вновь пришедших работников;
- сотрудники, не прошедшие испытательный срок, либо уволятся, либо переведутся, не отработав и год в компании, что значительно снизит её расходы;
- осуществляется сведение ошибок к минимуму при выполнении рабочих функций в течение первого года работы;
- значительно уменьшается текучесть кадров.

Такие компании как ОАО «РЖД» используют две формы адаптации: первичная адаптация и адаптация в должности.

Отдельно для каждого вновь пришедшего сотрудника есть план адаптации с перечнем мероприятий, в котором содержатся рабочие задачи, которые необходимо качественно исполнить. После их выполнения все сотрудники подвергаются оценке, насколько хорошо они выполнили свое задание.

Новобранцы постигают азы первичной адаптации параллельно с адаптацией в должности, за исключением тех случаев, когда не требуется первичная адаптация (в том случае, когда работник переводится на иную вакансию в том же подразделении).

Первичная адаптация представляет собой форму адаптации, когда у новичков формируется общее мнение об организации и ее строении.

Время, отведенное на адаптацию, устанавливается руководителем и зависит от типа работы и характера.

Принципы адаптации включают в себя следующие аспекты:

1. Гибкость и умение приспосабливаться. Важно быть гибким и открытым к изменениям, чтобы быстро адаптироваться к новым условиям.

2. Анализ и оценка ситуации. Необходимо проводить анализ и оценку ситуации, чтобы понимать, какие изменения нужно внести и как их лучше всего реализовать.

3. Принятие решений. Важно принимать решения на основе полученной информации и анализа, чтобы выбрать оптимальный путь действий.

4. Изменение поведения и стратегий. При адаптации необходимо изменить свое поведение и стратегии, чтобы соответствовать новым условиям и достичь успеха.

5. Учение и развитие. Адаптация является процессом постоянного учения и развития, поэтому важно сохранять интерес и мотивацию для улучшения своих навыков и знаний.

6. Стрессоустойчивость. Адаптация может быть сложным и напряженным процессом, поэтому важно быть стрессоустойчивым и находить способы справляться с негативными эмоциями.

7. Коммуникация и взаимодействие. Важно поддерживать хорошие отношения с окружающими людьми и эффективно коммуницировать, чтобы сделать процесс адаптации более успешным.

Во время стажировки сотрудники проходят аттестацию в соответствии с нормативными документами ОАО «РЖД», определяющими перечень профессий и должностей работников, для которых устанавливается необходимый объем знаний (Положение о проведении аттестации работников, утвержденное распоряжением ОАО «РЖД» от 17 января 2015 г. № 66р).

Сроки адаптации устанавливаются данным руководителем подразделения в зависимости от специфики деятельности: 1-6 месяцев или 2-14 рабочих смен в соответствии со Стандартом ОАО «РЖД» 1.15.011-2010 и Правилами технической эксплуатации электроустановок потребителей.

Адаптация в должности, также как и первичная проводится на основании плана под наблюдением руководителя и наставника.

Наставник в РЖД – это опытный специалист, который помогает новым работникам (обычно молодым специалистам) адаптироваться к работе в компании, ориентироваться в структуре РЖД, научиться выполнять свои задачи на высоком уровне, а также развиваться профессионально.

Роль наставника в РЖД включает в себя организацию вводного занятия и обучения нового работника; проведение индивидуальных консультаций и совместных заданий с наставляемым, для обеспечения полного понимания профессиональной деятельности и принципов работы в РЖД. Также сюда относится оказание поддержки и

помощи наставляемому при выполнении задач и преодолении трудностей и организация мотивации наставляемого к развитию и повышению своей квалификации, а также проведение оценки результатов работы наставляемого и получение обратной связи по результатам обучения.

Выводы. Таким образом, роль наставника в РЖД заключается в помощи новым работникам адаптироваться к работе в компании, улучшении их профессиональных навыков и повышении квалификации. Опытный наставник является ценным ресурсом для РЖД, поскольку помогает обеспечить эффективную работу новых сотрудников, улучшить качество работы и повысить общую производительность компании. Эффективность всего процесса адаптации в подразделении определяется по истечении одного года на основании показателей текучести персонала.

Список литературы:

1. Положение об адаптации работников в ОАО «РЖД». Распоряжение ОАО «РЖД» от 29.12.2015 № 3128р.
2. Распоряжение ОАО «РЖД» от 30.03.2010 № 665р «Об утверждении Положения о порядке адаптации работников в ОАО «РЖД».
3. Квачева, К.В. Профессиональная адаптация молодых сотрудников в ОАО «РЖД» / К.В. Квачева, Н.В. Русакова. – Текст: электронный. – URL: <https://conf.sfu-kras.ru/sites/mn2013/thesis/s021/s021-017.pdf> (дата обращения: 05.04.2023)..
4. Евкова, А. Трудовая мотивация и адаптационный потенциал сотрудников организаций / А. Евкова. – Текст: электронный. – URL: <https://www.evкова.org/kursovye-raboty/trudovaya-motivatsiya-i-adaptatsionnyiy-potentsial-sotrudnikov-organizatsij-> (дата обращения: 05.04.2023).

Алькевич М. А., студентка
Научный руководитель: Писарева Ю. С.
Донецкий государственный университет, РФ
m.alkevich@yandex.ru

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПОНЯТИЯ ТРУДОВОЙ МИГРАЦИИ

Актуальность. Миграция населения – массовый всемирно-исторический феномен, присущий всему миру, всем странам и народам.

Анализ последних исследований и публикаций. Исследованиями процесса трудовой миграции занимались такие отечественные ученые как: С.В. Соболева, В. И. Переведенцев, С. В. Рязанцева, И. С. Маслова, С. Д. Степаков, И. И. Тюнина.

Цель исследования. На сегодняшний день, в отличие от множества иных научных дисциплин, в науке о миграции населения не сформировалось такого представления о понятии «миграция населения», которое разделяла бы большая часть научного сообщества. В первую очередь это связано с тем, что приращение знаний о миграции населения началось только во второй половине XIX века.

Результаты исследования. Природу миграции точно и кратко выразила С.В. Соболева, охарактеризовав её, прежде всего, как территориальное перемещение. Автор также рассматривает критерии классификации миграции населения, выделив четыре основных. Первый критерий – это признак административно-территориальных границ. Здесь она рассматривает внешнюю и внутреннюю миграцию. Вторым критерий

– продолжительность пребывания/проживания мигранта в месте прибытия. В этом случае выделяются безвозвратные и возвратные формы миграции. Третьим критерием выступает форма организации миграции: организованные и неорганизованные. Последний, четвертый, критерий – цель/причина и (или) фактор [1].

В советской литературе встречаются и другие трактовки природы миграции населения. Некоторые российские экономисты утверждают, что под природой миграции следует понимать не только территориальное перемещение, но и следующее вместе с этим перемещением изменение места приложения труда [2].

Начиная с 60-х годов XX века, в советской науке начинается эпоха ренессанса в изучении миграции населения. В этот период появляется большое количество определений этого явления и попыток его классификации. Так, под миграцией стали понимать мобильность (от лат. *mobilis*) или в русском аналоге – подвижность, движение, перемещение и т.д.

В. И. Переведенцев отмечает, что трудовая миграция является одним из условий нормального функционирования общества, с помощью которого может быть достигнуто оптимальное размещение трудовых ресурсов на территории страны, которое способствует выравниванию уровней экономического развития регионов, преодолению социально-экономических и культурно-бытовых различий между городами, селом [3].

По мнению С. В. Рязанцева трудовую миграцию можно определить как временные перемещения населения с целью работы в другом регионе или стране с периодическим возвращением к обычному или постоянному месту жительства независимо от способа и легитимности пресечения границы и трудоустройства, времени и периодичности работы [4].

И. С. Маслова в своей работе «Экономические функции и факторы миграции населения» пишет, что трудовая миграция населения – это объективный процесс перемещения кадров, неразрывно связанный с развитием производительных сил и производственных отношений [5].

С. Д. Степаков определил трудовую миграцию как выезд гражданина с территории одного государства на территорию другого государства, гражданином которого он (она) не является с целью осуществления трудовой деятельности [6].

И. И. Тюнина дает типологию трудовой миграции исходя из факта пересечения государственных границ трудящимися-мигрантами. Она выделяет внутреннюю трудовую миграцию и внешнюю трудовую миграцию [7].

В концепции государственной миграционной политики Российской Федерации на период до 2025 года говорится, что трудовая миграция – это временная миграция с целью трудоустройства и выполнения работ (оказания услуг).

Выводы. Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что различные подходы к определению понятия трудовой миграции обусловлены множеством факторов реализации этого явления в общественной жизни, зависящих как от внешних обстоятельств, так и от субъективного желания самого работника.

Список литературы:

1. Соболева, С.В. Иностранцы мигранты на сибирском рынке труда / С.В. Соболева, И.В. Октябрьская. – Новосибирск: СО РАН, 2006. – С. 33-36.
2. Вечканов, Г. С. Миграция трудовых ресурсов в СССР: Полит.-экон. аспект / Г.С. Вечканов. – Ленинград: ЛГУ, 1981. – С. 26.
3. Переведенцев, В.И. Миграция населения и трудовые проблемы Сибири / В.И. Переведенцев. – Новосибирск: Наука. Сибирское отд-ние, 1966. – С. 47.

4. Рязанцев, С.В. Трудовая миграция в странах СНГ и Балтии: тенденции, последствия, регулирование / С.В. Рязанцев. – М.: Формула права, 2007. – С. 19-23.

5. Маслова, И. С. Экономические функции и факторы миграции населения / И.С. Маслова. – М.: Ин-т экономики РАН, 2003. – С. 33-34.

6. Степаков, С.Д. Административно-правовое регулирование трудовой миграции в Российской Федерации и странах Европейского Союза: сравнительно-правовой анализ: автореф. дис. канд. юрид. наук: 12.00.14. – М., 2010. – С. 19-21.

7. Тюнина, И. И. Конституционно-правовой статус трудящихся-мигрантов в Российской Федерации: автореф. дис. канд. юрид. наук: 12.00.02. – М., 2007. – С. 9-10.

Ахмедпашаева А. Ш., студентка

Научный руководитель: Елисеева Н. А.

Донецкий государственный университет, РФ

alina.ahmed113@gmail.com

УПРАВЛЕНИЕ РАБОЧИМ ВРЕМЕНЕМ РАБОТНИКОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

Актуальность. Экономичное использование рабочего времени является одним из ведущих условий, необходимых для выполнения плана производства, принятого на предприятии. От эффективности использования рабочего времени зависит степень выполнения плана, а также наиболее рациональное употребление ресурсов и проведение всех плановых финансово-экономических показателей.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблемы управления рабочим временем работников являются предметом исследований зарубежных и отечественных специалистов различных областей знания. Основы научного осмысления рабочего времени заложены в трудах А. А. Емельяновича, И. В. Лау, М. Е. Власова, С. И. Калинина, Г. А. Цветковой, Ф. У. Тейлора.

Данные вопросы освещены также в работах таких ученых, как С. Г. Струмилина, Л. В. Стрелкова, Ю. А. Макушева, С. Гончарова, Т. Лимончелли и др.

Целью данного исследования является анализ сущности рабочего времени, а также разработка предложений по эффективному управлению рабочим временем работников предприятия.

Результаты исследования. Рабочее время – это время, в течение которого работник в соответствии с правилами внутреннего трудового распорядка и условиями трудового договора должен исполнять трудовые обязанности, а также иные периоды времени, которые в соответствии с настоящим Кодексом, другими федеральными законами и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации относятся к рабочему времени [6]. Под управлением рабочим временем чаще всего понимают тайм-менеджмент как технологию организации времени и повышения эффективности его использования.

Ценность рабочего времени значима в любом обществе и в любых исторических условиях. Однако рабочее время приобрело особую роль в XIX веке, когда тайм-менеджмент стал рассматриваться как социалистическая идея, направленная на улучшение положения работников для удовлетворения их разнообразных потребностей и ориентаций на основе труда, свободного от эксплуатации.

За длительный период ученые внесли большой вклад в изучение особенностей социально-временных процессов в сфере труда. Результатом теоретических исследований стали социальные опросы предприятий, что принципиально важно для

полного понимания такого важного явления, как рабочее время, поскольку это не просто социально-экономический показатель, а фактор, отражающий качество жизни, уровень благосостояния и развитие страны в целом [7].

В настоящее время в научном сообществе не принято говорить о проблемах производительности труда и потери рабочего времени, что часто связаны не столько со устареванием рабочих инструментов и методов работы, сколько с безграмотным выполнением пяти функций управления: планирование, организация, мотивация, контроль и координация. Устаревание технологического и технического оснащения процессов является следствием недостаточной дипломированной исполнительности менеджерских функций [1].

Ф. У. Тейлор убежден, что одной из трех причин низкой производительности труда является «обычно применяемая ошибочная система организации управления предприятиями, которая принуждает каждого рабочего «прохлаждаться» или работать медленно, защищая этим свои собственные насущные интересы». Данное высказывание также упоминается в труде под названием «Принципы научного менеджмента». Именно на руководителей Ф. У. Тейлор рекомендует перенести основную ответственность за производительность труда, а значит, за качество управления рабочим временем сотрудников, предлагая ввести научный подход к формированию норм и методов труда, подбору кадров и координации [5].

Академик С. Г. Струмилин, представитель отечественной школы научного управления, заострил внимание на проблеме повышения эффективности использования рабочего времени. Он впервые всесторонне исследовал рабочее время различных категорий, работавших в период с 1897 г. по 1935 г. В 1925 г. он писал: «неизбежный с развитием промышленности подъем эффективности и оплаты индустриального труда научит всех и каждого – как на работе, так и в домашнем быту – ценить и учитывать не только каждый безрезультатно затраченный час, но и каждую минуту» [4].

В современных исследованиях понятие управление рабочим временем сводится к управлению временем, характеристика которого хорошо раскрыта в двух подходах: первый нацелен на организацию собственного времени (тайм-менеджмент) каждым из сотрудников, а при втором – проблемы управления рабочим временем сводятся к вопросам нормирования труда. С. И. Калинин в своем труде по тайм-менеджменту описывал управление временем как «междисциплинарный раздел науки и практики, посвященный изучению проблем и методов оптимизации временных затрат в различных сферах и отраслях человеческой жизнедеятельности» [2].

Неправильная организация работы или неграмотная организация деятельности руководством приводит к тому, что сотрудники компаний чувствуют постоянный дефицит времени. Это сказывается на эффективности работы и успешности предприятия в целом. На это также влияет ряд проблем в тайм-менеджменте, что преследует каждую вторую организацию или предприятие: отсутствие мотивации у работников; многозадачность, которая сбивает с толку; слишком высокие требования к самому себе, а также неподходящий метод для сотрудников, из-за которых у них выявляются негативные факторы. Помимо этого, сюда можно отнести недостаток гибкости персонала, его умение распоряжаться временем профессионально, а также пренебрежение планированием, что достаточно важно для улучшения эффективности работы.

Управление рабочим временем предполагает его эффективное использование каждым из сотрудников. В течение этого времени работник должен исполнять трудовые обязанности, что актуально для любого процесса организации. Эффективные методы управления рабочим временем персонала в организациях представлены в табл. 1.

Таблица 1

Эффективные методы планирования [3]

Название метода	Характеристика
Матрица Эйзенхауэра	Основное предназначение методики – грамотная сортировка дел по категориям срочности и важности.
ABCDE	Данный метод также предполагает распределение дел по уровню важности. После тщательного анализа текущего списка задачи расставляются по соответствующим приоритетам от «А» до «Е».
SMART	Локальная цель должна соответствовать ряду критериев: Specific – конкретика; Measurable – измеримость; Attainable – достижимость; Relevant – актуальность (истинность); Time-based – временная ограниченность.
Принцип Парето	Заложен следующий принцип: «Примерно 80% результатов – приносят 20% усилий», что означает, что за большую долю результата отвечает меньшая часть вкладываемых средств и прилагаемых усилий.
Диаграмма Ганта	Данный метод предполагает визуальное отображение дел в виде календаря с указанием сроков, продолжительности и порядка выполнения.
Mind maps	Они помогают эффективно структурировать информацию, способствуют мышлению с полным задействованием интеллектуального и творческого потенциала; они полезны для проведения мозговых штурмов, самоанализа, разработки сложных проектов, планирования времени.

Выводы. С учетом вышесказанного можно сделать выводы о том, что эффективное использование рабочего времени обеспечивает высокую производительность труда и является ключевым фактором результативности работы предприятия в целом, поэтому выявление причин низкой производительности сотрудников – это задача оценки системы управления, ее функций, бизнес-процессов, нормативной документации, исполнителей и др. Нужно так использовать время, чтобы обеспечить выполнение максимального числа задач, которые в свою очередь обуславливают выполнение промежуточных задач, ведущих к реализации основной цели.

Список литературы:

1. Емельянович, А. А. Оценка эффективности использования рабочего времени на основе внешнего аудита / А. А. Емельянович, И. В. Лау, М. Е. Власов. – Кемерово: Вестник Кемеровского государственного университета, 2019. – 397 с.
2. Калинин, С. И. Тайм-менеджмент: практикум по управлению временем / С. И. Калинин. – СПб.: Речь, 2006. – 371 с.
3. Стрелкова, Л. В. Тайм-менеджмент: учебное пособие / Л. В. Стрелкова, Ю. А. Макушева. – М.: Юнити, 2018. – 352 с.
4. Струмилин, С. Г. Проблемы экономики труда / С. Г. Струмилин. – М.: Наука, 1982. – 472 с.
5. Тейлор, Ф. У. Принципы научного менеджмента / Ф.У. Тейлор / пер. А. И. Зак. – М.: Контроллинг, 1991. – 104 с.
6. Трудовой Кодекс Российской Федерации. – М.: Эсмо, 2022. – 869 с.
7. Цветкова, Г.А. Рабочее время: опыт социально-исторического анализа / Г. А. Цветкова. – М.: Вестник РГГУ, 2021. – 89 с.

Безкоровайная Е. С., студент
Научный руководитель: Лукьянова К. К., канд. экон. наук
Донецкий государственный университет, РФ
katia1404200584@gmail.com

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В ГОСУДАРСТВЕННОМ УЧРЕЖДЕНИИ

Актуальность. Динамичное развитие рыночной экономики провоцирует возникновение необходимости поиска путей адаптации национальной экономики к изменяющимся условиям. Прежде всего, подобные трансформации должны быть направлены на повышение гибкости, а, следовательно, эффективности управленческой системы. Подобный подход обуславливает актуальность данного исследования.

Анализ последних исследований и публикаций. Система управления персоналом государственной службы является областью научных изысканий многих исследователей, таких как: О. А. Лымарева, О. Л. Седова, Е. А. Панова, А. И. Потапова и др. Однако по-прежнему недостаточно изученными являются особенности формирования данного механизма в современных условиях.

Целью исследования является выявление особенностей управления персоналом в современных государственных учреждениях.

Результаты исследования. С последней четверти прошлого века государственное управление на практике во всем мире сталкивается с вызовами, возникающими в связи с дальнейшей демократизацией общества, что требует значительных изменений.

Подобные перемены в структуре государственной власти позволят гражданскому обществу использовать эффективные инструменты и методы координации работы уполномоченных лиц с учетом требований. При этом международное сообщество развернуло масштабные реформы. Среди них одной из приоритетных является реформа государственной службы, которая направлена на повышение уровня профессиональной компетентности государственных служащих и становится символом изменения системы государственного управления [1].

Переход к рыночной экономике в постсоветских странах создал необходимость усиления стратегической роли служб управления персоналом в системе государственного управления, которые отвечают за осуществление управления персоналом в государственных учреждениях, а также за выбор, планирование и организацию мероприятий, направленных на повышение профессиональной компетентности государственных служащих [2].

Система управления персоналом в сфере государственной службы включает компоненты, которые представлены на рис. 1.

Управление человеческими ресурсами на государственной службе имеет много общего с управлением в коммерческих организациях. Независимо от природы и характера организации, общие законы и механизмы по-прежнему применимы к процессу управления. Например, определение целей, задач и приоритетов, определение миссии, построения планов, организационной структуры управления, совершенствование структуры правления, систематизация мобильности персонала, определение потребностей в персонале, набор, привлечение, обучение, переподготовка, мотивация, системы карьерного роста, охрана труда, техника безопасности и надзор [3].

Однако управление на государственной службе – это довольно специфический процесс, со своими собственными закономерностями и тенденциями, которые отличаются от управления в других областях.

Система управления персоналом государственной службы				
Организацион-ная структура управления персоналом государствен-ной службы	Система работы с персоналом государст- венной службы	Нормативно- правовая база управления персоналом	Информационно- методическое обеспечение системы управления персоналом	Методы управления персоналом государствен- ной службы

Рис. 1. Система управления персоналом государственной службы

Особенности управления персоналом на государственной службе основаны на определенных целях. Очевидно, что главенствующими целями на государственной службе являются уважение к государству, верховенство закона, его поддержка и развитие. В коммерческих организациях, с другой стороны, основными целями являются получение прибыли, её увеличение и рост производства.

Одной из отличительных черт госслужбы является ее социальная направленность, то есть определение социальной функции, как приоритетной. Государство по своей природе обязано обеспечивать солидарные отношения в обществе, реализовывать принципы социальной справедливости и гарантировать поддержку уязвимым слоям населения. Другими словами, оно должно ставить интересы и потребности людей превыше всего, при условии их легитимности. Коммерческие организации, напротив, в первую очередь ставят перед собой собственные цели и сосредоточены на достижении конечного результата, а интересы общества рассматриваются лишь впоследствии.

Поэтому одной из особенностей управления персоналом на государственной службе является постановка целей с правильными приоритетами и правильный подбор персонала. Государственные служащие должны понимать, что они являются законными представителями власти и что они должны действовать не только в рамках закона, но и в интересах общества. Для этого чиновники должны обладать не только отличной дисциплиной и высокими знаниями, но и определенными моральными качествами. А высшие должностные лица должны правильно организовывать и контролировать работу государственных служащих.

Организации государственной службы по своей природе более иерархичны, что создает дополнительные административные процедуры. Это часто приводит к увеличению нагрузки на менеджеров, чрезмерной функциональной фрагментации и снижению эффективности работы сотрудников. В таких ситуациях процессы управления персоналом должны быть структурированы таким образом, чтобы избежать бюрократических препятствий [4].

Стоит отметить, что одним из ключевых аспектов в развитии систем управления на государственной службе является система мотивации, которая на государственной службе в основном основана на нематериальных методах в силу ограниченности финансовых ресурсов и законодательной базы. Поскольку заработная плата государственных служащих находится не на самом высоком уровне, менеджменту персонала приходится прибегать к поиску новых и нетрадиционных способов нематериальной мотивации сотрудников с целью

повышения производительности труда, что является достаточно серьезной проблемой.

Несомненно, еще одной особенностью управления персоналом на государственной службе является постоянный контроль и взаимодействие органов власти на всех уровнях управления. Поэтому понятие контроля должно относиться не только к контролю государственных органов, но и к организации контроля, осуществляемого властью над обществом с целью максимального выполнения своих ключевых функций. Анализ и оценка результатов деятельности в рамках государственной службы, осуществляемые органами государственной власти и людьми, представляют собой непрерывное взаимодействие между государством и обществом. Хотя в настоящее время в постсоветских странах существует официальная система управления государственной службой, она имеет множество недостатков. Неэффективная политика управления человеческими ресурсами, низкая эффективность работы государственных учреждений, их неоправданная громоздкость, жесткость, расхлябанность, отсутствие актуальной информации, административное давление, несовершенство правовой системы и коррупция делают систему управления непоследовательной на всех уровнях. Такая ситуация приводит к снижению эффективности работы государственных структур в целом. Это оказывает значительное влияние на всех граждан государства, особенно на государственных служащих, которые являются законными представителями власти.

Выводы. Таким образом, главной целью управления персоналом в сфере государственной службы является обеспечение органов власти необходимым персоналом, поддержка и развитие на высоком уровне его квалификации, профессионализма и компетентности, создание системы оценки, мотивации, стимулирования и других необходимых условий для эффективной деятельности.

Исходя из вышесказанного, можно утверждать, что главной особенностью управления персоналом в государственной гражданской службе является широкий спектр дополнительных требований и ограничений, предъявляемых к госслужащим, что в определенной степени затрудняет подбор персонала, обучение, организацию его работы, мотивирование и контроль.

Перспективами дальнейших исследований является анализ существующей системы управления персоналом в учреждениях гражданской государственной службы Донецкой Народной Республики, а также определение возможности применения зарубежного опыта по совершенствованию данной сферы в отечественной практике.

Список литературы:

1. Лымарева, О. А. Особенности управления персоналом в государственной гражданской службе / О. А. Лымарева, А. А. Пирогова // Экономика и бизнес: теория и практика, 2018. – С. 14-17.
2. Седова, О. Л. Управление персоналом в системе государственной гражданской службы: проблемы и решения / О. Л. Седова, С. В. Назайкинский // Вестник РГГУ. Серия «Экономика. Управление. Право», 2015. – С. 38-48.
3. Панова, Е. А. Российская государственная гражданская служба: достижения и тенденции развития кадровой политики / Е. А. Панова // Государственное управление. Электронный вестник, 2019. – № 73. – С. 305-324.
4. Потапова, А. И. Совершенствование кадровой политики в органах местного самоуправления (на примере администрации Индустриального района г. Барнаула): магистерская диссертация по направлению подготовки: 38.04.04 Государственное и муниципальное управление. – Барнаул, 2019. – 87 с.

Белякович Е. А., студентка
Научный руководитель: Лукьянова К. К., канд. экон. наук
Донецкий государственный университет, РФ
belyakovich2033@gmail.com

НАСТАВНИЧЕСТВО КАК ОДИН ИЗ МЕТОДОВ МОТИВИРОВАНИЯ НОВОГО ПЕРСОНАЛА

Актуальность. В настоящее время количество профессий, предполагающих постоянное нахождение в коллективе и взаимодействие с ним, представляет практическое большинство, нежели направления деятельности человека, где он справляется в одиночку. Тема наставничества как мотивации нового работника является актуальной из-за социального аспекта адаптации и обучения начинающих работников. Важно понимать, что духовные связи между людьми могут помочь быстрее укорениться в рабочий процесс новому персоналу и создать профессиональный симбиоз – выгодное для всех сотрудничество, упрощающее и модифицирующее результат работы каждого.

Анализ последних исследований и публикаций. Исследованием вопроса о мотивации персонала и наставничестве занимались такие ученые, как С. И. Поздеева, О. А. Щедрина, Е. А. Кудрина, П. Н. Осипов, И. И. Ирисметова.

Цель исследования – выявить преимущества и недостатки данного метода мотивации и ответить на вопрос о том, каким образом наставничество влияет на внедрение новых кадров в процесс работы.

Результаты исследования. В общем виде наставничество можно определить как возможность передачи знаний, умений и опыта от более опытного сотрудника менее опытному. В современном понимании наставник – это квалифицированный специалист, имеющий опыт работы в компании, который помогает новым сотрудникам адаптироваться, способствует их профессиональному росту и участвует в оценке сотрудника [1].

Взаимоотношения наставника и его подопечного могут быть совершенно разными, и их форма зависит от того, к какому результату работы стремятся оба индивида. Заметим, что нового работника не обязательно должен инструктировать лишь один человек. В зависимости от особенностей и методов управления кадрами в организации, в зависимости от личностных особенностей каждого нового сотрудника и наставника и разрабатывается план, по которому осуществляется подготовка новых специалистов. Наставник может играть как и роль лидера, мотиватора, так и человека, с которым хочется продуктивно взаимодействовать в дальнейшем.

Одним из главных преимуществ наставничества является гибкость данного метода. Например, имея возможность сделать личный выбор понравившегося квалифицированного сотрудника, таким образом, новый член кадров не только почувствует моментальное включение в рабочий процесс, но и некоторое расположение по отношению к своему учителю. Потому существуют модели и типы наставничества как сопровождения молодого специалиста на новом рабочем месте:

1. Закрытое совместное действие наставника и подопечного (авторитарная модель организации совместной деятельности): наставник – руководитель, предъявляющий нормы, требования, образцы выполнения профессиональных действий; молодой специалист – подчиненный, исполнитель предъявленных норм, требований, образцов. Культура авторитаризма – культура предъявления норм и требований, разъяснения алгоритмов и инструкций (что, как, зачем), пооперационного контроля и внешней оценки [2]. Такой тип взаимодействия ученика и учителя отличается характером

подчинения и не предполагает, что обучаемый человек может модернизировать собственный же процесс обучения, когда от него требуется выполнять то, что ему скажут, даже если в этом не просматривается как таковой полезности.

2. Обращенное совместное действие наставника и ученика (лидерская модель организации совместной деятельности): наставник – лидер (организатор, направляющий), помогающий подопечному поставить и решить проблемы собственной профессиональной деятельности на переходном этапе от трудоустройства и становления к этапу работы и совершенствования в профессии [2]. Молодой специалист определяет для себя затруднительные вопросы, обращаясь с ними к своему наставнику. Направляющий больше интересуется проблемой подопечного, преподает ему уроки. Затем они вместе конструируют урок исходя из затруднений и пожеланий молодого учителя.

3. Открытое совместное действие наставника и ученика (партнерская модель организации совместной деятельности): наставник – партнер («значимый другой»), помогающий найти подопечному свою профессионально-карьерную траекторию на этапе совершенствования в профессии, а его подопечный находится в позиции значимого и влиятельного участника производственной, инновационной и общественной деятельности [2]. При этой модели взаимодействия возможности самоконтроля в области обучения расширяются и их можно назвать вольными. Наставник проводит с учеником, например, работу на одну и ту же тему, анализируя потом вместе с ним методы решения проблем и результат, достижения и падения.

В рассмотрении этой темы, конечно, важен и психологический фактор, откуда вытекает следующее преимущество – отношения «человек – человек». Поддержка со стороны наставника к новому сотруднику является положительным явлением. Благодаря постоянному взаимодействию с социумом, развитие как социальных, так и профессиональных качеств работника нового или уже высококвалифицированного, определенно, возрастает. Такие взаимоотношения помогают развить в обеих сторонах такие нужные качества, как большая амбициозность, уверенность в своих навыках, развитие профессиональной компетенции, умение анализировать и преуменьшать межличностные конфликты, ставить четкие цели, быть готовым взять ответственность.

Повышение уровня мотивации опытных специалистов важно и потому, что происходит оценка вышестоящим руководителем проведенной работы в сфере наставничества. Наиболее важным компонентом наставничества выступает именно желание передавать собственный опыт принятому сотруднику. Задача же работника относиться к данному методу лояльно и стремиться к получению профессиональных знаний [3].

Проблемы могут возникнуть в тех случаях, когда сотрудники не хотят работать с наставником, опасаясь, что это можно принять за признак слабости. Точно так же руководители, ревностно охраняющие свои «кладези знаний», вряд ли станут эффективными наставниками [3].

В результате применения наставничества организация получает снижение текучести кадров и формирует свой персонал из высококвалифицированных сотрудников. Если говорить о применении наставничества на промышленном предприятии, то самым первым положительным эффектом будет минимизация потерь от брака, так как наставник осуществляет контроль и обучение персонала. Это, в свою очередь, приводит к уменьшению ошибок при изготовлении деталей и продукта в целом [5].

Еще одним важным аспектом является то, что результативность отношений ментора и подчиненного может побудить в человеке потенциал к карьерному росту, которого он не имел или не ставил в ряд наиболее важных приоритетов.

Потребность в самореализации может быть реализована через наставничество. Смыслы трудовой деятельности могут претерпевать изменения на протяжении всей профессиональной жизни человека. Как правило, с возрастом человек открывает для себя новые, более глубокие индивидуальные смыслы труда. Для некоторых людей выбор профессии, осознание своего призвания – своего рода прозрение. Одним из основных условий профессионального самоопределения является встреча с наставником, человеком, способным пробудить интерес к той или иной области деятельности. Реализуя себя в качестве наставника, человек может в достаточной степени раскрывать свои личностные качества [4].

Также следует отметить, что, несмотря на множество положительных моментов, введение наставничества имеет и свои минусы.

Во-первых: навыки и знания наставника не безграничны. В какой-то момент времени подопечный перерастет своего наставника и тогда это все теряет практический смысл. Во-вторых: эффективность наставничества связана напрямую с тем, как выстроена система взаимосвязей между его подопечным, начальством и другими сотрудниками. Основная сложность наставничества заключается в двойственности роли наставника. Он не относится к руководящему составу, но в тоже время он имеет большой авторитет среди сотрудников. Наставник должен быть учителем, а не начальником. Если преодолеть все это, то наставничество будет максимально эффективным и принесет большие плоды организации [5].

Выводы. Таким образом, были выделены главные преимущества наставничества как метода мотивации новых кадров: гибкость метода, разнообразие приобретенных в конечном результате навыков и качеств. Наставничество – очень важный и полезный элемент в организации, способный полностью раскрыть потенциал сотрудников. Институт наставничества существует с советских времен и в настоящее время очень востребован.

Список литературы:

1. Наставничество как элемент системы развития персонала в компании [Электронный ресурс]: сайт. – Режим доступа: <https://hr-portal.ru/article/nastavnichestvo-kak-element-sistemy-razvitiya-personala-v-kompanii>.
2. Поздеева, С. И. Наставничество как деятельностное сопровождение молодого специалиста: модели и типы наставничества / С. И. Поздеева // Научно-педагогическое обозрение. – 2017. – № 2(16). – С. 87-91.
3. Щедрина, О. А. Наставничество как механизм реализации кадровой политики / О. А. Щедрина, Е. А. Кудрина // Государство и общество: вчера, сегодня, завтра. – 2019. – № 2. – С. 57-60.
4. Культурно-исторический подход в современной психологии развития: достижения, проблемы, перспективы. Сборник тезисов участников шестой всероссийской научно-практической конференции по психологии развития, посвященной 80-летию со дня рождения профессора Л.Ф. Обуховой / ред. И. В. Шаповаленко, Л. И. Эльконинова, Ю. А. Кочетова. – М.: Издательство ФГБОУ ВО МГППУ, 2018. – 639 с.
5. Современные технологии в науке и образовании – СТНО-2021 [текст]: сб. тр. IV междунар. науч.-техн. форума: в 10 т. Т.7 / под общ. ред. О. В. Миловзорова. – Рязань: Рязан. гос. радиотехн. ун-т, 2021. – 234 с.

Бобко Д. В., студентка

Научный руководитель: Сердюк О. Ю., канд. экон. наук, доцент

Донецкий государственный университет, РФ

dashabobko11@gmail.com

НЕДОСТАТКИ СИСТЕМ ПРЕМИРОВАНИЯ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Актуальность. Во всех компаниях затраты на оплату труда являются одной из важнейших статей расходов. Основная задача руководства – распределить эти затраты между сотрудниками и установить систему стимулирования труда, направленную на достижение целей компании. В интересах компании убедиться, что существующая система стимулирования сотрудников не является просто дополнительным элементом затрат, а действительно мотивирует сотрудников работать более эффективно.

Анализ последних исследований и публикаций. Исследованием систем премирования занимаются такие научные деятели как Колосова О.Г., Давыдов С.С., Краснова Н.В., Баженова Е. и др. В своих работах они анализируют современные системы премирования персонала и дают практические рекомендации по усовершенствованию систем премирования и стимулирования сотрудников.

Цель исследования: проанализировать недостатки систем премирования и дать практические рекомендации по устранению этих недостатков.

Результаты исследования. Четких требований к системам премирования персонала не существует. Согласно статье 135 Трудового Кодекса РФ работодатели имеют prerogative принимать решение о разделении окладов и премий в локальных нормативных актах компании. Разрабатывая собственную систему премирования, работодатель руководствуется финансовыми возможностями компании, ее функциональными особенностями и своим видением механизма стимулирования. Система может включать в себя следующие элементы:

1. Критерии премирования. Индивидуальные и коллективные показатели деятельности, на которых основаны стимулирующие выплаты.

2. Круг сотрудников, имеющих право на получение премии. Работодатели могут предусмотреть в положении о премировании, что право на поощрение имеют только работники, фактически проработавшие определенный период времени.

3. Порядок назначения и выплата премий. Этот элемент устанавливает общий механизм определения премий, начиная с состава работников, имеющих право на получение премий, и заканчивая тем, кто определяет размер премии.

4. Периодичность. Премии могут быть разовыми и регулярными. Первые выплачиваются в связи с конкретными обстоятельствами в трудовой жизни работника, вторые являются поощрениями за определенный промежуток работы – месяц, квартал или год.

5. Размер. Размер поощрения может исчисляться в конкретной денежной сумме, в процентах от заработной платы либо соответствовать размеру оклада, иметь максимальные и минимальные границы [2].

Устанавливая или реорганизовывая системы премирования, многие руководители допускают типичные ошибки. Вот несколько из них:

1. Непродуманное использование слишком сложных показателей оценки эффективности деятельности.

2. Недостаточное разъяснение работникам причинно-следственных связей в системе премирования.

3. Судорожное перенастраивание системы премирования в связи с отсутствием анализа эффективности системы премирования на предприятии.

4. Отсутствие существенной разницы между премией высокоэффективных и низкоэффективных сотрудников.

5. В системе премирования не соблюден баланс наказания и поощрения.

6. Премия выплачивается «по договоренности» и во многом зависит от воли руководителя.

7. Одинаковые периоды премирования для всех сотрудников, вне зависимости от характера и результатов их деятельности.

8. Премия воспринимается сотрудниками как часть заработной платы, а не как поощрение за качественную работу [4].

Целью премиальных систем является улучшение экономических показателей деятельности предприятия путем предоставления целевых стимулов для позитивных изменений через положительное психологическое восприятие сотрудниками положений таких систем. В значительной мере это восприятие обусловлено особенностями корпоративной культуры, поэтому их обязательно нужно учитывать.

Необходимо проводить различие между разовыми премиями, регулярными премиями и специальными стимулами, основанными на результатах конкретных проектов; второй вариант будет наиболее эффективен для средне- и краткосрочных целей, а первый и третий – для специальных долгосрочных целей.

Часто премии выплачиваются в течение года. Полугодовые и квартальные премии хорошо подходят для руководителей отделов, менеджеров среднего звена и работников сферы обслуживания. Для сотрудников маркетинга, продаж и логистики рекомендуется ежемесячная премия, поскольку результаты их деятельности видны сразу. По этой же причине переменная часть их вознаграждения должна превышать фиксированную: она составляет до 70%.

Суммарная прибыль от использования премиальных систем любого вида рассчитывается по системообразующим показателям (например, повышение производительности труда, экономия ресурсов и т. д.). Эти показатели помогают сотрудникам контролировать свою деятельность и стимулируют их профессиональные достижения путем материального поощрения за высокие результаты работы [2].

Для расчета премии необходимо выбирать показатели, которые связывают результаты деятельности компании или ее организационного подразделения с заработной платой сотрудников. Лучше всего для этого подходят критерии эффективности бизнес-процессов: качество, длительность, стоимость. Общий размер вознаграждения должен быть такой, чтобы стимулировать работников к профессиональным достижениям. В первую очередь, он определяется средней заработной платой по рынку. Существенные отклонения от этого показателя невыгодны ни работодателю, ни работнику. Средний показатель как раз и является компромиссом между интересами обеих сторон. По данным исследований, проводившихся в России, размер премии должен быть не менее 25–30 % от постоянной части заработной платы, иначе она теряет свое стимулирующее действие [3].

Системы оплаты труда могут быть основаны не только на индивидуальных заслугах, но и на коллективных достижениях. В первом случае обычно используется система оплаты труда, основанная на навыках (SBP). В этом случае работники получают заработную плату в соответствии с пределами, глубиной и типом имеющихся навыков работы [3].

Важным является и то, чтобы сотрудники организации были удовлетворены результатами действия премиальной системы, ее показателями и условиями, а также взаимосвязью между размером премии и трудозатратами, необходимыми для достижения установленного уровня премиальных выплат. Для персонала психологически важна своевременная и всесторонняя информация о показателях,

условиях премирования и остальных элементах премиальной системы, простота понимания взаимосвязи достигнутых результатов и получаемого вознаграждения. Необходимо провести специальное исследование, чтобы определить, в какой степени эти условия выполняются в компании. Оценка эффективности премиальной системы может быть не только качественной, но и количественной: нужно просто сравнить уровни показателей, которые влияют на величину премии, до и после ее внедрения. Сравнительная оценка систем премирования может быть проведена путем сопоставления интегральных коэффициентов эффективности, на которых они базируются [4].

Итак, главными целями системы премирования в компании являются:

- 1) достижение операционных и финансовых результатов в профессиональной деятельности и деятельности компании;
- 2) генерация и реализация стратегических инициатив, повышающих конкурентоспособность и стоимость компании;
- 3) коллегиальность в принятии решений, помощь друг другу в их реализации, работа в одной команде с другими сотрудниками и подразделениями;
- 4) привлечение и развитие перспективных руководителей и сотрудников;
- 5) постоянное совершенствование используемых управленческих навыков и инструментов, самообразование.

Выводы. Не существует идеальных шаблонных систем премирования, которые бы подходили любому предприятию. Лучшим вариантом будет индивидуальная система премирования, разработанная руководством, которая в полной мере подойдет конкретной организации. Работодатели могут варьировать частоту выплат с помощью комбинации различных схем, причем в рамках одной компании могут существовать различные схемы для отдельных отделов или категорий сотрудников. Они могут меняться в зависимости от целей стимулирования, которые ставятся руководством. Правильный выбор схемы премирования может быть сделан только методом проб и ошибок, результаты которого проявятся в улучшении работы сотрудников и финансового состояния компании. Если в деятельности компании происходят изменения, меняются цели и приоритеты, а сотрудники привыкают к старым стимулам, это сигнал к тому, что систему премирования за работу необходимо менять.

Список литературы:

1. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 N 197-ФЗ (ред. от 19.12.2022) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.03.2023)// Собрание законодательства РФ. – № 1 (ч. 3). – Ст. 135.
2. Баженова, Е. Мотивация и стимулирование на пути к успеху фирмы / Е. Баженова / Елизавета Баженова. – М.: АСТ, Сова, Харвест, 2018. – 192 с.
3. Давыдов, С. С. Совершенствование системы стимулирования труда работников структурных подразделений ОАО «РЖД / С.С. Давыдов // Известия ПГУПС. – 2012. – № 4. – С. 140-146.
4. Колосова, О. Г. Формирование системы оплаты труда на современном предприятии / О.Г. Колосова // Альманах Оплата труда № 1 // ООО «Издательский дом «Гребенников». – 2015. – С. 16–21.
5. Краснова, Н. В. На пути к идеальной премиальной системе / Н.В. Краснова // Альманах Материальная мотивация № 1 // ООО «Издательский дом «Гребенников». – 2015. – С. 30-39.

Божко Д. Р., студентка
Научный руководитель: Васильев А. С.
Донецкий государственный университет, РФ
dianleedi23@gmail.com

РОТАЦИЯ КАДРОВ КАК СИСТЕМНЫЙ ЭЛЕМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ

Актуальность. Ротация кадров представляет собой ключевой элемент в системе управления персоналом организации, который позволяет достичь эффективной работы, оптимального использования ресурсов и удовлетворения потребностей сотрудников в профессиональном росте и развитии. Она способствует созданию более гибкой и адаптивной рабочей среды, повышению производительности и качества работы, а также предоставляет организации возможность генерации новых идей и подходов.

Анализ последних исследований и публикаций. Исследованием вопроса ротации кадров занимались такие ученые как Л.В. Мезенцева, Н.К. Мартыненко, С.А. Шемшурина, О.А. Рыболовлева, О.С. Звягинцева, Л.И. Черникова, Д.С. Кенина. Значительный вклад в исследование проблемы ротации кадров как системного элемента управления персоналом внесли такие ученые, как Н.С. Тихенькая, Н.А. Лытнева, M. Golik, M. Blanko.

Цель исследования: рассмотреть процесс ротации кадров как элемент управления в системе управления персоналом.

Результаты исследования. Ротация кадров – это системный элемент управления персоналом организации, который позволяет добиться высокого уровня мотивации и профессионального развития сотрудников, а также обеспечить эффективное функционирование организации. Ротация кадров требует от руководства грамотного планирования, организации и контроля всего процесса, что помогает интегрировать новые знания и навыки в компании. Правильная ротация кадров помогает укрепить командный дух и повысить уровень ответственности сотрудников. Этот процесс не только способствует удержанию общества талантливых и высокопроизводительных сотрудников, но и повышает эффективность организации в целом.

На основании проведенного анализа научной литературы, в общем массиве подходов можно выделить десять основных концепций:

1. Ротация, как одна из кадровых технологий, является эффективным способом повышения знаний и навыков сотрудников. Улучшение знаний сотрудников, которое выходит за рамки имеющихся у них знаний, дает сотрудникам больше практических навыков работы. Сотрудник, который действительно хочет карьерного роста, никогда не скажет «нет» обучению. Ротация кадров в этом контексте рассматривается как один из способов помочь работникам в достижении карьерного роста. При этом очень важен принцип системности в самом процессе ротации кадров, поскольку за последние три десятилетия был достигнут общий консенсус в отношении того, что основное внимание следует уделять системам управления персоналом, а не отдельным методам управления персоналом [4].

2. Процесс ротации как способ создания кадрового резерва. В своих исследованиях Л.В. Мезенцева, Н.К. Мартыненко, С.А. Шемшурина утверждают, что сотрудник, хорошо обученный во всех аспектах и во всех подразделениях организации, является одним из активов компании, поскольку он может выполнять любую работу, когда это необходимо. Смена рабочих мест дает сотрудникам возможность осваивать новые рабочие места, улучшает навыки и знания работника, а также обеспечивает поддержку компании в случае внезапного кадрового дефицита. В случае нехватки

персонала в отделе другие сотрудники из другого отдела также могут покрыть дефицит [2].

3. Процесс ротации как одна из социальных технологий профессионального развития. По мнению некоторых отечественных исследователей, в частности, О.А. Рыболовлевой, ротация входит в «социальные технологии профессионального развития, характерные для стадии первичной профессионализации (стажировка, тренинг, обучение, коучинг, самообучение, ротация)» [3].

4. Процесс ротации как метод выявления талантов. Если следовать логике некоторых зарубежных авторов, в частности, М. Голик и М. Бланко, которые утверждают, что «в конкурентной среде управление талантами является основной движущей силой организационного успеха. Привлечение, развитие и сохранение ключевых талантов – это задача, стоящая сегодня перед всеми компаниями». В этом контексте ротация рабочих мест может рассматриваться одним из способов изучения талантов сотрудников организации. Практика показывает, что до момента применения ротации некоторые сотрудники даже не подозревают, что могут выполнять свою работу на новом участке гораздо лучше, чем их коллеги [5].

5. Процесс ротации как способ снятия «стресса от рутины». О.С. Звягинцева, Л.И. Черникова и Д.С. Кенина указывают, что социологические опросы показывают, что рутинная работа чрезвычайно монотонна, и это заставляет сотрудника чувствовать себя незаинтересованным в результатах своей трудовой деятельности, что приводит к снижению эффективности труда в целом. Ротация снимает стресс от рутины, позволяя сотруднику переключиться с монотонной деятельности на решение новых для него задач [1].

6. Процесс ротации помогает понять суть деятельности в различных отделах организации. Очень часто сотрудник, работающий в одном отделе, имеет очень отдаленное и не всегда верное представление о том, как функционирует другой отдел, поэтому в организации возникает межведомственное недопонимание. Вместо того, чтобы обвинять каждый отдел в совершенных ошибках, необходимо, при соблюдении определенных условий, поменять их роли. В этом случае сотрудники из разных отделов лучше смогут понять специфику работы своих коллег. При этом, приобретенный опыт, знания, личностный рост, навыки, более широкий кругозор, разнообразие и более широкий охват, а также обмен знаниями и опытом повысят удовлетворенность работой.

7. Процесс ротации рабочих мест увеличивает взаимодействие между командами. Когда все сотрудники работают практически со всеми отделами, у них определенно есть достаточно большое количество коллег, с которыми они взаимодействуют, выполняя различные задания. Взаимодействие улучшает связь между сотрудниками, это создает единство в рамках общей корпоративной культуры, что повышает эффективность командной работы. Речь идет не только об интенсивном обучении навыкам выполнения заданий, но и о совершенно новых способах мышления о работе, взаимоотношениях друг с другом [2].

8. Процесс ротации вакансий помогает продвижению по службе. При ротации рабочих мест сотрудники развивают больше навыков в более широком спектре должностей. Это обеспечивает стабильность работы и предоставляет им лучшие возможности для получения повышения по службе. Все эти преимущества, а также улучшение общего развития делают сотрудников более ценными для своих работодателей. Когда сотрудник приобретает глубокие навыки работы во всех отделах организации и достигает высоких результатов работы, он готов к переходу на следующий уровень.

9. Процесс ротации как способ мотивации персонала. Н.С. Тихенькая и Н.А. Лытнева пишут, что назначение на вышестоящую должность при проведении

ротации кадров является сильным мотивационным фактором для персонала организации. Повышение в должности не только создает новые стимулы для сотрудника, которого продвигают, но и для других сотрудников организации – они приобретают уверенность в том, что тоже могут получить продвижение в карьере. При этом руководство организации также получает дивиденды: практически полностью отпадает необходимость нанимать персонал из других компаний и с рынка труда, т.к. гораздо более эффективно продвигать собственный персонал в рамках программы ротации рабочих мест [4].

10. Процесс ротации кадров как способ системного развития организации. Если ротация кадров запланирована очень тщательно и продуманно, это лучший способ повысить эффективность деятельности компании, в том числе и социальную. Крайне важно, чтобы сотрудники, являющиеся наиболее важным и ценным ресурсом компании, были мотивированы карьерными перспективами и остались довольны результатами. Если сотрудники организации в процессе ротации кадров изучают разные задачи, оттачивают свои навыки, а также получают признание за свои усилия, они определенно будут счастливы, что создает устойчивую внутреннюю позитивную мотивацию для работы именно в данной организации [1].

Выводы. Таким образом, ротация персонала представляет собой систему переводов и перемещений сотрудников внутри организации или подразделения на новые рабочие места как правило на регулярной и формальной основе. Необходимо отметить, что наиболее эффективна ротация кадров будет в случае с молодым персоналом компании, так как у них более высока обучаемость и адаптация к новым условиям. Она позволяет специалисту попробовать себя в разных сферах, а работодателю – получить максимально компетентного и профессионально эрудированного сотрудника. Систематизированный процесс ротации и планирование кадровых перемещений в организации позволят не только снизить затраты на персонал и максимизировать прибыль, но и добиться повышения степени удовлетворенности персонала работой.

Список литературы:

1. Звягинцева, О. С. Формирование системы ротации персонала в организации / О. С. Звягинцева, Л. И. Черникова, Д. С. Кенина // Научный журнал КубГАУ. – 2017. – №131(07). – С. 1-12.
2. Мезенцева, Л. В. Система отбора и найма кадров на примере АО «Энерго-Газ-Ноябрьск» / Л. В. Мезенцева, Н. К. Мартыненко, С. А. Шемшурина // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. – 2019. – № 1. – С. 126-131.
3. Рыболовлева, О. А. Социальные технологии профессионального развития персонала организации / О. А. Рыболовлева // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Философия. Социология. Право. – 2015. – № 3. – С. 41-46.
4. Тихенькая, Н. С. Ротация кадров как элемент формирования инновационной стратегии организации / Н. С. Тихенькая, Н. А. Лытнева // IN SITU. – 2016. – № 4. – С. 30-31.
5. Golik, M. Talent identification and development tools: Two to tango? / M. Golik, M. Blanko // Management Research. – 2014. – № 12(1). – P. 23-39.

Ватутина К. Н., студент
Научный руководитель: Елисеева Н. А.
Донецкий государственный университет, РФ
vatutina-2005@mail.ru

ПРОБЛЕМА ТЕКУЧЕСТИ КАДРОВ И ПУТИ ЕЕ СНИЖЕНИЯ

Актуальность. Сложно спорить с тем фактом, что штат организации считается основным ресурсом компании. На сегодняшний день большая часть управляющих убедились в значимости вопросов кадровой политики, так как, какой бы превосходной не была концепция, воплощают ее в жизнь сотрудники организации. А также, только лишь успешно подобранный рабочий состав, коллектив единомышленников, способны реализовать стоящие перед фирмой серьезные задачи.

Анализ исследований и публикаций. Как в отечественной, так и в зарубежной литературе вопросам кадровой политики, закреплению персонала, текучести кадров посвящено множество исследований. Проблема текучести кадров изучалась многими отечественными учеными, такими как А. Я. Кибанов, который рассматривал в своих работах основные причины текучести кадров и возможные пути решения проблемы, а также в работах В.Р. Веснина, Б.М. Генкина, С.Е. Олишевского, М.А. Тимофеева, А.В. Скавитина и др.

Цель исследования: изучение проблемы текучести кадров, а также разработка направлений по ее снижению в современных условиях.

Результаты исследования. Высокий уровень текучести кадров почти всегда указывает на серьезные изъяны в управлении персоналом и управлением компанией в целом, это своего рода индикатор неблагоприятного положения, но, в некоторых случаях, уровень текучести высок из-за своеобразности бизнеса.

Текучесть кадров – это увольнение сотрудников по собственной инициативе либо по решению работодателя за определенный период [3].

Текучестью кадров в литературе по управлению персоналом признают норму, которая демонстрирует, как часто работники приобретают и теряют работу. Другими словами, текучесть кадров показывает, как долго работники находятся на конкретном рабочем месте [5].

В литературе встречается и такое определение - «индекс крутящихся дверей». Если работники имеют более высокое значение показателя текучести, по сравнению со своими коллегами, это означает, что сотрудники данной фирмы имеют меньший средний срок пребывания в должности, чем те же работники из другой организации или их коллеги. Высокий коэффициент текучести кадров вреден для деятельности организации в том случае, если грамотные и квалифицированные работники часто увольняются, и появляется значительное число новых кадров [6].

Коэффициент текучести кадров демонстрирует, как стремительно фирма теряет работников.

$$K_{\text{тек}} = \left(\frac{Ч_{\text{ув}}}{Ч_{\text{сп}}} \right) * 100\%,$$

$K_{\text{тек}}$ – коэффициент текучести;

$Ч_{\text{ув}}$ – число ушедших работников;

$Ч_{\text{сп}}$ – средняя списочная численность персонала за расчетный период.

В умеренном виде замена персонала нормальна: молодое поколение сотрудников сменяет тех, что выходят на пенсию по возрасту. Обновление коллектива улучшает работу организации, стимулирует возникновение и внедрение новых идей.

Но неуправляемая текучесть кадров в короткий период становится небезопасной – может лишить бизнес персонала, а в простой принести убыток. В особенности отрицательно влияет на работу компании уход редких профессионалов — поиск достойной замены занимает большое количество времени.

Существует целый ряд ситуаций, когда работники уходят из фирмы. Исследовав их, можно понять, по какой причине сотрудники покидают организацию, и приложить усилия для того, чтобы предотвратить данный процесс в будущем.

Например, ошибки в подборе персонала могут спровоцировать последующее сокращение кадров. Причины найма малоподходящих сотрудников:

- короткие сроки выбора сотрудников;
- неполноценные сведения касательно должности;
- отсутствие испытательного теста и т.п.

Также в испытательный срок многим трудно привыкнуть к новым условиям работы. Обстоятельства появления трудностей у сотрудников в период адаптации:

- неуместная корпоративная культура;
- непонимание специфики работы;
- ожидание не соответствует реальности;
- отсутствие обучения новых сотрудников и т.п.;

На срок работы сотрудника влияют и условия труда. Штат необходимо обеспечить:

- комфортным рабочим местом; отдельной точкой питания и т.п.

Также сотрудники не всегда сходятся характерами, поэтому случаются инциденты из-за рабочих моментов. А методы управления компанией подходят не каждому сотруднику. Также причинами текучести могут быть: недовольство сотрудников оплатой труда; нет возможности карьерного роста; проблемы проезда (плохо функционирует общественный транспорт, много пересадок и т.п.); жесткие условия труда; неудобный график и др.

Результаты комплексного анализа текучести кадров становятся основой для разработки мероприятий по закреплению кадровых ресурсов организации по четырем основным направлениям (табл. 1).

Таблица 1

Мероприятия по закреплению кадров организации [7]

Совершенствование кадровых технологий	Обеспечение карьерного роста работников	Экономические меры по закреплению кадров	Формирование здорового климата в подразделениях
Подбор достаточного кол-ва кандидатов на должности	Ориентирование сотрудников касательно возможностей карьерного роста	Усовершенствование условий труда и обихода	Исключение несовместимости работников
Высококачественная процедура конкурсного отбора претендентов	Справедливая оценка результатов труда, а также роста квалификации	Поощрение наставничества	Осуществление особого проекта по адаптации «опора на положительное»
Систематический подход к найму управляющего состава	Организация концепции постоянного обучения и повышения квалификации	Продуманная система оценивания и оплаты работы\труда	Открытость руководства
Ступенчатая возрастная и квалификационная структура персонала	Формирование руководителей внутри компании	Продуманная система оценивания и оплаты работы\труда	Сохранение конфиденциальной информации о сотрудниках
	Содержание запаса (резерва) кадров	Внимание к людям	

Выводы. Текучесть кадров усугубляет почти все производственные показатели. В первую очередь – это упущенный доход из-за медленного входа в курс дела начинающих, понижение производительности труда. Высококвалифицированные работники отвлекаются на подготовку новичков. Появляются трудности с мотивацией коллектива. Непостоянство сотрудников усугубляет атмосферу в коллективе, что мешает формированию команды. Безусловно, подобная ситуация – это предупреждение, сигнал руководству касательно потребности войти в курс дела, разобраться с ситуацией.

В процессе исследования выяснено, что помимо негативных моментов, текучесть сотрудников имеет и положительные. Если текучесть кадров не превышает 3-5%, то этот вопрос не является критичным для организации. При регулируемом процессе открываются возможности для профессиональных перестановок и карьерного роста оставшихся сотрудников, что является для них дополнительным, вспомогательным стимулом. Проанализировав причины и обстоятельства ухода сотрудников, а также внеся надлежащие изменения в работе, возможно не только уменьшить текучесть кадров, но и повысить результативность работы каждого сотрудника и бизнеса в целом.

Список литературы:

1. Абдуллина, А. Д. Управление карьерой работника в современных организациях / А. Д. Абдуллина. – Уфа: Гуманитарные научные исследования, 2018. – №3 – С. 32-36.
2. Фёдорова, Н.В. Управление персоналом: учебник / Н.В. Фёдорова, О.Ю. Минченкова. – М.: КноРус, 2018. – 224 с.
3. Что такое текучесть кадров, как её рассчитать и снизить / Calltouch Blog [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.calltouch.ru/blog/chto-takoe-tekuchest-kadrov-kak-ee-rasschitat-i-snizit/> (дата обращения: 25.03.2023).
4. Кафидов, В. В. Управление персоналом / В. В. Кафидов. – М.: Академический Проект, 2018. – 144 с.
5. Текучесть кадров в управлении индивидуальными компаниями для целой индустрии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://studfile.net/preview/9335163/page:22/#:~:text=Текучесть%20кадров%20-%20в%20управлении,индивидуальными%20компаниями%20для%20целой%20индустрии> (дата обращения: 25.03.2023).
6. Юлина, А. Е. Теоретические аспекты текучести кадров и её минимизация / А. Е. Юлина. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2018. – № 51 (237). – С. 315-318. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/237/54987/> (дата обращения: 25.03.2023).
7. Совершенствование кадровых технологий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://studfile.net/preview/9840126/page:97/> (дата обращения: 25.03.2023).

Выходцева А. А. студентка

Научный руководитель: Шевченко Э. В., канд. экон. наук, доцент

Донецкий государственный университет, РФ

vykhodseva.sasha@mail.ru

МОТИВАЦИЯ И СТИМУЛИРОВАНИЕ ПЕРСОНАЛА НА ПРЕДПРИЯТИИ

Актуальность. Обусловлена тем, что путь к эффективному управлению человеком лежит через понимание его мотивации. Только зная, что движет человеком, что побуждает его к деятельности, какие мотивы лежат в основе его действий, можно попытаться разработать эффективную систему форм и методов управления человеком. Для этого необходимо знать, как возникают или обуславливаются те или иные мотивы, как и какими способами можно привести мотивы в действие, как мотивируются люди. Сегодня на рынке труда наблюдается дефицит квалифицированных специалистов. А для успешного развития компании требуется стабильная работоспособная команда. Мотивация обеспечивает поведенческую активность на определенном уровне. Отдельно выделяется и определяется трудовая мотивация как стремление работника удовлетворить свои потребности (получить определенные блага) посредством трудовой деятельности. Стимулирование – это пробуждение, усиление или ускорение мысли, чувства и действия. Достаточно важным моментом является разграничение понятий «мотив» и «стимул». Мотив характеризует стремление человека к получению определенных благ.

Анализ последних исследований и публикаций. Отмеченной выше проблематике посвящены работы множества отечественных и зарубежных экономистов. Анализ основных аспектов сущности мотивации облегчается тем, что в последние годы в России опубликован ряд концептуальных работ, посвященных этой проблеме. Среди них книги Жучкова Ю.Г., Литягина А.А., Блинов А., Бурмистров А., Доронина И. В., Захаров Н.Л., Бутова Э., Киселева Е.А., Маслоу А., Пономарев И.П. и других авторов.

Целью исследования является теоретическое и практическое изучение положений мотивации и стимулирования персонала на предприятии.

Результаты исследования. К сожалению, стандартного алгоритма мотивации персонала не существует. Выбирать конкретные методы необходимо, ориентируясь на специфику компании и поставленные цели. Специалисты выделяют пять основополагающих принципов, на которых основана эта система (табл. 1).

Таблица 1

Основополагающие принципы их характеристика

Принципы	Характеристика
Сотрудники должны чувствовать свою ценность	Если вы мотивируете сотрудника, отмечая его заслуги, это не только будет способствовать его личностному росту, но и создаст атмосферу здоровой конкуренции среди окружающих
Вознаграждение должно происходить внезапно, а не систематически	Системный подход со временем перестанет приносить желаемый результат, так как сотрудники могут к нему привыкнуть
Лучше хвалить, чем наказывать	Постоянные наказания снижают производительность и создают нагрузку на персонал
Лидеры должны реагировать незамедлительно	Сотрудники поймут, что работодатели действительно заботятся об их сильных и слабых сторонах на работе
Оценивайте промежуточный результат	Это важно не только для сотрудников, но и для руководителей. Его нужно отпраздновать – это приблизит вас к достижению главной цели

Методы разработки системы мотивации персонала часто основываются на четырех теориях, приведенных ниже в табл. 2.

Таблица 2

Теории мотивации их характеристика	
Теория	Характеристика
Теория Герцберга	Важно использовать как внешние, так и внутренние методы мотивации. Внешние инструменты обеспечивают комфортную рабочую среду, а внутренние элементы управления создают положительное впечатление о компании у сотрудников.
Теория Тейлора	В качестве стимулов используются инстинкты сотрудников и их стремление к удовлетворению собственных потребностей. Народные методы. Выплата заработной платы в зависимости от отработанного времени, давления со стороны руководителя, наличия минимальных норм выполнения плана, конкретных обязанностей.
Теория Макклелланда	В этой теории преобладают три типа желаний: власть, успех и опубликованность. Большинство сотрудников считают свой статус важным: лидеры обладают властью в своих руках, а одиночки стараются повышать свои результаты. Применяя эту классификацию, лидер может мотивировать каждого из них по-разному.
Теория Маслоу	Согласно теории Маслоу, с одной стороны, деньги помогают «закрыть» только первый уровень потребностей, с другой стороны, пока потребности более низкого уровня не «закрыты», человек не сможет нормально жить дальше.

Исходя из табл. 2, из 4 представленных теорий можно выделить теорию Маслоу и рассмотреть ее подробнее.

Пытаясь мотивировать сотрудников, компании применяют два пути:

Мера первая: используются только материальные бонусы (процент от продаж, ежеквартальные и годовые бонусы). Вторая мера: компании навязывают сотрудникам корпоративные ценности, развивают наставничество, но регулярно меняют систему оплаты труда и налагают штрафы.

Для того чтобы получить наилучший результат, к которому стремится руководитель, используя систему мотивации труда, необходимо проанализировать, насколько она эффективна. Данный анализ состоит из нескольких важных областей:

изучение состояния системы мотивации, которая в настоящее время используется в компании;

анализ системы мотивации персонала на предмет ее эффективности;

оценка выявленных негативных факторов и работа по их устранению;

контроль за выполнением необходимых мероприятий.

Анализируя систему мотивации и стимулирования персонала, руководство всегда должно быть максимально объективным.

Это важно, потому что оценка в конечном итоге определяет, насколько каждый сотрудник и его работа важны для компании и соответствует ли их успех ожиданиям. В последующем анализ также помогает оценить зависимость их результатов от отдельных показателей.

Если система мотивации и стимулирования сотрудников разработана правильно, в результате руководитель получит преимущества представленные в табл.3.

Таблица 3

Преимущества при развитой системе мотивации и стимулирования
Персонал становится более ответственным. Повышается продуктивность сотрудников, и улучшается результат их работы
Снижается текучесть кадров
В коллективе царит благоприятная атмосфера, рождается командный дух
Компания начинает быстрее развиваться

Выводы. Подводя итог по результатам исследования, можно сделать вывод, что основным ресурсом, приносящим прибыль компании, является персонал. Ведь, несмотря на почти повсеместную компьютеризацию и использование современных технологий, руководят процессом люди. Просто так человек не будет тратить силы на ту же разработку новой модели либо же создание очередного отчета, если не заинтересован в результате.

Однако и сам результат может быть разным, от опосредованного до идеального. Если работодатель заинтересован в повышении дохода и притоке квалифицированных работников, он будет их мотивировать на достижение более высокого результата посредством ряда стимулирующих мер. Таким образом, трудовую мотивацию можно рассматривать как процесс воздействия на исполнителя различными способами и средствами, направленный на побуждение его к труду, так и как результат этого воздействия, отражающий результирующую совокупность трудовых мотивов.

Единого правила мотивации не существует. Часто нематериальные вознаграждения помогают достичь желаемого результата гораздо быстрее, чем денежные выплаты. Наиболее правильным решением является использование комплекса мер, направленных на стимулирование труда персонала.

Список литературы:

1. Мотивация и стимулирование персонала [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cdto.work/2021/08/25/motivation/> (дата обращения: 04.04.2023).
2. Мотивация и стимулирование персонала [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://kredit-on.ru/motivacia-i-stimulirovanie-personala/> (дата обращения: 04.04.2023 г.).

Гаглюева Э. Б., аспирант

Научный руководитель: Ибрагимхалилова Т. В., д-р экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
itv2106@mail.ru

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ФОРМИРОВАНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА

Актуальность. Ведущим фактором производства, поддержания и увеличения конкурентоспособности любой национальной экономики является человеческий капитал (ЧК). Кроме этого, ЧК выступает важнейшим инструментом повышения благосостояния и конкурентоспособности не только отдельного индивидуума, но и общества в целом. Сегодня не является секретом тот факт, что экономический рост ряда азиатских стран, таких как Япония, Южная Корея, Тайвань и Китай, основывался на формировании ЧК.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблемам исследования процесса формирования ЧК уделено внимание в научных трудах таких учёных, как: С.А. Багрецов, В.Н. Добрынин, С.Г. Караткевич [2], В.И. Романчин, И.В. Скоблякова, В.Т. Смирнов, И.В. Сошников [5] и др.

Целью исследования является факторов, влияющих на формирование человеческого капитала.

Результаты исследования. Термин «человеческий капитал» относится к экономическим категориям, которые не до конца изучены и не нашли единства мнений в отношении определения сущности, структуры и процесса его формирования.

Сегодня ЧК рассматривается как нематериальный актив или качество, включающее в себя такие активы, как образование, обучение, интеллект, навыки, здоровье и прочие вещи, которые ценят работодатели, такие как лояльность и пунктуальность.

То есть, ЧК – это сумма знаний, навыков, опыта и социальных качеств, которые способствуют способности человека выполнять работу способом, создающим экономическую ценность.

Общеизвестно, что ЧК повышает производительность и, как следствие, прибыльность. А его наращивание обеспечивает интеллектуальные преимущества и является залогом достижения успеха.

В истории экономической мысли на ценность ЧК акцентировал внимание Уильям Петти. Еще в 1676 г., он отмечал, что человеческая составляющая национального богатства выше, чем вещественная [4].

Основоположником же теории ЧК считается Г. Беккер, он определяет ЧК в качестве совокупности профессиональных знаний человека, мотивации и производственных навыков [1]. Автор теории считал, что ЧК формируется за счет инвестиций в человека.

В этой связи, формирование ЧК нужно исследовать как процесс поиска, возобновления и усовершенствования высококачественных продуктивных характеристик человека, с которыми он выступает в общественном производстве.

Т.И. Овчинникова отмечает, что формирование ЧК – это процесс создания производительных способностей человека путем инвестирования в образование, переподготовку и повышение квалификации, в повышение культурного уровня, в сохранение и укрепление здоровья [3].

Образование выступает важным фактором формирования ЧК и наиболее эффективным инструментом повышения и увеличения потенциала рабочей силы.

Формирование ЧК — это непрерывный постоянный процесс, с помощью которого личность достигает своего наивысшего потенциала и стремления к интеграции и оптимизации сочетания текущих процессов, таких, как образование, поиск работы, трудоустройство, формирование навыков и развитие личности. Таким образом, формирование ЧК связано с инвестициями в человека и его развитие как творческого и продуктивного ресурсов, т.е. человеческий капитал не может быть сформирован без целевых и устойчивых инвестиций в него.

Группа ученых во главе с В.Т. Смирновым считают, что ЧК формируется, как правило, посредством основной, так и дополнительной переподготовки, и повышения квалификации. В связи с этим авторы подразделяют ЧК на общий (базовый), который формируется главным образом в молодости, в процессе обучения в образовательных учреждениях, но под воздействием семьи. А специфический ЧК формируется посредством получения профессиональных навыков, за счет формальной и неформальной подготовки на предприятии и вне его, осуществляется благодаря инвестированию в переподготовку и повышение квалификации, как со стороны организаций, так и работников [5].

С. Г. Караткевич, В. Н. Добрынин и С. А. Багрецов отмечают, что накопленный общий ЧК является основой для формирования специфических способностей и навыков для развития личности в социальной среде [2].

Нужно выделить специфические особенности ЧК:

состоит из личных и профессиональных характеристик человека, создаваемых путем систематического и целенаправленного инвестирования;

капитал, неотделим от его субъекта;

используется субъектом для повышения эффективности собственной трудовой деятельности, предприятием для повышения рентабельности, а государством для обеспечения социальной защищенности;

обеспечивает рост индивидуального и национального дохода.

На формирование ЧК влияют различные внешние факторы, к которым относятся:

уровень социально-экономического развития государства, региона, общества (общий уровень образования, профессиональной подготовки, здравоохранения, номинальный и реальный доход населения и т.д.);

социально-демографическая ситуация в государстве, регионе, муниципалитете (возрастная и гендерная структура населения, уровень безработицы, продолжительность «трудовой жизни» и т.д.).

социальное и моральное состояние общества (моральные установки, преобладающие в обществе, социальные стандарты и т.д.).

производственная сфера экономики (состояние рынка труда, сложившиеся условия использования трудовых ресурсов и т.д.).

правовое регулирование экономики и труда (трудовые гарантии, установленные государством, степень допустимого государственного вмешательства в сферу предпринимательства, предусматриваемые налоги и сборы и т.д.).

состояние экологической среды (состояние окружающей среды в государстве, регионе, населенном пункте, наличие рекреационных ресурсов и т.д.) и др.

Е.В. Худобко условно разделили их на ряд групп:

институциональные: законы и законодательные акты, регулирующие права человека, его развитие и социально-трудовую сферу; государственная политика в сфере человеческого и социального развития; обеспечение равных прав и возможностей, устранение дискриминации;

экологические: общее экологическое состояние; качество питьевой воды и продуктов питания; природно-климатические условия; санитарно-гигиенические условия труда; рекреационные ресурсы;

социально-экономические: общий уровень образования и профессиональная подготовка населения; состояние здоровья и культуры; система стимулирования труда; уровень развития социальной инфраструктуры предприятия; уровень технико-экономического развития предприятия;

интеграционные: особенности государственной политики по поддержке интеграционных процессов; уровень сотрудничества страны с другими странами; уровень распространения транснациональных компаний с главным офисом в России; поддержка населения страны глобализационных процессов;

экономические: номинальные и реальные доходы населения; деление доходов по группам; показатели бедности; доступность товаров и услуг; уровень инфляции; покупательная способность национальной валюты; чистый национальный доход в расчете на душу населения; кредитно-финансовый механизм; налоговая система; размещение продуктивных сил по территории; уровень специализации и кооперации производства; уровень развития внешнеэкономических связей страны;

социально-демографические: численность занятого и безработного населения, его административно-территориальное деление; деление населения по отраслям и секторам экономики; продолжительность труда активного периода жизни;

социально-ментальные: преобладающие социальные ценности и нормы поведения; социальная ценность знаний; направленность на самореализацию и признание;

производственные: рынок труда: спрос на рабочую силу; условия использования рабочей силы; повышение квалификации; социальное развитие персонала;

демографические: численность населения; половозрастная структура населения; темпы природного прироста населения; средняя продолжительность жизни; миграция населения [6].

Выводы. Таким образом, в работе на основе выделения сущностных особенностей человеческого капитала определены факторы, влияющие на его формирование. Доказано, что формирование ЧК – это непрерывный постоянный процесс, с помощью которого личность достигает своего наивысшего потенциала.

Список литературы:

1. Беккер, Г.С. Человеческое поведение: экономический подход. Избранные труды по экономической теории [Текст] / Г.С. Беккер. – М.: ГУ ВШЭ, 2003. – 602 с.
2. Караткевич, С.Г. Методы формирования и оценки человеческого капитала социотехнических систем [Текст] / С.Г. Караткевич, В.Н. Добрынин, С.А. Багрецов // Вопросы экономики и права. – 2011. – № 7. – С. 54-58.
3. Овчинникова, Т.И. Человеческий капитал как фактор экономического роста современного предприятия / Т.И. Овчинникова. – Текст: электронный. – URL: <http://www.kapr.ru/articles/2005/10/4340.html> (дата обращения: 19.03.2023).
4. Политическая арифметика 1676 г. – Текст: электронный. – URL: https://seinst.ru/files/petti_politicheskaya_arifmetika.pdf (дата обращения: 19.03.2023).
5. Человеческий капитал: содержание, виды, оценка и стимулирование [Текст]: монография / В.Т. Смирнов, И.В. Сошников, В.И. Романчин, И.В. Скоблякова. – М.: Машиностроение-1, Орел: ОрелГТУ, 2005. – 513 с.
6. Худобко, Е. В. Особенности формирования и свойства человеческого капитала // Вестник БГУ. – 2011. – №3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-formirovaniya-i-svoystva-chelovecheskogo-kapitala> (дата обращения: 22.03.2023).

Гапоненко А. Д., студентка

Научный руководитель: Лукьянова К. К., канд. экон. наук

Донецкий государственный университет, РФ

garonenkoanastasia347@mail.ru

МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

Актуальность. Актуальность и важность проблем мотивации персонала в современном обществе заключается в том, что, поняв механизм формирования мотивационной сферы человека, руководители смогут более эффективно управлять персоналом, повышая тем самым производительность труда, конкурентоспособность предприятия и качество работы сотрудников. Ведь большинство из нас понимает, что главной движущей силой человека является именно мотивация. Если у вас нет сильного мотива к достижению цели, то, скорее всего, вы не получаете желаемое. Мотивация – это некое эмоциональное состояние, которое побуждает к действию.

Анализ последних исследований и публикаций. Особый вклад в изучение мотивации труда внесли такие ученые, как Ф. Тейлор, Э. Мейо, А. Маслоу, Д. Мак-Грегор, К. Альдерфер, Д. Мак-Клелланд, Ф. Херцберг, Л. Портер, Э. Лоутер, В. Врум и многие другие.

Цель исследования – обоснование актуальности и важности мотивации сотрудников в современном обществе для повышения эффективности деятельности предприятия.

Результаты исследования. Исследования мотивации предшествующих лет показали, что она как система претерпела негативные структурные изменения. Это означает, что более высшие потребности отошли далеко на задний план, а поведение большинства работников контролируется более сниженными потребностями, что является и следствием, и причиной формирования специфического менталитета современного работника. Кроме того, мотивация также прошла типологические изменения – в целом она была сведена к мотивации выбора и сохранения работы, а не к мотивации высокой активности и отдачи от труда при достойной оплате. Анализ важности внешней среды для мотивации показал полную недейственность традиционных, привычных нам, систем стимулирования труда. Это связано с тем, что старые системы стимулирования разрушены, а новые еще формируются, создаются. Такие выводы дают возможность говорить о кризисе мотивации на современном этапе и необходимости создания нового подхода к развитию и удовлетворению у работников потребностей в улучшении и качестве своей работы.

Менеджмент, или управление предприятием, – это процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимый для того, чтобы сформулировать и достичь цели организации посредством воздействия на других людей.

Мотивация – это одна из основных функций деятельности любого менеджера, и именно с ее помощью осуществляется влияние на персонал компании. Функция мотивации состоит в том, что она оказывает влияние на трудовой коллектив предприятия в виде стимулов к эффективной и качественной работе, социального воздействия, коллективных и индивидуальных мер заинтересованности. Эти формы воздействия активизируют работу субъектов управления, повышают эффективность всей системы управления предприятием или организацией [2]. Сущность мотивации заключается в том, что сотрудники компании или предприятия работают в соответствии с предоставленными им правами и обязанностями и, безусловно, с решениями руководства. Существует два типа мотивации: внутренняя и внешняя. Внутреннюю мотивацию создает сама работа. Например, это чувство достижения результата, содержательности и значимости выполняемой работы. Дружба и общение, которые возникают в процессе работы можно рассмотреть как внутреннюю мотивацию. Наиболее простой способ обеспечения внутренней мотивации – создание соответствующих условий работы и точная постановка задачи. Внешняя мотивация возникает не от работы, а дается организацией. Примерами внешней мотивации служат: зарплата, продвижение по службе, символы служебного статуса и престижа, похвала и признание, а также дополнительные выплаты (дополнительный отпуск, служебный автомобиль, оплата определенных расходов и страховки).

Известнейшей теорией мотивации является теория потребностей Абрахама Маслоу. Он был одним из первых бихевиористов (от англ. Behaviour – поведение – одно из направлений в американской психологии, которое возникло в начале XX в., и, в отличие от других теорий, предметом психологии считает поведение, а не сознание или мышление), из работ которого руководители узнали о сложности человеческих потребностей и их влиянии на мотивацию. Абрахам Маслоу, создавая свою теорию в 40-ые годы считал, что люди имеют различное множество потребностей, которые

можно разделить на пять основных. Эта мысль была детально разработана его современником, психологом из Гарварда, Мурреем [1].

Практическая функция мотивации состоит в выборе множественных способов и методов эффективного воздействия на персонал для сосредоточения на качественной деятельности с учетом мотивационных установок сотрудников и их профессионального и личностного потенциала. Единых методов мотивации персонала, которые были бы эффективны абсолютно при любых обстоятельствах, не существует. Выбор определенного метода мотивации должна, прежде всего, определять общая стратегия управления персоналом, которой придерживалась или хочет следовать организация.

Сотрудников следует стимулировать промежуточными достижениями, не дожидаясь полного завершения всей работы, поскольку больших успехов моментально достичь трудно, такие случаи существуют, но они относительно редки. Поэтому есть надежда, что позитивная мотивация будет усилена за не слишком длительный промежуток времени. Однако по этой причине общие задачи должны быть разделены и спланированы по этапам, для того, чтобы должным образом оценить каждую задачу в соответствии с фактически выполненной рабочей нагрузкой [3].

Выводы. В настоящее время тема мотивации очень актуальна. Ведь большинство понимает, что главной движущей силой человека является именно мотивация. Если у сотрудника нет сильного мотива к достижению цели, то, скорее всего, он не получит желаемого. Мотивация действительно повышает базовую производительность труда. Высокомотивированный сотрудник на самом деле лучше работает. Организации, чьи сотрудники хорошо работают, в целом показывают лучшие результаты, а изменение отношения работников к труду повышает прибыльность компании.

Список литературы:

1. Афанасьева, В. С. Эффективные методы мотивации персонала / В. С. Афанасьева // Аллея науки. – 2020. – Т. 2. – № 12 (51). – С. 456-458.
2. Базаров, Т. Ю. Психология управления персоналом: учебник и практикум для вузов / Т. Ю. Базаров. – Москва: Издательство Юрайт, 2020. – 381 с.
3. Генкин, Б. М. Мотивация и организация эффективной работы (теория и практика): монография / Б. М. Генкин. – 2-е изд., испр. – Москва: Норма: ИНФРА-М, 2020. – 352 с.

Гринева К. Н., студент
Научный руководитель: Балтачьева Н. А., д-р экон. наук, профессор
Донецкий государственный университет, РФ
grinewa.kristina@yandex.ru

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ НА РЫНКЕ ТРУДА ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что в современных экономических условиях важнейшей задачей является совершенствование экономических отношений во всех сферах общественного хозяйства, включая рынок труда. Успешное развитие цивилизованной рыночной экономики невозможно без эффективного функционирования рынка труда, с которым связаны существенные изменения в системе социально-трудовых отношений, затрагивающие интересы его субъектов.

Анализ последних исследований и публикаций. Современная экономическая наука накопила богатый опыт как в теоретическом изучении рынка труда, так и в практических вопросах его регулирования. В последние годы в экономической литературе опубликован ряд работ, посвященных формированию рынка труда и его функционированию в условиях рыночно ориентированной экономики. Значительный вклад в изучение данной проблемы внесли В. Адамчук, П. Акинин, В. Буланов, Л. Бушуев, Н. Волгин, Б. Гершкович, Р. Капелюшников, С. Карташов, С. Кузьмин, Н. Курбанов, О. Мамедов, Г. Меликьян, А. Никифорова, Ю. Одегов, В. Павленков, А. Романовский, Я. Рыбаков, А. Яковлев и др.

Отдельные аспекты безработицы исследованы и отражены в трудах таких ученых как А. И. Архипов, О. А. Гордилов, В. А. Шевчук и др.

Целью исследования является выявление особенностей развития рынка труда в современных условиях Донецкой Народной Республики.

Результаты исследования. Рынок труда – это сфера формирования спроса и предложения рабочей силы. Через этот институт обеспечивается занятость и доход населения. В настоящее время рынок труда переживает трансформацию, меняется качественный и количественный состав рабочей силы. Это означает, что расширение и развитие производства и изменения в системе требуют работников с высокоспециализированными навыками. В результате возникает целый ряд проблем, которые оказывают серьезное влияние не только на отдельные отрасли, но и на экономику государства в целом.

Вопросы рынка труда актуальны для экономики ДНР, это связано с тем, что без рационального использования имеющейся рабочей силы невозможно интегрировать ее в систему международных экономических отношений. Именно на рынке труда происходит купля-продажа рабочей силы и оценивается ее социальная значимость.

Современное состояние рынка труда и наличие безработицы являются весьма болезненными для населения республики, так как работа – это источник дохода и самореализации. Существование безработицы в ДНР связано с военными действиями, эмиграцией населения в другие страны, выездом многих предприятий за пределы Донецкой области или полным прекращением деятельности предприятий и многих заводов на территории ДНР из-за недоступности уже привычных для них рынков сбыта.

Значительную роль в регулировании рынка труда играют центры занятости. Рассмотрим показатели деятельности Республиканского центра занятости ДНР (РЦЗ ДНР) по обеспечению занятости населения в 2021–2022 гг. (табл. 1).

Таблица 1

Основные показатели деятельности РЦЗ ДНР по обеспечению занятости населения
в 2021–2022 гг. [1; 2]

Показатели	2021 год	2022 год
Поступило вакансий постоянных рабочих мест, ед.	57 696	68 678
Количество лиц, ищущих работу, состоявших на учете, чел.	34 705	58 618
Из них: трудоустроено по направлениям центров занятости в том числе, чел.:	29 065	49 369
– на постоянные рабочие места	19 955	22 168
– на работы временного характера	9 110	27 201

Из данных, приведенных в табл. 1, видно, что показатели в 2022 г. возросли по сравнению с 2021 г. В территориальных органах Республиканского центра занятости Донецкой Народной Республики в 2021 году состояло на учете 34,7 тыс. лиц, ищущих работу, из которых 18,4 тыс. – женщины, 11,7 тыс. – молодежь в возрасте до 35 лет, 476 человек – инвалиды, а в 2022 году состояло на учете 58,6 тыс. лиц, ищущих работу, из которых 29,4 тыс. – женщины, 13,8 тыс. – молодежь в возрасте до 35 лет, 371 человек –

инвалиды.

Рассмотрим состояние рынка труда в разрезе административно-территориальных единиц Донецкой Народной Республики (табл. 2).

Таблица 2

Информация о состоянии рынка труда в разрезе административно-территориальных единиц Донецкой Народной Республики за 2021–2022 гг. [1; 2]

Наименование административно-территориальной единицы ДНР	Численность лиц, ищущих работу, состоявших на учете в центре занятости, чел.		Количество свободных рабочих мест (вакантных должностей), предоставленных работодателями в центр занятости, ед.		Коэффициент напряженности на рынке труда (нагрузка на одно свободное рабочее место (вакантную должность))	
	2021	2022	2021	2022	2021	2022
1	2	3	4	5	6	7
Всего по Республике	34 705	58 618	57 696	68 678	0,6	0,9
г. Донецк	8 024	11 354	24 116	25 358	0,3	0,4
г. Горловка	4 817	3 748	4 771	3 736	0,1	1,0
г. Дебальцево	911	2 179	481	1 235	1,9	1,8
г. Докучаевск	1 100	2 271	958	1 432	1,1	1,6
г. Енакиево	2 375	3 322	3 231	4 016	0,7	0,8
г. Ждановка	505	436	391	357	1,3	1,2
г. Кировское	711	656	438	363	1,6	1,8
г. Макеевка	5 154	12 416	9 530	9 756	0,5	1,3
г. Мариуполь	–	7 727	–	7 767	–	1,0
г. Снежное	1 302	1 041	2 100	2 035	0,6	0,5
г. Торез	1 734	1 377	2 068	1 856	0,8	0,7
г. Харцызск	1 938	1 541	2 311	2 156	0,8	0,7
г. Шахтерск	1 107	1 412	2 436	2 501	0,5	0,6
г. Ясиноватая	1 169	813	950	705	1,2	1,2
Амвросиевский район	1 199	1 124	1 207	995	1,0	1,1
Волновахский район	–	1 361	–	701	–	1,9
Володарский район	–	405	–	128	–	3,2
Новоазовский район	818	1 874	532	720	1,5	2,6
Першотравневый район	–	442	–	305	–	1,4
Старобешевский район	1 197	1 500	1 723	1 851	0,7	0,8
Тельмановский район	644	1 619	453	705	1,4	2,3

Данные табл. 2 показывают, что в целом количество свободных рабочих мест превышает количество ищущих работу, зарегистрированных в центрах занятости, но большинство свободных рабочих мест не подходит для работников других отраслей, и в большинстве случаев население не устраивает размер предлагаемой заработной платы. Снизить уровень безработицы достаточно сложно, так как большая часть населения Донецкой Народной Республики сосредоточена в тяжелой промышленности, где в настоящее время нет предложений от работодателей.

Проведенный анализ позволяет выделить следующие тенденции на рынке труда Донецкой Народной Республики:

1. Одной из самых серьезных проблем в республике является проблема безработицы среди мужчин и женщин. Эта проблема представлена преобладанием тяжелой промышленности с условиями труда, которые делают практически невозможным предоставление работы женщинам.

2. Не соответствие между спросом и предложением рабочих мест. С одной

стороны, наблюдается насыщение рынка предложением специалистов в области права, экономики и менеджмента, с другой – наблюдается высокий спрос на специалистов в сфере образования, здравоохранения и промышленности.

3. Иррациональное поведение безработных. Проявляется в том, что большинство людей, ищущих работу, не обращаются в профессиональные центры, которые информируют о подходящих вакансиях.

Вывод. Проблема безработицы касается каждого жителя ДНР и на данный момент связана с тем, что многие востребованные профессии не удовлетворяют работников в финансовом плане или требуют переобучения кандидатов на данные должности. Поэтому вопросы регулирования рынка труда в республике требуют срочного решения для обеспечения высокого уровня социально-экономического развития и снижения социальной напряженности. Чтобы понять всю сложность экономической ситуации в регионе, необходимо сосредоточиться на развитии внутреннего рынка и перспективных отраслей экономики. ДНР – это регион, богатый природными и человеческими ресурсами, которые в сочетании с эффективными механизмами национальной поддержки занятости способны обеспечить процветание молодого государства.

Список литературы:

1. Анализ рынка труда Донецкой Народной Республики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mer.govdnr.ru> (дата обращения: 14.03.2023).
2. Официальный сайт Республиканского центра занятости Донецкой Народной Республики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rcz-dnr.ru> (дата обращения: 14.03.2023).

Гришунина Ю. А., студент
Научный руководитель: Ганич Л. В., канд. экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
jul.gri-na@ya.ru

КЛЮЧЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ СИСТЕМЫ КРІ – ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

Актуальность. В мировой практике существует множество методов и технологий управления организацией, однако значительное распространение получила система ключевых показателей эффективности (Key Performance Indicator – KPI). Данный метод основывается на стратегии компании и процессе выбора стратегических целей организации, их четкого формулирования и разработки способов достижения этих целей с помощью ключевых показателей эффективности.

Анализ последних исследований и публикаций. Работы многих отечественных и зарубежных авторов посвящены изучению вопросов управления персоналом, совершенствования системы мотивации персонала, применения ключевых показателей эффективности в управлении предприятием: Аверина И.Н., Друкер П.Ф., Зайцев Л.Г., Зуб А.Т., Каплан Р., Клейнер Г.Б., Корнеева И.В., Корнюшин В.Ю., Лобанова Т.Н., Лузина А.В., Панов М.М., Пармендер Д., Полякова Т.В., Ревуцкий Л.Д., Ставицкая О.С. и другие [2].

Целью исследования является теоретическое исследование ключевых показателей эффективности системы КРІ в рамках управления организацией.

Результаты исследования. KPI – это система, которая позволяет оценивать эффективность работы организации на предмет достижения целей (стратегических и практических). Чаще всего ключевые показатели эффективности применяются в крупных компаниях, имеющих большой штат сотрудников. Внедрение данной системы облегчает контроль эффективности всей организации и каждого сотрудника по отдельности. Зная ключевые показатели эффективности, работодатель получает возможность управлять процессом в полной мере, ставить задачи, цели перед сотрудниками и мотивировать как к личным достижениям, так и к общим [1].

Следует отметить, что система KPI позволяет:

- объективно оценивать эффективность работы организации, подразделения, группы или отдельно взятого сотрудника;
- мотивировать на результат и повышать ответственность;
- сопоставлять однородные процессы различных структурных единиц;
- составлять доступную и наглядную форму влияния того или иного процесса на результат;
- повышать эффективность принятия того или иного управленческого решения [2].

Компетентная разработка и внедрение KPI позволяют урегулировать несколько важных процессов в организации:

- выстроить план для каждого сотрудника в соответствии с его обязанностями и определить ответственность за выполнение определенной задачи;
- повысить «понятность» достижения или не достижения необходимого результата и сформировать ожидания результатам деятельности;
- быстрое определение сотрудника/подразделение, где произошел сбой/ошибка;
- отразить вклад каждого сотрудника в достижении цели;
- показать руководителю, как и кто из сотрудников оказывает влияние на результат, разъяснить, чем он может помочь и как стимулировать сотрудника.

Грамотной внедрение системы ключевых показателей эффективности могут значительно улучшить образ организации. Также внедрение системы выявит и проблемы организации, касающиеся и корпоративной культуры. Например, управление на основе результатов может начать стимулировать дух конкуренции [3].

Чтобы система KPI работала эффективно, она должна быть доступно и понятно сформулирована. Для этого разрабатываются положения о ключевых показателях эффективности, карты KPI, где прописана методика расчета каждого показателя и соответствующего размера бонуса.

Выделен ряд факторов, обеспечивающих успешности при внедрении и использовании KPI, которые способствуют качественному применению системы ключевых показателей эффективности на предприятии. К основным преимуществам управления организацией на основе KPI можно отнести следующие результаты:

1. Рост производительности труда и экономической эффективности предприятия. Система способствует выходу организации на новый, более эффективный уровень.
2. Рост удовлетворенности и квалификации персонала, снижение текучести кадров. Грамотно разработанная система приводит к более четкой и осознанной деятельности сотрудников, к лучшему пониманию выполняемых ими функций и стоящих перед ними задач. Это способствует росту удовлетворенности, мотивации, осознанности в работе, а, следовательно, и квалификации сотрудников.
3. Повышение управленческой квалификации руководителей. Внедрение системы KPI приводит к необходимости обучения для руководителей, повышения их квалификации.
4. Формирование и развитие управленческой команды. Один из лучших методов

формирования успешной управленческой команды – это совместная и регулярная деятельность по решению общих проблем организации. Участие в проекте по разработке и внедрению системы КРІ всех топ-менеджеров и руководителей подразделений постепенно приводит к налаживанию отношений, взаимопониманию, формированию общих ценностей и целей [1].

При разработке и внедрении КРІ необходимо регулярно проводить совещания и рабочие встречи для обсуждения всех спорных и проблемных моментов, проводить переговоры между руководителями разных уровней. Результатом этого может стать формирование эффективной управленческой команды, способной быстро и эффективно решать организационные проблемы и внедрять новые управленческие технологии [2].

Выводы. Внедрение системы КРІ в организациях создает баланс интересов компании и сотрудника, побуждает сотрудника к деятельности в направлении достижения целей компании. На основе КРІ создается общая система и стратегия управления персоналом [4].

Список литературы:

1. Аверина, И.Н. Методы и управление оценкой деятельности сотрудников предприятия / И.Н. Аверина, Я.А. Семашко. – Москва, 2019. – 140 с.
2. Банных, М.В. Опыт внедрения системы КРІ на предприятии / М.В. Банных, В.Ж. Дубровский. – Форум молодых ученых. – 2019. – № 19. – С. 111–115.
3. Баранков, Д.В. Подходы к разработке целевых стратегических показателей / Д.В. Баранков. – Петрозаводск, 2020. – С. 71–77.
4. Зуб, А.Т. Управление стратегическими изменениями в организациях / А.Т. Зуб. – Москва, 2019. – 284 с.

Демиденко О. И., студентка
Научный руководитель: Штреккер И. А.
Донецкий государственный университет, РФ
olesya.demidenko.04@mail.ru

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ РАБОТНИКОВ НА ВНУТРИФИРМЕННОМ РЫНКЕ ТРУДА

Актуальность. В современном обществе общий уровень развития и доступности достижений техники и технологий настолько высок, что только за их счет выиграть в конкурентной борьбе на рынке невозможно. Требуется использование более мощного, перспективного и эффективного ресурса, каковым может быть только человек с его творческим и физическим потенциалом, способностью не только к воспроизводству своей рабочей силы, но и к саморазвитию. Деятельность любой организации зависит от того, насколько качественно персонал выполняет свои трудовые обязанности, а также насколько хорошо работники взаимодействуют. Заинтересованность сотрудников в хороших результатах труда является залогом успешного развития организаций.

Актуальность данной темы заключается в том, что задача развития и укрепления конкурентоспособности управленческих кадров является составной и неотъемлемой частью повышения конкурентоспособности организации. А высокий уровень конкурентоспособности работников, с одной стороны, обеспечивает его обладателям определённый уровень личной экономической безопасности и социальной устойчивости, с другой стороны, он является одним из условий эффективной

деятельности предприятия. Эффективно работающие, конкурентоспособные предприятия – залог экономически эффективного государства, что, в свою очередь, является фундаментом экономической безопасности страны.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблеме конкурентоспособности работников на внутрефирменном рынке труда посвящена работа А.Н. Кары, которая предложила для исследования использовать ряд количественных и качественных показателей, веса которых определяли эксперты. В процессе своего исследования А.Н. Кара выделила единичные показатели конкурентоспособности работников, влияющие на конечный результат деятельности, – как в количественном отношении, так и в качественном [2].

Особенности конкурентоспособности работников по категориям, отраслям и регионам рассматривались в трудах Ж. Блюмен-стака, Е. Л. Богдановой, И. В. Вириной, Е. А. Галузо, В. Н. Лазарева, Д. Леппарда, Н. А. Ляпкиной, В. Н. Мезинова и др.

Цель исследования: проанализировать возможности конкурентоспособности работников на внутрифирменном рынке труда России.

Результаты исследования. Под конкурентоспособностью работников следует понимать, конкурентоспособность трудового коллектива, формируемого совокупностью качественных и количественных характеристик отражающую степень их соответствия (несоответствия) требованиям рынка труда (внутрифирменного) позволяющую расширить ресурсные возможности организации и повысить ее конкурентоспособность.

Ситуация на рынке труда в России в связи с политическими событиями, экономическим ростом и стагнацией может поставить специалистов с высокой квалификацией и опытом работы в неадекватные условия. Тогда конкурентоспособными становятся специалисты с другими качествами, более подходящими в этот период. Поэтому соответствие требованиям работодателя обоснованно присутствует в большинстве определений конкурентоспособности. Возможны и другие ситуации – при избыточном предложении рабочей силы на рынке труда специалисты не могут найти соответствующего своему уровню рабочее место, и готовы пойти на менее престижную или низкооплачиваемую работу, однако там их квалификация является избыточной, и не всегда работодатели готовы принимать таких работников [5]. При недостатке рабочей силы на рынке труда работодатели оказываются в другой ситуации, когда не могут найти специалиста уровня, соответствующего требованиям. В этом случае также высокое качество рабочей силы не является конкурентным преимуществом. То есть для высокой конкурентоспособности большое значение имеют внешние условия и не всегда высокое качество рабочей силы делает специалиста более конкурентоспособным [4].

Так же нужно учитывать, что высокий уровень качества рабочей силы на внутрифирменном рынке труда в России имеет наибольшее значение для конкурентоспособности в период стабильности и роста экономики. В период же кризиса и спада производства на конкурентоспособность при трудоустройстве оказывают влияние в большей степени другие параметры, такие как много профильность деятельности, мобильность, согласие работать за более низкую заработную плату и другие. На российском внутреннем рынке труда конкурентоспособность сотрудника связана с механизмами «Я хочу», «Я могу», «Мне нужно». Они непосредственно относятся к трудовой деятельности индивида, которая характеризует ее желание применять на практике имеющиеся знания, навыки и умения и получать за это вознаграждение. Максимальное совпадение механизмов «Я могу», «Я хочу» и «Я должен» становится условием повышения трудовой активности и развития персонала организации. Человек может проявить свои способности, успешно развить

их в процессе обучения, а затем реализовать их во время работы только в том случае, если он заинтересован в работе, осознает и принимает цель компании. Если же потребности общества, организации, интересы работника и его способности не согласованы, то это негативно сказывается на трудовой активности, уровне конкурентоспособности персонала.

Вместе с тем, развитие персонала, повышение конкурентоспособности сотрудника охватывают широкий круг вопросов, связанных с организацией различных форм и методов профориентации, обучения, оценки персонала, планирования карьеры, стратегий управления организацией и тому подобного [1].

Проанализируем выше сказанное на примере предприятия, на котором работает 50 сотрудников. У каждого из них есть свои конкурентные преимущества по сравнению с другими сотрудниками. Цель – выявить наименее конкурентоспособного сотрудника. В организации есть 5 отделов по 10 человек в каждом. Конкурентоспособность сотрудников в каждом отделе разная: 1 отдел-1.2; 2 отдел-1.34; 3 отдел-1.42; 4 отдел-0.95; 5 отдел-1.5.

Определим, какой сотрудник замедляет производство всего предприятия, и проанализируем возможность повышения его конкурентоспособности. Из данных видно, что самая низкая конкурентоспособность у сотрудников отдела № 4 (0,95).

Конкурентоспособность каждого сотрудника отдела № 4 равна: 1 работник-1.05; 2 работник-1; 3 работник-1.26; 4 работник-1.03; 5 работник-0.43; 6 работник – 1.12; 7 работник – 1.33; 8 работник-0.6; 9 работник-1.01; 10 работник-0.67.

Из данных видно, что сотрудник под номером 5 обладает самой низкой конкурентоспособностью.

Проанализировав информацию, видно, что необходимо повышать конкурентоспособность определенного сотрудника, а не всей команды в целом, за счет: профессионального развития, направления сотрудника на тренинги, стажировки; улучшения бизнес-среды и создания достойных условий труда и т.д.

После всех принятых мер конкурентоспособность сотрудников этого отдела может быть пересчитана. Если показатели улучшаются, то мы пересчитываем конкурентоспособность сотрудников каждого отдела. Если показатели не изменились или стали хуже, то следует принимать самые радикальные меры (вносить коррективы в социальный пакет, заработную плату, дополнительные стимулы и т.д.) [3].

На этапе подбора персонала руководству организации следует уделять больше внимания кандидатам, продумывать систему отбора, прогнозировать и планировать потребность в сотрудниках, анализировать структуру сотрудников предприятия, а также мотивировать работников в достижении целей предприятия. А сотрудники, в свою очередь должны стремиться расширять свои знания и квалификацию как в определенной сфере, так и в смежных.

Выводы. Рассмотрев конкурентоспособности работников на внутрифирменном рынке труда России, на примере одного предприятия можно сделать такие выводы: конкурентоспособность в стране – более индивидуальное понятие, чем качество рабочей силы, и организация для повышения эффективности больше заинтересована именно в качественном персонале, а конкурентоспособность следует рассматривать в данном случае как следствие высокого качества рабочей силы. Высокая конкурентоспособность персонала служит и определенным стимулом для организации в совершенствовании системы работы с персоналом. А на формирование системы конкурентоспособности персонала предприятия влияют следующие факторы: социально-экономические условия развития регионов России; демографическая ситуация; государственная политика в сфере социально-трудовых отношений; развитие образования, науки и техники; спрос и предложение рабочей силы на рынке труда,

организация режима рабочего времени, организация рабочего места, создание условий труда для персонала, оплата труда персонала, повышение уровня квалификации персонала, стимулирования и мотивация труда.

Также нужно отметить, что конкуренция среди молодых специалистов России выросла в период санкционного кризиса сильнее, чем по рынку в целом: это может быть связано с тем, что соискатели без опыта – одна из наиболее уязвимых групп на рынке труда, и в текущий кризис они не переставали искать работу или подработку, хотя число вакансий при этом уменьшилось [6].

Список литературы:

1. Мокроносов, А. Г. Конкуренция и конкурентоспособность: учебное пособие / А. Г. Мокроносов, И. Н. Маврина. – Екатеринбург: Изд-во Урал ун-та, 2014. – 194 с.
2. Кара, А. Н. Оценка конкурентоспособности специалистов на региональном рынке труда: теория, методология, практика: дис. ... д-ра экон. наук. Москва, 2012. – 391 с.
3. Эсаулова, И. А. Внутрифирменный рынок труда: теория, методология, анализ: дис. д-ра экон. наук. Москва, 2009. – 391 с.
4. Емелина, Т. А. Обучение персонала как основной метод повышения конкурентоспособности работников на внутрифирменных рынках труда: проблемы и пути их решения / Т. А. Емелина, Н. В. Горнастаева // Молодой ученый. – 2015. – № 18. – С. 258–260.
5. Шагалина, Д. А. Конкурентоспособность персонала организации: факторы влияния и инструменты управления / Д. А. Шагалина, О. В. Бурдюгова // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2017. – Т. 39. – С. 4146–4150. – URL: <http://e-koncept.ru/2017/971156.htm> (дата обращения: 27.03.2023).
6. Славова, Л.Д. Конкурентоспособность молодого специалиста в современных реалиях [Электронный ресурс]. – URL: <http://rusnauka.com> (дата обращения: 27.03.2023).

Еверзов Н. М., студент

Научный руководитель: Лукьянова К. К., канд. экон. наук
Донецкий государственный университет, РФ
nikita.everzov@mail.ru

ВЛИЯНИЕ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА НА СОКРАЩЕНИЕ ТЕКУЧЕСТИ КАДРОВ

Актуальность. Актуальность темы обусловлена несколькими факторами. Во-первых, текучесть кадров является серьезной проблемой для бизнеса, которая может привести к потере ценных кадров и знаний, а также увеличению расходов на подбор и обучение новых сотрудников. В этом контексте сокращение текучести кадров становится ключевой задачей для компаний, стремящихся сохранить свой конкурентный потенциал на рынке. Во-вторых, мотивация персонала является одним из основных факторов, влияющих на удержание сотрудников в организации. Если сотрудник не получает достаточной мотивации и не видит перспективы развития в компании, то он может решить покинуть ее в поисках более выгодных условий труда. В-третьих, мотивированные сотрудники работают более продуктивно и эффективно, что имеет прямое отношение к результатам работы компании.

Анализ последних исследований и публикаций. Важную роль в экономической науке занимают проблемы в области изучения текучести кадров. Они отражены в трудах таких отечественных ученых, как О. С. Виханский, А. Я. Кибанов, Д. А. Аширов, А. В. Филиппов, И. А. Баткаев, М. В. Грачев, А. П. Егоршин, А. П. Андруник.

Цель исследования – определение наиболее эффективных методов мотивации персонала, которые позволят организации снизить текучесть кадров и сохранить опытных сотрудников.

Результаты исследования. Текучесть кадров – это показатель, который описывает частоту замены сотрудников в организации за определенный период времени. Обычно этот показатель выражается в процентах и рассчитывается путем деления числа уволившихся сотрудников на среднюю численность персонала за определенный период времени, умноженную на 100%.

Текучесть кадров может иметь как положительное, так и отрицательное влияние на организацию. С одной стороны, высокая текучесть может свидетельствовать о проблемах с управлением персоналом, недостаточной оплате труда, отсутствии возможностей для развития и карьерного роста сотрудников. С другой стороны, низкая текучесть может означать, что организация удерживает высококвалифицированных и довольных сотрудников, которые способствуют успеху организации.

В зависимости от характера дисбаланса в системе конкурентоспособности рынка труда, существуют определенные виды и формы текучести кадров:

1. Активный – возникает в связи с неудовлетворенностью работника своим рабочим местом.
2. Пассивный – проявляется в результате неудовлетворенности сотрудником со стороны предприятия.
3. Внешний – характеризуется движением персонала между различными организациями, отраслями и отраслями экономики.
4. Внутриорганизационный – связанный с рабочим движением работников внутри одной организации [4].

Анализ текучести кадров – это процесс изучения количества и причин ухода сотрудников из организации в определенный период времени. Он включает в себя сбор данных о количестве увольнений, причинах ухода, сроках работы на предприятии, структуре увольнений, а также оценку влияния текучести кадров на деятельность организации.

При анализе текучести рабочей силы общепринято начинать с понятия «движение кадров». Под движением кадров понимается совокупность всех случаев поступления на предприятие работников извне и всех случаев выбытия за пределы предприятия. Анализ текучести кадров включает в себя решение ряда задач: расчёт коэффициента текучести кадров за рассматриваемый период; определение нормативных значений с учётом специфики деятельности; выявление причин высокой текучести кадров; поиск решений, благодаря применению которых компании удастся снизить текучесть кадров.

Анализ текучести кадров позволяет оценить эффективность системы управления персоналом и выявить причины, по которым сотрудники покидают компанию. На основе результатов анализа можно разработать меры по улучшению условий работы, мотивации и удержанию кадров в организации, что в свою очередь может привести к увеличению производительности труда и сокращению затрат на подбор и обучение новых сотрудников [3].

Мотивация персонала имеет прямое влияние на сокращение текучести кадров. Если сотрудники чувствуют, что их работа ценится, они получают достаточную оплату и перспективы развития, они склонны оставаться на своих рабочих местах. В то же

время, если сотрудники не мотивированы, они могут искать другие возможности для работы, даже если это означает уход из текущей компании. На текучесть персонала влияет целый ряд факторов. По возникновению факторы можно условно разделить на три большие группы: связанные с семейными и бытовыми обстоятельствами; с неудовлетворенностью работников условиями труда и жизни; с нарушениями трудовой дисциплины.

Мнения сотрудников и руководства могут расходиться относительно значимости мероприятий для повышения мотивации на предприятии, что может привести к высокой текучести кадров, снижению уровня квалификации работников, нехватке взаимопонимания между ними и, как результат, снижению финансово-экономических показателей предприятия. Однако умелое управление персоналом и использование мер, учитывающих потребности сотрудников в профессиональном развитии и вознаграждении, могут значительно улучшить производственные процессы и финансовые результаты предприятия [3].

В области материального стимулирования применяют следующие методы:

1) ежемесячные выплаты надбавок, бонусов отличившимся сотрудникам. Результат – заинтересованность сотрудников выполнять качественно должностные обязанности;

2) выплата премий за инновации. Результат – со стороны сотрудников продвижение и реализация выдвинутых инициатив, реализация своего творческого потенциала в организации;

3) ежегодные выплаты премий за стаж работы. Результат – снижение текучести кадров, создание постоянного штата сотрудников;

4) выплата стимулирующих надбавок и доплат за совмещение работы отсутствующих сотрудников либо расширение зоны обслуживания при совмещении аналогичной должности, надбавок за учёную степень, доплат за наставничество. Результат – увеличение лояльности сотрудников к работодателю;

5) денежные компенсации за особые условия труда. Результат – повышение доверия к работодателю, снижение текучести кадров и создание сплоченного коллектива [1].

В качестве нематериальной мотивации применяют следующие мероприятия:

1. Предоставление первоочередной возможности выбора времени отпуска. Результат – повышение производительности труда, повышение социальной активности.

2. Прозрачная, понятная всему штату сотрудников система оплаты труда. Результат – повышение лояльности сотрудников к работодателю.

3. Организация отдыха работников и членов их семей, например, организация и частичная оплата поездок сотрудников и их детей на развлекательные мероприятия в другие города. Результат – формирование у сотрудников ощущения «заботы» об их досуге со стороны руководства предприятия, создание причастности к единой команде.

Для улучшения ситуации с постоянно уходящими из компании сотрудниками и получения возможности регулировать интенсивность оттока персонала из компании, прежде всего, необходимо понять и определить причины увольнения персонала.

Основным фактором является недовольство сотрудников своим положением, что подразумевает собой:

1) неудовлетворённость заработной платой, условиями труда, организацией труда;

2) отсутствие удовлетворения от работы;

3) социальные проблемы;

4) невозможность построения карьеры;

5) неспособность выполнять поставленные задачи;

- 6) неудовлетворённость отношениями с руководителями и коллективом;
- 7) отсутствие перспектив профессионального роста [4].

Также к высокой текучести часто приводят следующие нарушения в деятельности предприятия: высокий процент ошибок в системе набора новых сотрудников; несбалансированная система мотивации и стимулирования; внутриорганизационные нарушения [2].

Важно отметить, что текучесть кадров взаимосвязана не только с бытовой и социальной нестабильностью, но и с трудностями самореализации или самоутверждения, поэтому возможность карьерного роста является существенным фактором для работников, особенно молодых специалистов.

Выводы. Таким образом, чтобы сократить текучесть кадров, необходимо обеспечить мотивацию персонала. Это можно сделать, введя систему вознаграждения и стимулирования, предоставляя сотрудникам возможности для развития и роста, обеспечивая благоприятную и поддерживающую рабочую среду, а также учитывая мнение и потребности сотрудников. Кроме того, важно обеспечивать ясную коммуникацию и открытость в отношениях с персоналом, чтобы они могли чувствовать себя частью команды и принимать участие в процессе принятия решений.

Список литературы:

1. Развитие инновационной деятельности экономических систем: монография / В.А. Васяйчева, А.В. Султанова, М.О. Сураева, Е.В. Франк. – Самара: Изд-во: СамНЦ РАН, 2018. – 207 с.
2. Влияние мотивации персонала на сокращение текучести кадров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://clck.ru/342YDd> (дата обращения: 03.04.2023).
3. Влияние мотивации персонала на сокращение текучести кадров на предприятии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://clck.ru/33uugz> (дата обращения: 03.04.2023).
4. Совершенствование работы по снижению текучести персонала на государственном предприятии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://elib.pnzgu.ru/files/eb/doc/tVDp6nsWiS3H.pdf> (дата обращения: 03.04.2023).

Елисеева А. В., студентка

Научный руководитель: Писарева Ю. С.
Донецкий государственный университет, РФ
eliseeva56478995@gmail.com

ТРУДОВЫЕ РЕСУРСЫ И ПРОБЛЕМЫ ИХ РАЦИОНАЛЬНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Актуальность. В современных условиях одной из серьезных проблем, стоящих перед российскими организациями, является огромный уровень текучести персонала. Важным вопросом данной проблемы стоит повышение значимости изучения структуры и динамики численности трудовых ресурсов и назревшей необходимостью изменения методических подходов к организации статистических наблюдений в данной сфере. Научная новизна состоит в доказанной эклектичности сложившейся системы учета, приводящей в ряде случаев к искажению результатов исследований рабочей силы; аргументация основывается на общем выводе различных источников статистической информации, составивших эмпирическую базу исследования.

Анализ последних источников и публикаций. За последнее время, значительный вклад в развитие кадрового потенциала и изучения проблем текучести персонала внесли Костенькова Т.А., Трубицына Н.С., Ганченко Д.Н., Мамлеева Э.Р., Сазыкина М.Ю., Марьина А.В., Бесчастнова Н.В., Чемезова А.А., Егоров П.Н. рассматривают основные особенности управления трудовыми ресурсами. Резникова О.С. считает, что эффективность работы любого предприятия во многом зависит от качества управления его трудовыми ресурсами. Вопросами эффективности труда занимался ученый А. К. Гастев. На практике в организациях по управлению трудовыми ресурсами широко применяются методы Д. Ульриха, Д. Филиппа. Проблемами организации труда и управления был П. М. Керженцев. При НИИ труда вопросами нормирования управленческого труда занимался Г. Э. Слезингер и ряд других ученых и научных сотрудников, как Л. Н. Качалина, О. В. Козлова, Г. Х. Попова, Л. Н. Зудина.

Целью исследования является определение качественных и количественных характеристик трудовых ресурсов Российской Федерации, более того, оценка трудовых ресурсов и прогнозирование их развития.

Результаты исследования. Термин «трудовые ресурсы» появился в первые годы советской власти и применялся для нужд централизованного управления трудоспособным населением страны. К трудовым ресурсам относится та часть населения, которая обладает необходимыми физическими данными, навыками и знаниями.

Л.А. Костин управление трудовыми ресурсами как систему, рассматривает как состоящую из отдельных подсистем, каждая из которых состоит из ряда направлений и элементов, имеющих самостоятельное значение, но способствующих решению общей задачи (рис. 1).

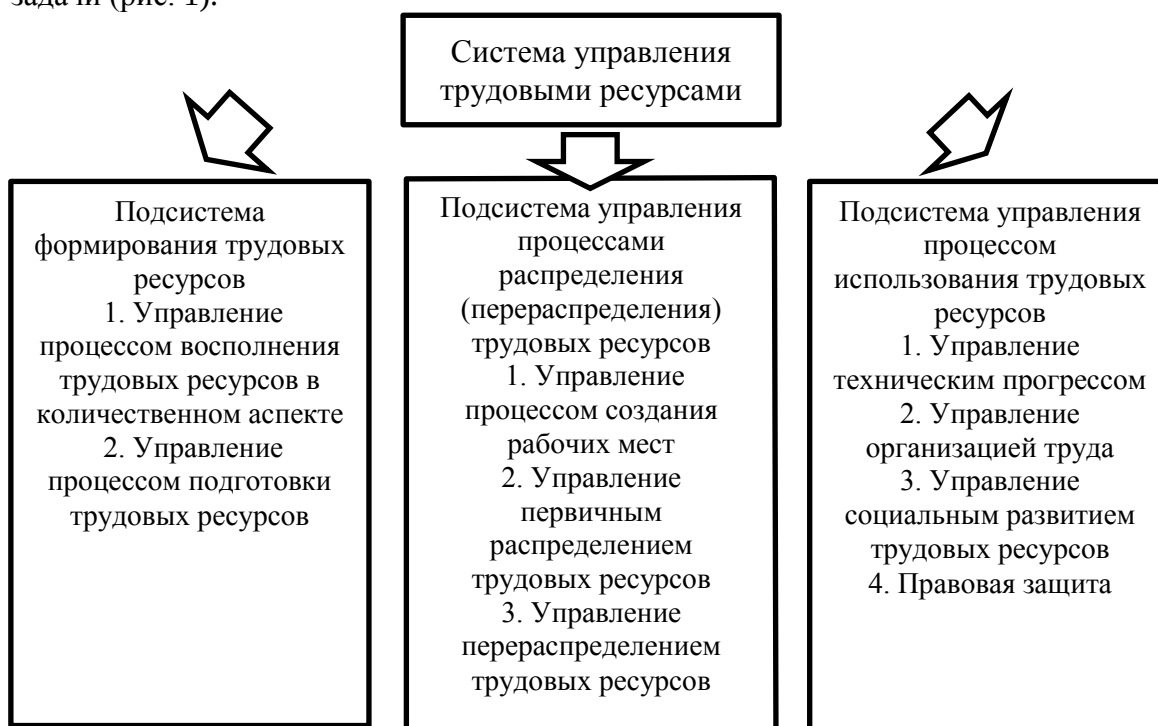


Рис. 1. Система управления трудовыми ресурсами [1]

Рассмотрим подсистему формирования трудовых ресурсов. Сам процесс формирования трудовых ресурсов включает в себя не только восполнение трудовых ресурсов в количественном плане, но и сохранение, и развитие его качественных

характеристик (т.е., общей и профессиональной трудоспособности). Кроме того, восполнение трудовых ресурсов включает в себя также поддержание их в нормальном состоянии, ежедневное возмещение физических и духовных способностей человека.

В Российской Федерации трудовые ресурсы определяются как население обоих полов в трудоспособном возрасте (для мужчин – в возрасте от 16 до 59 лет, для женщин – от 16 до 54 лет включительно, за исключением неработающих инвалидов войны и труда I и II групп и лиц, получающих пенсию по возрасту на льготных условиях), а также лица в нетрудоспособном возрасте (подростки и население старше трудоспособного возраста), занятые в экономике. По определению Международной конфедерации статистиков труда (1954) «общие трудовые ресурсы» включают собственно трудовые ресурсы и военнослужащих [1].

Трудовые ресурсы обладают количественной и качественной определенностью, образуя в своей совокупности абсолютную меру, предопределяющую трудовой потенциал общества, который, в свою очередь, имеет количественный и качественный аспект. Количественный аспект характеризуется следующими параметрами:

общей численностью трудоспособного населения;

количеством рабочего времени, которое отрабатывает работающее население при сложившемся уровне производительности и интенсивности труд.

В свою очередь, качественный аспект трудового потенциала определяется следующими показателями:

состоянием здоровья, физической дееспособностью трудоспособного населения;

качеством трудоспособного населения с точки зрения уровня общеобразовательной и профессионально-квалификационной подготовки трудоспособного населения.

Важнейшей проблемой наличных трудовых ресурсов является их полная занятость и эффективное использование, обеспечивающие экономический рост и на этой основе – повышение уровня и качества жизни населения. Управление трудовыми ресурсами является центральной проблемой управления общественным воспроизводством, ибо функционирование главной производительной силы выступает решающим фактором экономического развития и общественного прогресса в целом.

Максимального экономического эффекта использования трудовых ресурсов можно добиться только при условии отраслевого и территориального сочетания в развитии производительных сил Российской Федерации. Научно обоснованная территориальная организация общественного производства обеспечивает наибольший экономический эффект и наиболее полную занятость трудовых ресурсов. Исторически сложилось так, что свыше 2/3 населения страны проживает на территории европейской части и на Урале и только 1/3 приходится на Сибирь и Дальний Восток.

Учитывая сложность рационального использования трудовых ресурсов в современных условиях, большие масштабы скрытой безработицы, превышение спроса над предложением рабочих мест, рынку труда в Российской Федерации требуется сосредоточить внимание на решении таких первоочередных задач: разработать четкую политику и программу реструктуризации экономики, определить приоритетные инвестиционные направления ее развития и разработать на этой основе концепцию профессиональной занятости и профессиональной подготовки кадров на длительную перспективу [2].

Выводы. Трудовые ресурсы представляют немаловажный элемент производства, а также имеют огромное значение, как в экономической, так и в социальной жизни Российской Федерации. Требуется обеспечение рационального использования трудовых ресурсов во всех регионах страны. Для решения проблем рационального использования нужна объективная оценка трудовых ресурсов, которыми располагает

общество, потребностей хозяйственного комплекса в рабочей силе и путей наиболее эффективного и полного использования трудовых ресурсов в стране и регионах, исходя из интересов всего общества.

Список литературы:

1. Арасланова, О. Г. Система управления трудовыми ресурсами региона / О.Г. Арасланова // Научный потенциал. – 2019. – № 3. – С. 12–15.
2. Козлов, А. И. Человеческий капитал в системе экономических категорий труда / А.И. Козлов // Управление персоналом. – 2018. – № 9. – С. 49–52.

Журавлев Б. А., студент

Научный руководитель: Воробьева О. Г.
Донецкий государственный университет, РФ
bodyawin8@mail.ru

ГЕНДЕРНЫЕ АСПЕКТЫ ЗАНЯТОСТИ НАСЕЛЕНИЯ И ИХ ОСОБЕННОСТИ

Актуальность. Современное общество до сих пор полностью не отошло от патриархальной культуры, а в России и вовсе патриархальная система управления является практически доминирующей. Гендерный подход является немаловажной частью комплексного изучения проблем рынка труда. Это современное направление экономических исследований, которое раскрывает механизмы гендерного неравенства в формальном и неформальном секторах занятости, выявляет причины и последствия гендерной асимметрии.

Анализ последних исследований и публикаций. Не достаточно исследованы проблемы гендерных различий, возрастных и индивидуально-личностных особенностей лица. Можно упомянуть лишь несколько работ, затрагивающих данную проблему, авторами которых являются И.В. Грошев, А.В. Карпов, К.В. Коростелина, В.В. Кочетков, Е.В. Маркова, И.Г. Скотникова, и др.

Цель исследования. Выявить различные причины гендерного неравенства в экономике труда, найти пути и механизмы преодоления этого неравенства, определить основные направленности развития гендерных исследований на данном этапе. Кроме того, стоит определить связь между долей женщин в той или иной профессиональной группе и уровнем оплаты их труда. И к тому же выявление наличия дискриминации в занятости труда по признаку пола (как в открытой, так и в косвенной форме).

Результаты исследования. Перед тем, как начать разговор о гендерных аспектах занятости населения на примере российского рынка труда, необходимо разобраться, что стоит понимать под словосочетанием «гендерное равенство»? Данный термин обозначает равенство граждан, мужчин и женщин, перед законом, т.е. равенство прав; равенство возможностей в реализации своих прав, а именно, равный доступ к ресурсам; равенство граждан обоих полов в возможности выразить свое мнение и интересы.

Если сравнивать с большинством развитых стран, на 2023 год в России достаточно высокий уровень занятости женщин, в том числе и женщин с детьми. Это объясняется тем, что периоды безработицы, которые связаны с рождением ребенка, не очень продолжительны. Кроме того, в России более высокий человеческий капитал у женщин, по сравнению с мужчинами.

Однако не все так радужно, как может показаться на первый взгляд. Разрыв в оплате труда мужчин и женщин по-прежнему довольно велик и выше, чем в

большинстве других стран. Причиной этого в основном служим гендерная сегрегация по отраслям и профессиям и дискриминация женщин в оплате труда. Это связано с тем, что в большинстве случаев работникам мужского пола платят больше, чем работникам женского пола, что можно увидеть по таблице 1.

Таблица 1

Средняя начисленная з/п мужчин и женщин по отдельным видам экономической деятельности с наибольшей средней з/п в России в октябре 2019г.

Виды экономической деятельности с наибольшей средней начисленной заработной платой	Средняя заработная плата, руб.		Отношение з/п женщин и мужчин, %
	Мужчины	Женщины	
1	2	3	4
Добыча полезных ископаемых	80 663	61 246	75,9
Деятельность в области информации и связи	78 980	53 887	68,2
Деятельность профессиональная, научная и техническая	77 719	55 187	71,0
Транспортировка и хранение	55 943	41 431	74,1
Обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха	47 027	40 559	86,2

По подсчетам Института экономики РАН, в среднем в РФ уровень заработной платы женщин сейчас на 27% меньше, чем у мужчин (рис. 1)

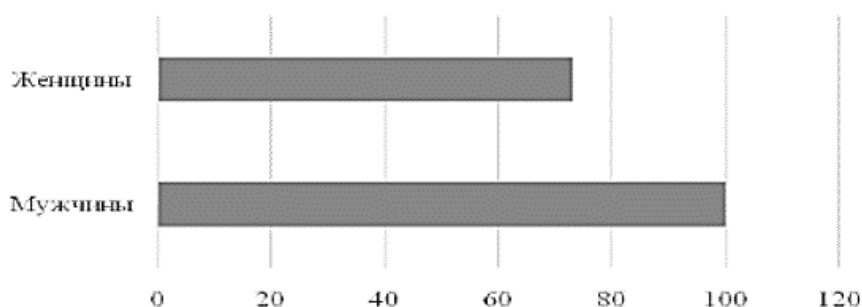


Рис. 1. Состояние заработной платы женщин по отношению к мужчинам на российском рынке труда

Последствия гендерной занятости на рынке труда в основном связаны с цифровизацией экономики. Она уже стала важной и неотъемлемой частью жизни и работы людей, поэтому требует государственного регулирования.

Согласно Указу Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года», в России создано Министерство цифрового развития. Основная цель данного министерства – «обеспечение опережающего внедрения цифровых технологий в экономику и социальную сферу», что говорит об ускорении цифровизации в целях реализации научно-технического и социально-экономического развития РФ.

Если обозначить труд как «женский» или «мужской», то несомненно то, что технологическое вытеснение женщин с российского рынка труда происходит и будет происходить активней, чем мужчин. Примером гендерно-асимметричного сокращения занятости женщин являются данные Сбербанка России. Согласно ним, в 2008 году работало около 33 000 бухгалтеров, в 2015 году их количество стало 1 600, а уже в 2020 году – всего 600 человек. Это говорит о том, что с внедрением новых технологий, более уязвимы и чаще теряют работу именно женщины.

Кроме того, пандемия в связи с распространением вируса COVID-19 многие люди потеряли работу, в том числе женщины. Согласно «Перечню территорий, наиболее пострадавших от коронавируса», составленному правительством России, были определены организации, которым в первом порядке оказывалась поддержка. В перечень входили следующие направления деятельности: воздушный транспорт, культура и спорт; туристические агентства, общественное питание, гостиницы, бытовые услуги (услуги парикмахеров и салонов красоты, домохозяйство и т.п.); библиотеки, зоопарки.

Как мы видим, данные направления деятельности связаны в большинстве с оказанием услуг населению. А этот сектор является местом, где работают в основном женщины. По данным Росстата, из 2,6 млн. работников сферы услуг, 2,2 млн. (85%) составляют женщины. Все они очень рисковали потерять работу, ведь большинство предприятий закрывались или уходили на дистанционный режим.

Стоит еще упомянуть санкции запада, которые очень сильно ударили по занятости в России в 2022-2023 году. Из-за ухода большинства западных компаний, большинство работников потеряли свои рабочие места. Данные компании были заняты в сфере услуг и продаж, где среди работников большую часть занимали женщины.

Гендерная сегрегация является причиной неравенства в оплате труда мужчин и женщин. Точно также, как и в других странах, в РФ чем выше концентрация женщин в одной отрасли или профессии, тем ниже отношение заработной платы в этой отрасли к средней заработной плате по экономике в целом. Даже в «женских» отраслях получается так, что средняя заработная плата работников женского пола ниже, чем у работников мужского пола. К сожалению, эта разница в средней заработной платой между мужчинами и женщинами неуклонно увеличивается с каждым годом. Данное явление легко можно объяснить эконометрическим анализом факторов, влияющих на уровень заработной платы, который показывает, что женщины получают более низкую заработную плату по профессии и отрасли, чем мужчины. Какую-то часть этого неравенства следует отнести на счет явления дискриминации, а часть можно объяснить гендерной асимметрией в сфере занятости.

Вывод. А что же определяет гендерное равенство в России? Гендерное равенство предполагает вне зависимости от пола равный доступ жителям России ко всем возможностям, то есть ко всем видам экономической деятельности, к рабочим местам. Это в свою очередь предполагает равную оплату труда за результаты трудовой деятельности. Политика обеспечения равных прав и возможностей должна учитывать социальные, экономические и институциональные характеристики, характеризующие страну на данном этапе развития. Кроме того, государственная политика поддержки занятости женщин должна учитывать роль женщин как матерей и полноценных работников на рынке труда.

Список литературы:

1. Женщины в бизнесе. – М.: ИНИОН РАН, 1993.
2. Рошин, С. Мужчины, женщины и предпринимательство / С. Рошин, Я. Рощина // Человек и труд. – 1994. – № 12. – С. 109-115.
3. Официальный интернет-портал правовой информации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://publication.pravo.gov.ru/SignatoryAuthority/president> (дата обращения: 01.04.2023).
4. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 01.04.2023).
5. Гендерные особенности российского рынка труда [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/gendernye-osobennosti-rossiyskogo-rynka-truda> (дата обращения: 01.04.2023).

Завгородняя Д. С., студентка
Научный руководитель: Лапшина Е. А.
Донецкий государственный университет, РФ
dasha3103zav@gmail.com

УПРАВЛЕНИЕ КОНФЛИКТАМИ ВНУТРИ КОЛЛЕКТИВА

Актуальность. Вопрос конфликтов в коллективе, на сегодняшний день, несомненно актуален и находится в центре внимания в различных областях научного знания. В основе конфликтных ситуаций в компании лежит столкновение интересов, мнений, целей и различных способов мышления для их достижения.

Чтобы избежать или предотвратить последствия, современным руководителям необходимы соответствующие знания и навыки в области управления конфликтами и прогнозирования.

Анализ последних исследований и публикаций. За последние десятилетия исследования в области конфликтов и социальной коммуникации заметно возросли – от разработки социальных методологий и общих теоретических вопросов до выработки техник разрешения конкретных конфликтных ситуаций в организациях. В данном направлении необходимо отметить труды отечественных авторов, таких как: Е. М. Бабосов, Н. В. Гришина, В. Р. Дольник, А. Г. Здравомыслов, Э. М. Коротков, Е. В. Маслов, У. Мاستенбрук, Н. А. Куртиков, М. Мескон, С. Ф. Фролов, Л. Н. Цой, В. Е. Щербак и др. Хотелось бы также отметить зарубежных авторов, разработавших социологические и психологические концепции устранения трудового конфликта в организациях, к ним относятся: Вебер М., Дюркгейм Э., Боулдинг К., Дарендорф Р., Дейч М., Зеленевский Я., Корнхаузер А., Смерзер Н., Гидденс А., Томас К. и др.

Цель исследования. Проанализировать особенности организационных конфликтов, а также рассмотреть профилактику и разрешение конфликтных ситуаций среди рабочего коллектива.

Результаты исследования. Конфликт – социальное явление, открытое разногласие между членами группы, основанное на противоречивых мотивах (потребности, интересы, цели, идеалы, убеждения) или суждениях (мнения, взгляды, оценки).

В основном, он ассоциируется с чем-то негативным (споры, угрозы, драки, войны), ведь конфликт – это всегда нежелательным момент, которого следует избегать и разрешать сразу после его возникновения.

В современном представлении, даже в хорошо управляемых организациях, некоторые конфликты не только возможны, но и желательны. Они могут помочь получить различные точки зрения, предоставить дополнительную информацию и прояснить различные варианты и вопросы. Конфликт также может сделать процесс принятия групповых решений более эффективными предоставить людям возможность выразить свои идеи, тем самым удовлетворяя личные потребности в самоуважении, что может привести к более эффективной реализации планов.

Существует множество типологий конфликтов, представленных в таблице 1, в зависимости от критериев, на которых они основаны.

Несмотря на свою специфику и разнообразие развития конфликтов, среди рабочего коллектива, имеют динамику, состоящую из трёх периодов, которые в свою очередь характерны своими этапами:

1. Предконфликтный (латентный) период:
 - возникает объективная проблемная ситуация;
 - субъекты взаимодействия осознают объективную проблемную ситуацию;

- субъекты взаимодействия пытаются выйти из проблемной ситуации при помощи неконфликтных способов;
- возникает предконфликтная ситуация.

Таблица 1

Типологии конфликтов	
Критерий	Вид
по источникам и причинам возникновения	объективные и субъективные, организационные, эмоциональные и социально-трудовые, деловые и личностные
по коммуникативной направленности	горизонтальные, вертикальные, смешанные;
по составу конфликтующих сторон:	внутриличностные (между родственными симпатиями и чувством долга руководителя), межличностные (между руководителем и его заместителем по поводу должности, между сотрудниками – по поводу премии); между личностью и организацией, в которую она входит; между организациями или группами одного, или различных статусов;
по функциональной значимости:	позитивные и негативные; конструктивные и деструктивные; созидательные и разрушительные
по формам и степени столкновения	открытые и скрытые, спонтанные, инициированные и спровоцированные, неизбежные, вынужденные, лишённые целесообразности;
по масштабам и продолжительности:	общие и локальные, кратковременные и затяжные, скоротечные и долгосрочные
по способам урегулирования	антагонистичные и компромиссные, полностью или частично разрешаемые, приводящие к согласию и сотрудничеству.

2. Открытый период:
 - инцидент;
 - эскалация;
 - сбалансированное противодействие;
 - завершение конфликта.
3. постконфликтный (латентный) период:
 - частичная нормализация отношений субъектов;
 - полная нормализация отношений.

В общих чертах, алгоритм эффективного управления конфликтами в коллективе для менеджера выглядит следующим образом:

1. Обособление участников конфликтной ситуации друг от друга или совместное обсуждение проблемы;
2. Проанализировать конфликт, принимая во внимание все факторы;
3. Рассмотреть влияние конфликта на участников;
4. Определить собственную позицию в сложившейся ситуации;
5. Уменьшить влияние эмоциональных факторов в конфликте;
6. Определить неформального лидера и степень вовлечённости участников;
7. Определить объективность конфликта и выбрать стратегию управления;
8. Определить проблемы и элементы, вызывающие напряжённость при последующем разрешении конфликтной ситуации.

Главное понять, что, снизив уровень конфликтов, можно избежать необходимости в представленных алгоритмах. Предотвращение конфликтов более эффективно, чем их управление, поэтому усилия менеджеров должны быть направлены именно на это. Следовательно, необходимо также использовать набор превентивных мер, таких как:

1. Устранение социально-психологических причин конфликта;

2. Поддержание авторитета руководителя среди работников;
3. Организация мероприятий по сплочению коллектива;
4. Организация четкой структуры и полномочий в отношении деятельности

каждого работника и т. д.

Кроме того, предотвращение конфликтов менеджерами требует высоких аналитических навыков, оптимального управленческого суждения, объективной оценки работы персонала и профессионализма.

Вывод. В заключение следует отметить, что вышеперечисленное может привести к более эффективному управлению конфликтами, улучшению организационной культуры в компании, к более слаженному общению между сотрудниками, улучшению рабочей среды и, в конечном итоге, к созданию продуктивных организационных условий.

Список литературы:

1. Баданина, Л. П. Основы общей конфликтологии: учебное пособие / Л.П. Баданина. – М: Флинта, 2012. – 310 с.
2. Виханский, О.С. Менеджмент: человек, стратегия, организация, процесс. Учебник / О.С. Виханский, А.Н. Наумов. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Экономистъ, 2006. – 670 с.
3. Гришина, Н.В. Психология конфликта / Н.В. Гришина. – 2-е изд. СПб.: Питер, 2009. – 538 с.
4. Рыбакова, Н. Н. Роль менеджера в исследовании управления конфликтами и стрессами в организации / Н. Н. Рыбакова. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2016. – № 23 (127). – С. 281-284.

Каравская Я. С., студент

Научный руководитель: Елисеева Н. А.

Донецкий государственный университет, РФ

yana.karavskaya@yandex.ru

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ И ПЛАНИРОВАНИЕ РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА

Актуальность. Прогнозирование и планирование развития персонала в организации является одной из составляющих данного процесса в организации в целом. Высокопрофессиональное обучение и повышение квалификации рабочих и специалистов является неотъемлемой частью процесса развития персонала. Конечные результаты деятельности предприятия во многом зависят от уровня организации труда на рабочем месте. Подготовленность и информативность требуется сотруднику, занимающемуся разработкой новых продуктов или оборудования, хотя бы потому, что создание новой технологии требует, как минимум, знаний о том, как работают старые машины и оборудование. Но, для предприятия, которое сегодня решило добиться положительного результата в конкурентной борьбе, необходимо, чтобы каждый работник обладал обширными знаниями. Формирование необходимой квалификации у сотрудников начинается уже с подбора персонала и приема на работу. Люди, которые приходят в организацию, должны стремиться как можно лучше освоить аспекты этого бизнеса. Часто, это в большей степени зависит от желания самих сотрудников, чем от их предыдущего опыта работы или базового образования. Таким образом, из вышесказанного следует, что выбранная тема является актуальной [2].

Анализ последних исследований и публикаций. Отмеченной выше проблематике посвящены труды множества отечественных экономистов. В частности, следует выделить таких экономистов как Волгин А.П., Герчикова И.Н., Грачев М.В., Храмченков Д.В., Беляев И.Ю., Крылов А.А., Седегов Р.С. и др., в тоже время необходимо дальнейшее изучение указанной проблематики.

Целью исследования является теоретическое и практическое изучение актуальных вопросов прогнозирования и развития персонала, а также разработка направлений по развитию персонала современной организации.

Результаты исследования. Традиционно считается, что развитие персонала представляет собой комплекс мер, включающий профессиональную подготовку, повышение квалификации и переподготовку сотрудников. Начальным этапом планирования работы персонала является прогнозирование, которое является основой для подготовки запланированных решений (задач). Кадровое прогнозирование в организациях используется для прогнозирования изменений в структуре и динамике кадровой работы в будущем, используя анализ прошлого и настоящего опыта. Этот тип прогнозирования основан на целях развития компании, которые должны быть достигнуты на соответствующем перспективном этапе. Динамика развития предприятия (отрасли) обусловлена множеством причин, оказывающих влияние на эти экономические системы, а также наличием мобильной связи отдельных звеньев в структуре управления [2].

Формы реализации развития включают ротацию, планирование карьеры и резерв. В современных динамичных условиях функционирования организаций развитие сотрудников должно осуществляться систематически, целенаправленно и непрерывно, и быть направлено на своевременное обучение сотрудников решению новых задач, преследуя цели, определяемые потребностями организации. Мероприятия по обучению направлены на создание профессиональной, преданной делу команды компании, повышение отдачи от работы каждого сотрудника. Это помогает решить проблему текучести кадров, сэкономить на обучении новых сотрудников. Производительность труда растет, а вместе с ней и прибыль компании. Развитие персонала в организации – это не разовое действие, а постоянная «прокачка» деловых и личностных качеств сотрудников. В рамках этой работы менеджеры по персоналу выполняют ряд действий. К тому же развитие должно быть направлено на качественное улучшение как профессиональных, так и индивидуальных характеристик сотрудников (рис. 1).

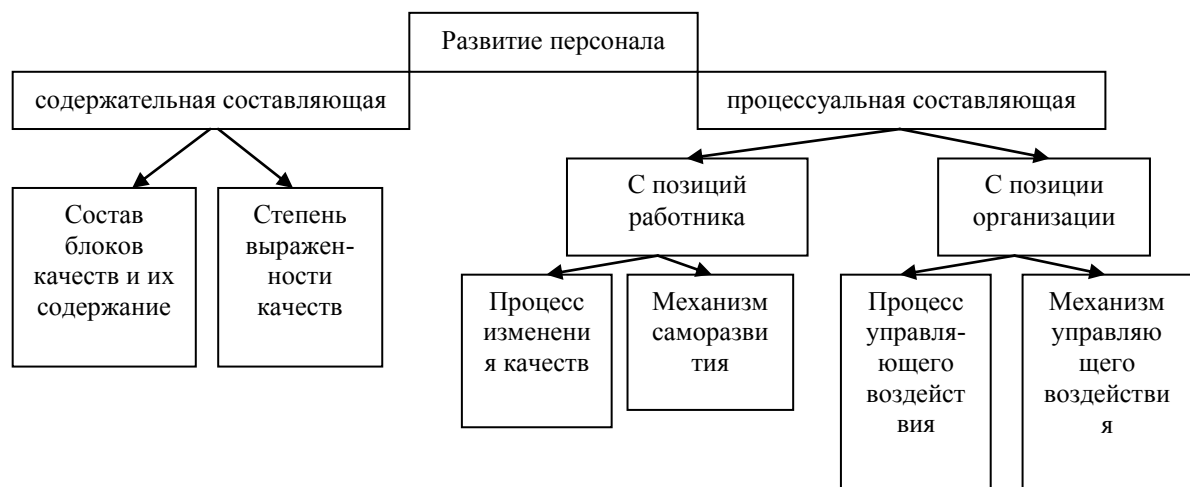


Рис. 1. Способы развития персонала на микроуровне [2]

Развитие персонала может быть общим и профессиональным.

Общее развитие относится к формированию и повышению у сотрудников предприятия качеств, которые непосредственно не связаны с их профессиональной деятельностью.

Под профессиональным развитием понимается процесс подготовки сотрудников к выполнению новых производственных функций, занятию должностей, решению новых задач, направленный на преодоление несоответствия между требованиями к работнику и качествами реальной личности, процесс наполнения компонентов профессионального опыта человека новым содержанием. Структура целей и задач развития персонала представлена в таблице 1.

Таблица 1

Структура целей и задач развития персонала [2]

Область развития	Задачи	Личность	Организация
Стратегические цели	Улучшение адаптационных способностей и развитие инновационных качества	Углубление и расширение вашей собственной личной безопасности и личной стабильности. Развитие личностного потенциала	Развитие человеческих ресурсов, командное развитие как аспект управления группой
Оперативные и тактические цели	Совершенствование профессиональных знаний и умений. Традиционная работа с персоналом, их обучение	Ориентация сотрудников на профессиональную карьеру внутри организации. Развитие творческого потенциала личности	Развитие персонала в соответствии с изменениями в организации – организационное развитие сотрудников

Основными направлениями развития персонала являются следующие:

1. Повышение качества человеческих ресурсов, развитие необходимых компетенций персонала, которые позволят им осваивать новые формы работы; повышение трудовой мотивации; развитие коммуникационных связей, навыков командной работы.

2. Совершенствование организационной культуры, включая: социальную и профессиональную адаптацию персонала; улучшение психологического климата в коллективе; анализ и корректировку организационной культуры в соответствии с направлениями изменений [2].

3. Совершенствование кадровой политики и организационной структуры управления персоналом, в том числе: поиск новых форм организации трудовых процессов, основанных на принципах реинжиниринга, тотального контроля качества, создания рабочих групп по качеству; совершенствование коммуникационных процессов; внедрение информационных систем [2].

Определение потребностей сотрудника в развитии осуществляется с использованием процедур оценки (сертификация, в рамках метода управления целями), по результатам которых составляется новая программа развития сотрудника. В этом процессе также учитываются факторы, влияющие на потребность в развитии сотрудников: динамика внешней среды, появление новых моделей оборудования и технологий, изменения в стратегии и структуре организации, необходимость освоения новых видов деятельности (табл. 2).

Выводы. Проведенный анализ системы развития персонала позволил получить необходимую информацию для принятия решений о развитии персонала современной организации, улучшении ее деловой активности.

Таблица 2

Определение потребностей в развитии персонала [2]

Изучение текущих и будущих прогнозов внешних факторов и условий бизнеса	Профессиональные требования к знаниям и навыкам руководителя и сотрудника	Профессиональные компетенции работников в соответствии с должностными инструкциями
Выявление необходимых знаний, навыков, компетенций с учетом будущего развития предприятия		Анализ и оценка имеющихся профессиональных компетенций персонала предприятия
Сопоставление имеющегося и желаемого уровней профессионализма, определение мест «наибольшего внимания», определение потребности в развитии персонала предприятия		

А также разработать направления относительно построения современной системы развития персонала, которая отвечала бы стратегическому управлению организацией и обеспечивала быстрое повышение эффективности бизнес-процессов [2].

Список литературы:

1. Прогнозирование и планирование развития персонала [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://studbooks.net/82033/menedzhment/> (дата обращения 30.03.2023).
2. Волгин, А. П. Управление персоналом в условиях рыночной экономики (опыт ФРГ) / А. П. Волгин, В. И. Матирко, А. А. Модин. – М.: Дело, 2019. – 178 с.

Киевская В. В., студентка
Научный руководитель: Елисеева Н. А.
 Донецкий государственный университет, РФ
vkiyevskaya@inbox.ru

ВНЕДРЕНИЕ СОВРЕМЕННЫХ МЕТОДОВ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ПОДБОРА КАДРОВ

Актуальность. В современном мире от качества подбора персонала напрямую зависит функциональность и дальнейшее развитие предприятия. Качественно подобранный персонал позволяет экономить финансы и является гарантом последующей эффективной работы и прибыли.

Анализ последних исследований и публикаций. Значительный вклад в исследования, посвященные вопросам управления персоналом, профессионального подбора и отбора кадров внесли такие деятели, как Базаров Т. Ю., Веснин В. Р., Кибанов А. Я., Троицкая О. В., Шапиро С. А и др. В своих работах они акцентировали внимание на теоретических и практических подходах к изучению процесса найма и отбора персонала, разработке методов, направленных на совершенствование процесса кадрового планирования.

Цель исследования – внедрение современных методов профессионального подбора кадров в организацию.

Результаты исследования. В современном обществе, где ярко процветает конкуренция при устройстве на работу, а также при получении в свою команду того самого высококвалифицированного опытного специалиста, проблема подбора и найма становится одной из главных проблем успешных организаций и бизнеса. Взаимосвязь рынка труда и предприятий, с точки зрения найма персонала, неразрывна, в случаях, возникновения проблем в системе процесса отбора и подбора кадров в организацию,

эта проблема будет отражаться на всех существующих процессах деятельности предприятия.

Для более полного понимания процесса подбора и отбора кадров, необходимо дать определение этим понятиям. Согласно Базарову Т. Ю., подбор кадров – это комплексное мероприятие, используемое для привлечения сотрудников, обладающих профессиональными умениями, знаниями и навыками, необходимыми для решения поставленных задач и целей, а также в качестве набора последующих действий по выявлению из числа лиц, наиболее подходящих для целей организации. Отбор кадров представляет собой часть процесса найма персонала, связанных с распределением одного или нескольких кандидатов на вакантную должность среди общего числа людей, претендующих на определенную должность» [1].

На данном этапе становления и развития инновационной экономики в Российской Федерации, очень важно уметь правильно базироваться на имеющимся кадровом и научно-техническом потенциале, что в перспективе говорит о создании и использовании системы подбора и отбора кадров как его части. Для этого необходимо эффективно пользоваться технологизацией подбора кадров.

В сложившихся неблагоприятных условиях (пандемии, СВО), не все компании могут эффективно пользоваться методами подбора и отбора кадров. Для некоторых такие условия стали стимулом для реализации новых возможностей, другие же организации потеряли существенные потери [5].

Рассмотрим, как некоторые организации справлялись с подбором и наймом персонала в неблагоприятных условиях на примере компании «Bilfinger Tebodin» и предложим пути решения проблем, выявленных компанией в соответствующих условиях.

«Bilfinger Tebodin» – независимая консалтинговая и инжиниринговая компания, входящая в состав Bilfinger Group – ведущего международного поставщика промышленных услуг. В Российской Федерации стабильно ведет свою деятельность, в таких городах как: Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург и Ростов-на-Дону.

Компания «Bilfinger Tebodin» считает, что онлайн собеседование не сможет полностью заменить живое общение с кандидатом на вакантную должность, именно поэтому по мнению компании – дистанционные интервью являются вызовом для текущей ситуации.

«Bilfinger Tebodin» опубликовали данные о нехватке специалистов на различные проекты и должности, а именно – специалисты технологического проектирования и специалисты управления, и небольшом перевесе специалистов в области аудирования и инжиниринга.

В первую очередь компания постаралась перераспределить недостающих специалистов на проекты по срочности их выполнения, главной задачей было не уволить сотрудников, а перераспределить, реагировать быстро «здесь и сейчас» [3].

Для того чтобы набрать специалистов извне, рекрутеры сократили этапы проведения собеседований, стали расширять воронку (например, ограничения по возрасту переоценили и сделали менее строгими), автоматизировали некоторые процессы (применяют технологи таргетинга в соцсетях, чтобы показать объявление о работе определённой целевой категории соискателей). В этой сложившейся ситуации компания получила следующую численность сотрудников (рис. 1).

Таким образом, компания «Bilfinger Tebodin», применив такие методы подбора и найма персонала, специалистов аудита в количестве 2-х человек переместили в область управления на проекты, требующие незамедлительных управленческих решений в области аудита, а ещё 5 чел. в течение года приняли на работу, используя современные методы подбора и найма персонала.

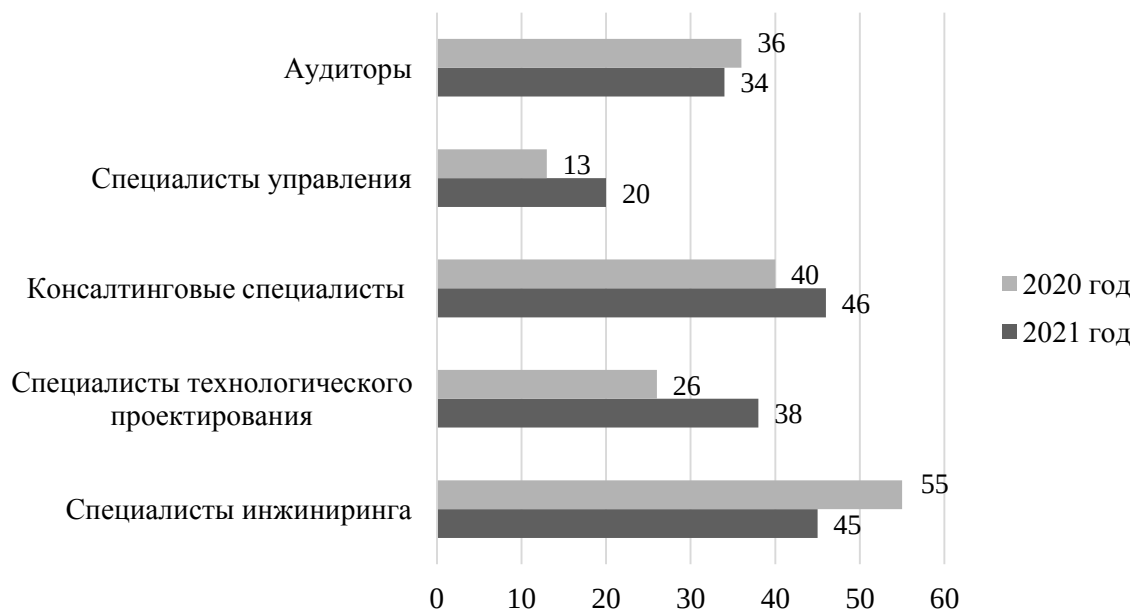


Рис. 1. Количество сотрудников «Bilfinger Tebodin» в филиалах Российской Федерации, чел. [6]

Специалисты инжиниринга в количестве 10 чел. были направлены на проекты, требующие специалистов технического проектирования, ещё двоих специалистов наняли в штат извне. Всё это говорит о том, что методы, выбранные компанией, являются эффективными и могут быть использованы в современных организациях.

Для решения проблем подбора и найма персонала в сложившихся неблагоприятных условиях, могут быть применены такие методы и рекомендации:

1. Экономить на времени, содержании офиса для собеседования и др. Цифровые технологии позволили нанимать персонал удалённо, что значительно сократило многие затраты.

2. Использовать автоматизированные сервисы по подбору персонала (Experium, Potok, Хантфлоу и др.). Удобство – один из главных трендов цифровизации, в особенности найма персонала, те обязанности, которые ранее были возложены на рекрутеров (просмотр резюме, заполнение таблиц, назначение встреч и обзвон кандидатов), теперь может выполнять искусственный интеллект на базе специальных онлайн платформ.

3. Применять: лизинг персонала, аутсорсинг, временный персонал, аутстаффинг, которые позволяют решить такие проблемы: недостаточный трудовой резерв, нехватка времени на некоторые задачи, которые можно переложить на стороннего специалиста.

4. Обращать внимание на личность самого работодателя и «внутреннюю кухню» самой компании, т.к. цифровизация распространяется не только на компании, но и на соискателей, многие ищут в социальных сетях фотографии с места работы, сотрудников которых в ней работают, что создаёт определенный имидж организации.

5. Изменить подход к формированию команды. Опыт пандемии показал, что не обязательно каждый раз создавать «доброжелательное» пространство для своих подчинённых, главное правильно сформулировать цели и задачи для выполнения проекта, чтобы люди находящиеся в разных уголках страны смогли с ними справиться.

Выводы. Профессиональный подбор персонала в современных неблагоприятных условия ведётся в среде цифровизации, что послужило резким толчком к трансформации рынка труда, который позволил компаниям выйти на новый уровень

профессионализма, переступить через определенную зону комфорта и покорять новые вершины мастерства.

Список литературы:

1. Базаров, Т. Ю. Управление персоналом организации: учебник для вузов / Т. Ю. Базаров. – М.: Экономика и финансы, 2018. – 421 с.
2. Веснин, В. Р. Менеджмент персонала: учебное пособие для сред.-спец. учеб. Заведений / В. Р. Веснин. – М.: Элит, 2017. – 304 с.
3. Кейс: рекрутинг и удержание работников в разгар пандемии. Рамблер [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://finance.rambler.ru/other/44513290/?utm_content=finance_media&utm_medium=read_more&utm_source=copylink (дата обращения 23.03.23).
4. Кибанов, А. Я. Управление персоналом организации: отбор и оценка при найме, аттестация: учеб. пособие для студентов вузов – 3-е изд., перераб и доп. [Текст] // А. Я. Кибанов, И. Б. Дуракова. – М.: Изд-во «Экзамен», 2017. – 125 с.
5. Троицкая, О. В. Процесс подбора кадров как метод управления организационной культурой // Ломоносовские чтения 2017 г. Аспиранты. Том №2 [Электронный ресурс]. – Электронная библиотека МГУ им. М.В. Ломоносова.
6. Bilfinger Tebodin [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.tebodin.bilfinger.com/> (дата обращения 23.03.23).

Кольцова А. А., студентка

Научный руководитель: Шевченко Э. В., канд. экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
kolcova601@gmail.com

ЭФФЕКТИВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ОРГАНИЗАЦИИ РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА

Актуальность. Развитие персонала является неотъемлемым условием успешного функционирования любой организации, особенно в современных условиях быстрого научно-технического прогресса. Управление профессиональным развитием сотрудников позволяет не только повышать их квалификацию и профессиональные знания, но и развивать их способности в планировании и организации производства, а также формировать кадровый резерв для руководящих должностей.

Анализ последних исследований и публикаций. Совершенствование системы управления персоналом исследовалась отечественными и зарубежными специалистами в области управления, а именно Егоршина А.П., Герчиковой И.Н., Кибанова А.Я., Волкова И.П., И. Б. Тисленко, Д. А. Аширов, И. Б. Тесленко и другие.

Целью исследования. Разработка мероприятий по совершенствованию системы управления развитием персонала, а также выявить теоретические и практические аспекты совершенствования системы развития персонала на примере российской телекоммуникационной компании ОАО «МТС».

Результаты исследования. Развитие персонала – это комплекс мер, который принимает служба управления персоналом организации, чтобы обучать, переобучать и повышать квалификацию персонала. Это важная часть управления трудовыми ресурсами на предприятии. Развитие включает в себя оценку потенциала сотрудников, создание структуры мероприятий для улучшения их личных и деловых качеств, а также

процесс обучения. При этом профессиональное обучение является только одним из методов развития персонала.

Основные задачи развития персонала заключаются в повышении квалификации, увеличении мобильности, формировании ответственности, развитии коммуникационных навыков и умения работать в команде.

Программа развития персонала способствует формированию сильной и мотивированной рабочей силы, что в свою очередь повышает производительность и ценность людских ресурсов организации. Разработка и реализация программы развития персонала, конечно, требует затрат, но опыт показывает, что они быстро окупаются и способствуют прогрессивному развитию организации.

Рассмотрим практические аспекты совершенствования системы развития персонала и ее эффективности на примере компании ОАО «МТС». Основной целью деятельности компании является получение прибыли. Для оценки организации системы развития персонала, существующей в компании целесообразно провести качественный и количественный анализ персонала.

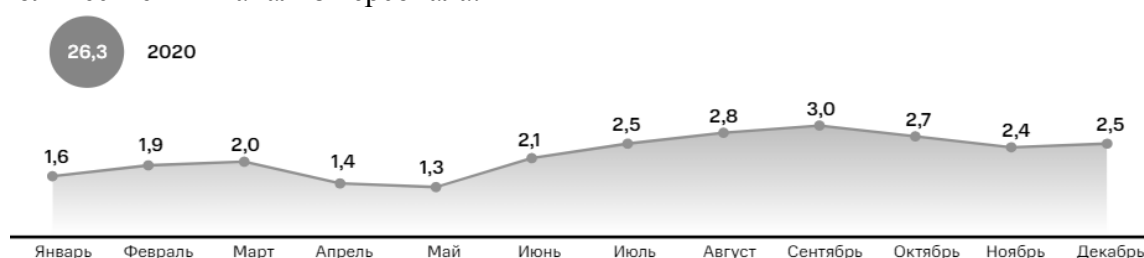


Рис. 1. Динамика чистого оттока в компании ОАО «МТС» на 2020 год

МТС активно использует лучшие практики в области программ для сотрудников. Новые подходы в обучении персонала, улучшение условий труда и каналов коммуникаций, пропаганда ЗОЖ, программы адаптации и переобучения — это только часть возможностей, предоставляемых сотрудникам.

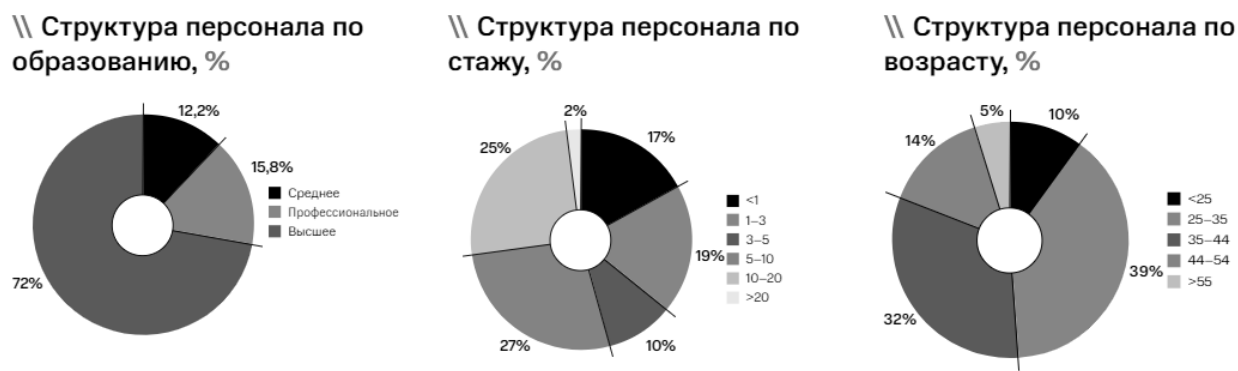


Рис. 2. Структура персонала в компании ОАО «МТС» за 2020 г.

В МТС действует конкурентоспособная система оплаты труда. По данным за 2020 год, средняя заработная плата в Компании на 32,5% выше, чем в целом по стране.

Кроме того, МТС предоставляет своим работникам большой пакет компенсаций и льгот. У сотрудников есть возможность участия в программе «Кафетерий льгот», где индивидуально по решению сотрудника может быть изменен набор его льгот. Такой

подход позволяет качественно удовлетворить различающиеся потребности сотрудников при высокой эффективности расходов.

ОАО «МТС» имеет развитую систему обучения персонала. Это объясняется тем, что компания заинтересована в развитии своих сотрудников. Таким образом, на основе представленного выше анализа направлений кадровой политики ОАО «МТС» можно выделить эффективные принципы по развитию персонала ОАО «МТС».

1) организация оплаты труда: принцип соответствия оплаты труда объёму и сложности выполняемой работы. В ОАО «МТС» наблюдается дифференциация размеров заработной платы в зависимости от занимаемой должности и, следовательно, от уровня ответственности: чем более высока должность и уровень ответственности сотрудника, тем больше будет и его заработная плата;

2) подбор и расстановка персонала: ОАО «МТС» проводит отбор кандидатов на конкурсной основе, кандидат на получение работы в МТС должен обладать необходимыми для вакантной должности знаниями, навыками и компетенциями. Для того чтобы занимать более высокую должность в компании, сотрудник ОАО «МТС» должен доказать, что он умеет выполнять поставленные перед ним задачи;

3) развитие персонала: ОАО «МТС» уделяет огромное внимание развитию своих сотрудников. Компания имеет развитую систему обучения с целью постоянного роста профессионального уровня персонала, а также предоставляет своим сотрудникам условия для саморазвития. К примеру, компания обладает собственной внутренней библиотекой рекомендуемой литературы по развитию компетенций.

Проанализировав систему развития персонала в ОАО «МТС» можно выделить следующие проблемы:

1. Существующие традиционные методы развития персонала недостаточно эффективны, и отсутствуют современные формы развития персонала. В современном бизнесе необходимо постоянно развиваться и следить за новыми тенденциями, но в компании ОАО «МТС» этот процесс не всегда эффективен и не соответствует современным требованиям. Возможно, необходимо пересмотреть используемые методы обучения и развития персонала, а также внедрить новые, более инновационные подходы.

2. Низкая степень удовлетворенности сотрудников системой профессионального развития. Важно, чтобы сотрудники чувствовали поддержку и мотивацию со стороны компании в их профессиональном развитии. Однако, возможно, в ОАО «МТС» не всегда достаточно внимания уделяется индивидуальным потребностям и интересам сотрудников. Компания может улучшить систему обратной связи и индивидуальных разговоров с сотрудниками, чтобы лучше понимать их потребности и желания в отношении профессионального развития.

Вывод. Для достижения максимальной эффективности в работе, организации необходимо активно заботиться о развитии своих сотрудников. Управление развитием персонала – это комплекс мероприятий, направленных на повышение эффективности труда сотрудников с учетом интересов организации. Для улучшения своей системы развития персонала, компания ОАО «МТС» разрабатывает программы, которые включают в себя обучение, тренинги и стимулирование сотрудников, как материальное, так и нематериальное, для того, чтобы повысить их профессиональное мастерство и самообразование.

Список литературы:

1. Егоршин, А.П. Управление персоналом: учебник для вузов / А.П. Егоршин. – 4-е изд., испр. – Н. Новгород: НИМБ, 2011. – 720 с.

2. Колпаков, В. М. Управление развитием персонала: учеб. пособие для студентов вузов / В.М. Колпаков. – К.: МАУП, 2006. – 712 с.

3. Нестеров, В. Л. Профессиональное развитие персонала / В. Л. Нестеров, Л. И. Васильцова // Успехи современного естествознания. – 2009. – № 10. – С. 57–59.

Лазепниченко Д. М., студентка
Научный руководитель: Бунтовская Л. Л., д-р экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
daryalazepnichenko@mail.ru

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА В АВИАКОМПАНИИ «АЭРОФЛОТ»

Актуальность. Формирование на предприятии устойчивого мотивационного механизма и эффективной системы мотивации персонала является одним из ключевых факторов повышения производительности труда в контексте обеспечения эффективной конкурентоспособности предприятия.

Особую значимость система мотивации персонала имеет на предприятиях, деятельность которых предполагает наличие высокой степени риска при оказании услуг. К таким предприятиям можно отнести авиакомпании, где роль мотивации персонала значительно возрастает, и система мотивации должна стимулировать сотрудников на качественное выполнение своих профессиональных функций, в том числе и в контексте обеспечения безопасности потребителей.

Анализ последних исследований и публикаций. Исследование данной темы базировалось на изучении статей и монографий российских и зарубежных ученых и специалистов в области систем мотивационного менеджмента: А. Я. Кибанова, Лебедева В. И., Резника С. Д., Федоровой А. Э., Белоуса А. Н., Аметова Д. А. и др.

Цель: разработка рекомендаций по улучшению системы мотивации персонала в авиакомпании ПАО «Аэрофлот» с целью повышения конкурентоспособности предприятия.

Результаты исследования. На современном этапе развития экономики система мотивации не является статичным инструментом в области управления персоналом. Даже если на определенном этапе система мотивации труда показала свою эффективность, она все равно нуждается в постоянной оценке рисков и анализе ее основных компонентов [3, с. 113].

Система мотивации труда представляет собой совокупность инструментов и методов, нацеленных на мотивирование и стимулирование работников для организации успешного бизнес-процесса и достижения целей организации [2, с. 359].

Анализ особенностей деятельности авиакомпании ПАО «Аэрофлот» показал, что компания использует гибкие мотивационные приемы, последовательно повышая привлекательность компенсационного и социального пакетов.

В ходе исследования установлено, что система мотивации персонала в российской авиакомпании в целом включает следующие составляющие: денежные, административные, психологические. Общая система мотивации и стимулирования ПАО «Аэрофлот» представлена в табл. 1.

Таблица 1

Структура системы мотивации и стимулирования персонала ПАО «Аэрофлот»

Составляющие системы мотивации	Основное назначение
Материальное денежное стимулирование	Обеспечение стабильности, справедливости и прозрачности труда
Премии и надбавки	Возможность роста оплаты труда при условии эффективности деятельности сотрудника
Нематериальное стимулирование	Формирование хорошего психологического климата в организации.
Материальное неденежное стимулирование (социальный пакет)	Привлечение и удержание квалифицированных работников, создание благоприятного имиджа работодателя.

Одна из ключевых задач авиакомпании ПАО «Аэрофлот» – привлечение высококвалифицированных пилотов. Для привлечения и удержания высокопрофессиональных работников лётного состава компания работает над поддержанием заработной платы персонала на уровне рыночных показателей, а также предпринимает следующие меры: возмещает расходы на обучение по лётным должностям у предыдущего работодателя; направляет на переобучение на новый тип воздушного судна; предоставляет бесплатные авиабилеты на собственные рейсы авиакомпании региональным пилотам для перелета к месту проживания (до шести перелетов в месяц). Также, «Аэрофлот» обеспечивает конкурентоспособный уровень заработной платы пилотов, проводит индексацию окладов и осуществляет единовременные выплаты при трудоустройстве, а также полностью компенсирует расходы, связанные с обучением пилотов [1, с. 160].

Для того чтобы выяснить степень эффективности мотивационного механизма, а также причины демотивации сотрудников ПАО «Аэрофлот», компания ежегодно проводит опрос сотрудников по значимым вопросам в области мотивации труда. В опросе приняли участие следующие категории работников: 42,3% сотрудников – это нелётный персонал, 11,4% – лётный состав и 36,3% – cabinные экипажи. По данным опроса сотрудников в 2021 г. удалось выяснить, что 43% сотрудников не довольны системой мотивации в авиакомпании, 17% относится к этой системе нейтрально и 40% полностью довольны системой мотивации труда в организации. Также важно отметить, что 92% респондентов считают, что система управления построена по принципу единоначалия, что негативно сказывается на общем настроении коллектива в аспекте принятия важных решений, а это, в свою очередь, приводит к демотивации сотрудников [1].

Анализ показал, что текучесть кадров персонала в 2021 г. составила 6,1%, что свидетельствует об определенных резервах в плане работы по усилению мотивации персонала и удержанию работников в ПАО «Аэрофлот».

Если рассматривать материальную мотивацию, то 60% сотрудников отметили объемы материального стимулирования как удовлетворительные, и 20% считают, что в компании имеется достаточно жесткая система штрафов за нарушения. По мнению 70% опрошенных сотрудников, значительно улучшило бы ситуацию повышение размера премиальных выплат, и заработной платы (так ответили 23% респондентов), а также снижение штрафных санкций (7%) [1].

Данные ответы можно объяснить тем, что существуют определенные сложности в формировании системы мотивации в авиакомпаниях, компании сталкиваются с тяжелой и финансово затратной подготовкой пилотов и бортпроводников, и даже после обучения среднестатистическому пилоту необходимо получить практический опыт. Высокий уровень демотивации приводит к текучести кадров, а текучесть кадров, в свою очередь, – к необходимости сокращения числа выполняемых рейсов, следовательно, к потерям прибыли авиакомпании.

Еще одной немаловажной проблемой, на которую стоит обратить внимание, является дисбаланс в распределении методов мотивации сотрудников. Анализ деятельности компании показал, что ПАО «Аэрофлот» уделяет основное внимание мотивации лётного состава, что по мнению руководства является более приоритетной моделью мотивации, поскольку пилоты, довольные обеспечением трудовой деятельности, выполняют свою работу более качественно и ответственно, что положительно влияет на деятельность авиакомпании в целом. В свою очередь стимулированию персонала наземных служб, несмотря на достаточно сложные и напряженные условия труда и высокую степень ответственности, в авиакомпаниях уделяется значительно меньше внимания, что приводит к повышенному уровню текучести кадров среди работников данной категории.

Для того чтобы построить грамотную систему мотивации, учитывая особенности и риски отрасли целесообразно использовать такие подходы: применять материальную мотивацию ко всем сотрудникам отрасли одинаково, т.е. каждый сотрудник должен иметь возможность получить дополнительную оплату за эффективный труд; ввести конкурентную систему премирования персонала, что повысит стремление сотрудников трудиться в соответствии с высокими стандартами качества; организовать производственные кружки, в рамках которых выбирать лучших сотрудников, исходя из следующих номинаций: «За профессионализм и лучшие результаты в работе», «За вклад в развитие в компанию» «За особые достижения летчиков и летного экипажа» и др.; предоставить возможность сотрудникам быть частью принятия важных решений: позволить сотрудникам утверждать такие вопросы, как устав авиакомпании, рабочее время и график отпусков, производительность труда и социальное обеспечение; использовать возможности обучения, переподготовки и повышения квалификации сотрудников за счет средств авиакомпании не только на базе собственного авиационного учебного центра, но и иных, в том числе, высших учебных заведений; изменить систему оплаты труда, выделив в ней три основные части, где размер *первой части* будет зависеть от квалификации работника и его профессионального мастерства. Размер *второй части*, будет вознаграждением за индивидуальные успехи. *Третья часть* – это вознаграждение по результатам деятельности всей авиакомпании. Такой способ оплаты труда способен охватить в полной мере потребности сотрудников: первая часть гарантирует получение прожиточного минимума; вторая часть стимулирует достижение высоких индивидуальных показателей; третья часть нацеливает персонал на реализацию интересов всего предприятия.

Выводы. Таким образом, формирование системы мотивации персонала авиакомпаний имеет ряд своих особенностей: высокий уровень стресса, возрастающие требования к подготовке, неконкурентоспособная, с точки зрения мирового рынка, заработная плата пилотов в России – все это оказывает влияние на мотивацию сотрудников и на функционирование всей авиакомпании. Здесь главным решением в системе управления персоналом является грамотная мотивация сотрудников, а именно: внедрение новой системы оплаты труда, учитывающей квалификацию, уровень подготовки, часы полетов и конкурентоспособность пилота на международном рынке труда.

Список литературы:

1. Аэрофлот – Российские авиалинии: годовой отчет 2021 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ir.aeroflot.ru/> (дата обращения: 04.04.2023).
2. Веснин, В. Р. Практический менеджмент персонала: пособие по кадровой работе / В. Р. Веснин. – М.: Юристъ, 2016. – 496 с.
3. Егоршин, А. П. Мотивация трудовой деятельности: учебное пособие для вузов – 2-е изд., перераб. и доп. / А. П. Егоршин. – М.: ИНФРА-М, 2019. – 464 с.

Мананкина А. А., студентка
Научный руководитель: Очеретко Т. А.
Донецкий государственный университет, РФ
manankinanya2015@mail.ru

РОЛЬ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ

Актуальность. Мотивация персонала – залог успешной работы и динамичного движения компании для реализации ее стратегии и укрепления положения на рынке. У предпринимателя есть самые ценные ресурсы, потому что люди способны постоянно совершенствоваться. Таким образом, умело управляя людьми, можно постоянно совершенствовать организацию производства и увеличивать прибыль. Это означает, что предприниматель должен хорошо разбираться в людях и знать их достоинства и недостатки, понимать их мотивы, для того чтобы они работали. Достаточное знание мотивации сотрудников является ключом к построению лучших систем стимулирования работников. Поэтому мотивация работников является универсальной темой, и, несмотря на постоянное внимание к ней со стороны теоретиков и практиков менеджмента, ее актуальность не снижается.

Анализ последних исследований и публикаций. Исследование эволюции теоретических представлений о содержании и регулировании мотивационных процессов в труде показало, что направление вектора мотивационных воздействий менялось по мере социально-экономического развития общества. Мотивация, которая первоначально была направлена строго на повышение производительности труда, то есть на стимулирование физической активности, постепенно стала направляться на повышение качества труда, развитие творчества, инициативы и стимулирование удержания работников на предприятии.

Цель данного исследования – выявить особенности мотивации работников в условиях развития рыночной экономики и дать теоретические и практические рекомендации по улучшению системы мотивации работников на предприятиях.

Результаты исследования. Мотивация сотрудников занимает важное место в управлении человеческими ресурсами компаний. Поскольку мотивация побуждает отдельных людей и целые команды к достижению индивидуальных и коллективных целей, ни одна система управления не может функционировать эффективно, если не разработаны эффективные модели мотивации.

В самом общем виде мотивация поведения человека может быть понята как набор движущих сил, которые заставляют человека совершать определенное поведение. Эти силы могут быть внешними или внутренними по отношению к человеку и заставляют его сознательно или неосознанно осуществлять определенное поведение. В то же время связь между отдельными силами и поведением человека опосредуется очень сложной системой взаимодействий, в результате чего у разных людей могут быть совершенно разные реакции на одно и то же воздействие одних и тех же сил. Более того, действия, слова и поступки одного человека могут влиять на реакцию и на поведение другого, вызванного этими силами. В свете вышесказанного можно сказать, что мотивация – это совокупность внутренних и внешних движущих сил, которые побуждают человека к деятельности, задают границы и форму этой деятельности и придают этой деятельности целевую направленность.

К основным задачам мотивации относятся:

признание работы наиболее эффективно работающих сотрудников и дальнейшее стимулирование их деятельности;

демонстрация стремления компании к высокой результативности;
распространение информации о работе сотрудников, отмеченных благодарностями;
применение различных форм признания заслуг;
поднятие морального духа с помощью соответствующих форм признания;
обеспечение процессов, повышающих трудовую активность.

Процесс мотивации персонала в компаниях можно условно разделить на следующие основные этапы:

- 1) формирование потребностей;
- 2) формирование стратегий и поиск путей удовлетворения этих потребностей;
- 3) реализация тактики и поэтапное осуществление действий;
- 4) удовлетворение потребностей и получение морального вознаграждения [2].

Влияние мотивации на поведение человека зависит от многих факторов, оно является в значительной степени личным и может меняться под влиянием обратной связи от деятельности человека. Поэтому организационные формы, в которых строятся мотивационные механизмы, широко варьируются и зависят от конкретных условий и характера выполняемой работы.

Принципиальное значение для формирования мотивационных механизмов на предприятиях имеют следующие особенности:

принятая концепция мотивации персонала (содержательная или процессуальная);
характер применяемых вознаграждений (материальное, моральное, трудовое или статусное);
форма стимулирования труда (индивидуальная или коллективная);
тип применяемого вознаграждения (внутреннее или внешнее) [3].

Все методы мотивации персонала принято делить на две большие группы – материальные и нематериальные стимулы. К первой группе относятся денежные (заработная плата, премии и т.д.) и неденежные (путевки, бесплатное лечение, транспортные расходы и др.) стимулы. Ко второй группе стимулов можно отнести социальные (престижность труда, возможность профессионального и служебного роста), моральные (уважение со стороны окружающих, награды) и творческие (возможность самосовершенствования и самореализации).

В современных условиях происходящие преобразования, развитие различных форм собственности и хозяйствования, инфляция изменяют структуру совокупного дохода работников, что, в свою очередь, оказывает значительное влияние на систему материального стимулирования персонала организации. В настоящее время основными видами доходов работников являются следующие:

доходы, получаемые непосредственно от трудовой деятельности (оплата труда, премии и надбавки);

выплаты и компенсации, связанные с условиями труда на предприятиях (надбавки за тяжелые и вредные условия труда, работу в ночное время, отпускные и т.д.);

доходы от собственности (например, инвестиционный капитал, акции, дивиденды от приватизационных чеков);

выплаты и льготы, связанные с социальным обеспечением на случай инфляции, снижения уровня жизни и других неблагоприятных последствий текущих преобразований;

выплаты, связанные с климатическими особенностями региона (например, региональные и северные надбавки) [4].

Сегодня сложная экономическая ситуация затрудняет предложение высокой заработной платы и требует особого внимания к нематериальному стимулированию и созданию гибких схем льгот для сотрудников, в том числе:

признание ценности сотрудников для организации и предоставление им свободы творчества;

применение программы повышения эффективности труда и программы ротации персонала;

ступенчатый график работы, неполный рабочий день и возможность работать как на рабочем месте, так и дома;

предложение сотрудникам скидки на продукцию, производимую компанией, в которой они работают;

предоставление финансирования для отдыха и досуга;

предоставление бесплатного проезда;

предложение кредита на покупку жилья [5].

Мотивация – это процесс эмоционально чувствительного сравнения между своим образом потребности и образом внешнего объекта (претендента на объект потребности).

Мотивация – это внутренний психологический механизм человека, который обеспечивает идентификацию объекта, соответствующего потребности, и запускает направленное поведение на присвоение этого объекта (если он соответствует потребности).

Невозможно глубоко научно и объективно рассмотреть характеристики и структуру любого процесса или явления без понимания его природы и учета конкретных условий. Это правило в полной мере относится к познанию природы и содержания мотивационных систем применительно к новым экономическим условиям.

Мотивация работников оказывает значительное влияние на результаты деятельности и поведение сотрудников в организации. Ее следует рассматривать в рамках управления производительностью и качеством, а также в контексте организационной культуры и идентичности [1].

Выводы. Мотивацию и стимулирование можно сравнить со стратегией и тактикой в военном искусстве. Мотивация или мотивационная политика – это стратегическая линия, направленная на достижение глобальных целей сотрудников и объединение их с корпоративными целями.

Список литературы:

1. Варенов, А. В. Мотивация персонала. Игра или работа / А. В. Варенов, С. Ю. Исаев. – М.: Речь, 2017. – 160 с.
2. Жадан, С. Мотивация и трудовая активность персонала / С. Жадан. – М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2014. – 196 с.
3. Мессмер, М. Мотивация персонала для «чайников». Руководство / М. Мессмер. – М.: Диалектика / Вильямс, 2017. – 305 с.
4. Пономарев, И. П. Мотивация работой в организации / И. П. Пономарев. – М.: Едиториал УРСС, 2015. – 224 с.
5. Уайтли, Ф. Мотивация / Ф. Уайтли. – М.: Диалектика / Вильямс, 2017. – 517 с.

Мартынова А. Е., студентка
Научный руководитель: Лукьянова К. К., канд. экон. наук
Донецкий государственный университет, РФ
angelikamartynova30@mail.ru

НЕМАТЕРИАЛЬНАЯ МОТИВАЦИЯ – ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТРУДА

Актуальность данной темы обоснована первостепенно значимой ролью исследования нематериальной мотивации в повышении производительности труда сотрудников предприятия. В настоящее время в связи с финансовой нестабильностью в государстве, в связи с ухудшением рыночной обстановки, большинство российских субъектов бизнеса столкнулись с проблемой нехватки финансовых ресурсов для стимулирования сотрудников к наиболее продуктивной рабочей деятельности. По этой причине так важно изучать нематериальную мотивацию труда, в рамках которой от управляющих не требуется значительных затрат, а итог от нематериального мотивационного воздействия не менее значимый, чем при материальном стимулировании.

Анализ последних исследований и публикаций. Особый вклад в изучение мотивации труда внесли такие ученые, как Ф. Тейлор, Э. Мейо, А. Маслоу, Д. Мак-Грегор, К. Альдерфер, Д. Мак-Клелланд, Ф. Херцберг, Л. Портер, Э. Лоутер, В. Врум и многие другие. Эти ученые создавали различные теории и модели мотивации труда, вырабатывали практические рекомендации по применению своих теорий.

Цель исследования – обоснование необходимости применения методов нематериальной мотивации для повышения эффективности деятельности предприятий.

Результаты исследования. Исследования показывают, что только 2 % работников в организациях целиком применяют весь свой потенциал, а другие в среднем на 20 % от своей возможной активности.

Сотрудники зачастую недовольны условиями работы и атмосферой в коллективе. Это означает, что производительность труда персонала падает, а значит, падает и производительность всего предприятия. Для того, чтобы подобных ситуаций становилось меньше, руководителям предприятий следует использовать методы для повышения мотивации персонала компании.

Мотивация персонала трактуется как инструмент, которым должен обладать каждый управляющий. В достижении целей компании и увеличении объема прибыли немаловажную роль играет система мотивации, которую необходимо грамотно сформировать.

Принципы построения мотивационной системы [1]:

1. **Доступность.** Это определяется тем, что абсолютно каждый стимул способен применяться к любому сотруднику.
2. **Сотрудник должен на себе ощутить предоставленный ему стимул.**
3. **Постепенность.** Иными словами, стимулирование, которое проводится в денежном эквиваленте, всегда подлежит изменению, и нельзя допускать, чтобы он уменьшался. Он должен оставаться на изначальном уровне либо увеличиваться. В случае если произойдет снижение стимулирования, то ухудшится работа персонала.

Экономисты выделяют материальную и нематериальную мотивацию. Первый вид мотивации способен удовлетворить лишь базовые потребности человека, из этого следует ее краткосрочность, то есть повышение зарплаты лишь на непродолжительный период повысит эффективность деятельности работника. Нематериальная же мотивация имеет возможность воодушевлять работников на длительный период, так

как направлена на удовлетворение высших нужд индивида: стремление к саморазвитию, жажда реализации потенциала, самоуважение и уважение со стороны окружающих.

В сегодняшних условиях материальная мотивация персонала начинает отходить на второй план, а на передний выходит нематериальная и её методы. Как правило, мотивация сотрудника лишь повышением зарплаты является неэффективной в долгосрочной перспективе и ведет к значительным убыткам компании.

Удовлетворяя лишь одну потребность – финансовую – руководитель дает возможность сотруднику работать с более выгодными финансовыми предложениями.

В ситуации, если сотрудник не получает должного внимания и мотивации со стороны начальника, то коллектив может быть сплочен против такого начальства. Именно поэтому каждый управляющий должен знать методы нематериальной мотивации и использовать их на практике.

Использование методов нематериальной мотивации дает определенные преимущества:

влияет на улучшение качества работы сотрудников;

компания становится более успешной, повышается уровень производительности труда.

Дать оценку деятельности сотрудника возможно похвалой, однако, этот метод не нужно применять довольно часто, потому что заинтересовать персонал можно и другими методами для последующей успешной деятельности [3].

Труд работника возможно оценить, отметив результаты его рабочей деятельности в отпечатанном издании или журнале компании. В коллективе должны понимать, то, что большие итоги в труде заслуживают уважения.

Компания может мотивировать сотрудников более эффективно выполнять свою работу путем предоставления им подарков. Это могут быть как небольшие подарки на некоторые праздники, так и крупные – на день рождения [2]. Таким образом, нематериальная мотивация оказывает колоссальное влияние на результативность труда.

В результате поощрения работников можно выделить стремительный рост производительности труда, самоотдачу персонала, нацеленность на достижение положительного итога.

Инструменты организационной, моральной и нематериальной мотивации можно разделить на группы:

К первой группе относятся условия труда, то есть то, что позволяет организовать персоналу комфортные условия, в которых он будет работать.

Вторая группа – это социальная поддержка. Все инструменты, которые формируют данную группу, ориентированы на то, чтобы сотрудники были уверены в перспективах компании, в том, что они не потеряют работу и стабильный заработок.

В третью группу входит корпоративная культура, представляющая собой ценности, правила, нормы, которые были сформированы в компании за продолжительный период времени. Это содействует тому, что каждый работник чувствует себя частью коллектива, именно от этого и зависит признание собственного профессионализма сотрудника [1].

Последняя, четвертая группа – это самореализация. Сюда относится все то, что может помочь работникам приобрести профессиональные навыки и опыт работы, подняться по карьерной лестнице, достичь поставленных целей и реализовать себя как профессионала.

Для любой из вышеуказанных групп характерны конкретные инструменты. В таблице 1 представлены инструменты, которые зачастую используют компании по всему миру.

Таблица 1

Инструменты нематериальной мотивации	
Инструменты	Составляющие
Условия труда	1. Ощущение безопасности сотрудника. 2. Комфортный рабочий график. 3. Необходимый инвентарь для выполнения трудовых функций. 4. Медицинское обслуживание и дополнительное медицинское страхование. 5. Транспортное обеспечение сотрудников. 6. Комфортное место работы. 7. Предоставление питания на территории организации.
Социальная поддержка	1. Заработная плата и своевременные отчисления в соответствующие фонды обязательного страхования. 2. Предоставление материальной помощи при наступлении определенных событий. 3. Возможность получения путевок на отдых по выгодным условиям. 4. Получение скидки на продукцию от производителя.
Корпоративная культура	1. Оценка эффективности работы персонала. 2. Обеспечение сотрудников должностными регламентами, включающими в себя трудовые функции работника. 3. Ответственный подход к работе. 4. Создание органов по решению конфликтных ситуаций. 5. Проведение конкурсов. 6. Введение корпоративных праздников.
Возможность самореализации	1. Обучение и переобучение персонала. 2. Карьерный рост. 3. Возможность стажировки.

Выводы. Таким образом, нематериальная мотивация персонала играет порой более значимую роль в формировании эффективной деятельности сотрудников, чем материальная. Выделяют следующие методы нематериальной мотивации персонала: введение различных льгот, улучшение рабочих условий, внимание к личности работника, проведение соревнований, карьерный рост, обучение, повышение квалификации, поддержание корпоративного духа, признание заслуг, обратная связь.

Выявление индивидуальных умений и способностей сотрудников обеспечивает также и рост прибыли компании. Необходимо ввести в практику систематические беседы с персоналом, улучшать социально-психологический климат в коллективе, обеспечивать работников комфортными условиями труда, а также находить и совершенствовать новые методы нематериальной мотивации.

Список литературы:

1. Базарова, Т. Ю. Управление персоналом / Ю.Т. Базарова. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2018. – 423 с.
2. Иванников, В. А. Порождение деятельности и проблема мотивации / В.А. Иванников. – М.: Психология. – 2015. – 223 с.
3. Карпова Т. П., Стуколова Л. З. Модель деятельности специалиста по организации работы с молодыми специалистами в негосударственных организациях / Т. П. Карпова, Л. З. Стуколова // Вестник Международного института рынка. – 2017. – № 2. – С. 72-77.

Масленникова В. С.

Научный руководитель: Ганич Л. В., канд. экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
vmaslennikova12@mail.ru

ОЦЕНКА РАЗВИТИЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ: ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ

Актуальность. Российская образовательная система претерпела череду преобразований, причиной которых стали изменения в социально-экономической области и обусловленная этими изменениями смена приоритетов. В данных условиях становится актуальным вопрос об инновациях в сфере развития кадрового потенциала, а также об определении самих критериев готовности кадровых ресурсов к инновационной деятельности.

Отправной точкой научно-педагогических изменений является модернизация российского образования, осуществляя которую необходимо неукоснительно следовать требованиям модернизационного процесса к профессиональной компетентности педагогов.

Анализ последних исследований и публикаций. В публикациях Ашировой Д. Н., Подымовой Л. П., Скутневой С. А., Чичкановой Т. А. и др. по данной тематике прослеживается идея о том, что в настоящее время перед российским образованием возникли цели, достижение которых требует модернизации всей системы, оснащения ее новой техникой и технологиями. Необходима подготовка кадров, имеющих глубокие фундаментальные знания, способных адаптироваться к постоянно обновляющимся требованиям, владеющих новыми методиками и технологиями, четко осознающих профессиональные задачи, стоящие перед ними.

Цель работы: разработать рекомендации по внедрению инновационных методов развития кадрового потенциала в образовательных учреждениях.

Вопросы активизации инновационного потенциала в настоящее время особенно актуальны, поскольку результат предпринятых управленческих действий по осуществлению инновационной деятельности образовательного учреждения напрямую зависит от подготовленности участников этого процесса, от их способности «принять и воплотить цели на практике», что определяет направленность организационных усилий – на развитие этих способностей [2, с. 283].

Планирование в условиях инновационного режима функционирования образовательных учреждений приобретает проектный характер, что подразумевает целенаправленное изменение основополагающих компонентов педагогического процесса, его смысла, целей и содержания, форм, методов и технологий.

Инновационный потенциал как интегрированное явление включает в себя характеристики отдельных его составляющих: педагогов, учреждений, оказывающих образовательные услуги, и его руководителей. Рассматривая роль педагога в контексте инновационного развития кадрового потенциала, необходимо обратить внимание на его практическую деятельность. Так, педагогу необходимо развиваться и искать собственные пути решения образовательных задач, творчески подходить к воплощению других авторских инновационных находок, генерировать «новое» и моделировать это в реальной практике.

Для эффективного развития инновационного потенциала необходимо уделять внимание как внутриорганизационным преобразованиям, так и внешним. Это выражается в повышении профессиональной компетенции «своих» педагогов, а также в

становлении связей педагогического коллектива с другими профессиональными сообществами.

При этом оценка и повышение компетенции педагогов на различных этапах их профессиональной карьеры в настоящий момент особенно актуализированы в качестве одного из направлений государственной политики, поскольку напрямую влияют на качество образования студентов и способствуют созданию единого образовательного пространства. Формируя подход к развитию педагогических компетенций, необходимо учитывать следующие факторы:

компетентностный подход как основу развития;

непрерывность инновационной деятельности (решение поставленных задач и постановка новых);

участие педагога «в специально организованных рефлексивно-аналитических, проектировочных и образовательных мероприятиях (событиях)»;

сопровождение инновационного процесса на основе решения педагогом присущих этому виду деятельности задач;

формирование у педагога представлений об образе отделенного будущего, совместное проектирование будущей деятельности, создание условий для освоения педагогом соответствующих знаний, умений и методов [1, с. 78].

С целью создания условий развития кадрового потенциала системы образования необходимо разработать комплексную программу, которая будет включать в себя конкретные задачи (рис. 1).

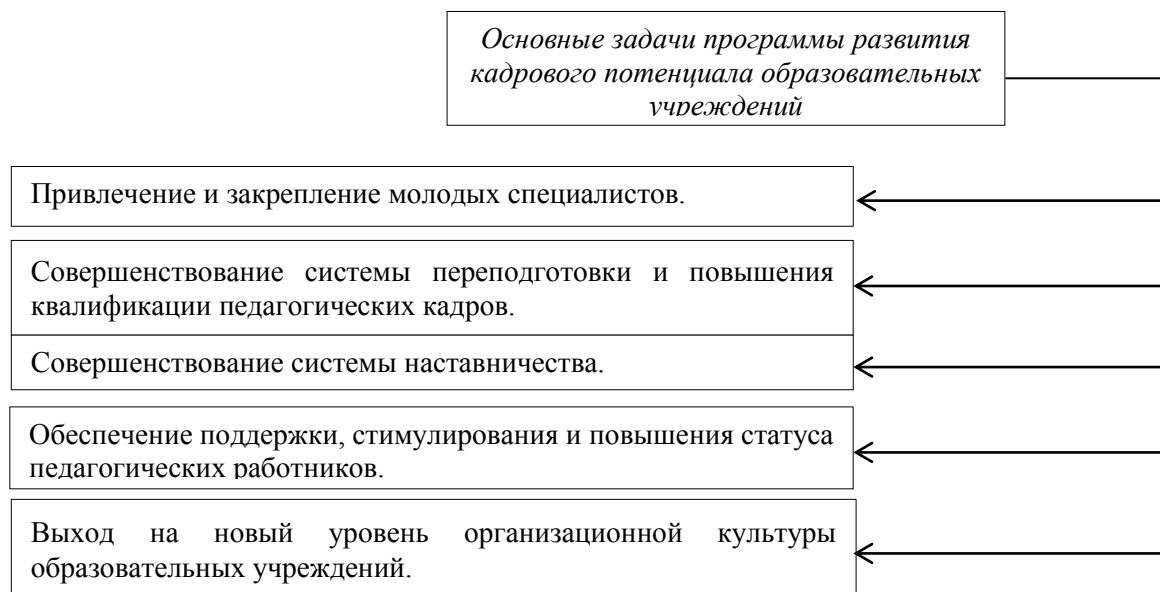


Рис. 1. Основные задачи программы развития кадрового потенциала образовательных учреждений [3, с. 117]

При этом одной из основных проблем, значительно замедляющих процесс инноваций в сфере образования, является превалирование педагогов старшего поколения в коллективе. Устоявшиеся в их рабочей практике методы во многом не соответствуют текущим условиям образовательной деятельности, в связи с чем возникает вопрос об их профессиональной переподготовке с освоением современных программ обучения. Однако и более молодые преподаватели также испытывают трудности в своей рабочей деятельности, которые, во многом, обусловлены отсутствием практического опыта.

В связи с чем, становится необходимым использование технологий сопровождения персонала образовательных учреждений, стимулирующих рост и совершенствование учителей в профессии, обеспечивающих овладение инновационным опытом, повышающих уровень адаптации к меняющимся условиям деятельности.

Указанная технология может реализовываться посредством формирования индивидуального образовательного маршрута педагога, который, в свою очередь, подразделяется на несколько модулей:

1) базовый (инвариантный) – обеспечивающий реализацию требований стандарта и отражающий миссию педагога в целом;

2) вариативный – обеспечивающий реализацию возникающих образовательных потребностей преподавателя узкого профиля [5, с. 54].

Прогресс преподавателя в ходе его обучения может фиксироваться в ежегодной карте мониторинга профессиональной компетенции, которая является составляющей мониторинга уровня профессиональной компетентности педагога и прохождения им индивидуального образовательного маршрута.

Указанная карта мониторинга профессиональной компетенции может содержать в себе основные этапы деятельности педагога, реализуемые в ходе его самообразования, в том числе: планирование мероприятий и видов активности, оценку необходимых ресурсов, анализ достигнутых результатов. На основе приведенных элементов становится возможной их систематизация с последующим образованием алгоритма совместной деятельности и иных субъектов образовательного процесса.

Инновационные процессы являются основным мотивом личностного и профессионального саморазвития педагога. Приведенный выше подход профессионального развития преподавателей позволит создать комфортные условия для осуществления педагогом инновационной деятельности, а также удовлетворит его профессиональные потребности в части самосовершенствования, реализации собственной карьеры [5, с. 55].

Выводы. Таким образом, описанные явления и процессы оказывают всеобъемлющее воздействие на деятельность учебных заведений и на ее ядро – учебно-воспитательный процесс. Осмысление нового качественного состояния сферы образования становится приоритетной задачей на современном этапе.

Список литературы:

1. Аширова, Д. Н. Проблемы и рекомендации по совершенствованию кадрового состава образовательного учреждения в современных условиях / Д. Н. Аширова. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2022. – № 35 (430). – С. 77-79.
2. Дресвянникова, О. Г. Проблемы кадрового обеспечения в органах государственного управления и в условиях цифровизации / О. Г. Дресвянникова, Ю. С. Крачун, Н. С. Сторожева // Академическая публицистика. – М., 2022. – № 1–2. – С. 282–287.
3. Калинин, С. А. Реализация стратегии управления персоналом образовательных организаций / С. А. Калинин // Наука и образование: сохраняя прошлое, создаём будущее: в 2 ч., Пенза, 05 февраля 2019 года. – Пенза: «Наука и Просвещение» (ИП Гуляев Г. Ю.), 2019. – С. 116–119.
4. Никулина, Ю. Н. Кадровая политика в регионе: сущность, цель, задачи, принципы / Ю. Н. Никулина, В. С. Гущина // Исследование инновационного потенциала общества и формирование направлений его стратегического развития. – М., 2020. – С. 29–32.
5. Подымова, Л. С. Инновационные подходы к развитию кадрового потенциала школы / Л. С. Подымова, С. А. Скутнева // Высшее образование сегодня. – М., 2018. – С. 50-55.

Остапченко А. Ю., студент
Научный руководитель: Ганич Л. В., канд. экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
ostapchenko2001@mail.ru

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ МАШИННОГО ОБУЧЕНИЯ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ: ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ

Актуальность. Существующая «цифровая реальность», глобальные и стремительные изменения в эпоху Индустрии 4.0 приводят к трансформации базовой модели функционирования бизнеса. Перед современными организациями стоит актуальная задача цифровизации большинства рабочих процессов, в том числе и в рамках системы управления человеческими ресурсами. Это стало возможным с помощью алгоритмов больших данных, основанных на машинном обучении. Анализ современных тенденций в системе управления человеческими ресурсами в условиях новой цифровой экономики посвящена данная исследовательская работа.

Анализ последних исследований и публикаций. В последние годы проблеме цифровизации HR-практик уделяется довольно большое внимание. В работах таких отечественных экономистов, как Дроздов И. Н., Семина А. П., Егорова И. А., представлены теоретические и методологические основы применения инструментов искусственного интеллекта в управлении персоналом, приведена также статистика использования этих технологий в российском бизнесе. Изучением данного вопроса занимаются и зарубежные ученые: Gian Quining, Hans-Christian Paul, Timer Kurnas и др.

Цель исследования: изучить ключевые направления цифровизации системы управления персоналом на основе внедрения инструментов машинного обучения, а также выявить эффективность и риски применения новых технологий для организации.

Результаты исследования. Цифровизация процесса управления персоналом является определителем стратегического успеха бизнеса в современных условиях. Такой подход в значительной степени оптимизирует функциональные обязанности отдела кадров и минимизирует связанные с этим затраты. Поэтому современным руководителям уже сейчас стоит задуматься над тем, как автоматизировать рабочие процессы, связанные с подбором, наймом, обучением и развитием персонала компании.

В современных условиях происходит интенсивная цифровизация HR-практик, направленная на применение инструментов машинного обучения. Этот подраздел искусственного интеллекта изучает методы построения алгоритмов, способных обрабатывать и анализировать огромные массивы данных для представления их в виде наглядных для человека результатов. Всё сводится к автоматизации процессов управления, где алгоритмы выполняют как рутинную, так и сложную аналитическую работу за менеджеров по персоналу.

Целесообразно рассмотреть процессы системы управления персоналом, в которых наблюдается активное использование технологий машинного обучения.

Поиск и подбор кандидатов. Вместо формирования заявки и размещения рекламы на job-порталах, для поиска потенциальных сотрудников в систему загружается вакансия произвольного формата. В течение нескольких минут специальные алгоритмы её обрабатывают и предлагают несколько кандидатов, максимально подходящих под конкретные параметры вакансии.

Интервью и отбор кандидатов. Для проведения online-интервью применяют алгоритмы распознавания лиц и эмоций. Технология способна обрабатывать видео и определять положение глаз соискателя, считывать мимику и делать заметки при попытке потенциального обмана [1, с. 17]. Собеседование также могут проводить чат-

боты, которые на основе ответов кандидатов анализируют их грамотность, владение языком и уровень компетенций. Полученные результаты цифровые помощники предоставляют HR-менеджеру, на основе чего формируется список претендентов на очную встречу.

Адаптация персонала. Система машинного обучения, сопоставляя характеристики потенциальных кандидатов и сотрудников подразделения, формирует прогноз адаптации и разрабатывает системы превентивных мер по её снижению [2, с. 113]. Чат-боты также могут помочь новым сотрудникам быстрее освоиться в компании: эти устройства встроены в телефон и могут мгновенно ответить на интересующие вопросы.

Мотивация персонала. Новые технические возможности позволяют учитывать персональную производительность сотрудников, на основе чего происходит переход к мелким формам компенсации. Появляется возможность индивидуализировать систему мотивации, например, выбирать между ростом заработной платы и большей продолжительностью отпуска [3, с. 174].

Обучение сотрудников. Решения искусственного интеллекта отслеживают эффективность работы отдельных сотрудников компании и сравнивают её с наиболее успешными специалистами. На основе анализа собранных данных ATS и CRM-системы способны разработать для сотрудников персонализированную программу обучения и дальнейшую траекторию развития профессиональных знаний и навыков. Также активно внедряются и применяются технологии «Digital learning», в которую входят методы микрообучения, геймификации и виртуальной реальности.

Оценка сотрудников. С помощью систематического онлайн анкетирования и опросов коллег собираются и обрабатываются данные о компетентности сотрудников. Серверы HR-аналитики на основании полученной информации готовят отчеты о результативности деятельности каждого работника и разрабатывают направления повышения уровня знаний и навыков в соответствии с целями фирмы.

Представленные процессы формируют новую систему управления персоналом на основе машинного обучения, в которой пути цифровизации функций HR-службы рассматриваются в разрезе основных этапов становления человеческих ресурсов (рис. 1).



Рис. 1. Система управления персоналом в цифровой экономике (составлено автором)

Согласно исследованию крупнейшей аудиторской компании KPMG, большинство руководителей организаций (88%) считают вложения в искусственный интеллект оправданными: из них 35% сконцентрировались на обучении персонала, а 33% – на аналитике данных. В ближайшие 2 года респонденты планируют увеличить инвестиции на 47% в технологии искусственного интеллекта и машинного обучения в HR. В то же время не все компании осознают необходимость изменений: 36% частично передали функции ИИ и только 14% инвестировали в это направление за последние два года [4].

Следовательно, одни работодатели видят перспективу в цифровизации системы управления персоналом, другие – риски внедрения. На основании этого выделим положительные и отрицательные черты для данного процесса (табл. 1).

Таблица 1

Преимущества и недостатки цифровых методов управления персоналом на основе внедрения инструментов машинного обучения (составлено автором)

Преимущества	Недостатки
оптимизация рабочего процесса и автоматизация рутинных задач	большие финансовые и временные затраты внедрения digital-технологий
снижение трудоёмкости, сокращение затрат и повышение эффективности	недостаточный уровень технической поддержки компаний
систематизация данных, обеспечение их объективности и доступности	скептическое отношение персонала и руководителей к нововведениям
мгновенное предоставление важной для сотрудников информации в режиме online	отсутствие системы защиты конфиденциальных данных о сотрудниках
формирование устойчивого бренда и конкурентного положения компании	этико-правовые вопросы регулирования технологий искусственного интеллекта

Нивелировать влияние перечисленных негативных факторов можно, если проработать детальный план ввода интеллектуальных возможностей, обратиться за помощью к внешним экспертам для аудита их потребности, а также убедить сотрудников в эффективности использования новых технологий в своей работе.

Выводы. Таким образом, активное внедрение IT-инструментов в управление персоналом организаций кардинально меняет тактику и стратегию работы с кадрами, предопределяя появление новой концепции управления человеческими ресурсами на основе использования технологий искусственного интеллекта. Алгоритмы, встроенные в программное обеспечение компании, дают возможность автоматизировать многие HR-процессы, увеличивают производительность труда и скорость обработки данных, но требуют грамотного регулирования их внедрения и дальнейшего использования. Руководителям компаний рекомендуется уже сейчас задуматься о необходимости оснащения HR-служб современным оборудованием для сохранения стратегической позиции в современных условиях цифровой экономики.

Список литературы:

1. Блинникова, А. В. Использование искусственного интеллекта в процессах управления человеческими ресурсами / А. В. Блинникова, Д. К. Йинг // Вестник университета. – 2020. – № 7. – С. 14–21.
2. Ляковская, Е. А. Управление персоналом в цифровой экономике / Е. А. Ляковская, В. В. Козлов // Вестник ЮУрГУ. Серия: Экономика и менеджмент. – 2018. – №3. – С. 108-116.
3. Саматоев, А. Т. HR-технологии в цифровой экономике и менеджменте / А. Т. Саматоев, М. В. Красностанова // Менеджмент сегодня. – 2019. – №3. – С. 172–190.
4. HR-тренды: скоро ли ждать цифровой трансформации найма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mcs.mail.ru/blog/hubs/trends> (дата обращения: 04.04.2023).

Панин Е. И., студент
 Научный руководитель: Васильев А. С.
 Донецкий государственный университет, РФ
 gov.pun@bk.ru

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ ПЕРСОНАЛА НА ПРЕДПРИЯТИИ

Актуальность. Непрерывное обучение является необходимостью, так как наличие новых знаний и умений становится ключевым конкурентным преимуществом на рынке труда. Технологии и методы обучения также продолжают развиваться и изменяться, открывая новые возможности для получения знаний. Однако, вместе с этим и возникают новые проблемы, связанные с технологическими изменениями, необходимостью быстрой адаптации к новым требованиям рынка и определением эффективных форм обучения.

Анализ последних исследований и публикаций. Современные методы обучения персонала являются предметом исследований зарубежных и отечественных специалистов различных областей знания. Основы научного осмысления современных методов обучения персонала на предприятии заложены в трудах Армстронг М., Архипова Н.И., Базаров Т. Ю., Беседина О. И. и др.

Целью данного исследования является анализ современных методов обучения персонала на предприятии, а также основных проблем и тенденций его развития.

Результаты исследования. По определению Т.Ю. Базарова, обучение персонала – это развитие профессиональных знаний, умений и навыков сотрудников исходя из целей развития соответствующих подразделений, которые в свою очередь привязаны к стратегии компании. Обучение может быть разным по форме, содержанию и способу организации.

Главная задача образовательных учреждений и компаний заключается в создании гибких образовательных программ, которые позволят студентам и сотрудникам быстро адаптироваться к быстро меняющейся реальности и обретать нужные навыки. Кроме того, век цифровой экономика требует от всех участников образовательного процесса учета новых технологий и инструментов, таких как искусственный интеллект, машинное обучение, блокчейн, которые могут существенно повлиять на процессы обучения и производства.

В российской и зарубежной практике сегодня используется огромное количество разнообразных методов обучения, которые могут быть разделены на две большие группы: обучение на рабочем месте и вне рабочего места. Каждый из методов имеет свои особенности применения, достоинства и недостатки, которые необходимо учитывать при планировании и организации процесса обучения сотрудников (табл. 1).

Таблица 1

Основные характеристики методов обучения персонала (составлено автором)

Метод обучения на рабочем месте	Двухсторонняя связь	Не имеет рисков для производства	Низкие финансовые затраты	Высокий охват числа работников
1	2	3	4	5
<i>На рабочем месте:</i>				
Инструктаж	-	+	+	+
Ротация	-	-	-	+
Наставничество	+	+	-	-
Метод усложняющихся задач	-	-	+	+

Окончание табл. 1

1	2	3	4	5
Производственное обучение	+	+	+	+
Использование рабочих инструкций	-	+	+	+
Метод «Secondment»	+	-	-	-
<i>Вне рабочего места</i>				
Лекция	-	-	+	+
Семинар	+	-	+	-
Анализ кейсов	+	+	+	-
Деловые игры	+	+	-	-
Тренинг	+	+	-	+
Коучинг	+	-	-	-
Мозговой штурм	+	-	+	+

Современные методы обучения являются неотъемлемой частью цифровой экономики. Они используют новейшие информационные технологии и инновационные подходы, которые позволяют ученикам эффективнее усваивать материал и развивать навыки, необходимые для работы в цифровой экономике.

Среди таких методов можно выделить:

1. Онлайн-курсы и вебинары – это форматы обучения, которые позволяют ученикам изучать различные темы в удобном формате, не выходя из дома или офиса. Они могут использовать любое устройство с доступом в интернет, чтобы получать доступ к лекциям и заданиям, а также общаться с преподавателями и другими студентами.

2. Игровые технологии – это подход к обучению, который использует инновационные игровые форматы для помощи студентам в освоении темы. Использование игровых элементов позволяет сделать процесс учебы более интересным и привлекательным для учеников.

3. Интерактивное обучение – это метод, который использует компьютерные программы, интерактивные таблицы, видеоуроки и другие средства для расширения кругозора студентов и обогащения их знаний. Все это помогает ученикам лучше понимать тему и осваивать новые концепции и понятия.

4. Сотрудничество – это подход к обучению, который позволяет студентам работать в группах или командах, чтобы решать сложные задачи и выполнять проекты. Это позволяет развивать навыки коммуникации, сотрудничества и лидерства, которые необходимы для работы в цифровой экономике.

5. Адаптивное обучение – это подход, который позволяет ученикам учиться в своем собственном темпе и получать персонализированную помощь и поддержку от преподавателей и системы обучения. Это помогает сократить время на обучение и повысить эффективность его результатов.

В целом, современные методы обучения позволяют подготовить учеников к работе в цифровой экономике, которая требует от людей новых знаний и навыков. Они помогают ученикам развивать навыки самостоятельности, коммуникации, а также инновационное мышление.

В настоящее время при обучении, организации сталкиваются с множеством проблем, а именно:

- 1) отсутствие мотивации к обучению у персонала организации;
- 2) ожидание руководства организации моментального результата от обучения сотрудников;
- 3) отсутствие возможности применения навыков на практике;

4) непонимание персонала организации идеи обучения.

По мнению ученых-экономистов, формирование эффективного обучения персонала в организации в долгосрочной перспективе можно достичь благодаря таким мерам, как:

- 1) оценка эффективности обучения;
- 2) определение целей обучения;
- 3) сбор данных до обучения;
- 4) сбор данных в процессе обучения и после обучения;
- 5) сравнение данных, полученных до, во время и после обучения.

Как выявили учёные-экономисты – оценка эффективности обучения является самым важным этапом процесса обучения персонала. Ее смысл состоит в том, чтобы установить, какую пользу от обучения работников получает организация, или выяснить, является ли одна форма обучения более эффективной, чем другая. Оценка эффективности обучения работников организации позволяет постоянно работать над повышением качества обучения, избавляясь от таких учебных программ и форм обучения, которые не оправдали возложенных на них надежд.

Выводы. Следует отметить, что универсальных методов профессионального обучения не существует. Образовательные учреждения и компании должны активно адаптироваться к новым требованиям, постоянно развивать свои программы и методы обучения, чтобы обеспечить кадры, готовые к успешной работе в быстро меняющейся реальности.

Список литературы:

1. Армстронг, М. Практика управления человеческими ресурсами / Майкл Армстронг, Стивен Тейлор. – 14-е изд. – Санкт-Петербург: Питер, Прогресс книга, 2018. – 1038 с.
2. Архипова, Н.И. Современные проблемы управления персоналом: монография / С.В. Назайкинский, О.Л. Седова, Рос. гос. гуманитар. ун-т, Н.И. Архипова. – М.: Проспект, 2018. – 161 с.
3. Базаров, Т. Ю. Психология управления персоналом: учебник и практикум для вузов / Т. Ю. Базаров. – Москва: Издательство Юрайт, 2020. – 381 с.
4. Беседина, О. И. Инновационные методы в кадровой политике / О.И. Беседина, Д.И. Зновенко, Е.В. Малахова // Экономика. Менеджмент. Инновации. – 2019. – №1(19). – С. 3-10.
5. Вукович, Г. Г. Управление персоналом: теория и методика / Г. Г. Вукович // Экономика Профессия Бизнес. – 2019. – № 4. – С. 20-25.

Пашкова К. А.

Научный руководитель: Штрекер И. А.

Донецкий государственный университет, РФ

karinapaskova058@gmail.com

СИСТЕМА СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ НАСЕЛЕНИЯ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

Актуальность работы. В условиях трансформации отечественной экономической системы все большую значимость приобретают вопросы развития социальной защиты населения как одной из важнейших основ стабилизации и

эффективности социально-экономической сферы. Социальная защита населения является важнейшей частью социально-экономической политики каждого государства, при этом в разных типах общественного устройства она осуществляется по-разному. Имеются свои особенности, что делает необходимым их исследование.

В мировой научной литературе, посвященной данной рассматриваемой теме, нет устоявшихся и однозначных определений в понятийном аппарате указанной проблемы. Это, в свою очередь, приводит к некорректным оценкам масштабов и финансовых потребностей системы социальной защиты.

Анализ последних исследований и результатов. Общетеоретические основы социальной защиты населения заложены в работах таких великих деятелей экономики как: А. Смита, Дж. Риккардо, К. Маркса. Проблема государственного контроля над системой социальной защиты населения нашла свое отражение в трудах сторонников неоклассического воззрения А. Маршалла, А. Пигу, К. Менгера, И. Фишер, У. Джевандс.

Цель работы – проанализировать систему социальной защиты населения в Донецкой Народной Республике.

Результаты исследования. В самом общем виде социальная политика в экономической науке определяется как интеграция механизмов, способов и средств, посредством которых центральные, региональные правительства, а также органы местной власти оказывают влияние на жизнь населения, стремятся способствовать его благосостоянию, а вместе с тем и социальной стабильности в целом. В узком смысле социальная политика рассматривается с точки зрения социального администрирования и относится к институционализированному комплексу мер, предоставляемых государством населению при решении проблем социальной защиты населения, его занятости и охране здоровья [4, с. 14-15].

Прежде всего, это слаженная деятельность политических и общественных организаций государства, направленная на решение проблем самого человека, его интересов и потребностей, а также на обеспечение удовлетворения жизненно важных потребностей всего населения, его устойчивого воспроизводства, развития и совершенствования качества жизни [2, с. 26–38].

Среди основных направлений деятельности органов власти и общественных организаций по защите населения являются благотворительность, социальное обеспечение, социальная помощь, социальное обслуживание, социальная поддержка, социальная реабилитация, медицинское обслуживание, социальное страхование и др. Данные направления работы по защите граждан можно назвать системой социальной защиты населения, которая выступает важнейшей государственной социальной политики [3].

Система социальной защиты населения ДНР имеет достаточно сложную структуру, каждый элемент которой специфичен и играет свою особую роль в обеспечении социальной безопасности человека. Основными институтами социальной защиты являются: социальное обеспечение и социальная помощь. Кроме того, сюда можно отнести благотворительность и личные сбережения.

Схематично структура социальной защиты населения, представлена в таком алгоритме: а) социальное обеспечение; б) социальное страхование; в) социальная помощь; г) благотворительность; д) личные сбережения.

Субъектами социальной защиты населения в ДНР является государство, страховые организации, общественные организации, внебюджетные организации, благотворительные фонды, работодатели. Объектами социальной защиты выступают наемные работники, пенсионеры, инвалиды, бедные семьи, безработные и др.

Главной целью реализации социальной политики и ее сущностью является усиление материальной поддержки наиболее социально незащищенным слоям

населения и своевременное предоставление им государственной помощи, повышение уровня и качества жизни граждан, обеспечение всеобщей доступности основных социальных услуг и, прежде всего, социального обслуживания граждан.

На сегодняшний день в ДНР осуществляются следующие виды социальной защиты населения: реформы в области социальных льгот, социального страхования, пенсионного обеспечения, предоставления социальных услуг наиболее уязвимым слоям населения, занятости и социально-трудовых отношений. Необходимо прорабатывать вопросы, связанные с повышением благосостояния граждан республики – увеличения размеров социальных выплат отдельным категориям граждан, пенсионных выплат, расширения перечня предоставляемых услуг. На сегодняшний день в этих направлениях ведется активная работа, введены некоторые дополнительные виды социальных выплат для различных категорий граждан.

Социальная защита населения обеспечивается через систему страхования старости, потери трудоспособности или утраты кормильца (пенсионное обеспечение, в том числе частное пенсионное обеспечение), социальных выплат малообеспеченным семьям (пособие на детей), социальной поддержки временно неработающим (пособия по безработице), предоставления льгот и преимуществ отдельным категориям населения с учетом их материальной обеспеченности и заслуг (социальная помощь в виде патронажных услуг, предоставление продуктов, топлива и др.), охраны материнства (предоставления родовых и послеродовых отпусков), страхования здоровья (медицинское страхование, пособие по временной нетрудоспособности), материальной поддержки учащейся молодежи (стипендии), предупреждения инвалидности и восстановления трудоспособности (реабилитация инвалидов, протезно-ортопедические центры).

Основными направлениями социальной защиты населения являются (таблица 1):

Таблица 1

Направления социальной защиты населения	
Направления социальной защиты населения	социальная поддержка и реабилитация инвалидов
	социальная поддержка семей и детей
	социальная поддержка ветеранов, военнослужащих и пенсионеров
	социальное обеспечение
	социальное страхование
	социальные услуги
	меры воздействия на рынок труда и трудовые отношения

Общее руководство в сфере социального обеспечения осуществляет Правительство ДНР [3].

Анализ работы Министерства труда и социальной политики ДНР показывает, что проделана большая работа по всем важным направлениям и она уже способствовала достижению положительной динамики по основным показателям развития (рис. 1).

Министерством постоянно проводится работа по мониторингу ситуации, которая складывается в этой сфере, и прорабатываются возможные варианты поэтапного увеличения размеров государственной помощи. Так ведется активная работа по повышению суммы прожиточного минимума, социальных пособий и пенсий. Происходит активная интеграция социальной системы Донецкой Народной Республики в русло социальной политики Российской Федерации, что позитивно сказывается как всей системе социального обеспечения населения страны.

Выводы. Социальная защита является одним из механизмов взаимодействия личности и социума, заключается в системе экономических, организационных, правовых мер, осуществляемых обществом, локальным обществом (муниципальным

образованием, трудовым коллективом и др.), государством, другими социальными институтами, которые призваны предотвращать неблагоприятные воздействия на людей со стороны социальной среды и смягчать последствия таких воздействий. Правительством государства ведется активная работа по улучшению и трансформации социальной политики в государстве.

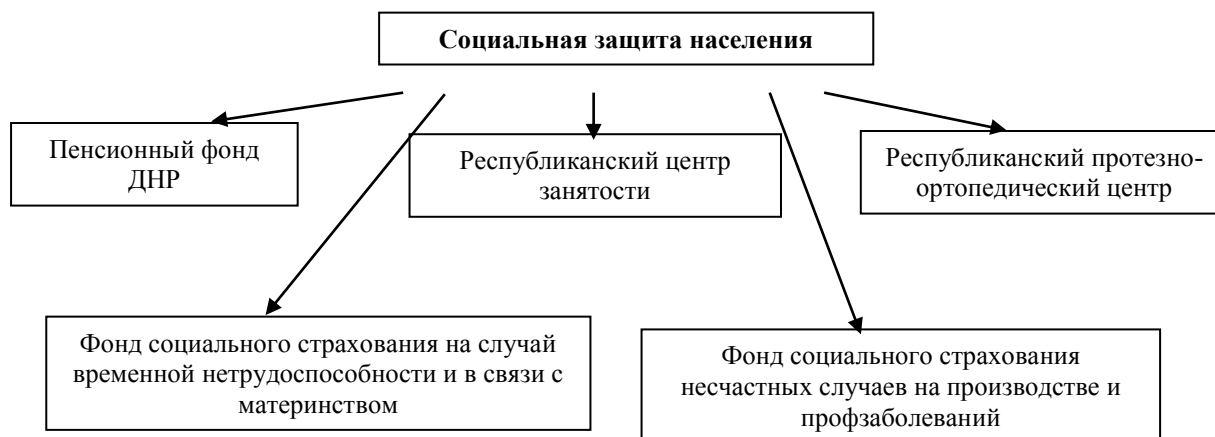


Рис. 1. Структура системы социальной защиты в ДНР

Основными направлениями социальной защиты населения являются: социальная поддержка и реабилитация инвалидов, социальная поддержка семей и детей, социальная поддержка ветеранов, военнослужащих и пенсионеров, социальное обеспечение, социальное страхование, социальные услуги.

Список литературы:

1. Аллаярова, М.К. Социальная помощь в системе социальной защиты населения / М.К. Аллаярова, Ф.Б. Янгибоев // Вопросы экономики и управления. – 2016. – №3. – С. 69-73.
2. Загутин, Д.С. Социальное здоровье российской студенческой молодежи в контексте реализации институциональных механизмов социальной поддержки / Д.С. Загутин, Н.Х. Гафиатулина, С.И. Самыгин // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2017. – № 8-9. – С. 41-45
3. Медведев, А. В. Социальная защита молодежи в Российской Федерации / А.В. Медведев // Российский юридический журнал. – 2009. – № 2. – С. 209-213.
4. Нечуйкина, Е.В. Социальная защита: понятие, категории, терминология / Е.В. Нечуйкина // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. – СПб. – 2008. – №49. – С. 145.

Петраш О. В., студент

Научный руководитель: Важинская В. В., канд. экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
ole4ka.petrash@gmail.com

ВЛИЯНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ НА КОНЬЮНКТУРУ РЫНКА ТРУДА

Актуальность. Структура будущего рынка труда формируется за счет системы образования, в связи с этим немаловажное влияние на рынок труда оказывает

государственная образовательная политика. Государственная образовательная политика влияет на качество и доступность образования, что, в свою очередь, влияет на уровень квалификации рабочей силы и ее возможности трудоустройства. В этом заключается актуальность данной работы.

Целью данной работы является изучение влияния государственной образовательной политики на конъюнктуру рынка труда, а также исследование влияния государственной политики РФ в сфере образования на рынок труда страны.

Результаты исследования. Рынок труда – это система экономических отношений по поводу актов купли-продажи рабочей силы. Объектом продажи и купли на этом рынке является рабочая сила.

Государство как субъект рыночных отношений представлено федеральными, региональными органами власти, отраслевыми органами управления, а также, местными органами самоуправления.

В системе образования государство выступает в роли работодателя в бюджетной сфере. Оно определяет наличие рабочих мест, права собственности, размеры заработной платы, условия, порядок повышения её, финансирует бюджетную сферу на всех уровнях её существования за счёт налогов, взимаемых с физических и юридических лиц [6].

Таким образом, государственное управление в сфере образования представляет собой организующее, регламентирующее, контролирующее влияние государства на деятельность субъектов рынка услуг высшего образования с целью его упорядочения, повышения конкурентоспособности и соблюдения социальной справедливости.

Одна из основных функций государственной образовательной политики является регулирование образования. Такое регулирование в сфере образования выступает как способ достижения государством определенных социально-экономических целей посредством его научно доказанного воздействия на систему образования.

Инструментами государственной политики является стратегическое планирование, разработка и реализация государственных программ с целью развития системы образования, нормативно-правовое регулирование сферы образования и ее финансирование [2].

Таким образом, государственная политика в сфере образования во многом определяет успешность подготовки высококвалифицированных кадров и возможности инновационного развития экономики страны и удовлетворение потребностей общества. От анализа состояния системы образования напрямую зависит реализация общенациональных интересов страны, обеспечение социальной стабильности, национальной безопасности и экономического роста.

Рассмотрим влияние государственной образовательной политики на конъюнктуру рынка труда на примере Российской Федерации.

Сфера образования является одним из приоритетов государственной политики Российской Федерации, которая представляет собой комплекс различных мер, действий и решений государственных органов, нацеленных на поступательное развитие системы российского образования.

Можно выделить, что основными направлениями государственной политики Российской Федерации в сфере образования являются обеспечение возможности получения качественного высшего образования, формирование эффективной сети российских образовательных организаций, обеспечивающим профессиональную подготовку кадров с учетом перспектив социально-экономического развития и в соответствии с потребностями российского рынка труда [2].

Главное требование современной системы профессионального образования – удовлетворение потребностей современного рынка труда. По статистике, в Российской

Федерации ситуация на молодежном рынке труда ухудшается. Более половины студентов через шесть месяцев после получения диплома все еще ищут работу, а одна треть имеет только временную занятость. По данным Росстата, в 2021 году более 30% выпускников вузов не работают по своей специальности [7]. По итогу, несмотря на процесс оптимизации системы образования, она по-прежнему является разрозненной с потребностями рынка труда.

Качество результатов обучения формируется от востребованности выпускников современными требованиями рынка труда, уровня итоговой компетенции молодых кадров и их удовлетворенности результатами обучения для успешного осуществления профессиональной деятельности. Таким образом, посредством точного и компетентного регулирования государством сферы образования существует взаимодействие между рынком труда и сектором образования, которое обычно предполагает экономический рост и эффективность производства [4].

Кроме того, под влиянием общего процесса трансформации российский рынок образовательных услуг в последние годы претерпел серьезные изменения, что обострило ситуацию в молодежном сегменте рынка труда. В то время как предложение образовательных услуг резко увеличилось и практически не ограничено, потребительский спрос на услуги профессионального образования развивался в противоположном направлении из-за неблагоприятной демографической ситуации [5].

Таким образом, в этом случае повышение квалификации на рынке труда является приоритетной задачей государства в сфере образования и требует комплексного подхода к ее решению. Кроме того, участие государства в расширении системы непрерывной подготовки кадров может содействовать более полному раскрытию потенциала человека, расширить его возможности в трудоустройстве [3].

Таким образом, государственная политика Российской Федерации в сфере образования в отношении востребованности выпускников профессиональных учебных заведений на рынке труда должна заключаться в обеспечении соответствия направлений подготовки, повышения квалификации и конкурентоспособности выпускников на рынке труда.

Для этого необходимо принятие таких мер государством в сфере образования, как широкое информирование населения о профессиональной и квалификационной структуре спроса, прогнозе основных макроэкономических показателей рынка труда, проблемах трудоустройства выпускников, рейтинге образовательных учреждений и т.д. Также необходимо усиление регламентирующих и контрольных функций государственных органов в сфере регулирования рынка образовательных услуг. Создание единых для всей страны стандартов образования, приведение их в соответствие с международными стандартами.

Кроме того, муниципальным органам управления образованием и экономикой в вопросе кадрового обеспечения профессиональных учебных заведений необходимо провести работу по созданию перечня профессий, требующихся на местном рынке труда; корректировке содержания образовательных программ, путем совместного рецензирования их с участием работодателей; формированию муниципальной системы подготовки и повышения квалификации преподавателей для более качественной подготовки специалистов.

Также прогнозирование потребности экономики в кадрах выступает основным элементом механизма управления трудовым потенциалом страны. Прогнозирование целесообразно осуществлять на долгосрочную, среднесрочную и краткосрочную перспективу.

Основой обеспечения эффективного функционирования рынка труда является реализация системы государственных мер, направленных на регулирование

предложения труда и повышение качества рабочей силы. В рамках этой системы мер требуется создание надежной информационно-аналитической основы для принятия решений о путях и методах обеспечения кадровых потребностей региона, а также адаптация профессионального образования к потребностям рынка труда [1].

Таким образом, можно сделать вывод, что государственная политика в области образования во многом определяет успешность подготовки высококвалифицированных кадров и возможности инновационного развития экономики и удовлетворение потребностей общества.

Исследование современного состояния государственной образовательной политики Российской Федерации дало нам понимание о ее основных характеристиках, влиянии на рынок труда, о проблемах функционирования, а также об основных рекомендациях по совершенствованию современной государственной образовательной политики. Поэтому важно, чтобы государство уделяло приоритетное внимание политике в области образования, которая может создать высококвалифицированную рабочую силу и способствовать экономическому росту.

Список литературы:

1. Актуальные вопросы взаимодействия системы профессионального образования и рынка труда / Н. В. Владимирова. – URL: https://урок.пф/library/aktualnie_voprosi_vzaimodejstviya_sistemi_professi_022930.html (дата обращения 03.04.2023).
2. Большакова, А. И. Реализация в регионе государственной политики в сфере высшего образования: социально-экономические и организационно-правовые аспекты (на материалах Департамента образования Владимирской области): бакалаврская работа / А. И. Большакова. – Владимир, 2021. – 78 с.
3. Золин, И. Е. Социальные факторы регулирования российского рынка труда: диссертация / И. Е. Золин. – Нижний Новгород, 2020. – 310 с.
4. Игнатова, И.И. Взаимодействие рынка труда и системы образования (на примере экономической сферы) / И.И. Игнатова // Скиф. Вопросы студенческой науки. – 2020. – №1(41). – С. 34-41.
5. Кайдашова, А.К. Рынок труда Владимирской области: состояние, проблемы, механизмы регулирования: монография / А.К. Кайдашова, Е.Ю. Сизганова, А.В. Рачкова // Владимир: Владимирский филиал РАНХиГС, 2020. – С. 118.
6. Кручинина, Р. С. Концептуальные основы приведения системы образования к запросам, потребностям рынка труда. Учебное пособие / Р. С. Кручинина. – Калуга: КГУ им. К.Э. Циолковского, 2012. – 38 с.
7. Росстат – Статистика. – URL: <https://rosstat.gov.ru/statistic> (дата обращения 03.04.2023).

Петраш Ю. В., студент
Научный руководитель: Карпенко Н. А.
Донецкий государственный университет, РФ
uliapetras29@gmail.com

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РЫНКА ТРУДА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Актуальность. Рынок труда является одним из важных механизмов, обеспечивающего развитие экономики государства. Уровень занятости и безработицы зависит не только от уровня развития рыночных отношений, но и от эффективности мер государственного регулирования рынка труда. В последние годы проблема регулирования рынка труда остро стоит перед органами государственного управления, так как стране присущи высокий уровень безработицы, дисбаланс спроса и предложения, низкая трудовая мобильность.

Решение данных проблем требует формирования эффективной политики регулирования, основанной на долгосрочных тенденциях в воспроизводстве трудового потенциала, формировании структуры занятости и трудовой миграции.

Анализ последних исследований и публикаций. Лучшие теоретические и методологические решения по государственному регулированию рынка труда представлены в работах авторов: Ващейкина Ю. Ю. [1], Овсянников А. А. [2], Яковлева Н.Г. [3]. Исследование данных работ позволяет изучить проблему занятости и возможные пути совершенствования государственного регулирования рынка труда.

Целью исследования является изучение особенностей государственного регулирования рынка труда в Российской Федерации.

Результаты исследования. Сегодня отмечаются серьезные трансформационные процессы в экономике, особенно касающиеся места и роли государства, как социального и экономического института. Государственное регулирование рынка труда направлено на достижение оптимального уровня занятости, повышение уровня квалификации кадров, ослабление последствий безработицы. Следовательно, можно утверждать, что прогресс в развитии рынка труда возможен только при государственном регулировании.

Существует четыре направления государственного регулирования рынка труда:

- 1) программа по стимулированию роста занятости и увеличению рабочих мест;
- 2) программы, направленные на подготовку и переподготовку рабочей силы;
- 3) программы содействия найму рабочей силы;
- 4) программы по социальному страхованию безработицы [1].

В современных условиях рынок труда характеризуется глобализацией, быстрым техническим прогрессом и изменением форм занятости. Рост удаленной работы, распространение автоматизации и искусственного интеллекта являются лишь некоторыми тенденциями, которые оказали большое влияние на него. В ответ правительству необходимо адаптироваться к изменяющимся условиям.

Согласно практике, в современной политике регулирования рынка труда важное место занимают цифровизация трудовой деятельности, профессиональное обучение кадров и борьба с бедностью.

Исследователи проблемы бедности полагают, что она выполняет функцию общественного зеркала. Увеличение количества бедных людей в обществе оказывает отрицательное воздействие на рынок труда, так как содействует согласию на любую работу, а это приводит к расширению нестабильной занятости.

Технологические изменения и цифровизация также имеют большое влияние и требуют модернизации политики регулирования рынка труда. В первую очередь, они содействуют появлению новых профессий. При этом, тут важно отметить две противоположные тенденции современного рынка труда. В одном случае, государство призывает все больше работников для финансовой сферы. Но, в другом случае, прогресс требует работников с творческим потенциалом. Этот дисбаланс и определяет одну из основных проблем современного рынка труда – его несбалансированность, т.е. излишек одних специалистов и нехватка других [3].

При анализе данных по рынку труда в Российской Федерации можно заметить перепроизводство одних специалистов при явном дефиците других (рис. 1).

Сферы, в которых наблюдается дефицит специалистов

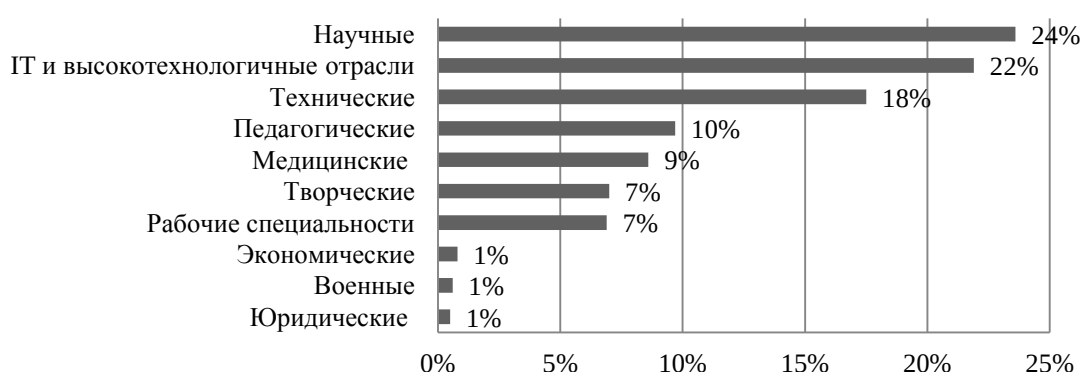


Рис. 1. Самые востребованные специалисты на рынке труда в России в 2019 году

Наибольшее перепроизводство кадров наблюдается в сфере услуг (26%), а также в экономических (14%) и юридических (13%) сферах. В то же время рынок труда испытывает дефицит в области науки (24%), IT (22%). Не хватает и представителей технических (18%), педагогических (10%), медицинских (9%) специальностей [2].

Кроме того, в последнее время все большее внимание на рынке труда уделяется демографическим, правовым, культурным, морально-этическим, мотивационным элементам, а также менталитету и поведенческим характеристикам работников.

В связи с этим, в эпоху цифровой экономики государство должно в первую очередь нести ответственность за пять сфер: человек, менеджмент, денежные средства, технологические обновления и мобильность (рис. 2).

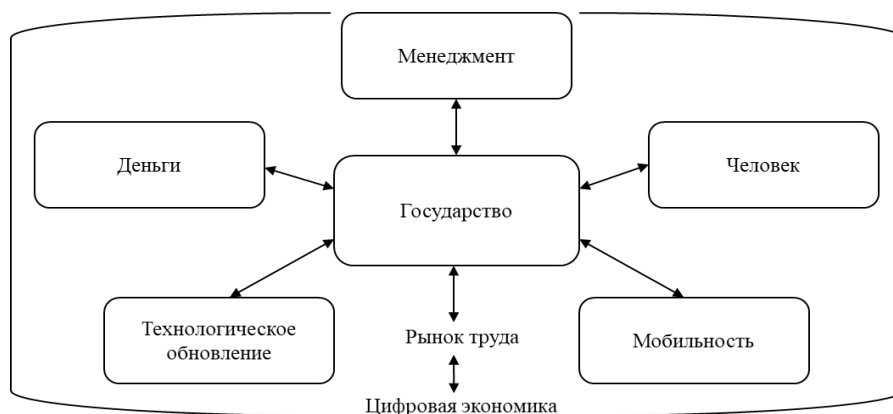


Рис. 2. Сферы ответственности государства на рынке труда в условиях цифровой экономики

Каждая из пяти сфер ответственности государства имеет значимость в общесоциологическом плане, так как цифровая экономика меняет технологический уклад общества и, следовательно, среду, в которой живет человек. Человек и связанные с развитием цифровой экономики сферы ответственности государства на рынке труда имеют основную роль в этом процессе. Они тесно взаимосвязаны и имеют свои собственные области, требующие государственного воздействия, такие как:

1. Человек – регулирование демографической политики, образовательной подготовки, профессионального и квалификационного роста и установление минимальных социальных параметров жизни;

1. Менеджмент – совершенствование форм и методов государственного регулирования через ИТ и повышение обоснованности принятия решений на рынке труда;

2. Денежные средства – финансовое обеспечение политики регулирования рынка труда с помощью современных информационных инструментов анализа управленческих решений;

3. Модернизация – стимулирование внедрения ИТ и технологического обновления рабочих мест;

4. Мобильность – развитие профессиональной и территориальной мобильности рабочей силы за счет их обеспечения качественными информационными услугами.

Выводы. На основе проведенного исследования можно заключить, что в эпоху цифровой экономики государство должно нести ответственность за регулирование рынка труда. В России государственная политика охватывает регулирование заработной платы, создание новых рабочих мест, оказание помощи безработным, выплату пособий. Однако, очевидно, что в стране все еще присутствуют такие проблемы, как: дефицит высококвалифицированных кадров, недостаточная мобильность работников, рост безработицы, слаборазвитая система образования. И для корректировки данных проблем в первую очередь необходимо более активное участие государства, регулирующего и рынок труда, и сферу образования.

Перспективы дальнейшего исследования данной темы могут включать более глубокое исследование взаимосвязи между новыми технологиями и изменением профессиональных требований на рынке труда.

Список литературы:

1. Ващейкина, Ю.Ю. Государственное регулирование рынка труда в современных условиях / Ю.Ю. Ващейкина // Проблемы и решения современной аграрной экономики: материалы XXI Международной научно-производственной конференции: в 2 т. Т. 2. – п. Майский: Издательство ФГБОУ ВО Белгородский ГАУ. – 2017. – С. 184-185.

2. Овсянников, А.А. Рассогласованность рынка труда и системы профессиональной ориентации в России / А.А. Овсянников, Л.В. Лакеева // Народонаселение. – 2019. – № 4. – С. 62-75.

3. Яковлева, Н.Г. Некоторые вопросы трансформации сферы образования и рынка труда, и их государственного регулирования / Н.Г. Яковлева // Уровень жизни населения регионов России. – 2020. – № 2. – С. 76-82.

Пискунова Е. В., студентка
Научный руководитель: Васильев А. С.
Донецкий государственный университет, РФ
piskunovaelena58@gmail.com

ИНСТРУМЕНТЫ УПРАВЛЕНИЯ ОХРАНОЙ ТРУДА НА ПРЕДПРИЯТИИ

Актуальность. В последнее время наблюдается повышенный интерес к вопросам охраны труда. Ведь охрана труда является одним из важнейших факторов обеспечения безопасности жизни и здоровья работников. С развитием технологий и техники производства постоянно увеличиваются профессиональные опасности и риски, вредные и неблагоприятные производственные факторы, несчастные случаи на производстве и профессиональные заболевания. В целях повышения конкурентоспособности продукции и организаций необходимо внедрять новые инструменты обеспечения охраны труда.

Анализ последних исследований и публикаций. Изучение безопасности и охраны труда достаточно широко отражены в работах российских, так и зарубежных ученых, а именно: С. А. Зензер, А. В. Луковников, Н. Е. Муромец, Т. В. Михина, Е. Г. Панов и др.

Цель исследования: изучить и проанализировать основные инструменты управления охраной труда в организации.

Результаты исследования. Современный производственный процесс требует строгого соблюдения правил охраны труда, чтобы гарантировать безопасность сотрудников в рабочей среде. Инструменты управления охраной труда помогают компаниям вести деятельность в соответствии с законодательством, а также гарантировать здоровье и благоприятные условия труда для всех работников.

Основными инструментами управления охраной труда являются системы, которые включают процедуры, политики, программы и методы, разработанные для предотвращения происшествий на производстве и уменьшения вероятности травмирования. Среди инструментов управления охраной труда можно выделить: анализ и оценка рисков; обучение и повышение квалификации; использование технологий; контроль и анализ ситуации, мотивация.

Путем анализа и оценки рисков можно определить потенциальные опасности на производстве, оценить их влияние и разработать стратегии предотвращения. Согласно статистическим данным, до 93-97% несчастных случаев вызваны не вредными условиями труда (до 3-7%), а неблагоприятным воздействием так называемых «человеческих факторов» (рис. 1) [1].

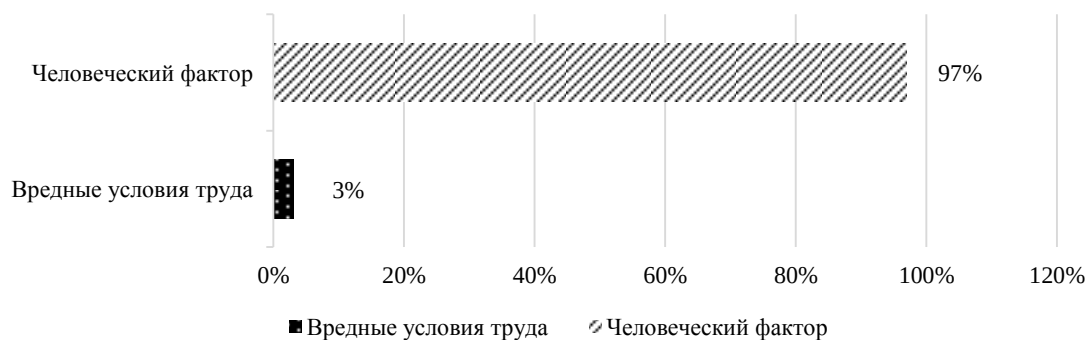


Рис. 1. Соотношение уровня несчастных случаев в результате вредных условий и человеческого фактора

Неудовлетворительная организация производства работ и подготовка рабочего места, нарушения техники безопасности при эксплуатации оборудования, машин и механизмов, отступления от оперативных и технических инструкций, личная неосторожность и другие причины обусловлены несоответствием между уровнем профессиональной компетентности работников и их мотивацией к соблюдению правил охраны труда [2].

Анализ данных о производственном травматизме показывает, что существует две вероятности производственного травматизма:

1) у молодых работников, только что приступивших к работе, объясняется отсутствием опыта работы;

2) у работников со стажем более 10-15 лет под влиянием возрастных изменений и адаптацией к опасностям, которые развиваются с течением времени [3].

Обучение и повышение квалификации персонала позволяет сотрудникам быть более информированными о правилах и требованиях безопасности труда, а также уменьшает вероятность происшествий на производстве. Обучение в области охраны труда должно быть комплексным, охватывать все аспекты работы современного производства и учитывать технологические особенности каждой отдельной сферы деятельности.

Успешное проведение обучения требует не только усилий со стороны производственных компаний и работников, но и создания благоприятного законодательного и правового окружения, которое обеспечит безопасность и здоровье работников на рабочем месте [5].

С помощью современных технологий можно повысить безопасность на производстве и уменьшить количество происшествий. Например, использование автоматизированных систем контроля безопасности, поддержание электронных журналов безопасности могут помочь и в уменьшении вероятности происшествий, и в увеличении эффективности рабочего процесса.

На многих предприятиях внедрили обязательное использование цифровых инструментов и гаджетов, в том числе и в части средств индивидуальной защиты. Так, работники оснащаются «цифровыми СИЗ» – наушниками с радиосвязью, касками с датчиками движения. Подобные цифровые инструменты значительно снижают риск получения производственной травмы.

На крупных предприятиях используются умные каски, позволяющие фиксировать нахождение рабочего и осуществлять мониторинг за его действиями, исключать и предупреждать аварийные ситуации. В частности, разработан и внедрен аппаратно-программный комплекс Domination, разработанный компанией «ВИПАКС».

Модуль видео-аналитики Domination «Контроль наличия маски» позволяет фиксировать защитную маску на лице и при ее отсутствии посылает тревожное сообщение службе безопасности или охране. При этом модуль фиксирует нарушение даже в том случае, если маска приспущена на подбородок и не используется по прямому назначению.

Для нефтегазовых, угольных компаний, химических и энергетических предприятий создан модуль «Вторжение в зону», который фиксирует попадание работников в опасную зону. С помощью этого комплекса можно видеть на экране весь охраняемый объект и контролировать одновременно до 4 зон с одной камеры [2].

Помимо цифровых инструментов, внедрены экзоскелеты, которые используются для разгрузки мышечного каркаса. Технология позволяет снизить субъективное восприятие нагрузки человеком посредством использования гидравлической системы; иными словами, увеличивает физическую мощь человека и позволяет избежать опасных перегрузок для мышц. Описанное явно идет на пользу профилактике

профессиональных заболеваний, поэтому экзоскелеты уверенно называют будущим охраны труда.

Контроль и анализ за ситуациями и инцидентами помогает выявить проблемы, увеличить степень понимания взаимосвязанных факторов, ознакомить персонал с лучшими практиками и своевременно и на развитие данного направления.

Следует отметить, что важную роль в контроле и анализе за ситуациями играет социальная и физическая безнаказанность работников, участвующих в опасном поведении.

Физическая безнаказанность обусловлен тем, что подобные действия не связаны с травмами, что формирует небрежное отношение к возможности их совершения. Социальное оправдание связано с безразличным отношением к вопросам охраны труда на предприятиях, что формирует ложное восприятие индивидуальной неуязвимости [4].

Мотивация является существенным инструментом в обеспечении безопасности труда, так как она воздействует на людей, повышая интерес и внимание к правилам безопасности, а также создает сильную связь между безопасностью и личной ответственностью. Эффективная мотивация через обучения, оснащение защитным оборудованием, улучшение экологических условий рабочей среды и др. повышает осведомленность работников о рисках труда, улучшает понимание производственных процессов и возможности ошибок, что способствует снижению числа несчастных случаев на производстве. Работники, которые понимают и чувствуют важность безопасности для своего здоровья и благосостояния, более склонны соблюдать правила, что уменьшает количество производственных травм и повышает безопасность труда на рабочем месте. Успешная мотивация, основанная на осознании целей и значимости безопасности, позволяет создать положительную корпоративную культуру и продуктивное рабочее окружение, что конечно приводит к увеличению эффективности и долговечности организации.

Мотивационная задача в области охраны труда состоит в том, чтобы возвести безопасность в ранг необходимости в сознании работников, и только тогда она станет движущей силой.

Поэтому для формирования, осознанного стремления работодателей к повышению уровня безопасности в организации необходимо изучить актуальную информацию, отражающую опыт зарубежных компаний с соответствующей экономической деятельностью и их положительную динамику в снижении количества травм, аварий и инцидентов.

Выводы. Правильное управление охраной труда и применение инструментов управления позволяет организациям существенно уменьшить риски, связанные с травмами и исключить возникновение непредвиденных потерь, а также обеспечить эффективный рабочий процесс и здоровые условия труда для всех работников.

Список литературы:

1. Условия труда: Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://rosstat.gov.ru/working_conditions (дата обращения: 19.03.2023).
2. Луковников, А.В. Охрана труда / А.В. Луковников. – М.: Колос; Издание 3-е, перераб. и доп., 2019. – 368 с.
3. Панов, Е. Г. Общие вопросы охраны труда / Е. Г. Панов. – Москва: Феникс, 2022. – 790 с.
4. Зензера, С. А. Проблемы организации, мотивации и нормирования труда на российских предприятиях / С.А. Зензера // Молодой ученый. – 2017. – №10. – С. 669-672.

Романова М. А.

Научный руководитель: Шевченко Э. В., канд. экон. наук, доцент

Донецкий государственный университет, РФ

argaslan@mail.ru

ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ КАДРОВОЙ СЛУЖБЫ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Актуальность. В организациях и на предприятиях работу, касающуюся персонала, выполняет специально обученное подразделение – кадровая служба. И её роль непрерывно растёт, так как на данный момент растёт потребность в достойном воспитании кадров предприятия.

В нынешнее время для предприятий Донецкой Народной Республики организация работы кадровой службы на предприятии – довольно актуальная тема для новых предложений и разработок.

Анализ последних исследований и публикаций. Исследованием организации работы кадровой службы на предприятии занимались такие ученые, как Дворман Н.В., Хабибулина С.А., Нефёдова К.Л., Функ Ю.А., Невская Л.В., Горбунова О.Н. и др.

Целью исследования является изучение организации работы кадровой службы, обязанности и задачи её работников, а также исследование ключевых кадровых проблем в организации.

Результаты исследования. В настоящее время профессия инженера по подготовке кадров, работника кадровой службы, специалиста отдела кадров проходит стадию формирования. Ещё совсем недавно «работать кадровиком», к сожалению, считалось не очень перспективным занятием. Однако сейчас, с течением времени и научно-техническим прогрессом менеджмент персонала претерпевает изменения в лучшую сторону.

По мнению Журавлёвой И. В., отдел кадров предприятия – совокупность специализированных подразделений в структуре предприятия, призванных управлять персоналом предприятия в целях его адаптации.

Специалист отдела кадров – работник компании, в обязанности которого входит кадровое делопроизводство.

Однако, к кадровым службам относятся: частные кадровые агентства для поиска работников, компании для повышения квалификации сотрудников, учебные пункты предприятия. Задачи кадровой службы похожи с отделом кадров в организациях, но есть свои различия.

Выделяют следующие задачи кадровой службы:

1. Планирование потребности в трудовых ресурсах.
2. Формирование трудовых ресурсов.
3. Организация практических мероприятий по набору персонала.
4. Разрешение конфликтов внутри коллектива.
5. Проведение социальной политики на предприятии.

От деятельности отдела кадров зависит эффективность работы организации. Рабочая сила предприятия – её персонал, подбором которого непосредственно занимается специалист по работе с кадрами. Если персонал будет справляться со своими обязанностями, хорошо будет подготовлен к своему роду деятельности, то кадровая служба достойно выполняет свои обязанности.

Однако работа кадровой службы не так проста, как может показаться. Если вовремя не решить кадровые проблемы, то о нормальном развитии производства предприятия можно забыть. Пути решения, конечно же, есть, но то, с какой скоростью они будут приняты, имеет весомое значение.

Возьмём пример из сферы торговли. Компания ООО «МАК-ИНВЕСТ» оказывает услуги дистрибьюции и логистики в Донецкой Народной Республике. Первая проблема потенциального работника отдела кадров этой компании – как и где найти работников.

На рис. 1 мы можем наблюдать динамику численности работников ООО «МАК-ИНВЕСТ».

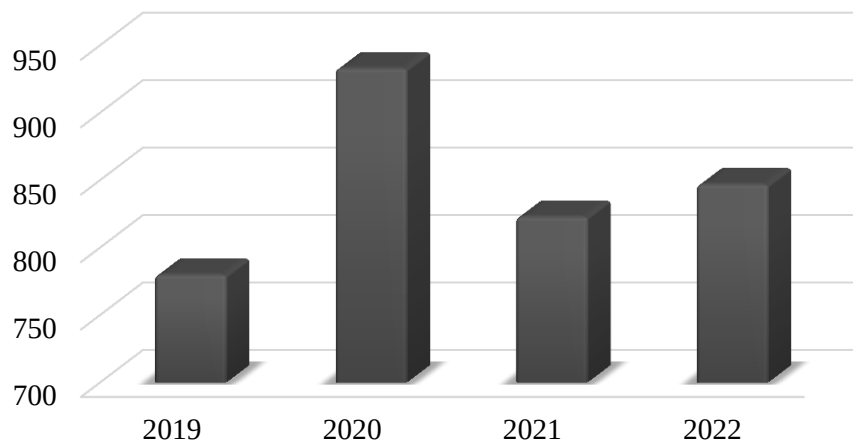


Рис. 1. Количество сотрудников компании ООО «МАК-ИНВЕСТ» за 2019-2022 гг.

Исходя из рис. 1, приведенного выше, можем сделать вывод, что «пик» численности работников компании приходится на 2020 год.

Однако даже несмотря на такой высокий показатель, жители Макеевки в общественном транспорте часто видят рекламу от ООО «МАК-ИНВЕСТ» о том, что в их компанию требуются сотрудники. Стоит отметить, что в основном им требуются «рабочие руки» – грузчики, укладчики, формировщики и др. Это тоже является проблемой работы кадровой службы: не каждый захочет работать в тяжелых условиях труда, но эту работу выполнять кому-то всё равно необходимо.

В данном случае мы можем предложить следующий путь решения проблемы: необходимо предоставить хорошие условия труда работнику даже в такой тяжелой профессии – предлагать раз в год путёвки работникам в санаторий или пансионат, где персонал сможет восстановиться и оздоровиться после тяжелого физического труда; повысить заработную плату для стимулирования сотрудников; ввести систему премирования за перевыполнение плана.

Выводы. Подводя итоги, можно сделать вывод о том, что работа кадровой службы – одна из самых необходимых в организации. И если набрать в штат квалифицированных специалистов, дать им всё необходимое для работы, они сделают всё возможное для развития и процветания компании.

Список литературы:

1. Успенский, В.А. Управление персоналом / В. А. Успенский. – М.: Инфра-М, 2005. – 375 с.
2. Борисова, Е. А. Оценка и аттестация персонала / Е. А. Борисова. – СПб.: Питер, 2003. – 43 с.
3. Бакина, С. А. Оформление трудовых отношений с работником / С. А. Бакина. – Журнал «Аудиторские ведомости». – 2005. – № 2. – С. 36-52.

Сергеев Р. Ж., студент
Научный руководитель: Иванова И. В., канд. тех. наук, доцент
Рыбинский государственный авиационный технический университет
имени П. А. Соловьева, РФ
ivanova.irinav@yandex.ru

АТТЕСТАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ РАБОЧИХ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Актуальность. Аттестация персонала – это периодическая проверка профессионального уровня работника для установления соответствия его квалификации занимаемой должности или выполняемой им работы.

Анализ последних исследований и публикаций.

Аттестация персонала регламентируется локальными нормативными актами предприятия, например, такими, как СТП. Ей подлежат все руководители и специалисты предприятия, кроме сотрудников, проработавших в данной должности менее 1-ого года, а также беременных женщин и женщин, имеющих детей в возрасте до 3-х лет.

Процедура аттестации и документы, оформляемые по итогам аттестации, являются объектами обязательной проверки всеми внешними аудиторами, в том числе сертифицирующими.

Цель исследования. Целью данной работы является рассмотрение процесса проведения аттестации на предприятии.

Результаты исследования. Задачи проведения аттестации заключаются в проверке профессиональных навыков, деловых качеств и специальных теоретических знаний работника, а также умении работника применять их при выполнении трудовых обязанностей, определенных трудовым договором.

Цели проведения аттестации:

- улучшение подбора и расстановки кадров;
- улучшение качества и эффективности труда;
- стимулирование работников к повышению квалификации;
- определение достаточности профессиональной подготовленности персонала для допуска к самостоятельной работе;
- выявление необходимости обучения.

Аттестуемого работника перед аттестацией необходимо ознакомить с приказом об аттестации, в том числе с программой аттестации, графиком проведения аттестации, картой требований к компетенциям, в срок не позднее, чем за один месяц до проведения аттестации. За две недели до проведения аттестации на аттестуемого работника составляется отзыв-характеристика и карта оценки компетентности. В день, предшествующий дате проведения аттестации, аттестуемый сотрудник повторно уведомляется о дате, времени и месте проведения аттестации.

Аттестационная комиссия состоит из 6-ти человек, а именно:

- руководитель, рангом выше непосредственного руководителя- аттестуемого работника – председатель комиссии;
- руководитель подразделения аттестуемого работника – член комиссии;
- представитель по качеству подразделения аттестуемого работника или службы по качеству (по согласованию) – член комиссии;
- представитель профсоюза организации – член комиссии;
- представитель подразделений по экономике и финансам (по согласованию) – член комиссии.

представитель производства – член комиссии.

Аттестация проводится в производственном подразделении, в котором работает работник или непосредственно на его рабочем месте.

Программа аттестации для рабочих, дефектовщиков, дефектоскопистов, относящихся к производственным рабочим, согласовывается с начальником БТК (ОТК), утверждается начальником корпуса (цеха). Для контролеров, дефектоскопистов БТК (ОТК) программа аттестации согласовывается с главным контролером предприятия, а утверждается у директора по качеству. Программы аттестации согласовываются со службами главного инженера, осуществляющими сопровождение технологических процессов.

В случае получения неудовлетворительной оценки, программа повторной аттестации может быть дополнена теоретическими вопросами и практическими задачами для повышения знаний и профессиональных навыков аттестуемого.

Существуют различные виды аттестации.

1 Периодическая (очередная) – проводится один раз в год, не позднее даты предыдущей аттестации:

при получении профессии после прохождения обучения;

при поступлении на предприятие на рабочие должности, должности контролера, дефектовщика или дефектоскописта.

2 Внеочередная – проводится при:

наличии замечаний и получении удовлетворительной оценки по результатам предыдущей (очередной) аттестации;

переводе на изготовление и контроль особо ответственных операций и освоении новых изделий;

перерыве в работе более двух месяцев (отпуск, беременность и др.) при выполнении или контроле особо ответственных операций;

изменении номенклатуры изготавливаемой или контролируемой продукции;

получении двух предупреждений за нарушение технологии и изготовление или приемку не качественной продукции, а также при выпуске массового брака;

изменении сферы полномочий или вида работ.

3 Повторная – проводится при получении аттестуемым неудовлетворительной оценки в ходе периодической аттестации. Решение о повторной аттестации принимает председатель комиссии.

Аттестационная оценка и предложения комиссии принимаются в отсутствие аттестуемого. Протокол подписывают председатель и члены комиссии. Под личную подпись с результатами аттестации знакомят аттестуемого сотрудника. По итогам аттестации оформляются протокол, приказ о допуске к работе и квалификационно-аттестационная книжка.

Заседание аттестационной комиссии оформляется протоколом, в котором указываются:

данные аттестуемого (фамилия, инициалы, табельный номер, разряд, профессия); оценка;

предложение комиссии (сохранить или повысить, понизить, восстановить ранее сниженный квалификационный разряд); установить (сохранить, снизить, повысить, отменить полностью) доплату за высокое профессиональное мастерство и качество работы).

В квалификационно-аттестационную книжку вносятся:

данные аттестованного (фамилии, инициалы, профессия, разряд работ по данной работе, стаж работы, образование);

дата аттестации;

оценка;
работы, к выполнению которых он допускается;
номер приказа о допуске к работе.

Заполненные квалификационно-аттестационные книжки хранятся в группе подразделения, где работает рабочий (контролер, дефектовщик, дефектоскопист) в течение 5 лет. Затем они аннулируются ответственным за хранение.

Выводы. Регулярная и систематическая аттестация персонала положительно сказывается на мотивации сотрудников, их профессиональном развитии и росте. Одновременно результаты аттестации являются важным элементом управления человеческими ресурсами, поскольку предоставляют возможность принимать обоснованные решения в отношении вознаграждения, продвижения, увольнения и развития сотрудников.

Список литературы:

- 1 Авдеенко, А. Мотивация и системный подход / А. Авдеенко // Управление персоналом. – 2011. – № 10. – С. 13-15.
- 2 Базаров, Т.Ю. Методы оценки управленческого персонала государственных и коммерческих структур / Т.Ю. Базаров, Х.А. Беков, Е.А. Аксенова. – М.: ИПК ГС, 2009. – С. 135-144.
- 3 Вудкович-Стадник А.А. Оценка персонала. Четкий алгоритм и качественные практические решения / А.А. Вудкович-Стадник. – М.: ЭКСМО, 2008. – С. 156-167.
- 4 Кожина, Е.В. Трудовой потенциал предприятия – посчитаем и преумножим: управление формированием деятельности персонала предприятия как важнейший инструмент обеспечения конкурентоспособности / Е.В. Кожина // Российское предпринимательство. – 2009. – № 11, вып. 1. – С. 98-102.
- 5 Погодина, Т. Как приблизить к эталону трудовой потенциал корпорации / Т. Погодина // Кадровый менеджмент. – 2009. – № 2. – С. 27-35

Смирнов С. Б., соискатель Базовой кафедры Торгово-промышленной палаты РФ «Управление человеческими ресурсами» РЭУ им. Г.В.Плеханова, РФ
Научный руководитель: Шубенкова Е. В., д-р экон наук, профессор
Российский экономический университет имени Г.В.Плеханова, РФ
sergsmi.ss@gmail.com

ВЕЛИЧИНА МИНИМАЛЬНОГО РАЗМЕРА ОПЛАТЫ ТРУДА: СООТНОШЕНИЕ ДИНАМИКИ С РОСТОМ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ЦЕН В РОССИИ

Актуальность. Институт установления и применения минимального размера оплаты труда (далее – МРОТ) находится в сфере общественных отношений по вопросам заработной платы, социальной защиты населения и иных смежных сферах общественных отношений. Данный инструмент определяет минимальный законный уровень оплаты труда работников, а также применяется для защиты прав трудящихся и иных лиц, в первую очередь – малообеспеченных слоев населения. Следовательно, изучение МРОТ представляется актуальным для ряда отраслей науки и имеет ценность для практического применения.

Анализ последних исследований и публикаций. Тема МРОТ не редко является предметом научных публикаций, в том числе в последние годы. Например,

Старокожева В.П., Сковпень В.А. [14], Меньшикова О.И. [9], Ивановская Л.А. [7], Абалдуев В.А. [6], Токсанбаева М.С. [15], Савина С.В. [12], Констатинова Д.С. [8]. В основном изучается проблематика различных подходов к установлению МРОТ, включая историческую тематику, его связь с прожиточным минимумом населения, правовые стороны вопроса, влияние на рынок, сравнивается зарубежная, российская и региональная практика. Однако с точки зрения индексации МРОТ – анализа его роста относительно роста цен, проблема авторами не затрагивается либо затрагивается косвенно.

Цель исследования. Целью настоящей работы является выявление проблем социально-экономического и правового характера в части соразмерности роста МРОТ относительно динамики роста потребительских цен. Для достижения указанной цели необходимо решить следующие задачи: изучить и проанализировать принципиальные и ключевые нормы законодательства по установлению МРОТ, изучить и проанализировать динамику величины МРОТ и роста потребительских цен.

Результаты исследования. С точки зрения правового регулирования величины МРОТ в России нет стабильности. Нормы законодательства периодически меняются на различных уровнях, включая основные и ключевые понятия и правила.

До 2019 года принципы расчета величины МРОТ на законодательном уровне не применялись. С 2019 года МРОТ не может быть ниже размера прожиточного минимума трудоспособного населения, при этом до конца 2020 годы величина прожиточного минимума зависела вполне логично и обосновано от величины потребительской корзины, составляемой из необходимых для сохранения здоровья человека и обеспечения его жизнедеятельности минимального набора продуктов питания, а также непродовольственных товаров и услуг, что защищало малообеспеченные слои населения с достаточно ясной позицией.

Начиная с 1 января 2021 года в России для расчета МРОТ и величины прожиточного минимума¹ не используются критерии, основывающиеся на необходимом для человека и гражданина уровне расходов, что не способствует достижению цели установления минимальной заработной платы как одного из элементов политики, направленной на борьбу с нищетой и на обеспечение удовлетворения потребностей всех трудящихся и их семей (Рекомендация Международной организацией труда (далее – МОТ) от 22.06.1970 №135) [10]. Действующий механизм определения величины МРОТ не учитывает ни одного показателя как являющимся каким-либо видом расходов, так и основывающемся на тех или иных видах расходов [3].

Величина МРОТ на очередной год должна устанавливаться федеральным законом в текущем году и исчисляться исходя из величины медианной заработной платы, рассчитанной Росстатом, за предыдущий год; проект федерального закона об установлении МРОТ на очередной год подлежит обсуждению с Российской трехсторонней комиссией по регулированию социально-трудовых отношений. Недопустимо снижение очередного МРОТ относительно предыдущего [3]. МРОТ не зависит ни от одного социально-экономического фактора, объективно отражающего ситуацию в экономике и социальной жизни общества, как и его минимальная допустимая граница – величина прожиточного минимума трудоспособного населения в целом по Российской Федерации на очередной год [13].

Временно, в 2023 – 2024 годы МРОТ устанавливается ежегодно федеральным законом и исчисляется исходя из темпа роста минимального размера оплаты труда, превышающего на три процентных пункта темп роста величины прожиточного

¹ Как на душу населения в целом по Российской Федерации, так и по основным социально-демографическим группам населения в целом по Российской Федерации на очередной год.

минимума трудоспособного населения в целом по Российской Федерации, установленной соответственно на 2023 и 2024 годы, по отношению к указанной величине, установленной на предшествующий год [5].

Таким образом, законы Российской Федерации не отличаются стабильностью в части регулирования величины МРОТ и не устанавливают необходимых принципов в данном вопросе.

Рассмотрим изучаемую проблему с социально-экономической точки зрения: динамику величины МРОТ и темпы ее роста относительно роста потребительских цен в России.

Таблица 1

Соотношение роста МРОТ и индекса потребительских цен на товары и услуги по Российской Федерации

Дата	Величина МРОТ, рублей [3]	Отношение МРОТ к значению в январе предыдущего года	Относительный рост МРОТ с момента вступления в силу Трудового кодекса	ИПЦ на декабрь ² , предыдущего года, % [11]	Рост ПЦ на декабрь предыдущего года нарастающим итогом к декабрю 2001 года
1	2	3	4	5	6
01.01.2023	16242	1,17	56,14	111,94	5,84
01.01.2022	13890	1,09	46,3	108,39	5,21
01.01.2021	12792	1,05	42,64	104,91	4,81
01.01.2020	12130	1,08	40,43	103,04	4,59
01.01.2019	11280	1,19	37,6	104,26	4,45
01.01.2018	9489	1,27	37,21	102,51	4,269
01.01.2017	7500	1,21	31,63	105,39	4,16
01.01.2016	6204	1,04	26	112,91	3,95
01.01.2015	5965	1,07	25	111,35	3,5
01.01.2014	5554	1,07	20,68	106,47	3,14
01.01.2013	5205	1,13	19,88	106,57	2,95
01.01.2012	4611	1,06	18,51	106,1	2,77
01.01.2011	4330	1,0	17,35	108,78	2,61
01.01.2010	4330	1,0	15,37	108,8	2,4
01.01.2009	4330	1,88	14,43	113,28	2,21
01.01.2008	2300	2,09	7,67	111,87	1,95
01.01.2007	1100	1,38	3,67	109	1,74
01.01.2006	800	1,11	2,67	110,92	1,6
01.01.2005	720	1,2	2,4	111,73	1,44
01.01.2004	600	1,33	2	111,99	1,29
01.01.2003	450	1,5	1,5	115,06	1,15
01.01.2002	300	-	-	-	-

С момента принятия Трудового кодекса Российской Федерации по 2023 год МРОТ вырос в 54,14 раза. Рост потребительских цен при расчете нарастающим итогом показывает отношение по состоянию на декабрь 2022 года относительно декабря 2001 года 5,84 раза. За указанный период рост МРОТ опередил рост ИПЦ в 9,27 раза. Ежегодный рост МРОТ также опережает ИПЦ, за исключением отдельных периодов, которым предшествовали кризисные ситуации в экономике (2010-2012, 2015-2016 годы).

Выводы. Исходя из вышеизложенного, рост МРОТ в России в целом существенно опережает рост потребительских цен на товары и услуги по экономике. Законодательство Российской Федерации в части порядка регулирования величины МРОТ не стабильно, законы не устанавливают необходимых принципов по данному

² По отношению к декабрю предыдущего года

вопросу. Периодическое отставание роста МРОТ от роста потребительских цен обусловлено проблемами кризисных периодов. Оно допускается в том числе в силу неопределенности правил расчета МРОТ. Необходимо установить правила расчета величины МРОТ на законодательном уровне, которые будут зависеть как от уровня социально-экономического развития России, так и от показателей минимально необходимых расходов для проживания трудящегося человека и его семьи.

Список литературы:

1. Конституция Российской Федерации // СПС КонсультантПлюс.
2. Трудовой кодекс Российской Федерации // СПС КонсультантПлюс
3. О минимальном размере оплаты труда: Федеральный закон // СПС КонсультантПлюс.
4. О прожиточном минимуме в Российской Федерации: Федеральный закон // СПС КонсультантПлюс.
5. О внесении изменения в статью 1 Федерального закона «О минимальном размере оплаты труда» и о приостановлении действия ее отдельных положений»: Федеральный закон от 19.12.2022 № 522-ФЗ.
6. Абалдуев, В.А. Концепция правового регулирования минимальной заработной платы в России / В.А. Абалдуев // Российский юридический журнал. – 2019. – № 6. – С. 105-114.
7. Ивановская, Л.А. Влияние минимальной зарплаты на рынок труда / Л.А. Ивановская // Экономика труда. – 2016. – Том 3. – № 4. – С. 341-358. doi: 10.18334/et.3.4.37097.
8. Константинова, Д.С. Исторические и современные подходы к установлению минимального размера оплаты труда / Д.С. Константинова // Экономика труда. – 2021. – Том 8. – № 12. – С. 1415-1426. – doi: 10.18334/et.8.12.113939.
9. Меньшикова, О.И. Обеспечение минимальных гарантий оплаты труда на разных уровнях управления: «коридор» возможностей или замкнутый круг? / О.И. Меньшикова // Экономика труда. – 2019. – Том 6. – № 3. – С. 1243-1256. doi: 10.18334/et.6.3.41058.
10. Официальный сайт Международной организации труда / Электронный ресурс: https://www.ilo.org/dyn/normlex/en/f?p=NORMLEXPUB:12100:0::NO::P12100_INSTRUMENT_ID:312473.
11. Росстат. Официальный сайт <https://www.gks.ru>. Дата обращения: 01.04.2023.
12. Савина, С.В. Механизм установления минимального размера оплаты труда: мировая специфика и российские особенности. Социально-трудовые исследования. 2020; 40(3):112-122. DOI: 10.34022/2658-3712-2020-40-3-112-122.
13. Смирнов, С. Б. Отдельные аспекты индексации минимального размера оплаты труда в Российской Федерации / С. Б. Смирнов // Вестник Екатеринбургского института. – 2021. – № 3(55). – С. 104-112. – EDN VRALMQ.
14. Старокожева, В.П. Методы установления минимальной заработной платы в субъектах Российской Федерации и опыт зарубежных стран / В.П. Старокожева, В.А. Сковпень // Экономика труда. – 2020. – Том 7. – № 10. – С. 933-952. – doi: 10.18334/et.7.10.111052.
15. Токсанбаева, М. С. Заработная плата: минимальный размер и дифференциация / М.С. Токсанбаева // Народонаселение. – 2020. – № 4. – С. 40-49.

Татарченко Ю. А., студент
Научный руководитель: Лукьянова К. К., канд. экон. наук
Донецкий государственный университет, РФ
juliatatarchenko@mail.ru

МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ КОНФЛИКТАМИ В ОРГАНИЗАЦИИ

Актуальность. В любой организации рано или поздно может возникнуть конфликт между сотрудниками или персоналом и начальством. Жизнедеятельность организаций связана с определенными проблемами и противоречиями, избежать которых практически невозможно. Конфликтов не следует бояться, если они направлены на поиск новых конструктивных решений или развитие социальной структуры организации, но в большинстве случаев они могут повлечь за собой снижение эффективности деятельности организации, разрушение единства и ухудшение состояния социально-психологического климата в коллективе. Именно по этой причине нужно исследовать причины конфликтов и методы их разрешения. Руководителям, менеджерам всех уровней, специалистам по управлению персоналом крайне необходимо владеть определенными навыками и знаниями для прямого воздействия на конфликт, в случае его возникновения. Именно от этих категорий работников зависит эффективная деятельность организации, спокойствие и гармония в трудовых коллективах. Неграмотные решения и отсутствие поиска новых нестандартных, творческих подходов к разрешению конфликтов являются катализатором конфликтности в организациях.

Анализ последних исследований и публикаций. Исследованиями по данной проблеме занимались как отечественные, так и зарубежные ученые, создавшие психологические концепции трудовых конфликтов в организации. Среди них: Вебер М., Дмитриев А. В., Дюркгейм Э., Боулдинг К., Здравомыслов А. Г., Шаранов Ю. А., Зигерт В., Китов А. И., Гришина Н. В., Дарендорф Р., Дейч М., Зеленовский Я., Пугачев В. П., Анцупов А. Я., Шипилов А. И., Кибанов А. Я., Ворожейкин И. Е., Захаров Д. К. и др. исследовали специфику социальных, организационных и социально-трудовых конфликтов в организациях.

Цель исследования – выявить причины и методы управления конфликтами в организации.

Результаты исследования. Ключевое место в поиске путей предупреждения и разрешения конфликтов занимает проблема выявления причин конфликтов. Трудно оказывать на них регулирующее воздействие без знания движущих сил их развития [2].

Причины конфликтов – это те или иные события, факты, явления, которые предшествуют конфликту, и при определённых ситуациях социального взаимодействия являются их катализаторами [1].

Для достижения целей организация осуществляет координацию человеческих ресурсов. Люди объединяются в группы для решения необходимых задач. Однако для каждого работника характерно своё мировоззрение, восприятие ситуации и особенности поведения. Такие различия могут спровоцировать разногласия, переходящие в конфликты.

В научных работах выделяют следующие группы причин конфликтов [3]:

1. Субъективные причины (личностные). Выражаются в нарушении трудового законодательства, служебной этики, неверных действиях подчиненных, психологической несовместимости работников и др.

2. Объективные причины: отсутствие объективной оценки персонала, низкая заработная плата, неритмичность работы, недостаток ресурсов и т.д.

3. Социально-психологические. Причины, которые возникают непосредственно при взаимодействии людей: лидерство, взаимоотношения, коллективные мнения/настроения и т.п.

4. Организационные причины. Обусловлены ошибками руководителей и подчиненных в процессе решения управленческих задач.

На все эти группы могут влиять руководители и специалисты по управлению персоналом. Так как эта группа работников координирует деятельность персонала и то как функционирует организация внутри, значит именно от них будет зависеть уровень конфликтности в организации.

Чтобы подробнее изучить вопрос о методах управления конфликтами, дадим определение понятию управление конфликтами.

Управление конфликтами – это процесс прямого воздействия на персонал организации с целью устранения источника конфликта, и коррекции поведения участников конфликта в соответствии с нормами взаимоотношений [4].

Для того, чтобы управление конфликтами стало возможным, необходимо выполнение следующих условий: объективное понимание конфликта как реальности; признание возможности воздействия на конфликт и его превращение в фактор самокорректировки, саморегуляции системы; наличие духовных, социальных, материальных ресурсов, правовой основы управления, а также способности субъектов к согласованию своих взглядов, интересов и позиций [1].

Главное преимущество управления конфликтами, которое обеспечивает стратегическое лидерство в разрешении конфликтных ситуаций – выработка способов и методов, а также обеспечение их реализации.

В конфликтологии существует многообразие методов управления конфликтами, которые в свою очередь делятся на группы по области применения. От умения грамотно и эффективно управлять конфликтами зависит множество различных факторов: вероятность возникновения нового конфликта, сохранение или ликвидация причин конфликта, масштаб дисфункциональных последствий [3].

Методы управления конфликтами по признаку поведения конфликтующих сторон можно разделить на несколько групп [4]:

1. Внутриличностные – методы, которые позволяют человеку отстоять своё мнение, не превращая оппонента в своего врага.

2. Структурные – методы, которые состоят в разъяснении требований к работе, создании обоснованных систем вознаграждения и использовании координационных механизмов.

3. Межличностные – методы, которые предполагают выбор стиля участников конфликта, чтобы свести ущерб для своих интересов к минимуму.

4. Переговоры.

5. Открытые агрессивные действия.

Методы управления конфликтами подразделяются также по признаку принадлежности к направлению управления конфликтами. Основные из них представлены в таблице 1.

Выводы. Таким образом, в данном исследовании удалось выявить основные причины конфликтов и методы управления ими в организации. Для того, чтобы грамотно воздействовать на ситуацию, руководителям необходимо знать и понимать возможные причины конфликтов, которые бывают самыми разными. Зная основные способы управления конфликтами, управленцы могут воспользоваться такими методами как компромисс, сглаживание, уход от конфликта и др.

Таблица 1

Методы управления конфликтами в организации

№	Метод	Характер позиции
1.	Уход от конфликта	Метод применяется в случае ненужности конфликта, банальности проблем, которые не несут в себе интереса для сторон
2.	Метод бездействия	Метод применяется при сложившейся неопределенности, конфликт не переходит со слов к действию
3.	Метод уступок или приспособления	Метод применяется при обнаружении явной неправоты одной из сторон; когда гармония и стабильность особенно важны [4]
4.	Метод сглаживания	Метод применяется, когда расхождения между сталкивающимися сторонами не столь велико
5.	Метод скрытых действий	Метод применяется, когда конфликтующие стороны не согласны на примирение
6.	Метод быстрого решения	Метод применяется, чтобы разрешить конфликт в короткие сроки, не затягивая его
7.	Метод компромисса	Метод применяется, когда обе конфликтующие стороны готовы к созидательному диалогу
8.	Метод сотрудничества	Метод применяется в случае масштабности решаемой проблемы, когда обеим сторонам необходимо прийти к общему мнению
9.	Метод силы	Метод применяется в том случае, когда одна сторона признает правоту только своей точки зрения

Для эффективного управления конфликтами правильным будет применение всего комплекса методов воздействия на конфликтную ситуацию и поведение участников конфликта. Главное помнить, что любой конфликт между сотрудниками управляемый и достигнуть перемирия можно даже несмотря на противоположность взглядов на ситуацию.

Список литературы:

1. Управление конфликтами: учебник / Н. Д. Лукьянченко [и др.]. – Донецк: ДонНУ, 2016 – 468 с.
2. Анцупов, А.Я. Конфликтология: учебник для вузов / А.Я. Анцупов, А.И. Шипилов. – М.: ЮНИТИ, 2000. – 551 с.
3. Фридман, А. И. Конфликты в организациях и методы их разрешения / А. И. Фридман // Вестник магистратуры. – №1-2 (40). – 2015. № 1. – С. 50-52.
4. Управление персоналом организации: учебник для вузов / под ред. А. Я. Кибанова. – 3-е изд., доп. и перераб. – М.: ИНФРА-М, 2005. – 638 с.
5. Узденова, М. Х. О. Методы управления конфликтами в организации / М. Х. О. Узденова, Ф. И. Эбзеева // International scientific review. – 2016. – №17 (27). – С. 22-23.

Тимошкова В. Д., студентка
Научный руководитель: Очеретко Т. А.
Донецкий государственный университет, РФ
vikyoriat@gmail.com

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Актуальность работы. Кадровая политика предприятия является важнейшим инструментом активного воздействия руководства на коллектив, посредством ее использования осуществляется воздействие на результаты функционирования и развития всего предприятия. Постоянная системная работа с кадрами считается ключевым моментом деятельности любого предприятия как институциональной единицы экономики страны, чем и обусловлена актуальность данной темы [1].

Анализ последних исследований и результатов. На данный момент издано большое количество как зарубежных, так и отечественных трудов, посвященных вопросу изучения кадровой политики. Среди зарубежных исследователей кадровой политики и системы ее совершенствования можно назвать таких ученых как: Ч. Тревор, Э. Найберг, М. Кульвиц, Г. Дрейер, Р. Эш, Р. Батт и др.

Среди отечественных исследователей, которые внесли большой вклад в изучение кадровой политики, можно выделить О. Ю. Одегова, А. Я. Кибанова, Е. П. Пархимчик, М. Ю. Горбунову и др.

Цель работы – изучить возможные пути совершенствования системы кадровой политики на отечественных предприятиях в современных условиях.

Результаты исследования. Кадровая политика является многогранным явлением, требующим всестороннего рассмотрения. Результаты анализа современных теоретических исследований в данной области позволяют сделать вывод о том, что кадровая политика современной организации представляет собой совокупность правил и норм, принципов и направлений работы с персоналом организации.

Целями кадровой политики современной организации являются [5]:

- 1) обеспечение персоналом необходимой специализации и уровня квалификации всех структурных элементов организации;
- 2) оптимизация затрат организации на содержание кадрового состава;
- 3) поддержание благоприятного психологического климата, способствующего эффективному функционированию трудового коллектива и организации в целом;
- 4) обеспечение организационных и социально-экономических условий, предотвращающих трудовые конфликты в организации, и дополнительных затрат, связанных с их решением и т.д.

Среди основных задач кадровой политики можно выделить следующие:

- 1) подбор и найм персонала;
- 2) обучение и оценка персонала, повышение его квалификации;
- 3) организация благоприятных условий труда работников;
- 4) формирование эффективной системы стимулирования и мотивации персонала и т.д.

Кадровая политика большинства отечественных предприятий строится на базе общих принципов управления. В практике экономически эффективных организаций используются некоторые принципы, лежащие в основе управления работниками, среди которых:

- эффективная система подбора, набора и расстановки кадров;

- система мотивации и стимулирования персонала, которая является крайне привлекательной для сотрудников и экономической выгодой для самой организации;
- вознаграждение, сочетающее в себе результаты индивидуального труда работников и эффективность деятельности всей организации;
- ротация кадров, основанная на развитии, обучении, перемещении и продвижении кадров, которое осуществляется в соответствии с уровнем квалификации и способностей персонала, результатами труда каждого работника, а также соответствует общим потребностям организации;
- решение индивидуальных проблем быстро, справедливо и эффективно [3].

Совершенствование системы кадровой политики в целом осуществляется в следующих направлениях (рис. 1):



Рис. 1. Направления совершенствования системы кадровой политики предприятия

При составлении конкретной политики в отечественных предприятиях в области человеческих ресурсов эксперты полагаются именно на эти положения.

Проанализировав состояние системы кадровой политики на отечественных предприятиях, можно говорить о том, что качестве мероприятий по совершенствованию системы кадровой политики рекомендуется проводить мероприятия в целом профилактического характера, направленные на совершенствование системы стимулирования и мотивации персонала, «омолаживание» коллектива предприятия, повышение квалификационного уровня персонала, оздоровление психологического климата и т.д. [2].

Важным аспектом развития системы кадровой политики является совершенствование системы стимулирования и мотивации персонала. За счет грамотно выстроенной системы мотивации и стимулирования персонала осуществляется

формирование у сотрудников понимания сущности и значения мотивации в процессе труда. Кроме того, мотивация направлена на обучение персонала и руководящего состава психологическими основами внутрифирменного взаимодействия [4].

Отдельно стоит сказать, что значимым для совершенствования кадровой политики отечественных предприятий является привлечение молодых специалистов. Большое количество современных исследований отечественных специалистов указывают, что разработка мероприятий по привлечению, развитию и удержанию молодых специалистов является условием, необходимых для повышения конкурентоспособности персонала и роста производительности труда организации, ведет к увеличению прибыли предприятия в целом, а также проводится подготовка достойной замены для сотрудников, уходящих из компании.

Для развития конкурентоспособной организации нужна сильная и компетентная команда профессионалов. Формирование такой команды во много зависит от благоприятного социально-психологического климата в коллективе. Именно он является одним из важнейших условий роста производительности труда и качества производимой продукции или услуг. Вместе с тем, социально-психологический климат является важным показателем уровня социального развития коллектива и его психологических резервов, способных к более полной реализации.

Совершенствование системы обучения и развития персонала способствует формированию рабочей силы, владеющей наиболее высокими возможностями и сильной мотивацией к исполнению задач, стоящих перед организацией. Это ведет к росту производительности, а также к увеличению ценности человеческих ресурсов.

Выводы. Таким образом, можно говорить о том, что формирование и совершенствование системы кадровой политики играет определяющую роль в функционировании организации и должно быть направлено на достижение целей предприятия. Система кадровой политики включает в себя ряд направлений в области управления персоналом и реализуется через кадровые программы, планы и мероприятия, положения и т. п.

Список литературы:

1. Волгин, А. П. Управление персоналом в условиях рыночной экономики / А. П. Волгин, В. Н. Матирко. – М.: Дело, 2011. – 465 с.
2. Одегов, Ю. Г. Чем управление человеческими ресурсами принципиально отличается от управления персоналом? / Ю. Г. Одегов // Вестн. Ом. ун-та. Сер. «Экономика». – 2018. – № 1 (61). – С. 106-114.
3. Пархимчик, Е. П. Кадровая политика организации: современное содержание / Е. П. Пархимчик // Стратегические направления социально-экономического и финансового обеспечения развития национальной экономики: материалы II Междунар. науч.-практ. конф. / под ред. В. В. Пузикова. – Минск: Право и экономика, 2018. – С. 257-258.
4. Попов, С. А. Модель стратегического менеджмента: системный и процессный аспект / С. А. Попов // Менеджмент и бизнес-администрирование. – 2015. – № 1. – С. 59-69.
5. Шкатулла, В. М. Настольная книга менеджера по кадрам / В. М. Шкатулла. – М.: Норма - Инфра-М, 2011. – 441 с.

Устименко В. Д., студентка

Научный руководитель: Лукьянова К. К., канд. экон. наук

Донецкий государственный университет, РФ

ustimenko.viksa05@mail.ru

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Актуальность. Одним из главных факторов, который влияет на эффективность производства, являются сотрудники компании. Кадровая политика должна оперативно реагировать на различные изменения, происходящие в организациях. Она включает в себя целый набор фундаментальных принципов, реализующихся кадровой политикой предприятия. В таком контексте кадровая политика является стратегической линией поведения в процессе работы с персоналом организации.

Анализ последних исследований и публикаций. Исследованиями по совершенствованию кадровой политики занимались такие отечественные ученые, как: П. Г. Бойдаченко, Е. В. Маслов, Л. В. Ивановская, Е. Г. Антосенко, П. В. Журавлев, Г. Г. Зайцев, В. Г. Мартынов, В. Г. Игнатов, А. Я. Кибанов, Ю. Г. Одегов, В. В. Травин, Э. А. Базаров, Э. А. Уткин, С. В. Шекшня, В. И. Герчиков, В. А. Дятлов, М. И. Магура и др.

Цель исследования – разработка путей совершенствования кадровой политики предприятия.

Результаты исследования. Совершенствование кадровой политики организации должно начинаться с обозначения основных целей организации, проведения исследований. Чтобы облегчить задачу, можно использовать успешный опыт конкурирующих организаций, зарубежных фирм, работающих в том же сегменте. Но нужно учитывать различия, поэтому полностью копировать кадровую политику нерационально. Руководители, которые рассматривают политику лишь со стороны целей организации, при этом не учитывают потребности персонала, провоцируют текучесть кадров. Даже если можно найти новых сотрудников, не прилагая особых усилий, это повлечет снижение производительности. Не всегда новички быстро вливаются в коллектив или в полной мере осознают свою роль в фирме. Регулярное совершенствование кадровой политики способствует успеху организации [1].

Главные направления кадровой политики любой современной организации – подбор и правильная расстановка кадров, а также последующая адаптация, оценка и аттестация, развитие и мотивация персонала.

При создании новых должностей в первую очередь необходимо определить четкий список обязанностей, которые сотрудник должен будет выполнять, а также перечень компетенций, которыми он должен будет обладать. Исходя из должностной инструкции, а также обращаясь к единому тарифно-квалификационному справочнику, следует уже разрабатывать параметры оплаты труда на вводимой должности. Все это позволит снизить недовольство выполняемыми обязанностями и системой оплаты у сотрудников. Необходимо не забывать и о том, что следует актуализировать и действующие должностные инструкции путем соотношения перечня задач сотрудников в документе и выполняемых обязанностей по факту [2].

Все это позволит повысить удовлетворенность сотрудников компанией и выполняемой ими работой, определит зоны развития в области работы с персоналом и направления развития сотрудников. Исходя из содержания положения о кадровой политике, необходимо рассмотреть принципы кадровой политики, на которых должна строиться работа с персоналом организации.

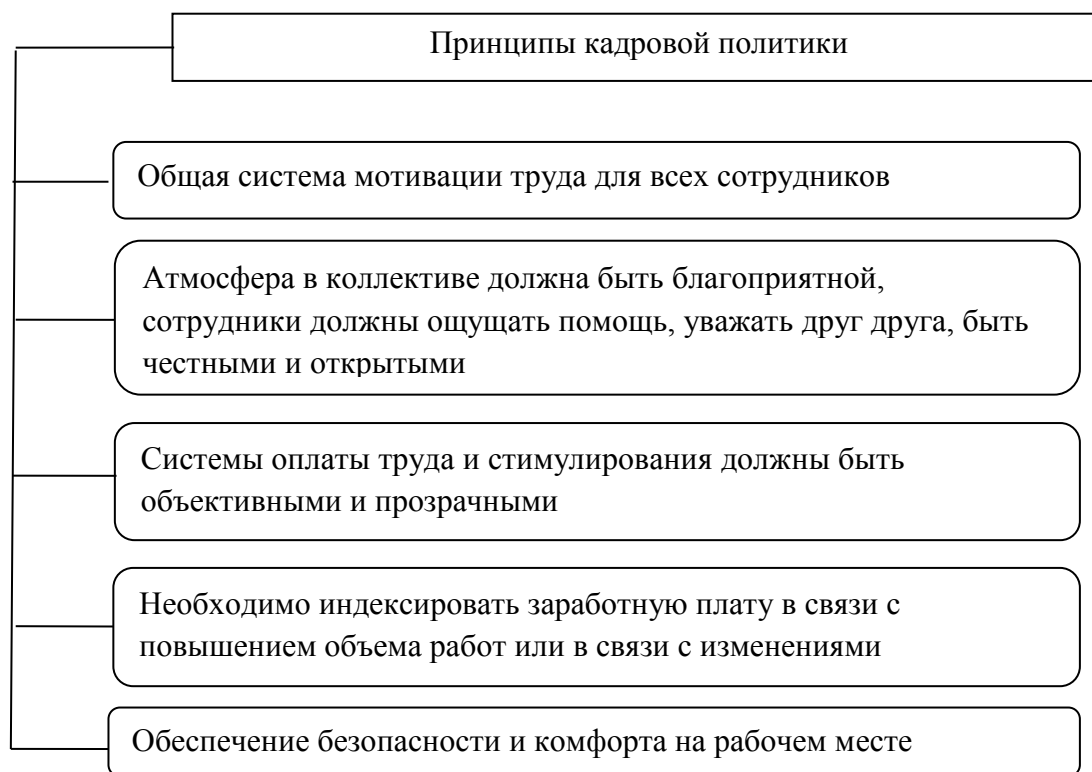


Рис. 1. Принципы кадровой политики

Выводы. Таким образом, главная цель работы с персоналом любой организации и, соответственно, кадровой политики – благополучие каждого сотрудника, так как именно оно влияет на ситуацию и климат в организации. Для этого необходимо создать эффективную систему работы с персоналом, которая зависела бы не только от материальной мотивации и социальных гарантий, которые непосредственно влияют на производительность труда работников, но и от соответствия интересов организации и сотрудника, повышения вовлеченности персонала в управление организацией [3].

Важно, чтоб новому сотруднику в компании было комфортно, а также, чтобы коллеги всегда могли подсказать, помочь и направить в каких-либо рабочих моментах. То есть основными направлениями совершенствования кадровой политики должны быть морально-психологический климат в коллективе, качество жизни сотрудников, возможность развития и карьерного роста и удовлетворенность выполняемой работой.

Научные подходы к организации производства на предприятии имеют преобладающее значение, но реализация всех возможных путей совершенствования зависит уже от конкретных людей, а именно от их знаний, компетентности, квалификации, дисциплины, мотивации, способности решать проблемы и гибкой обучаемости. Для каждого предприятия, которое стремится преуспеть в конкурентной борьбе, просто жизненно необходимым является умение каждого работника обладать довольно обширными глубокими знаниями.

Список литературы:

1. Алавердов, А. Д. Управление персоналом: учебник / А. Д. Алавердов. – М.: Синергия, 2019. – 192 с.
2. Башмаков, В. Ю. Управление социальным развитием персонала: учебник / В. Ю. Башмаков, Е. Н. Тихонова. – М.: Академия, 2012. – 240 с.
3. Бычков, В. П. Управление персоналом: учебное пособие / В. П. Бычков. – М.: Инфра – М, 2018. – 352 с.

Федюшина К. В., студент
Научный руководитель: Елисеева Н. А.
Донецкий государственный университет, РФ
ksiusha.fiediushina.00@mail.ru

РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ЗАНЯТОСТИ МОЛОДЕЖИ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ С ЦЕЛЮ ЗАКРЕПЛЕНИЯ МОЛОДЫХ КАДРОВ

Актуальность. Одной из актуальных социально-экономических проблем в современных условиях является проблема занятости молодежи. Не каждый выпускник вуза трудоустроен, а молодое поколение олицетворяет инновационный потенциал государства. В этом контексте проблемы занятости и вопросы социальной адаптации молодежи в процессе поиска работы в настоящее время являются одним из приоритетов развития Донецкой Народной Республики.

Молодые люди составляют значительную часть человеческого капитала Республики и определяют потенциальное предложение рабочей силы. С экономической точки зрения молодые люди являются фактором производства, и продуктивность экономики государства зависит от их уровня квалификации. В сложившейся ситуации необходима разработка и принятие на официальном уровне специальной программы по вопросам трудоустройства молодежи. Это позволит интегрировать интересы и возможности администрации, работодателей, руководителей учреждений профессионального образования и безработных в вопросах трудоустройства, а также оптимизировать усилия по созданию на базе существующих и вновь создаваемых государственных, общественных, социальных организаций и учреждений, занимающихся вопросами образования, труда и занятости населения.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросам занятости, безработицы и рынка труда уделяли внимание в своих исследованиях О. В. Кищенко, А. С. Булатов, С. А. Дукарт, Н. А. Волгин, З. М. Кочкарова, О. И. Кузнецова, М. А. Гильтман, Е. Н. Шарова и др.

Целью исследования является анализ имеющихся проблем безработицы среди молодежи, а также разработка основных направлений в отношении решения проблем занятости молодежи в Донецкой Народной Республике.

Результаты исследования. Безработица молодежи – социально-экономическое явление, при котором трудоспособная молодежь находится в поиске работы и готова приступить к ней, но не может реализовать свое право на труд, тем самым теряет основные средства к существованию [2, с. 193].

В ДНР остро стоит вопрос трудоустройства молодежи, так, по состоянию на конец 2022 г. в центре занятости состояло на учете 7,8 тыс. человек, ищущих работу, из них 26,4 % (2,1 тыс. человек) – молодежь в возрасте до 35 лет. Высокий процент безработных среди данной категории лиц обуславливается отсутствием у них опыта в трудовой деятельности, и неготовности выпускников ВУЗов к потребностям рынка труда. В республике рынок перенасыщен гуманитарными специальностями, но, поскольку с крупными производствами ситуация сложная, инженерные и рабочие специальности не востребованы [1].

Основные причины роста безработицы среди молодежи: политическая ситуация в Республике, вызванная боевыми действиями; структурные несоответствия профиля выпускников потребностям рынка труда; отсутствие научного прогноза в востребованности кадров; несоответствие уровня квалификации выпускников требованиям работодателей; снижение практических навыков по полученной профессии у молодых специалистов; низкий уровень заработной платы у молодых

специалистов и замедленное продвижение по должности; нежелание и отсутствие возможности обучения молодых специалистов на производстве, нескрываемое игнорирование работодателями социальных прав молодых специалистов; ошибочный выбор профессии или специальности.

Социально-экономические последствия безработицы представлены на рисунке 1.

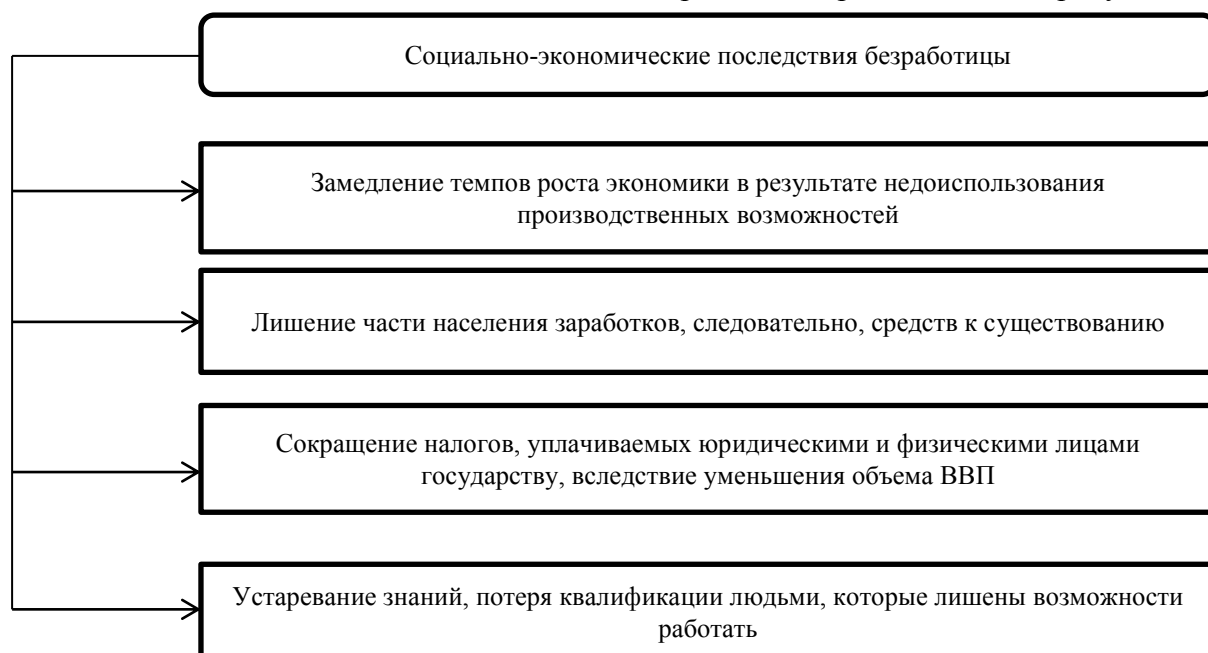


Рис. 1. Социально-экономические последствия безработицы (составлено автором)

Для решения имеющихся проблем необходимо внедрение системы адресного консультирования и содействия трудоустройству выпускников различных учебных заведений. Для помощи молодежи могут использоваться различные методы: экономическое стимулирование молодежной занятости; создание специальных фирм, предлагающих работу именно этой категории лиц; создание центров обучения молодых людей тем профессиям, которые увеличивают шанс на дальнейшую занятость.

Для решения трудоустройства молодого населения необходимо помощь государства и органов местного самоуправления. Эффективным путем решения данной проблемы будет взаимодействие и сотрудничество всех структур: государственных органов власти, службы занятости населения, сферы образования и комитетов по делам молодежи. Государству необходимо заботиться о создании социальной стабильности и защищенности разных слоев населения; корректировать политику служб трудоустройства населения, выделять больше финансовой помощи для реализации программ по содействию трудоустройства граждан. В свою очередь органам местной администрации необходимо следить за деятельностью центра занятости, с целью формирования государственного заказа для вузов на профессии, которые соответствуют нынешним условиям рынка труда.

В настоящее время Правительство ДНР разрабатывает комплекс мер по трудоустройству молодежи, предусматривающий прежде всего трудоустройство молодых специалистов. Глава Республики поручил разработать дорожную карту для формирования госзаказа, а также порядка трудоустройства выпускников [1].

Для эффективности принимаемых решений и составляемых программ особое внимание необходимо уделить повышению мотивации работодателей в отношении приема на работу молодежи и представителей социально незащищенных слоев

населения. Решению проблем трудоустройства на уровне организации будет способствовать изменение приема молодых работников, смягчение критериев приема, трудоустройство без опыта работы, создание гибкого графика работы для студентов очной формы обучения и др.

На уровне школьного образования для успешной адаптации к трудовой деятельности, нужно содействовать молодежи в выборе профессии, повышать уровень личностных способностей, проводить анализ результатов рынка труда, рассматривать стратегию развития потребностей в кадрах в будущем. Для выпускников профессиональных учебных заведений необходимо разрабатывать программы по обучению эффективного поведения на рынке труда. Такие программы должны способствовать повышению конкурентоспособности студентов, эффективной адаптации к современным условиям рынка труда.

Таким образом, государству необходимо заботиться о создании социальной стабильности и защищенности разных слоев населения; корректировать политику служб трудоустройства населения, выделять больше финансовой помощи для реализации программ по содействию занятости граждан (рис. 2).

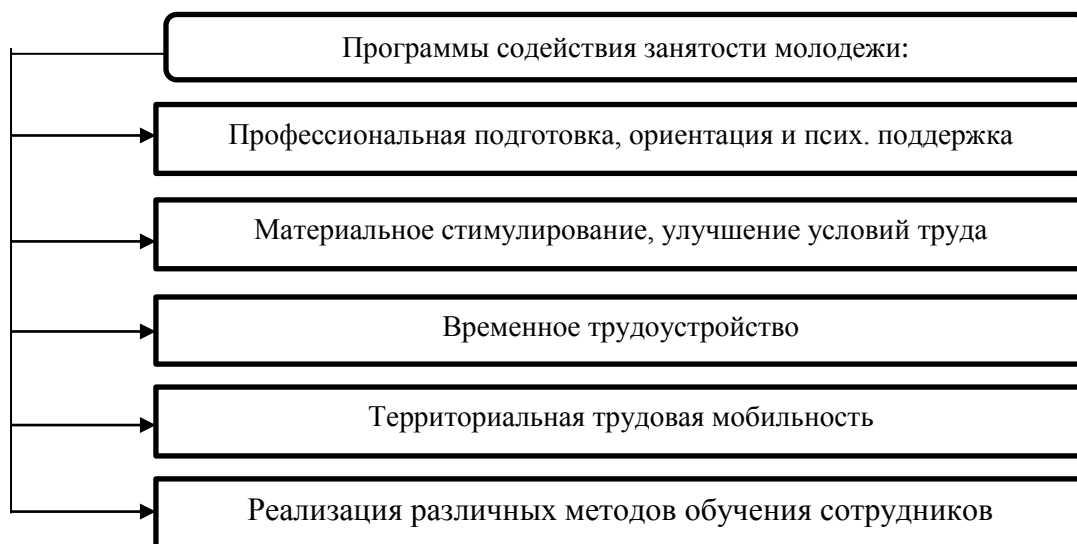


Рис. 2. Программы содействия занятости молодежи (составлено автором)

Выводы. Таким образом, руководители предприятий и работники должны активно взаимодействовать для того, чтобы предотвратить имеющиеся проблемы. В Республике необходимо создать молодежную биржу труда, работа которой будет строиться только с молодежью, которая осуществляла бы сбор информации о количестве обучающихся в высших и средних профессиональных учебных заведениях, составлять статистику по лидирующим и отстающим трудоустроенным специальностям.

Список литературы:

1. Республиканский Центр Занятости [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rcz-dnr.ru/> (дата обращения: 01.04.2023).
2. Старовойтова, Л. И. Занятость населения и ее регулирование: учебное пособие для студ. высш. уч. заведений / Л. И. Старовойтова, Т. Ф. Золотарева. – М.: Академия, – 2019. – 193 с.

Чернявская В. О., студентка
Научный руководитель: Воробьева О. Г.
Донецкий государственный университет, РФ
vikacherniavskaya@gmail.com

РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО ОПТИМИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ МИГРАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ

Актуальность темы заключается в том, что проблемы миграции в современном обществе и конфликтогенность миграционных процессов в современном мегаполисе очень высока. На территории Российской Федерации исторически проживает множество народностей и российское общество этнически неоднородно, что периодически провоцирует такие негативные тенденции как проявления экстремизма и ксенофобии, межэтнические конфликты и т.п.

Анализ последних исследований и публикаций. Тема миграционных процессов достаточно разработана в научной литературе, как в общетеоретическом плане, так и в прикладном. Выделим, в первую очередь, теоретические работы отечественных авторов: Р. Г. Абдулатипова, Л. М. Дробижеву, В. А. Тишкова. В зарубежной науке проблему миграции успешно исследуют: Э. Равенштейна, Э.Смита, Ф.Барта, И.Валлернстайна.

Основам российского миграционного законодательства посвящены работы И.Н.Бардина, В.Волоха, О.Д. Воробьевой.

Цель данного исследования является изучение проблем миграции и разработка рекомендаций по совершенствованию системы трудовой миграции.

Результаты исследования. На постсоветском пространстве безусловным лидером по приему мигрантов является Российская Федерация. К ключевым факторам привлекающих мигрантов следует отнести экономическую привлекательность, геополитическое положение Российской Федерации и социально-политическую стабильность.

Во втором квартале 2022 года на миграционный учет с регистрацией по месту пребывания встали 4,16 млн иностранцев, при этом работу в качестве цели приезда указали 3,12 млн человек (75%). Это рекордно высокое квартальное значение за весь период доступной статистики – с 2017 года. Число трудовых мигрантов в «санкционном» втором квартале 2022 года оказалось на треть больше, чем годом ранее – за тот же период 2021 года в Россию на заработки приехали только 2,34 млн. иностранцев. В первом квартале 2022 года количество въехавших в страну иностранных работников составляло 2,76 млн.

Минимальный приток иностранной рабочей силы фиксировался во втором квартале 2020 года, что было связано в первую очередь с карантинными ограничениями. Тогда в страну прибыло всего 330 тыс. трудовых мигрантов, то есть в пять раз меньше, чем за второй квартал 2019 года. Показатель же нынешнего года в два раза превышает даже допандемийные значения [1].

Рассматривая трудовую миграцию из России, данные потоки неизменны – это страны Америки и Европы. Но в силу последних событий, активной санкционной политики западных стран – стоит ожидать увеличение сотрудничества со странами востока: Китай, Индия, Турция, Вьетнам, КНДР и иные азиатские страны. Так, в 2021 году количество эмигрантов из России в Германию уменьшилось до 3115 человек, что значительно меньше, чем в 2020 г. – 4308 человек. Также сокращается число выбывших из России в Израиль и США.

По данным оперативного учета за январь-июнь 2022 года, Россия получила миграционный прирост населения только в обмене населением с Таджикистаном. Со всеми другими странами, по которым Росстат представил данные, у России сложилось отрицательное сальдо миграции.

Что касается стран СНГ, в обмене населением с которыми у России обычно складывалось положительное сальдо миграции, то за первое полугодие 2022 года наибольшая миграционная убыль отмечалась в обмене постоянным населением с Украиной (21,7 тысячи человек), Арменией (18,1), Киргизией (15,7), Узбекистаном (13,6) Казахстаном (10,2). В обмене населением с другими странами, в том числе дальнего зарубежья, миграционная убыль составила менее 7 тысяч человек, с большинством стран – не более нескольких сот человек [2].

Если говорить о прогнозах, то до 2030 года прирост населения Российской федерации, за счёт иммиграции будет равняться примерно 3-4 миллионам человек. Некоторую часть составят лица, которых будут возвращаться на историческую родину, в большинстве своём это лица предпенсионного и пенсионного возраста. Но говорить о том, что в будущем нас ждёт уверенный прирост населения за счёт миграции – сложно, этому препятствуют несколько факторов, скорее это будет вызвано активной эмиграцией населения. Во-первых, это геополитическое положение России, ведь на июнь 2022 года – РФ является самым подсанкционным государством в мире, что вызвало огромный уход зарубежных компаний, а меры по национализации частных активов предпринимаются достаточно медленно, чтобы можно было говорить об обеспечении рабочих мест, для людей, которые уже проживают на территории РФ, не говоря о большом потоке трудовой миграции, статистические данные которого были представлены выше. В условиях повышенного риска, люди не готовы менять своё «реальное» рабочее место, на «потенциальное» в другой стране, пусть и с более развитой экономикой. Во-вторых, существует риск выбывания из страны людей, несогласных с политической позицией нынешнего правительства, по неофициальным данным отток данной группы людей может составлять от 500 тыс. до 2 млн. человек.

Совершенствование институциональной системы требует решения комплекса взаимосвязанных задач:

- разработка и принятие политических решений, законодательных и нормативно-правовых актов по обеспечению системы управления в сфере миграции;

- надзор за соблюдением законодательства в сфере формирования, развития и регулирования миграционной политики;

- определение и осуществление полномочий федеральных органов, органов местного самоуправления по управлению государственными ресурсами в сфере миграции;

- разработка и реализация региональных программ органов местного самоуправления и негосударственного сектора в сфере регулирования миграционной политики;

- кадровое обеспечение структурно-функциональной системы в сфере миграции;

- научное и информационно-аналитическое обеспечение в сфере управления миграционными процессами;

- регулирование международного сотрудничества и международного обмена, осуществление единой государственной миграционной политики.

Комплексный подход к решению задач совершенствования институциональной системы обеспечит эффективность регулирования миграционной политики на центральном и региональном уровнях, определит критерии структурно-функциональной системы в решении актуальных проблем регулирования миграционной политики в России.

Для обеспечения защиты прав граждан России, которые работают и проживают за рубежом, необходимо:

обеспечить проведение постоянного диалога с государствами - членами Европейского Союза и другими государствами по вопросу защиты прав трудовых мигрантов;

пересмотреть распределение обязанностей между уполномоченными органами государственной власти, мер и задач;

обеспечить предоставление консульскими учреждениями России в государствах, где постоянно проживает или временно находится значительное количество граждан России, качественных услуг трудовым мигрантам по защите их социальных и экономических прав;

предоставлять мигрантам через дипломатические представительства за рубежом, информационные центры и официальные сайты органов государственной власти в России информацию об их правах и обязанностях;

упростить порядок ведения дипломатическими учреждениями России консульского учета граждан России;

поддерживать тесную связь с организациями мигрантов для оказания помощи в налаживании культурной жизни, российского образования и воспитания в общинах трудовых мигрантов за рубежом;

оказывать поддержку семьям мигрантов, которые остаются на родине, в первую очередь детям, пожилым людям;

предусмотреть удешевление стоимости переводов заработанных за рубежом средств в России [3].

Также следует создать необходимые условия для возвращения и реинтеграции российских мигрантов в российское общество. Для поощрения возвращения мигрантов, находящихся за рубежом, необходимо усилить связи с Россией, чтобы мигранты могли участвовать в экономической, общественной, культурной и политической жизни государства, а также информировать мигрантов о возможности и условиях возвращения в страну.

Выводы. Сущность государственного регулирования в Российской Федерации находит свое выражение в установлении общеобязательных требований и процедур для объектов управления в сфере миграции в целях обеспечения гарантий прав и свобод иностранных граждан, находящихся на территории России.

В решении проблем миграции стратегическое значение имеет пересмотр концептуальных основ государственной миграционной политики, которая должна формироваться и приниматься соответствующими государственными органами, как политическое решение стратегического значения в процессах общественного развития.

Список литературы:

1. Статья: Трудовые мигранты России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://finexpertiza.ru/press-service/researches/2022/trud-migr-max/> (дата обращения: 20.03.2023 г.).
2. Демографический ежегодник России // Статистический сборник. – М.: Росстат, 2021. – С. 240-241.
3. Подольский, А.В. Развитие системы миграционного менеджмента в современной России / А.В. Подольский // Вестник МГУ МВД России. – 2017. – №5. – С. 116-120.

Чиркова Д. А., студентка
Научный руководитель: Лукьянова К. К., канд. экон. наук
Донецкий государственный университет, РФ
diana.chirkova18@gmail.com

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ БЕЗРАБОТИЦЫ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Актуальность. В настоящее время темпы развития государства во многом зависят от благосостояния его населения. Безработица является социально-экономическим явлением, которое препятствует развитию общества, и, как следствие, приводит к замедлению темпов экономического роста. Показатель безработицы – один из ключевых показателей для определения общего состояния экономики и оценки эффективности ее функционирования, т.е. безработица – одна из главных угроз экономической безопасности любого государства, в том числе России, что и определяет проблему безработицы, как, безусловно, актуальную.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросам безработицы посвящены труды известных экономистов: А. Смита, Д. Рикардо, А. Маршалла, А. Пигу, К. Маркса и др. Исследованием данной проблемы занимались такие отечественные авторы, как Е. Д. Богаченко, О. И. Кузнецова, А. И. Пименова, М. В. Симонова и др.

Цель исследования заключается в выявлении и обосновании современных тенденций развития безработицы в Российской Федерации.

Результаты исследования. Безработица на современном этапе развития рыночной экономики России является неотъемлемым элементом рынка труда. Данное явление можно охарактеризовать как отсутствие занятости в связи с экономическими причинами у определённой части трудоспособного населения государства, которая имеет желание и способность работать [2].

Согласно Федеральному закону № 1032-І от 19 апреля 1991 г. «О занятости населения в Российской Федерации»: «Безработными признаются трудоспособные граждане, которые не имеют работы и заработка, зарегистрированы в органах службы занятости в целях поиска подходящей работы, ищут работу и готовы приступить к ней» [1].

О текущем состоянии рынка труда в Российской Федерации дают представление данные, полученные по итогам обследования населения по проблемам занятости, результаты которых впоследствии распространяются на всю численность населения. Эти данные публикуются Росстатом [4].

К началу 2022 года рынок труда в Российской Федерации смог восстановиться от последствий пандемии Covid-19 и по данным Росстата уровень безработицы составил 4,4 % (по методологии МОТ).

По состоянию на декабрь 2022 г. по данным Росстата уровень безработицы в России составил 3,9 %. Динамику показателя безработицы, меняющуюся на протяжении 2022 г., служба статистики представила в Докладе о социально-экономическом положении: высокого уровня безработицы на протяжении всего 2022 г. не наблюдалось; первый исторически минимальный показатель был достигнут в ноябре 2022 г., и составил 3,7 % [3]. Данные представлены на рисунке 1 (составлено автором).

Представленные показатели формировались под действием различных факторов: благодаря одним происходило повышение уровня безработицы, благодаря другим – снижение.

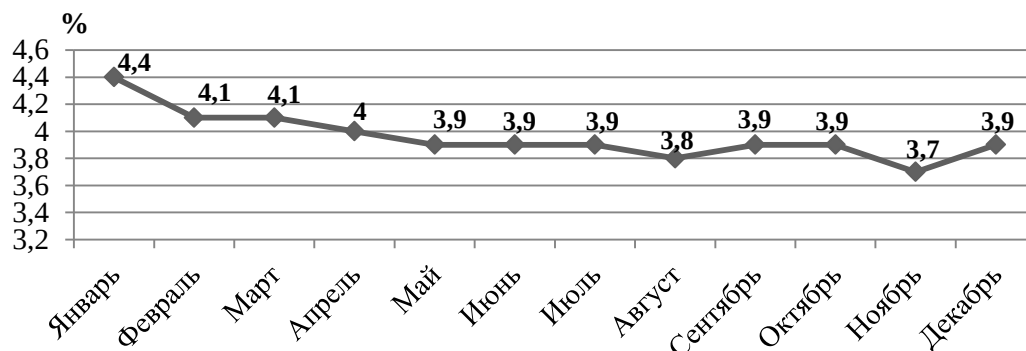


Рис. 1. Динамика уровня безработицы в России за 2022 г. [5]

Факторы снижения уровня безработицы: высокий уровень развития отечественного производства для восполнения нехватки продукции, недоступной из-за санкций, и, как следствие, появление новых рабочих мест; отъезд «несогласных» с политикой России за границу (появился спрос на новые кадры); призыв на военную службу в рамках частичной мобилизации (призванные граждане считаются трудоустроенными); продажа иностранными компаниями своих представительств (сохраненные рабочие места).

Факторы роста уровня безработицы: действие санкций (их более 12 тысяч), введенных против России; уход зарубежных брендов с российского рынка — несохраненные рабочие места; экономический кризис, вызвавший сокращение доходов компаний, которые, в свою очередь, начали сокращать издержки, увольняя своих сотрудников.

К положительным факторам влияния на статистику безработицы можно также отнести и то, что часть работников фирм, прекративших работу в Российской Федерации, получили компенсационные выплаты, в связи с чем, отложили регистрацию в службе занятости на более поздний срок. С точки зрения МОТ они не являются безработными (не ищут работу и не готовы к ней приступить).

Определенно важным фактором противодействия безработице является политика государства — финансовая поддержка властями роста занятости населения. Так, Постановлением Правительства от 15 декабря 2022 г. № 2309 было продлено до конца 2023 года действие мер, поддерживающих рынок труда и направленных на предупреждение безработицы. В число данных мер вошла помощь работодателям и частичная компенсация затрат на создание: временных рабочих мест для лиц, которым грозит увольнение; на профессиональное обучение сотрудников предприятий промышленности, которым грозит увольнение; на организацию общественных работ для зарегистрированных в центрах занятости населения (ЦЗН) с оплатой такого труда. Согласно Постановлению Правительства от 19 декабря 2022 г. № 2343, в 2023-2024 гг. бесплатно переобучиться или получить дополнительную профессию смогут безработные, сотрудники с перспективой увольнения, молодежь и люди старше 50 лет.

Официальный уровень безработицы в январе 2023 г. составил 3,6 %, что стало минимальным значением в новейшей истории России [5]. Данные представлены на рисунке 2 (составлено автором).

Процессы трудоустройства в регионах России на начало 2023 г. следующие: в январе количество безработных (официально зарегистрированных) снизилось в 37 административных субъектах РФ, при этом увеличившись в других 47 субъектах. Основные регионы с наблюдаемым ростом безработных: Республика Тыва (9 %), Крым (5,5 %), Омская область (5 %), Ивановская область (4,6 %), Татарстан (4,2 %) [5].

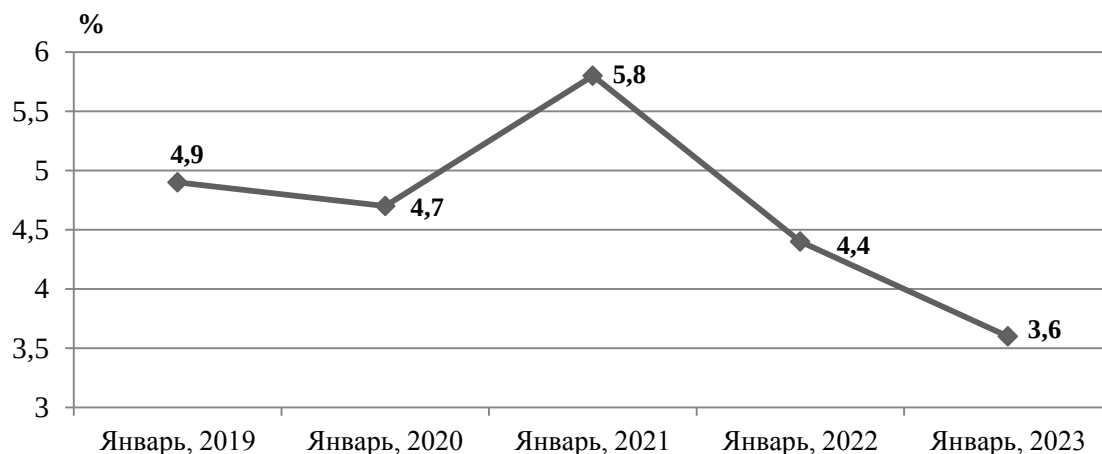


Рис. 2. Динамика уровня безработицы в России за 2019-2023 гг. [5]

Итак, рынок труда в России продолжает меняться: видны положительные тенденции, характеризующиеся структурными изменениями, но отсутствие баланса между необходимыми и имеющимися специалистами мешает экономике выйти из состояния стагнации окончательно – это свидетельствует о том, что массовой безработицы в России нет – она носит, как и в предыдущие годы, региональный характер.

Выводы. Проблема безработицы в России, безусловно, остаётся актуальной. Сегодня уровень безработицы в Москве и в Санкт-Петербурге является одним из самых низких, однако в некоторых других регионах России данный показатель гораздо выше. В настоящее время, несмотря на низкий уровень безработицы в целом, правительство России продолжает принимать меры для увеличения числа трудоустроенных граждан. Регулирование безработицы в России осуществляется сразу по нескольким направлениям: например, одним из основных является обеспечение равных возможностей всем резидентам России независимо от их гражданства и возраста.

Список литературы:

1. О занятости населения в Российской Федерации: Федеральный закон от 19 апреля 1991 г. №1032-I [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mintrud.gov.ru> (дата обращения: 05.04.2023).
2. Пименова, А. И. Основные тенденции занятости и безработицы в России / А. И. Пименова, Т. А. Якунина // Хроноэкономика. – 2019. – № 6 (19). – С. 68-73.
3. Социально-экономическое положение России: январь-ноябрь 2022 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/osn-11-2022.pdf> (дата обращения: 05.04.2023).
4. Статистический анализ безработицы в Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=709078> (дата обращения: 05.04.2023).
5. Федеральная служба государственной статистики «Трудовые ресурсы, занятость и безработица» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://rosstat.gov.ru/labour_force (дата обращения: 05.04.2023).

Шевченко В. А., студентка

Научный руководитель: Севрюкова С. В., канд. экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
vikula-2000@mail.ru

СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ

Актуальность. На современном этапе развития российской экономики, проблемы уровня жизни населения и факторов, определяющих его динамику, становятся очень актуальными. От их решения во многом зависят направление и темпы дальнейших преобразований в стране и, в конечном счете, политическая и экономическая стабильность в обществе. Решение этих проблем требует определенной политики, разработанной государством, центральным пунктом которой был бы человек, его благополучие, физическое и социальное здоровье. Преобразования, влекущие за собой изменение уровня жизни, представляют большой интерес для самых разных слоев населения.

Анализ последних исследований и публикаций. Работа многих исследователей была посвящена изучению уровня жизни и проблем бедности. Труды таких великих ученых, как К. Маркс, А. Смит, Д. Рикардо, Д. Кейнс и др., заложили методологические основы анализа уровня жизни и его определяющих факторов. Значительный вклад в формирование современных представлений об уровне жизни внесли отечественные исследователи: В. Н. Бобков, З. Т. Голенкова, П. С. Мстиславский, Н.М. Римашевская, Л. С. Ржаницина и др.

Цель исследования: исследовать содержание и современные аспекты качества жизни населения в Российской Федерации.

Результаты проведенного исследования. Качество жизни – это не категория, отделенная от других социально-экономических категорий, а объединяющая многие из них, которая включает их в качественном аспекте. Таким образом, компонентами качества жизни являются образ жизни, уровень жизни и окружающая среда, обогащенные качественными оценками. Например, характеризуя качество трудовой жизни, нельзя ограничиваться (как при анализе уровня жизни) показателями занятости, безработицы, рабочего времени, недель, лет, уровня производственного травматизма, но необходимо оценивать соответствие интересам работников содержания и характер работы, ее интенсивность, взаимоотношения внутри коллектива и т.д.

Качество жизни людей неотделимо от целей, которые они ставят перед своей жизнью, то есть связано с эффективностью жизни в широком смысле этого слова, и не только с удовлетворенностью своей личной жизнью, но и с удовлетворенностью своим положением в стране и в мире, что влияет на благосостояние людей.

При этом возможны два подхода: во-первых, составление сводного перечня показателей в соответствии со структурой потребностей и интересов и, во-вторых, аналитический подход, при котором показатели качества жизни в первую очередь группируются по сферам жизни в соответствии со структурой самих процессов жизни людей, с последующим синтетическим обобщением [1].

Понятие «уровень жизни» населения состоит из трех ключевых аспектов: уровень благосостояния населения; накопленный человеческий капитал; уровень человеческого развития.

Следует отметить, что понятие «качество жизни» взаимосвязано с терминами образ жизни, стиль жизни, уровень жизни, которые близки друг к другу по содержанию и происхождению. Образ жизни отражает экономическую активность людей, сюда

входят практикуемые нормы человеческого поведения, способы деятельности человека по производству или потреблению различных необходимых материальных и духовных благ.

Интегральные показатели измерения уровня жизни включают:

уровень реального дохода на душу населения;

размер реальной заработной платы.

доходы от реализации товаров, работ, услуг и от социальных пособий, выплат.

Данные индикаторы позволяют спрогнозировать доходы населения из различных источников, а также изучить их динамику и структуру. Под реальными доходами населения обычно понимаются реализованные доходы или номинальные доходы, скорректированные на изменении цен на товары и услуги. Есть реальные доходы без учета услуг населению и с учетом услуг. В реальных доходах без учета услуг отражается та часть валового внутреннего продукта, которая используется населением для удовлетворения потребностей. А реальные доходы населения с учетом услуг характеризуют ту часть валового внутреннего продукта, которую население использует для потребления и накопления различных товаров.

Реальная заработная плата характеризует количество товаров и услуг, которые можно приобрести на сумму номинальной заработной платы. На реальную заработную плату влияют номинальная заработная плата и цены на товары и услуги. От размера заработной платы и регулярности ее выплат зависит уровень жизни людей, особенно бедных слоев населения. Своевременность выплаты заработной платы в целом является важнейшим фактором социально-политической ситуации в стране.

Человеческий капитал на душу населения – еще один индикатор качества жизни. Этот показатель отражает возможность удовлетворения потребностей при существующих условиях жизни в стране. Его расчет включает показатели состояния здоровья, уровня безопасности и параметров окружающей среды. На уровень человеческого капитала влияет уровень экономического развития государства: чем он выше, тем выше доля человеческого капитала в общей структуре национального капитала.

Уровень жизни – это экономическая категория, отражающая уровень материального благосостояния, характеризующийся объемом реального дохода на душу населения и соответствующим объемом потребления. Уровень жизни характеризует степень удовлетворения потребностей населения. Понятие уровня жизни тесно взаимосвязано с такими понятиями, как образ жизни и качество жизни. При определении уровня жизни используется определенный набор экономических показателей, охватывающих конкретные аспекты жизни населения. Среди таких показателей наиболее важными являются ВВП на душу населения, величина реальных доходов, величина минимальной заработной платы и величина прожиточного минимума, а также их соотношение [2].

Исследования в вопросах обеспечения качества жизни Российской Федерации и приведения его к мировым стандартам необходимо проведение экономической политики, позволяющей увеличить ВВП на душу населения в 4-5 раз, т.е. до 10-12 тысяч долларов, что означает доведение темпов ежегодного роста ВВП до 10-12%. Чем серьезнее будут инвестиции в экономику государства, тем скорее будет устранено отставание в социально-экономической сфере от ведущих стран мира и, следовательно, будет достигнуто повышение уровня и качества жизни. Для обеспечения инновационной направленности экономического роста необходимо повышение роли научных исследований и разработок, превращение научного потенциала в один из основных ресурсов устойчивого экономического роста путем создания инновационной системы, совершенствования нормативно-правовой базы по защите прав

интеллектуальной собственности и кадрового обеспечения инновационной экономики. Необходимо создать благоприятные условия для внедрения передовых технологий в экономику, включая комплексное и сбалансированное развитие инновационной инфраструктуры. Следует также укрепить систему социального обеспечения. Этого можно достичь путем повышения социальных пособий для определенной категории лиц (пенсионеры, беременные женщины, матери/отцы-одиночки, сироты и т.д.). Внедрить систему охраны здоровья населения, а именно ограничить потребление детьми вредной пищи, продолжить ужесточать меры по ограничению доступа к алкоголю и табаку. И, конечно же, необходимо повышать качество и доступность медицинского обслуживания и образовательных услуг, без которых невозможно достичь высокого уровня жизни населения при любом развитии производства. Поэтому первоочередной задачей должна стать разработка долгосрочной концепции устойчивого повышения уровня и качества жизни населения регионов Российской Федерации [3].

Выводы. В целом следует отметить, что повышение уровня жизни граждан является главной целью любого государства. Государство обязано обеспечить населению условия для долгой, счастливой и материально обеспеченной жизни. Среди направлений повышения уровня жизни населения можно отметить следующие: активная социально-экономическая политика государства; снижение дифференциации доходов населения; повышение реальной заработной платы и доходов населения; повышение уровня занятости населения. А также важна и социальная сфера развития общества – повышение пенсий, повышение уровня квалификации рабочего персонала, создание благоприятных условий для увеличения продолжительности жизни граждан, повышение культурного уровня страны.

Список литературы:

1. Рзаева Инаре Фаик Кызы Анализ уровня и качества жизни населения в России / Рзаева Инаре Фаик Кызы // Вестник магистратуры. – 2019. – №7–2 (94). – Электронный ресурс: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-urovnya-i-kachestva-zhizni-naseleniya-v-rossii> (дата обращения: 03.04.2023).
2. Лисова, Е. В. Уровень жизни населения в качестве оценки социального развития регионов РФ / Е. В. Лисова // МНИЖ. – 2021. – №3-2 (105). – Электронный ресурс: <https://cyberleninka.ru/article/n/uroven-zhizni-naseleniya-v-kachestve-otsenki-sotsialnogo-razvitiya-regionov-rf> (дата обращения: 03.04.2023).
3. Морозова, М. А., Муринка, О. В. Оценка уровня благосостояния населения в регионах России / М. А. Морозова// // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2019. – №6. – 1. Электронный ресурс: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-urovnya-blagosostoyaniya-naseleniya-v-regionah-rossii> (дата обращения: 03.04.2023).

Шеремет А. А., студентка

Научный руководитель: Бунтовская Л. Л., д-р экон. наук, доцент

Донецкий государственный университет, РФ

asheremet0016@gmail.com

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Актуальность. Важным элементом управленческой деятельности является управление людьми, работающими в конкретной организации. Персонал любой организации помогает ей достигать и добиваться поставленных целей и задач, а также играет решающую роль в выживании в сложных условиях конкурентной борьбы. Опытные руководители знают, что работники предприятия – это его основной потенциал. Главное в деятельности любой организации – это высоко подготовленный персонал, который эффективно работает и добивается поставленных задач. Поэтому актуальность проблемы создания и совершенствования системы управления кадровой политики в современных условиях не вызывает сомнений.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблема повышения результативности функционирования организаций в целом и, в частности, планирования, формирования и осуществления программ обучения кадров, в настоящее время привлекает все большее внимание. Эти вопросы освещены в трудах таких специалистов, как Андреев И.В., Базаров Т.Ю., Двинин А.П., Егоров А.Ю., Егоршин А.П., Ершова И.В., Журавлев П.В., Иванова Т.М., Ильяшенко В.В., Кабушкин Н.И., Кибанов А.Я., Кошелев С.В., Одегов Ю.Г., Рофе А.И., Спивак В.А., Чернышев В.Н., Эмерсон Г. и др. В работах этих и других ученых достаточно полно раскрывается понятие и сущность кадровой политики.

Целью исследования является обоснование необходимости совершенствования системы управления кадровой политики организации в современных условиях.

Результаты исследования. Кадровая политика является составной частью стратегически ориентированной политики организации. Поэтому она должна формироваться так, чтобы учитывались не только цели организации, но и потребности работников, а также действующее трудовое законодательство. Удержание квалифицированных сотрудников, их развитие гораздо предпочтительнее приема новых работников, а в некоторых случаях и дешевле [1].

Совершенствование кадровой политики организации должно начинаться с обозначения основных целей организации и проведения исследований. Чтобы облегчить задачу, можно использовать успешный опыт конкурирующих организаций, зарубежных фирм, работающих в том же сегменте. Но нужно учитывать и различия, поэтому полностью копировать кадровую политику нерационально.

Руководители, которые рассматривают политику лишь со стороны целей организации, но при этом не учитывают потребности персонала, провоцируют текучесть кадров. Даже если можно найти новых сотрудников, не прилагая особых усилий, это повлечет за собой снижение производительности труда. Не всегда новички быстро вливаются в коллектив или в полной мере осознают свою роль в фирме. Регулярное совершенствование кадровой политики способствует успеху организации.

Совершенствование кадровой политики может потребовать финансовых и временных затрат. Некоторые изменения не всегда находят отклик сотрудников, так как они непонятны большинству работников. Менеджер по персоналу должен принимать активное участие в разработке и внедрении коррективов.

Совершенствование кадровой политики организации должно проводиться по четко разработанному плану. Материальное стимулирование персонала отличается высокой результативностью, несмотря на то, что требует определенных финансовых затрат. С его помощью можно в значительной степени увеличить эффективность труда, а также оборот предприятия.

В нормальных условиях или в период кризисных явлений стимулирующие выплаты имеют следующие преимущества:

1. Повышают производительность и качество услуг или продукции.
2. Обеспечивают чувство удовлетворенности работой у персонала.
3. Увеличивают степень лояльности работников к организации.

Но нельзя ограничиваться лишь материальным стимулированием персонала, нужно вводить и нематериальное поощрение. Для некоторых сотрудников гораздо важнее получить грамоту, похвалу от начальства, нежели повышенную заработную плату или внеочередную премию [3].

Совершенствование кадровой политики может основываться на внедрении системы оплаты труда, которая учитывает текущий уровень квалификации сотрудников, их знаний и умений. Это в целом способствует совершенствованию кадрового потенциала и развитию здоровой конкуренции, а также стремлению работников к совершенствованию.

Менеджеры по персоналу должны не только продумать, как стимулировать работников с помощью денежных поощрений, но и обратить внимание на ряд других моментов, в частности:

1. График оплаты труда.
2. Фонд заработной платы.
3. Условия выплаты надбавок.

Чрезмерное материальное стимулирование не всегда положительно сказывается на лояльности и мотивации персонала, но может негативно отражаться на благосостоянии компании. Нельзя постоянно поощрять всех сотрудников, если они плохо работают. За невыполнение плана и нарушения должны следовать наказания. Это могут быть как штрафы с основного оклада, так и невыплата премий.

Кадровая политика находит свое отражение в философии организации, правилах внутреннего распорядка и коллективных договорах.

Философия организации – это совокупность моральных и административных норм и правил отношений с персоналом достижения глобальных целей предприятия [2].

Философию организации можно определить еще и как совокупность внутрифирменных принципов и правил взаимоотношению рабочих и служащих, как своеобразную систему ценностей и убеждений, воспринимаемую добровольно или в процессе воспитания всем персоналом предприятия.

Чтобы не ухудшить моральный климат в коллективе, работники должны знать, за что они могут получить надбавку или наказание. Желательно отразить это в локальных актах, с которыми нужно ознакомить коллектив. Совершенствование кадровой политики, основанное на поощрении и наказании, положительно сказывается на производительности труда, при этом не сильно отражается на чистой прибыли компании.

Дополнительно можно проводить для сотрудников мероприятия на свежем воздухе, оплачивать походы в спортзал, питание, сотовую связь и т.д. Способы стимулирования нужно подбирать в зависимости от размеров организации, а также ее возможностей. Совершенствование кадровой политики с целью сплочения коллектива

является неплохим способом повышения эффективности труда и обучения сотрудников командной работе.

Для того чтобы рядовые сотрудники успешно выполняли работу, сами руководители должны ставить перед ними четкие задачи. Соответственно, члены руководящего состава также должны обладать рядом необходимых навыков для проведения успешной корпоративной политики, что предопределяет необходимостью повышать, в первую очередь, свои собственные навыки.

Многочисленные предприятия и учебные центры, специализирующиеся на услугах повышения квалификации, часто проводят различные курсы по обучению менеджменту для предпринимателей и начальников структурных подразделений. Программа повышения квалификации предусматривает предоставление слушателям необходимых знаний и навыков в области регулирования трудовой деятельности остального коллектива, и действенность подобных курсов давно доказана на практике западными корпорациями.

Выводы. Таким образом, можно сделать вывод о том, что кадровая политика организации – это общее направление кадровой работы, набор принципов, форм, организационного механизма для разработки целей и задач, направленных на сохранение, укрепление и развитие кадровых ресурсов, создание из квалифицированных и высоко сплоченной команды, которая способна своевременно реагировать на постоянно меняющиеся со стратегией развития организации требований рынка.

Кадровая политика разрабатывается на основе специфических особенностей организации, возможных финансовых затрат на работников и прочих факторов. Она должна учитывать стратегические задачи и цели организации. Не нужно начинать внедрять изменения, если фирма и так успешно развивается.

При формировании кадровой политики необходимо учитывать, что в современных условиях она должна быть достаточно гибкой, то есть, с одной стороны, стабильной, поскольку именно стабильность связывает определенные ожидания работников, а с другой стороны – динамичной, корректируемой в соответствии с изменениями, которые она не смогла предсказать.

Механизмом реализации кадровой политики является система планов, норм и стандартов, организационных, административных, социальных, экономических и других мероприятий, направленных на решение кадровых проблем и удовлетворения потребностей организации для персонала.

Кадровая политика для организации является своего рода «ядром», на котором формируется и работает весь персонал, а также является опорной точкой для формирования стратегии развития кадровых ресурсов. Она должна не только создавать благоприятные условия для работы, но и обеспечить условия для продвижения вверх по карьерной лестнице.

Список литературы:

1. Кадровая стратегия предприятия систематизация и основные варианты – Текст электронный // Финансовый директор [сайт]. – 2018. – № 11. – URL: <http://www.kleiner.ru/arpab/kadrstr.html> (дата обращения 20.03.2021).
2. Разработка стратегии управления персоналом – Текст электронный // Проспект [сайт]. – 2019. – № 4. – URL: <http://krasnova.su/about> (дата обращения 20.03.2021).
3. Кадровая политика и стратегия управления персоналом – Текст электронный // Проспект [сайт]. – 2018. – № 7. – URL: <https://static.my-shop.ru/product/f16/299/2987770.pdf> (дата обращения 20.03.2021).

Щецура А. В., студент

Научный руководитель: Севрюкова С. В., канд. экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
shecura02@mail.ru

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ РАЗВИТИЯ И ОБУЧЕНИЯ ПЕРСОНАЛА В УСЛОВИЯХ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

Актуальность работы. Как указывают большинство исследователей в сфере управления персоналом, в последнее время возрастает роль человеческого фактора в производственной сфере. Учитывая ускоренный темп развития технологий, обострения конкуренции, глобализации экономики, высокая квалификация, творческие и предпринимательские способности персонала предприятий приобретают высокую значимость. Именно развитие и обучение персонала предприятия является основным ресурсом повышения эффективности и конкурентности предприятий. Исходя из этого, важнейшей задачей управленческой науки является создание системы развития и обучения персонала предприятий.

Анализ последних исследований и результатов. Исследованием проблем развития и обучения персонала предприятий в условиях социально-экономического развития занимались такие ученые как Е.В. Маслова, Л. В., Пурыжова, Г. А. Арутюнян, Г.Ш. Агарзаева, А.А. Рабцевич, Н.В. Абросимович. Кроме того, ряд отечественных и зарубежных авторов посвятили свои исследования изучению проблемы совершенствования кадрового потенциала и обучения персонала в современной организации. К таковым можно отнести А.Я. Кибанова, М.В. Виниченко, Н.М. Глухову, И.Б. Дуракову, А.П. Егоришина, Н.В. Краснову, О.А. Лымарева.

Цель работы – изучить особенности совершенствования системы развития и обучения персонала в условиях социально-экономического развития.

Результаты исследования. С целью поддержания конкурентоспособности на рынке труда, современным предприятиям необходимо эффективно использовать человеческий потенциал при решении проблем организации. Процесс развития и совершенствования персонала в системе управления персоналом выполняет кадрово-экономическую функцию – содействие развитию индивидуальных склонностей и способностей работников с учетом изменений характера деятельности и необходимости согласования интересов производственных и индивидуальных целей.

По мнению В.М. Колпакова, в ходе совершенствования труда происходит развитие человека, повышается их производственная способность организации, ее готовность к переменам и инновациям [1].

В то же время А.Я. Кибанов отмечает связь развития персонала с обучением, которое он трактует как целенаправленно организованный, планомерно и систематически осуществляемый процесс овладения знаниями, умениями, навыками и способами общения под руководством опытных преподавателей, наставников, специалистов и руководителей. В процессе обучения происходит адаптация персонала, оценка кандидатов на вакантные должности, плановая оценка сотрудников, создается кадровый резерв [3].

Цели развития персонала связаны с особенностями развития предприятия, перспективами его экономического успеха. Общей целью развития персонала является обеспечение предприятия хорошо подготовленными сотрудниками для эффективной работы и реализации стратегического развития организации. Основные цели развития персонала представлены на рисунке 1.



Рис. 1. Цели развития персонала предприятия (составлено автором по [5])

Успешное развитие и обучение сотрудников будет реализовываться при условии соблюдения основных принципов:

- координация стратегических целей предприятия и целей развития персонала;
- отражение целей развития персонала в кадровой политике;
- разработка стратегического плана развития;
- формирование бюджета развития;
- разработка системы показателей для стратегического аудита развития персонала;
- комплексность;
- системность;
- целенаправленность;
- профессионализм;
- непрерывность;
- дифференцированность;
- индивидуализация;
- эффективность [2].

Основными целями развития персонала является:

- раскрытие творческого потенциала и интеллектуального уровня персонала;
- предоставление работникам равных возможностей служебного продвижения;
- снижение текучести кадрового состава;
- повышение качества трудовой деятельности предприятия;
- формирование и закрепление организационных ценностей;
- облегчение делегирования полномочий;
- улучшение морально-психологического климата.

Развитие персонала – это комплексный процесс, который состоит из организации методов и программ обучения, повышения квалификации, планирования карьеры. Обучение персонала реализуется в рамках программы развития и выступает как составляющий элемент развития персонала, так же как элементы повышения

квалификации, планирование карьерного роста сотрудника и организация кадрового резерва.

Так как профессиональное развитие можно определить как подготовку работников к выполнению новых производственных задач, занятию более высоких должностей, следующим направлением развития персонала выступает комплекс мероприятий, направленных на планирование карьерного продвижения [4, с. 48].

Процесс развития персонала, предполагающий управление деловой карьерой, формирование кадрового резерва и обучение сотрудников должен рассматриваться в качестве основной кадровой технологии на предприятии.

Управление системой развития сотрудников реализуется с помощью трех этапов: аналитический, планирование развития сотрудников, продвижение сотрудников.

Аналитический этап заключается в стратегическом анализе имеющихся трудовых ресурсов: оценка профессионального уровня, деловых и личностных качеств сотрудников; оценка источников покрытия дефицита необходимых профессиональных компетенций, деловых и личностных характеристик.

На этапе планирования развития сотрудников осуществляется разработка групповой или индивидуальной программы обучения; организация обучающих мероприятий (лекции, семинары, тренинги и т.д.); анализ групповых и (или) индивидуальных достижений целей обучения (в том числе через утвержденные индикаторы).

Этап продвижения сотрудников состоит в разработке системы планирования карьеры и индивидуальных профессиональных траекторий развития сотрудников; проведение персональных консультаций по результатам обучения и кадровая ротация.

В современном обществе система развития сотрудников предприятия должна быть подчинена планам развития предприятия. На этом этапе развития сотрудников необходимо провести комплексный анализ имеющихся трудовых ресурсов и сравнить их с желаемым уровнем достижения тех или иных характеристик развития сотрудников.

Выводы. Развитие сотрудников представляет собой комплексный процесс, который строится на определенных принципах и является звеном развития предприятия в целом. Уровни развития персонала делятся на групповые, командные и организационные. Виды развития персонала подразделяются на общие и профессиональные. Необходимо отметить, что развитие персонала – это не только его обучение. Обучение выступает одним из направлений, среди которых и повышение квалификации, и продвижение карьеры, и работа с кадровым резервом.

Список литературы:

1. Воеводкин, Н.Ю. Влияние обучения персонала на эффективность деятельности организации/ Н.Ю. Воеводкин, Е.О. Воротова // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2018. – №4. – С. 7-15.
2. Глухова, Н.М. Обучение и развитие персонала: принципы, методы, подходы / Н.М. Глухова // Профессиональное образование. Столица. – 2015. – № 1. – С. 42-45.
3. Кибанов, А.Я. Основы управления персоналом: Учебник / А.Я. Кибанов; Министерство образования и науки РФ. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 447 с.
4. Краснова, Н. В. Развитие персонала компании: практическое пособие / Н. В. Краснова. – М.: Московская финансово-промышленная академия. – 2011. – 96 с.
5. Управление персоналом: ассессмент, комплектование, адаптация, развитие: уч. пос. / Е.В. Куприянчук, Ю.В. Щербакова. – М.: ИЦ РИОР: НИЦ Инфра-М. – 2012. – 255 с.

Юрьева Ю. С., студентка
Научный руководитель: Карпенко Н. А.
Донецкий государственный университет, РФ
yuryeva2004@gmail.com

ВНУТРИФИРМЕННАЯ ПОЛИТИКА ОПЛАТЫ ТРУДА НА ПРЕДПРИЯТИИ

Актуальность. Вопросы материального и денежного стимулирования и, прежде всего, оплаты труда персонала являются одними из наиболее актуальных на разных этапах развития любой организации. Проблемы организации оплаты труда на отдельных предприятиях, регулирование которых происходит в рамках внутрифирменной политики оплаты труда, особенно остро воспринимаются работниками, влияют как на качество и уровень жизни, так и на мотивационную составляющую рабочей силы.

Анализ последних исследований и публикаций. Различные аспекты политики оплаты труда внутри компании нашли отражение в работах зарубежных и отечественных ученых. Широкий круг вопросов, связанных с различными аспектами формирования заработной платы в зарубежных компаниях, отражен в работах следующих авторов: М. Армстронг, Р. Беннет, Х. Грэхем, А.А. Калинич, Э. Кон, У. Монди и др.

Значительный вклад в изучение вопросов оплаты труда, стимулирования труда, организации оплаты труда на предприятии внесли отечественные ученые: И.М. Алиев, Л.С. Бабынина, Н.А. Волгин, Б.М. Генкин, А.П. Егоршин, О.Б. Жихарева.

Цель работы – определить место внутренней политики оплаты труда в общей системе организации труда на предприятии, проанализировать понятие и принципы ведения внутрифирменной политики оплаты труда.

Результаты исследования. Политика вознаграждения является одним из важнейших элементов системы управления предприятием. Он должен учитывать ситуацию, сложившуюся на рынке труда, максимально соответствовать целям инновационного развития организации и обеспечивать высокую эффективность процессов формирования и функционирования человеческого капитала организации. Следовательно, политика оплаты труда должна способствовать поддержанию необходимого баланса между основным, оборотным и человеческим капиталом, что является главной предпосылкой эффективного использования персонала компании [1].

Политика вознаграждения внутри предприятия определяется комплексом подходов к установлению уровня оплаты труда работников компании и разработке систем оплаты труда, соответствующих условиям управления.

Классическая экономическая теория конкуренции утверждает, что уровень оплаты труда работников определяется спросом и предложением на рынке труда [2]. Однако классическая экономическая теория основывается на предположениях, что «при прочих равных условиях и существует совершенный рынок труда».

В действительности другие условия никогда не бывают равными, и нет такого понятия, как совершенный во всех отношениях рынок, то есть рынок, где каждый знает, каковы его текущие показатели, где существует свободное движение рабочей силы внутри рынка, а также отсутствие монополий или других сил, препятствующих нормальному формированию спроса и предложения.

Нынешнее несовершенство рынка связано с недостаточной информированностью участников рынка, отсутствием возможностей и низкой мобильностью рабочей силы. Она увеличивается, если работники или профсоюзы оказывают давление на заработную плату или когда государство вмешивается в функционирование рынка труда и

нормальный процесс установления заработной платы. Поэтому во внутренней практике уровень оплаты труда работников устанавливается с учетом ситуации на рынке труда, однако определяющую роль в установлении уровня оплаты труда играют финансовые возможности организации, скорректированные с учетом действующего законодательства и регуляторной среды [3].

Принципы рыночного формирования заработной платы на предприятии.

1. Ставка заработной платы имеет решающее значение в формировании спроса на труд со стороны предприятия. Спрос на труд – это количество работников, которых работодатель готов нанять в зависимости от уровня заработной платы, установленного предприятием. Установление ставки заработной платы представляет собой процесс, производный от спроса на продукцию, выпускаемую предприятием.

2. Тарифная ставка является основой формирования заработной платы работника, которая имеет денежную форму, обладает определенной стабильностью и выражается в стоимости часа работы или стоимости нормы труда.

3. Заработная плата различна для всех категорий работников. Причины различий заключаются в следующем: работники неоднородны, они отличаются друг от друга знаниями, навыками, опытом и, следовательно, разной производительностью труда; рабочие места неоднородны, различаются по уровню заработной платы, видам льгот, условиям труда и т. д.; есть высокопоставленные должности с высокой зарплатой [4].

Так как внутренняя политика оплаты труда представляет собой целенаправленную тактику действий субъектов в сфере оплаты труда, то в составе элементов можно выделить различные решения субъектов, например: решения о формировании тарифа или тарифно-бесплатной системы, доплата, система премирования, повышение заработной платы, решения о конфиденциальности и открытости платежной системы, привлечение персонала, внешних экспертов для участия в развитии системы и др.

Для формирования эффективной политики оплаты труда применяются следующие меры:

решения по формированию различных систем надбавок. Важно определить, кто будет разработчиком этих систем, какие показатели взять за основу для премирования, каким должен быть процент премирования для отдельных категорий персонала; также следует учитывать вопросы о частоте, сроках, источниках бонусов. Например, некоторые компании, кроме ежемесячных премий всех работников в зависимости от результатов работы предприятия в целом, применяют также индивидуальные единовременные поощрительные выплаты из специальных дополнительных премиальных фондов: за реализацию новых проектов, разработку новых технологий и др.

решения об установлении компенсационных и стимулирующих выплат в основном сосредоточены на следующих вопросах: в чем именно заключается содержание надбавки или доплаты и какова ее величина;

решения о повышении заработной платы;

вовлечение персонала в разработку платежных систем и принятие индивидуальных решений. Этот элемент находит отражение в механизме социального партнерства, вовлеченности персонала в принятие управленческих решений, различных системах участия: в капитале, распределении прибыли и т. д.;

привлечение внешних экспертов к разработке платежных систем и принятию индивидуальных решений. Как известно, некоторые компании используют в своей практике услуги внешних консультантов, консалтинговых фирм, специализирующихся на реализации проектов в области управления персоналом;

степень секретности, конфиденциальности и публичности систем и решений в области оплаты труда, например: относительно дифференциации оплаты труда внутри компании, установления и начисления заработной платы, информированности работников в области результатов принятия решений по оплате труда. Отдельные компании используют всевозможные «черные» схемы, используя практику неофициальных платежей; Компании обычно считают платежную систему коммерческой тайной, которую следует защищать от конкурентов и других заинтересованных сторон [5].

Во внутрифирменной политике оплаты труда важно учитывать: общие доходы, которые работник может получить в течение периода найма, включая оклад и заработную плату, надбавки и премии, а также другие материальные и нематериальные блага и методы расчета по доходам и другим пособиям; способы и порядок оплаты для каждого работника; поддержку лучшей рабочей среды, где есть лучшая жизнь и больше развития стабилизации для сотрудников; надлежащее соблюдение местного трудового законодательства и нормативных актов; оптимизацию затрат на рабочую силу, страхование.

Выводы. Внутрифирменная политика оплаты труда является относительно малоизученной частью в сфере управления персоналом в целом, как с теоретической, так и с практической точки зрения. Изучение характеристик внутренней политики оплаты труда требует дальнейших углубленных исследований. С этой точки зрения весьма перспективны следующие направления:

изучение влияния заработной платы на мотивацию персонала, анализ взаимосвязи между изменениями заработной платы и изменениями производительности труда (в разрезе разных групп работников, например, различающихся по характеру и содержанию работы и др.); построение некоторых моделей взаимосвязи между заработной платой и производительностью;

анализ дифференциации заработной платы: оценка вклада различных факторов механизма оценки эффективности трудовой деятельности (например, какую долю разницы порождает дефицит тех или иных работников на рынке труда);

развитие и совершенствование теоретических положений внутренней политики труда: введение дополнительных элементов политики, выделение новых типов и моделей и их использование для объяснения текущей практики формирования заработной платы.

Список литературы:

1. Манькова, А. С. Формирование системы вознаграждений с целью стимулирования труда персонала / А. С. Манькова. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2022. – № 37 (432). – С. 42-47.
2. Формирование внутрифирменной политики оплаты труда // StudFiles [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://studfile.net/preview/3535820/page:5/> (дата обращения: 04.04.2023).
3. Формирование внутрифирменной модели оплаты труда в контексте концепции социально-трудовой ренты // КиберЛенинка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-vnutrifirmennoy-modeli-oplaty-truda-v-kontekste-kontseptsii-sotsialno-trudovoy-renty> (дата обращения: 04.04.2023).
4. Рыночные принципы оплаты труда // КиберЛенинка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/rynochnye-printsipy-oplaty-trud> (дата обращения: 04.04.2023).
5. К вопросу о внутрифирменной политике оплаты труда // КиберЛенинка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-vnutrifirmennoy-politike-oplaty-truda> (дата обращения: 04.04.2023).

Секция «Международный бизнес и GR-менеджмент»

Бак И. А., студент

Научный руководитель: Костина Т. В., канд. экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
ilyabak1@mail.ru

ПЕРСПЕКТИВЫ ПРИМЕНЕНИЯ НЕЙРОННЫХ СЕТЕЙ В МЕЖДУНАРОДНОМ БИЗНЕСЕ

Актуальность. В современном международном бизнесе нейросети привлекают все больший интерес, их возможности в области анализа данных, прогнозирования, управления цепочками поставок, маркетинга и многих других сферах делают их невероятно перспективными инструментами для бизнеса. Рост количества доступных данных и повышение требований к эффективности бизнес-процессов приводят к возросшему интересу к нейросетям. В настоящее время невозможно игнорировать данную технологию, которая может значительно улучшить результаты международного бизнеса и обеспечить его конкурентоспособность в условиях быстро меняющегося рынка.

Анализ последних исследований и публикаций. Изучением перспектив применения нейронных сетей в международном бизнесе занимались Джеффри Хинтон, Йошуа Бенджио, Иан Гудфеллоу, Хуго Ларошель, Ян Лекун, Леон Ботулашвили, Дэвид Блей и Майкл Каплани. В России эти исследования проводили А. Китов, Ю. Шмитхубер, А. Ершов и др.

Цель исследования: выявление перспектив применения нейронных сетей в международном бизнесе, описание преимуществ и потенциальных возможностей их использования.

Результаты исследования. Нейронная сеть – это алгоритм машинного обучения, который состоит из множества связанных нейронов, способных обрабатывать информацию. Они моделируют работу мозга человека, где каждый нейрон выполняет определенные операции с сигналами, передаваемыми между ними.

Данная компьютерная программа может обучаться на большом количестве данных, чтобы научиться выполнять конкретную функцию. Проще говоря, это как ученик, который учится на примерах, чтобы понять, как решать определенные задачи. Обучение нейросети происходит путем передачи ей большого количества данных, которые уже имеют правильные ответы. Нейросеть самостоятельно корректирует свои внутренние алгоритмы на основе этих данных, чтобы улучшить свою точность.

Технологии нейросети являются прорывом в области искусственного интеллекта, потому что они позволяют обрабатывать и анализировать большие объемы данных, а также выполнять сложные задачи, которые ранее были доступны только людям. Такие программы также способны улучшить точность прогнозирования и решения задач в различных областях, как в медицине, финансах, промышленности, так и в международном бизнесе, также они могут быть использованы для анализа больших объемов данных, автоматизации процессов и принятия бизнес-решений.

Например, в маркетинге нейросети могут быть использованы для анализа поведения потребителей и прогнозирования их покупательных предпочтений. Это позволяет компаниям создавать более точные маркетинговые кампании и увеличивать эффективность своих рекламных сообщений. В международном финансовом секторе возможно использование нейросетей для анализа рисков и прогнозирования финансовых результатов. Это может помочь компаниям снижать риски и увеличивать

доходы. В международной логистике нейросети могут быть использованы для оптимизации поставок и управления запасами. Например, они могут помочь компаниям прогнозировать объемы продаж и определять оптимальное количество товаров для хранения на складе.

Существует множество направлений использования нейросетей в международном бизнесе, одно из них – это анализ данных. С помощью нейросети может быть обработан большой массив всевозможных данных, что может быть очень важно при работе с множеством стран и рынков. Они способны быстро и эффективно выделять важные показатели и тенденции, а также предсказывать будущие тренды на рынке. Примером применения может быть прогнозирование курса валют, цен акций, анализ данных по продажам продуктов на разных рынках, определение наиболее востребованных продуктов и услуг на каждом рынке, а также факторов, оказывающих наибольшее влияние на потребительское поведение.

Нейронные сети могут быть очень полезны в маркетинге и рекламе в международном бизнесе, так как они позволяют проводить анализ данных о потребителях и использовать эту информацию для создания более эффективных рекламных кампаний. На основе анализа данных, полученных из социальных сетей и других источников, нейронная сеть может определить, какие продукты и услуги могут быть наиболее интересны конкретному потребителю. Это позволяет компаниям создавать более персонализированные рекламные кампании и увеличивать эффективность своих маркетинговых усилий, оптимизировать рекламные бюджеты и улучшить таргетирование рекламы.

Еще один пример использования нейросетей в маркетинге – это анализ эмоций потребителей. Нейронная сеть может анализировать тексты отзывов, комментариев и сообщений в социальных сетях и определять тональность этих сообщений (положительную, отрицательную или нейтральную). Это позволяет компаниям получать обратную связь от потребителей и оптимизировать свои продукты и услуги в соответствии с их потребностями и ожиданиями.

Существует ряд возможностей при использовании нейронных сетей в финансовом анализе и прогнозировании, так как данная технология может использоваться для анализа показателей по продажам, поставкам, ценам на товары и услуги, валютным курсам и другим финансовым показателям, чтобы предоставить компании прогнозы, которые могут использоваться для принятия решений о стратегическом планировании и управлении ресурсами.

Одним из основных преимуществ использования нейросетей в финансовом анализе и прогнозировании является возможность улучшения точности прогнозов. Например, технология может обучаться на основе исторических данных о финансовых показателях компании, а затем использовать эту информацию для прогнозирования будущих результатов.

Кроме того, нейронные сети могут использоваться для выявления финансовых рисков и управления ими. Программа может анализировать данные по потенциальным рискованным событиям, таким как: изменения в экономической ситуации, изменения в правительственной политике или изменения в конкурентной среде, и предоставлять компании рекомендации по управлению этими рисками.

Технологию машинного обучения представляется возможным применить в логистике и управлении цепочками поставок. При управлении складскими запасами программа может анализировать исторические данные по продажам и прогнозировать будущий спрос, что позволит оптимизировать запасы на складе и сократить издержки. Также можно использовать нейросеть для оптимизации маршрутов доставки, учитывая время в пути, расходы на топливо, грузоподъемность и т.д. Более того, существует

возможность обучить программу для анализа исторических данных по поставщикам, оценивать их надежность и прогнозировать вероятность возникновения проблем в будущем.

Нейронные сети можно применять в улучшении обслуживания клиентов. Компания может использовать обученную модель для обработки информации о покупках клиентов, их предпочтениях и поведении на сайте. На основе этого можно предсказывать, какие товары будут интересны клиенту в будущем, и предлагать их в качестве рекомендаций.

Еще одним применением технологии может стать процесс поиска и найма сотрудников. Нейронную сеть можно обучить для анализа резюме кандидатов на вакансию. Это позволит ей автоматически выделять ключевые навыки и опыт, а также проводить сопоставление с требованиями, указанными в вакансии. Кроме того, нейронные сети могут использоваться для оценки кандидатов на собеседованиях. Например, они могут анализировать звук и речь человека, определять его эмоциональное состояние и уровень коммуникабельности. Это может помочь в оценке на более объективном уровне и снизить вероятность субъективного влияния на принятие решения.

Сотрудники компании могут обучить нейросеть для определения цены на товары и услуги с учетом конкурентной ситуации, конъюнктуры рынка и других факторов. Компания может использовать нейронные сети для анализа данных о продажах, чтобы определить, какие факторы оказывают наибольшее влияние на цену товара, такие как бренд, качество, спрос, сезонность и другие. На основе этого анализа компания может корректировать цены для оптимизации прибыли.

Нейронные сети также могут быть использованы для динамического ценообразования, когда цены на товары или услуги могут изменяться в режиме реального времени в зависимости от изменений в спросе и предложении. Это позволяет компаниям максимизировать прибыль и снизить издержки.

Вывод. Использование нейросетей в международном бизнесе может привести к более эффективному использованию ресурсов, сокращению издержек и улучшению качества продукции и услуг. Возможными направлениями применения нейросетей могут стать анализ данных, маркетинг, реклама, финансовый анализ и прогнозирование, логистика, найм сотрудников, ценообразование и другие.

Однако, при использовании нейросетей необходимо учитывать их ограничения и риски, такие как потенциальная неадекватность прогнозов при недостаточно точных данных или недостаточной обученности моделей. Поэтому, перед принятием решения о внедрении нейросетей, необходимо провести тщательный анализ и оценку эффективности и рисков.

Список литературы:

1. The state of AI in 2022—and a half decade in review [Электронный ресурс]. – Электрон. текстовые дан. – URL: <https://www.mckinsey.com/capabilities/quantumblack/our-insights/the-state-of-ai-in-2022-and-a-half-decade-in-review> (дата обращения: 27.03.2023).
2. Neural Networks in Business: A Survey of Applications [Электронный ресурс]. – Электрон. текстовые дан. – URL: <https://hbr.org/1990/01/neural-networks-in-business-a-survey-of-applications> (дата обращения: 27.03.2023).
3. Deep Learning and Business Applications [Электронный ресурс]. – Электрон. текстовые дан. – URL: <https://emerj.com/ai-sector-overviews/deep-learning-and-business-applications-current-state-and-future-possibilities/> (дата обращения: 27.03.2023).

Бондарь Е. В., студентка

Научный руководитель: Костина Т. В., канд. экон. наук, доцент

Донецкий государственный университет, РФ

ekaterinabondar900@gmail.com

АНАЛИЗ ВОЛАТИЛЬНОСТИ РЫНКА VODAFONE GROUP PLC

Актуальность темы исследования заключается в наличии ряда спорных моментов при анализе волатильности Vodafone Group PLC.

В качестве **целей** рассматриваются следующие: анализ волатильности, выявление степени привлекательности акций Vodafone Group PLC.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблемы волатильности рынков, а также некоторые модели ее оценки и прогнозирования изучены в работах западных специалистов: Л. Башелье (L. Bachelier), Ф. Джориона (Ph. Jorion), Дж. Хала (J.Hull), К. Александра (C. Alexander), Ф. Дж. Фабоцци (F. J. Fabbozzi), Б. Мандельброта (B. Mandelbrot), Ф. Модильяни (A Modigliani), Е. Фамы (E. Fama), Х.Е. Херста (H.E.Hurst), Р. Брейли (R. Brealey), С. Майерса (S. Myers), А. Дамодарана (A. Damodaran), Э. Петерса (E. Peters) и других исследователей [2].

Результаты исследования. Результаты проведенного исследования могут быть использованы в целях совершенствования анализа привлечения акционерного капитала организации на примере Vodafone Group PLC.

Волатильность – это рост или спад цен на те или иные активы. Часто волатильность измеряется стандартным отклонением либо разницей между доходностью одной и той же ценной бумаги или рыночного индекса. Высокой волатильностью называют отклонение более чем на 10% от средней цены, а низкой – отклонение на 1-2%. Основные причины, которые вызывают высокую волатильность – это поведение субъектов рынка или серьезные события. Каждый раз, когда на рынках возникает неопределенность, связанная с различного рода новостями или событиями (финансовый кризис, политические решения или банкротство крупной компании), волатильность будет расти [2].

В условиях политической и экономической нестабильности, целесообразно проанализировать волатильность Vodafone Group PLC. Vodafone Group PLC – британская компания, крупнейший в мире по объёму выручки оператор сотовой связи. Основана она в 1983 году под названием Racal Telecom Vodafone. Компания оказывает услуги мобильной связи в 25 странах мира. Еще в 42 странах Vodafone является партнёром в сети, над которой она не имеет полного контроля. В шести странах у компании имеется более 10 миллионов абонентов (Великобритания, Германия, США, Турция, Испания и Италия). На американском рынке Vodafone работает через Verizon Wireless, в которой имеет миноритарную долю (44,4 %). Штаб-квартира – в Ньюбери, графство Беркшир [3].

Поскольку волатильность предоставляет инвесторам точки входа, чтобы воспользоваться ценами на акции, такие компании, как Vodafone Group, могут извлечь из этого выгоду. Понижительная волатильность рынка может стать идеальной средой для инвесторов. В этом случае они могут принять решение о покупке дополнительных акций Vodafone Group по более низким ценам. Например, инвестор может приобрести акции Vodafone, цена которых за короткий период упала вдвое. Это снизит среднюю стоимость на акцию, тем самым улучшив показатели портфеля, когда рынки нормализуются. Аналогичным образом, когда цены на акции Vodafone Group растут, инвесторы могут распродать акции и инвестировать вырученные средства в другие акции с лучшими возможностями. Инвестирование в условиях нестабильности рынков

с лучшими оценками даст как инвесторам, так и компаниям возможность получать более высокую долгосрочную прибыль.

Бета-коэффициент Vodafone Group измеряет волатильность по сравнению с систематическим риском всего фондового рынка. В математических терминах бета представляет наклон линии через регрессию точек данных, где каждая из этих точек представляет доходность Vodafone [1].

Бета-версия Vodafone Group является одним из наиболее важных показателей волатильности фондового рынка. Бета-версию можно рассматривать как эластичность активов или чувствительность к рынку. Другими словами, это число, которое показывает связь долевого инструмента с финансовым рынком, на котором торгуется этот инструмент. Например, если бета-версия equity равна 2, ожидается, что она значительно превзойдет рыночную, когда рынок растет, и значительно уступит, когда рынок падает. Аналогично, бета, равная 1, указывает на то, что актив и рынок со временем будут приносить одинаковую прибыль.

В соответствии с недавно опубликованными финансовыми отчетами, бета-версия Vodafone Group PLC составляет 0,6034. Это на 52,86% ниже, чем в секторе услуг связи, и на 16,19% ниже, чем в отрасли телекоммуникационных услуг.

Сравнение акций с аналогами является одним из наиболее широко используемых и признанных методов анализа акционерного капитала. Анализируется прямая или косвенная конкуренция Vodafone Group с бета-версией, чтобы выявить недооцененные акции с аналогичными характеристиками или определить розовые листы, которые были бы хорошим дополнением к портфелю. Сравнительный анализ Vodafone Group также может быть использован для ее относительной оценки, которая представляет собой метод оценки Vodafone Group путем сравнения показателей оценки аналогичных компаний.

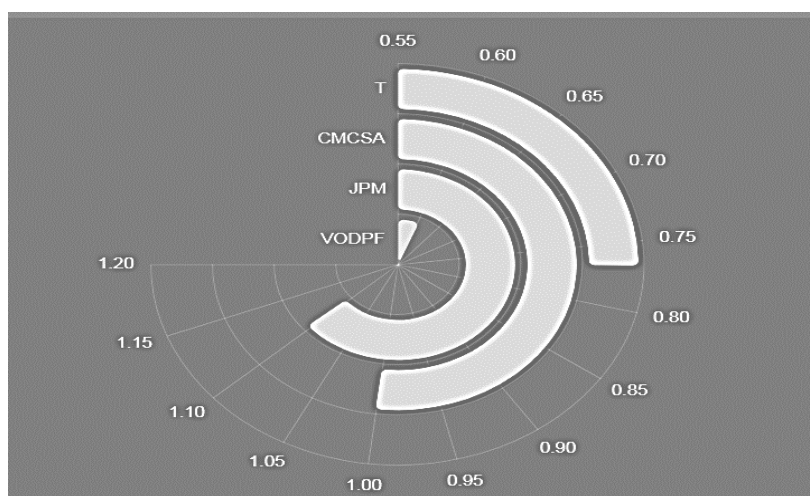


Рис. 1. Сравнение Бета-Версии Vodafone с аналогами [3]

Анализируя данные, представленные на рисунке 1, можно сделать следующие выводы: по мере увеличения доходности рынка ожидается, что доходность Vodafone Group увеличится меньше, чем рынок. Однако во время медвежьего рынка ожидается, что потери от владения Vodafone Group также будут меньше [1].

Большинство торгуемых акций подвержены двум типам риска – систематическому (т.е. рыночному) и бессистемному (т.е. нерыночному или специфическому для компании). Бессистемный риск – это риск того, что события, характерные для группы Vodafone или сектора услуг связи, негативно повлияют на цену акций. Этот тип риска можно диверсифицировать, владея несколькими

различными акциями в разных отраслях, цены на акции которых демонстрируют небольшую корреляцию друг с другом. С другой стороны, систематический риск это риск того, что цена Vodafone Group будет зависеть от общих изменений на рынке и не может быть диверсифицирована.

Альфа-рейтинг компании составляет 0,1052, что означает, что она может генерировать доходность на 0,11% выше, чем на NYSE Composite, после корректировки на унаследованный рыночный риск (бета).

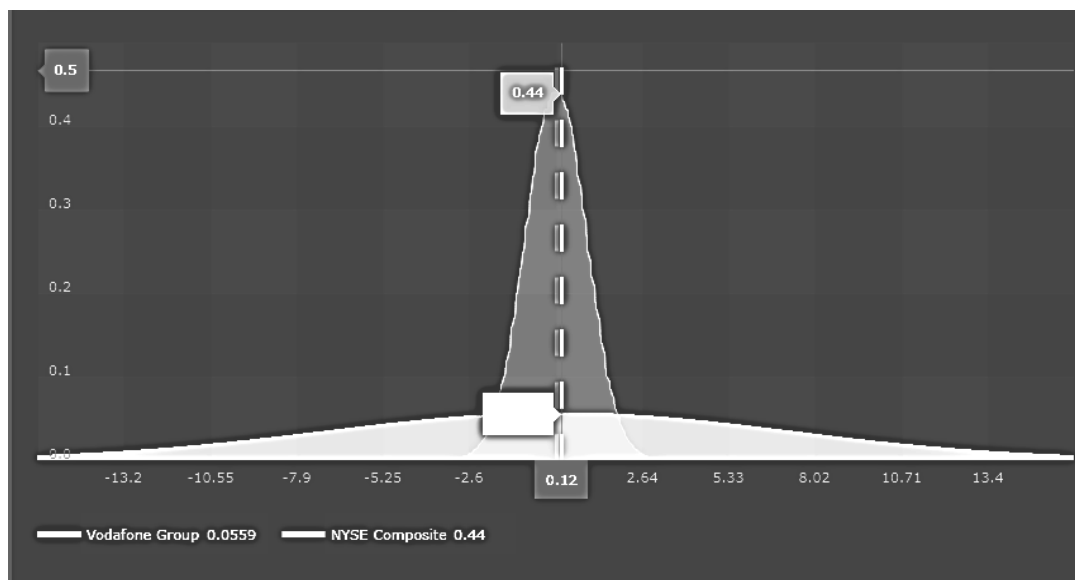


Рис. 2. Альфа-рейтинг Vodafone Group PLC [3]

Волатильность Vodafone Group измеряется либо с помощью стандартного отклонения, либо бета-версии. Стандартное отклонение будет отражать среднюю величину того, насколько цена будет отличаться от среднего значения через некоторое время.

К волатильности цен Vodafone Group PLC приводят следующие факторы [2]:

Промышленность. Конкретные события могут влиять на волатильность в конкретной отрасли. Например, значительное изменение погодных условий на важном участке нефтедобычи может привести к росту цен на нефть в нефтяном секторе. Прямым результатом будет рост цен на акции компаний по распределению нефти. Аналогичным образом, любое государственное регулирование в конкретной отрасли может негативно повлиять на цены акций из-за ужесточения правил соблюдения требований, что может повлиять на будущие доходы и рост компании.

Политическая и экономическая среда. Когда правительства принимают важные решения относительно торговых соглашений, политики и законодательства, касающихся конкретных отраслей, они будут влиять на цены акций. Все, от выступлений до выборов, может повлиять на инвесторов, которые могут напрямую влиять на цены акций в любой конкретной отрасли. Преобладающая экономическая ситуация также играет значительную роль в ценах на акции.

Результаты деятельности компании. Иногда волатильность влияет только на отдельную компанию. Например, запуск революционного продукта или отчет о прибылях могут привлечь многих инвесторов к покупке компании. Это положительное внимание повысит цену акций компании. Напротив, отзыв продукции и утечка данных могут негативно повлиять на цены акций компании.

Выводы. Таким образом, можно сказать, что волатильность относится к степени неопределенности или риска, связанного с размером изменений в цене ее акций.

Список литературы:

1. Акции VOD. Цена Акции Vodafone Group PLC. Купить Акции Vodafone Group PLC. Торговля Акциями. VOD IFCM [Электронный Ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ifcmarkets.com/ru/trading-conditions/stocks/vod> (дата обращения 29.03.2023).
2. Что такое волатильность и от чего она зависит [Электронный Ресурс]: Режим доступа: <https://www.nur.kz/nurfin/stock/1885335-cto-takoe-volatilnost-prostymi-slovami/> (дата обращения 28.03.2023).
3. Vodafone Pink Sheet risk analysis – VODPF. Macroaxis. [Электронный Ресурс]. – Режим доступа: <https://www.macroaxis.com/volatility/VODPF/Vodafone-Group-PLC> (дата обращения 31.03.2023).

Бурко А. Р., студент

Научный руководитель: Воробьева Ю. С.
Донецкий государственный университет, РФ
burkoa280@gmail.com

МИРОВАЯ ПРОБЛЕМА ГОЛОДА И НЕДОЕДАНИЯ

Актуальность. Проблема голода и недоедания стояла перед человечеством на протяжении всей истории. Несмотря на быстрое экономическое развитие и достижения во многих научных областях, эта проблема не утратила своей остроты. Сегодня более одного миллиарда человек в мире страдают от голода и недоедания. Поэтому обеспечение продовольствием постоянно растущее население – одна из глобальных проблем.

Анализ последних исследований и публикаций. Практические аспекты данной проблемы нашли своё отражение в работах О. Фролова, Ю. Плеханова, Л. Хинкис, Повестке дня в области устойчивого развития на период до 2030 года и др.

Цель исследования: выявить основные направления и недостатки в работе Всемирной продовольственной программы ООН (далее – ВПП) по решению проблемы голода.

Результаты исследования. В октябре 1945 года в рамках системы ООН была создана Продовольственная организация. В 1961 году была учреждена экспериментальная программа ООН по борьбе с голодом и недоеданием в мире под названием Всемирная продовольственная программа, первоначально рассчитанная на три года. В начале 1963 года ВПП начала функционировать, занимаясь решением гуманитарных кризисов второй половины 1962 года, вызванных землетрясением в Иране, ураганом в Таиланде и 5 миллионами беженцев в Алжире, который стал независимым.

Поскольку первые результаты работы ВПП были положительными, государства-основатели решили сделать ВПП постоянной межправительственной организацией. В декабре 1965 года резолюции Генеральной Ассамблеи ООН и Конференции Продовольственной и сельскохозяйственной организации Объединённых Наций (ФАО). Подтвердили юридический статус ВПП как крупнейшей в мире гуманитарной организации. Она должна действовать «до тех пор, пока многосторонняя продовольственная помощь будет сочтена возможной и желательной».

На начало 2022 года во всем мире до 828 миллионов человек испытывают недостаток в еде, а 50 миллионов человек сталкиваются с чрезвычайным уровнем голода. В основном это страны, находящиеся вдоль или в близости экватора [4].

В 2021 году число голодающих в мире достигло 828 млн человек - на 46 млн человек больше, чем в 2020 году, и на 150 млн человек больше, чем до начала пандемии COVID-19. Исходя из этого, можно сказать, что проблема голода усугубляется.

Наибольшая финансовая поддержка, согласно расчетам WFP, нужна Йемену, на втором месте – Южный Судан, в топ-10 также Афганистан, Венесуэла, Пакистан и Сирия.

Помогая 97 миллионам человек – наибольшее количество с 2012 года – в 88 странах мира, Всемирная продовольственная программа Организации Объединенных Наций (ВПП ООН) является ведущей гуманитарной организацией, борющейся с голодом во всем мире. С этой целью она доставляет продовольственную помощь в чрезвычайных ситуациях и работает с сообществами для улучшения питания и повышения устойчивости [1].

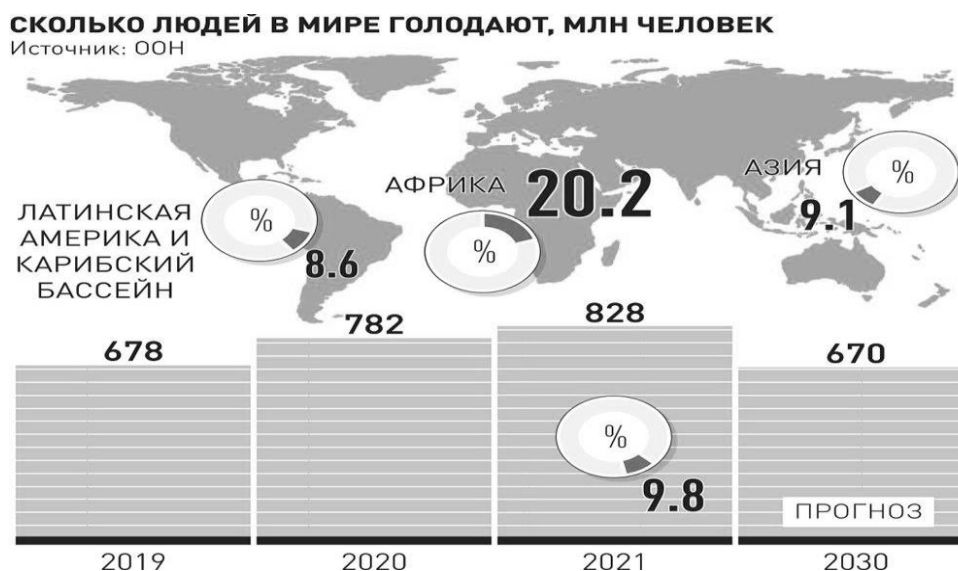


Рис. 1. Изменение количества голодающих в мире, млн. чел., [2]

Ежедневно 5000 грузовиков, 20 океанских грузовых судов и 92 самолета находятся в пути, доставляя продовольствие и другую помощь ВПП ООН тем, кто больше всего в ней нуждается [1].

Ежегодно организация распределяет приблизительно 12,6 миллиардов продовольственных рационов. Эти показатели лежат в основе беспрецедентной репутации ВПП ООН как организации быстрого реагирования на чрезвычайные ситуации, которая быстро и эффективно выполняет масштабную работу в самых сложных условиях [1].

Операции ВПП финансируются за счет добровольных пожертвований, в основном правительств стран мира, а также корпораций и частных доноров. Прогноз взносов на 2022 год в размере 8,4 млрд. долларов США в плане управления на 2022–2024 годы был рассчитан в июле 2021 года на основе имеющейся на тот момент информации и перспектив финансирования. Прогноз соответствовал уровню финансирования на 2020 год и был немного ниже обновленного прогноза в размере 8,6 млрд. долларов США на 2021 год. Однако после увеличения взносов в последнем квартале 2021 года,

вызванного главным образом крупномасштабными чрезвычайными ситуациями, в том числе в Афганистане, фактический доход от взносов в 2021 году достиг 9,6 млрд. долларов США [6]

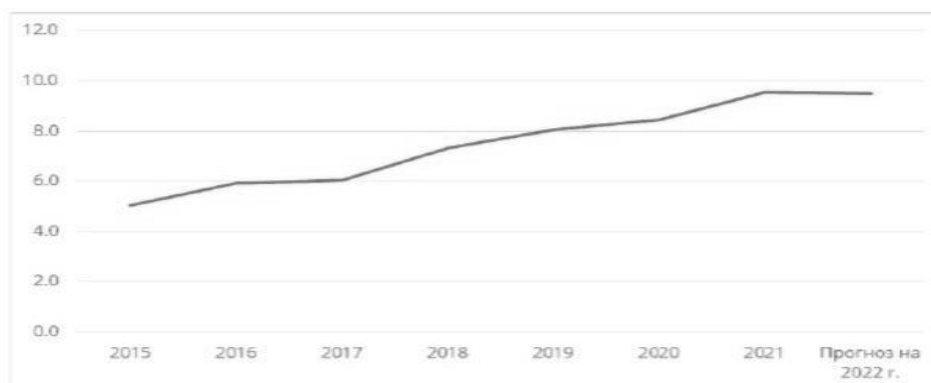


Рис. 2. Взносы в 2015-2021 гг. и прогноз на 2022 г., млрд. долл. США [6]

По размеру взноса в регулярный бюджет ООН в 2022 году лидируют следующие государства-члены: США – \$693 417 088 (22,000 %); Китай – \$480 790 194 (15,254 %);

Япония – \$253 191 794 (8,033 %); Германия – \$192 612 355 (6,111 %); Великобритания – \$137 895 443 (4,375 %); Франция – \$136 098 863 (4,318 %); Италия – \$100 513 959 (3,189 %); Канада – \$82 831 823 (2,628 %); Южная Корея – \$81 129 799 (2,574 %); Испания – \$67 261 457 (2,134 %); Австралия – \$66 536 521 (2,111 %); Бразилия – \$63 447 663 (2,013 %); Россия – \$58 814 376 (1,866 %); Нидерланды – \$43 401 606 (1,377 %); Мексика – \$38 484 648 (1,221 %); Саудовская Аравия – \$37 318 447 (1,184 %); Швейцария – \$35 742 499 (1,134 %); Индия – \$32 905 793 (1,044 %).

ВПП координирует и сотрудничает с рядом официальных партнеров в рамках проектов по чрезвычайным ситуациям и развитию. Эти партнеры включают национальные правительственные учреждения, такие как DFID, ECHO, EuropeAid, USAID. Учреждения ООН, такие как Продовольственная и сельскохозяйственная организация ООН (ФАО) и Международный фонд сельскохозяйственного развития (МФСР). Общественные организации, такие как Save the Children, Catholic Relief Services и Норвежский совет по делам беженцев, а также корпоративные партнеры, такие как Boston Consulting Group, DSM N.V. и Cargill.

Несмотря на то, что производится достаточно еды, чтобы накормить всех на этой планете, цель избавления мира от голода остается чрезвычайно сложной задачей из-за конфликтов, изменения климата, бедствий и структурной бедности и неравенства.

ВПП ООН обладает опытом, обширным охватом и оперативным масштабом, чтобы остановить голод в мире. В мире, где производство продуктов питания продолжает расти, нет причин, по которым люди все еще страдают от недоедания и голода.

Голод обычно случается в районах, куда гуманитарный доступ ограничен. В частности, в Йемене и Южном Судане конфликты, отсутствие безопасности и связанное с ними перемещение приводят к росту острого голода до угрожающего уровня.

Конфликты являются одной из основных причин голода, а изменение климата и воздействие пандемии COVID-19 способствуют резкому увеличению масштабов голода. Уровень голода усугубляется, когда конфликты вынуждают большое количество людей покидать свои дома, землю и работу. Голод, как правило, возникает в районах с ограниченным доступом, что является обычным фактором в зонах

конфликтов. Неравенство также является одним из важнейших факторов, поскольку низкие доходы делают продовольствие недоступным для миллионов людей.

Основные направления ВПП ООН в решении данной проблемы

Конфликты: продовольственная помощь и питание, перспективы на мир.

Изменение климата: финансирование на основе прогнозов, энергетические решения, не влияющие на климат.

Стихийные бедствия: логистика, связь, геопространственный анализ.

Неравенство: продовольственная помощь за работу, денежные переводы, сети социальной защиты.

Многие страны делают не только денежные взносы, но и помогают действиями для решения проблемы голода. Так, например Россия выступает одним из ключевых и крупнейших доноров ВПП ООН, поддерживая ее работу во многих странах мира. С 2003 года правительство России направило в поддержку гуманитарных операций и проектов развития ВПП ООН в мире более 430 миллионов долларов США. Летом 22 июля 2022 года в Стамбуле была заключена зерновая сделка, которую также называют продуктовой. Соглашение между Россией, Украиной, Турцией и ООН об организации безопасного морского коридора для сельскохозяйственных грузов с Украины. Часть, посвященная экспорту зерновых с Украины, заключили на 120 дней, а 17 ноября 2022 г. стало известно о продлении договоренностей по экспорту зерна, продовольствия и удобрений, заблокированных в украинских портах – ещё на 120 дней. Из общего объема зерновых, вывезенных с Украины, 45 процентов «ушло в европейские страны». Только 3 миллиона тонн зерна было направлено в страны Африки, 1,3 миллиона – в беднейшие государства. За сравнимый период Россия, несмотря на все «рестрикции и ограничения», направила в Африку почти 12 миллионов тонн зерна.

Вывод. Организация ООН и её программа ВПП чрезвычайно важна для мира. Но есть и недостатки. Так, например, ООН предпочитает в большей степени работать со следствием неких действий, приводящих к голоду, чем с их причинами. Нужно приложить больше усилий, чтобы донести миру, что с войнами нужно покончить, выступать против гонки вооружений. Климат на планете меняется из-за вмешательства человечества в природу. Это тоже можно исправлять, оказывая влияние на промышленные гиганты. Среди недостатков и нерациональное использование денег на помощь беженцам. Имеется в виду временное «жильё» в виде палаток, которые не только не обеспечивают нормальный быт и отдых, но ещё и быстро изнашиваются, требуя всё новых и новых регулярных расходов.

Много вопросов возникает прозрачность и открытость бухгалтерии организации. Илон Маск сделал по этому поводу замечание, когда ему предложили поучаствовать в решении проблемы голода. Эти сомнения мешают в сборе средств от богатейших людей. Накормить людей сегодня – не решит проблему их завтрашнего существования. Хотя жизнь спасти можно.

Проблему голода нужно рассматривать шире и глобальнее, видя её первопричины и избавляться от них. Нужно помочь развить экономику стран третьего мира. Вероятно, ООН не все делает для них, что могла бы. Не исключена и коррупционная составляющая, которая процветает в крупных фондах. Есть фонд – есть лазейки его «проредить». Без проблем не будет существовать и сам фонд. Вероятно проблема голода надолго, если не навсегда.

Список литературы:

1. Всемирная продовольственная программа ООН [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wfp.org/> (дата обращения: 04.04.2023).

2. Организация Объединённых Наций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/sustainable-development-goals/> (дата обращения: 04.04.2023).

3. Хинкис, Л. Всемирная продовольственная программа и действия стран в рамках всеобщей декларации о ликвидации голода и недоедания / Л. Хинкис // Таврический научный обозреватель. – 2015. – №4-3. – Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vsemirnaya-prodovolstvennaya-programma-i-deystviya-stran-v-ramkah-vseobschey-deklaratsii-o-likvidatsii-goloda-i-nedoedaniya> (дата обращения: 09.05.2023).

4. Всемирная организация здравоохранения. Доклад ООН: в 2021 году число голодающих в мире достигло 828 млн. [Электронный ресурс] // ВОЗ – Режим доступа: <https://www.who.int/ru/news/item/06-07-2022-un-report--global-hunger-numbers-rose-to-as-many-as-828-million-in-2021> (дата обращения: 04.04.2023).

5. Плеханова, Ю. Проблема голода как глобальная проблема человечества./ Ю.Плеханова // Мировое и национальное хозяйство. – 2019. – № 1(47). – С. 6.

6. Финансовый комитет. Обновленная редакция Плана управления ВПП (2022–2024 годы) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.fao.org/home/ru> (дата обращения: 04.04.2023).

Мазно К. Э., студентка

Научный руководитель: Козаченко Ж. Н.
Донецкий государственный университет, РФ
maznokarina80@gmail.com

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ БАНКА

Актуальность. Инвестиционная деятельность играет важную роль в развитии экономической инфраструктуры страны. Банковская система – важнейший элемент, данной инфраструктуры, именно банки оказывают главную роль в формировании курса валюты, экономического роста, стабилизации инфляционных процессов, установление политики дорогих и дешевых денег, что и способствуют развитию страны и непосредственно влияет на развитие самих коммерческих банков.

Банки направляют свои финансовые средства по каналам кредитной системы, распределяя их между наиболее актуальными секторами и развивающимися, что способствует координации всей экономики.

Цель исследования. Определить роль инвестиционной деятельности в коммерческих банках.

Результаты исследования. Инвестиционная деятельность банка представляет собой осуществление финансово-кредитными учреждениями инвестиций, а также различных мер, направленных на получение в будущем экономического или какого-либо другого (социального, экологического, и т.д.) положительного эффекта [1].

Рассмотрим основные направления инвестиционной деятельности коммерческих банков в таблице 1.

При осуществлении инвестиционной деятельности, любой коммерческий банк ставит перед собой цели, одними из которых являются:

- обеспечение безопасных инвестиций;
- поддержание уровня инвестиций;
- поддержание темпов роста и объемов инвестиций.

Таблица 1

Основные направления инвестиционной деятельности коммерческих банков

Направление	Содержание	Результат
Кредитование	Банковское кредитование – это основная форма кредитования. Субъектами являются коммерческие банки и заемщик. Суть банковского кредитования предоставление кредитов под проценты.	Предоставление кредитов на инвестиционные цели
Инвестирование в активы	Ресурсы из которых инвесторы извлекают выгоду.	Наличные, вклады, облигации, акции, недвижимость, коммодити*, нематериальные активы.
Мобилизация средств	Мобилизация основных средств для достижения поставленных инвестиционных целей	Поиск свободных ресурсов для использования их в инвестиционной деятельности.

*Коммодити – это повсеместно используемые товары: нефть, серебро, золото, пшено, свинина, бумага и кофе [2].

Больше всего внимания уделяется именно безопасности инвестиций, так как именно от неё зависит дальнейшее существование банка. Чтобы обеспечить баланс доходности и безопасных инвестиций создаётся инвестиционный портфель. Именно формирование инвестиционного портфеля грамотно распределяет риски и доходность банка.

Инвестиционный портфель обеспечивает безопасность банковских ресурса, уменьшает общий риск от банковской деятельности, обеспечивая получение дополнительного эффекта при приобретении акций других финансовых учреждений, покупке филиалов и т.д.

Доходы от инвестиционной деятельности складываются из таких параметров:

- проценты и дивиденды;
- рост курсовой стоимости бумаг;
- комиссии за инвестиционные услуги, предоставляемые банком.

Основной контроль ведет Центральный банк, но не вправе вмешиваться в деятельность других хозяйствующих субъектов, не являющихся кредитными организациями, тем самым не может определить степень коммерческого риска.

Существуют следующие основные виды риска по инвестициям: кредитный риск; риск изменения курса; риск несбалансированной ликвидности; риск досрочного отзыва; деловой риск.

Основная банковская деятельность направлена на укрепление и наращивание капитала. Основным способом активизации участия банков в инвестиционном процессе является наращивание ресурсов, как отмечалось ранее, большая доля средств направлена на приобретение инвестиционного портфеля, также активно развивается операции связанные с инвестиционной недвижимостью. Данный тип недвижимости являются достаточно распространенными объектами инвестирования средств банков, особенно в развитых странах.

Основным направлением в инвестиционной деятельности банков является ценные бумаги. Данный вид инвестиций всё больше набирает обороты. К примеру, акции биржевого фонда (ETF).

ETF – это инвестиционный фонд, акции которого торгуются на бирже и отображают среднюю стоимость целого портфеля ценных бумаг [3].

Многие выбирают именно эти активы, потому что они успели себе зарекомендовать на рынке в качестве безопасных и долгосрочных вложений.

Также неизменным остаются инвестиции в частные компании и бизнес на 2022 год доходность от этого направления инвестиций дали в 1,5-2 раза выше, чем покупка ценных бумаг, таким образом, инвестиции в бизнес всё ещё остаются популярными.

Золото – наиболее распространённый вариант на долгосрочный период. С 1079 по 2021 год стоимость золота выросла на 3-4%, на протяжении сотен лет золото доказывало свою надёжность, несмотря на войны и мировые кризисы.

В прошлом году банки разных стран мира пополнили свои резервы на 1136 тонн, что эквивалентно около \$70 млрд. Это один из самых больших показателей с 1967 года [4].

Зелёные технологии набирают большой оборот в США, правительство заявило, что будет вкладывать большой объем средств в развитие альтернативной энергетики. Из-за тяжелой экологической ситуации и нехватки ресурсов спрос на зеленые технологии растет. Поэтому одним из перспективных направлений банковских инвестиций будет именно развитие этого направления, во-первых, это не только положительно скажется на экологии планеты, но и привлечет новых клиент, потому что сейчас в современном обществе растёт мораль экологической защиты. Одним из таких банков является банк «Ферст Грин Бэнк» Основатель банка является приверженцем защиты окружающей среды, банк предоставляет льготные кредиты для реализации проектов по строительству жилья с применением «зеленых» технологий, которые пользуются повышенным спросом у некоторых категорий потребителей и самих сотрудников банка.

Также в качестве сокращения количества используемой бумаги, банк предоставляет клиентам электронные выписки из счетов, а своим сотрудникам – электронные квитанции о начислении заработной платы

Криптовалютная биржа – одна из крупных и наиболее прибыльных бирж в современности, которая развивается стремительными темпами. Появление новых высокотехнологических проектов, международные корпорации и банки включают в свои сервисы возможности проведения оплаты в криптовалютах. Многие страны работают над внедрением государственных цифровых валют.

Банки, у которых наибольшее количество вкладов в криптовалюту.

1. Standard Chartered – \$380 млн. и 6 инвестиций. Помимо основных вкладов, Банк, также, инвестировал, в Ripple (XPR) и Cobalt – британскую компанию, работающую в сфере платежей.

2. BNY Mellon – \$321 млн. долларов и 5 инвестиций. Одним из проектов банка является платформа Fireblocks, которая позволяет финансовым учреждениям выпускать, перемещать и хранить криптовалюты.

3. Ситибанк – \$279 млн. долларов и 14 инвестиций.

Является четвертым по величине банком в США по размеру активов инвестировал в проект SETL, запустивший блокчейн-платформу для обработки валютных операций [6].

Конечно, куда же в XXI веке и без технологий, сейчас технологическое развитие одно из высокоэффективных направлений, ими оснащают всё секторы и отрасли экономики, чем выше технологическое развитие на предприятии или в стране, тем больше она получает доход, именно такая система сейчас в мире. На рынке появляются всё больше технологий, и потребность в них ещё больше увеличиваются. Банковское инвестирование в IT-технологии является очень прибыльным вложением. Многие стартапы хотят достичь высокого уровня в этой области, поэтому появляются всё больше и больше идей усовершенствования этой области. Безусловно, данное направление несёт большой риск, потому что проект может не окупиться, из 100 стартапов на рынке крупной конкуренции выживает 20, но тщательно продуманный

план, полное исследование рынков и потребностей населения, четкое и разумное прогнозирование может предотвратить крупные убытки.

По исследованию Bloomberg Международные банки вложили \$1 трлн в информационные технологии за последние три года. Согласно данному исследованию, банки по всему миру принялись развивать интернет-технологии, но помогло это только тем, кто инвестировал больше других.

Основными вкладами являются блокчейн, переводы денег по интернету и другие цифровые услуги, по исследованию 19 банков, которым эти инвестиции пошли на пользу, в отчете Accenture не указаны конкретные названия [7].

Подводя итоги, можно отметить, что потребность в инвестициях как всегда необходима и банки могут сыграть важную роль в данной области. Главным принципом банковского инвестирования является планирование, выявление рисков и тщательное рассмотрение проектов для инвестирования.

Список литературы:

1. Инвестиционная деятельность банка. – Текст: электронный. – URL: https://spravochnick.ru/investicii/investicionnaya_deyatelnost_kommercheskih_bankov/ (дата обращения: 10.03.2023).
2. 6 типов инвестиционных активов: на чем зарабатывают инвесторы // Тинькофф журнал. – Текст: непосредственный. – URL: <https://journal.tinkoff.ru/short/assets/> (дата обращения: 10.03.2023).
3. Инвестиционный доход – что это? // Альфа Банк. – URL: <https://alfabank.ru/help/articles/investments/investicii-kuda-vlozhit/> (дата обращения: 10.03.2023).
4. Данные Всемирного совета по золоту (WGC). // Reuters. – URL: <https://www.reuters.com> (дата обращения: 10.03.2023).
5. Деятельности зарубежных коммерческих банков по реализации «зеленой» экономикой инициативы // News. – URL: <https://news.myseldon.com/ru/news/index/219416865> (дата обращения: 10.03.2023).
6. 13 banks which invest in crypto and blockchain companies // Cointribune.la crypto pour tous URL: <https://www.cointribune.com/ru/13-банков-инвестирующих-в-крипто-и-блок/> (дата обращения: 10.03.2023).
7. Bloomberg – URL: <https://www.bloomberg.com/europe> (дата обращения: 10.03.2023).

Некрасов М. А., студент,

Крачинова А. А., студент

Научный руководитель: Забавина Е. Ю., канд. экон. наук, доцент

Донецкий государственный университет, РФ

zabavina-e@mail.ru

ПРОБЛЕМЫ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ В БАНКОВСКОМ СЕКТОРЕ

Актуальность. В основе специфики антикризисного управления в банковской сфере заложено доверие клиентов. В этой связи особую актуальность приобретает вопрос предотвращения кризисных ситуаций как таковых, а в случае неизбежного наступления кризиса – эффективного преодоления его на раннем этапе.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблемам антикризисного управления в банках посвящены работы таких ученых, как: Ю.А. Арутюнова, А.Г. Грязновой, Т.А. Ефремовой, Э.М. Короткова, В.Г. Плужникова, А.Г. Синягина, Э.А. Уткина и других.

Цель: раскрыть сущность и проблемы антикризисного управления в банковском секторе.

Результаты исследования. В последние десятилетия развитие мировой экономики характеризуется двумя тесно связанными тенденциями: глобализацией и ростом нестабильности. Они особенно заметны в банковском секторе экономики в виду большей чувствительности к любым изменениям, особенно иностранным, в экономике, политике и социальной сфере. Общепринятого определения системного банковского кризиса не существует, но есть достаточно его характеристик. В целом этот кризис понимают, как быстрое и массовое ухудшение качества деятельности многих банков в условиях неблагоприятных регуляторных, макроэкономических, институциональных и других факторов. Очевидно, что кризис проявляется в неспособности кредитных организаций выполнять свои обязательства.

Кризис в банке характеризуется резким увеличением доли сомнительных и безнадежных долгов в ссудных портфелях банков, увеличением убытков в связи с переоценкой непокрытых рыночных позиций и снижением реальной стоимости активов банка. Указанное приводит к массовому ухудшению платежеспособности и отражает неспособность банковской системы эффективно распределять финансовые ресурсы. Развитие каждой банковской системы постоянно сталкивается с проблемой преодоления кризиса, что определяет необходимость развития в рамках управленческой деятельности банка особой области - антикризисного управления.

Современные российские исследователи банковского менеджмента в условиях восстановления от последствий кризиса называют антикризисное управление «наиболее совершенным видом управления», характеризуют его как более адаптивную и социально-ориентированную систему управления банком.

В основу анализа подходов к определению понятия «антикризисное управление» легли определения российских авторов [1-6]. Каждый из рассмотренных подходов указывает на то, что антикризисное управление – это вид управления, который отличается специфическими условиями и технологиями. Общее в понятиях выражается в программно-целевом подходе в технологиях выработки управленческих решений при наступлении кризисной ситуации. Однако различием выступают временные рамки и длительность принятия управленческих решений в кризисной ситуации.

На наш взгляд, антикризисное управление – это управление, которое способно предвидеть или смягчать кризисы, а также поддерживать функционирование деятельности в период кризиса и выводить компанию (банк) из кризиса с минимальными потерями.

Таким образом, задачей антикризисного управления является минимизация негативного воздействия кризиса на социально-экономический объект управления, а также максимизация его полезного исхода. Функции управления включают организацию, планирование, анализ, координацию и контроль. Эти функции присущи антикризисному управлению в банковской системе. Характерные свойства этих функций:

целенаправленность: профилактика кризисных симптомов и снижение их влияния на все сферы деятельности банка;

динамизм развития кризисов в банках характеризуется высокими скоростными и необратимыми социально-экономическими последствиями;

адаптируемость: управленческие решения в условиях кризиса ситуативны и индивидуальны.

Функциями антикризисного управления являются виды деятельности, которые отражают предмет управления и определяют его результат. Функции предполагают успешное управление накануне процессом и последствиями кризиса. Таким образом, основные функции антикризисного управления: стратегические, профилактические, аналитические, контрольные, коммуникационные и информационные.

В стратегическую функцию входит ряд мер банка по разработке антикризисной стратегии, тактике рискованных банковских операций с учетом возможности возникновения кризисов. Профилактическая функция – ранняя профилактика банкротств и корректирующие действия в случае возникновения симптомов кризиса. Это тесно связано с аналитическими и контрольными функциями антикризисного управления, которые позволяют определять возможность возникновения кризисных ситуаций при анализе финансового состояния и индивидуальных показателей эффективности, внутреннего контроля подразделений и общего управления банком. Коммуникационные и информационные функции выражаются в осуществлении документооборота, связей с общественностью.

Функции антикризисного управления имеют текущую и стратегическую направленность и определяются спецификой работы банка на разных этапах кризиса.

Выделяют две основные области антикризисного управления в банке – управление функционированием и управление развитием. Первая область связана с финансовым и кадровым управлением в банке – управление активно-пассивными операциями, ликвидностью, прибыльностью как объектами финансового управления и персоналом. Второе направление – это стратегическое управление развитием банка, которое предусматривает предотвращение кризисных ситуаций и возможности выхода из кризиса на разных этапах. К ним относятся: докризисное управление, управление в период кризиса и управление после окончания кризиса. Каждый из этапов связан с особенностями управления: своевременной диагностикой кризисных ситуаций, возможной стабилизацией определенных показателей нестабильности или минимизацией потерь при преодолении кризиса.

Антикризисное управление банком имеет свою специфику. Разработаны правила и методы преодоления кризисов (организационные, диагностические и стратегические). Перед антикризисным управлением кредитно-финансовых организаций стоят следующие задачи:

- аналитическая и оценочная работа по изучению кризисных явлений;
- управление рисками банковской системы;
- разработка стратегии управления;
- прогнозирование потенциальных кризисов;
- формирование механизма преодоления негативных тенденций в деятельности банка;
- реструктуризация в случае необходимости;
- реализация мероприятий по реабилитации, а также ликвидации объекта;
- мотивационная работа с персоналом.

Понимание наступления кризиса необходимо для принятия быстрых решений о его преодолении. Для этого были разработаны и внедрены определенные методы в мировой практике. Инструменты антикризисного управления используются для стабилизации банка, повышения его платежеспособности и ликвидности.

В целом организация антикризисного управления в банках исходит из следующих предположений:

- банковские кризисы могут быть предвидены, ожидаемы и вызваны;

в определенной степени они могут быть оттеснены или ускорены;
можно и нужно готовиться к кризисам;
кризисные процессы можно контролировать в определенной степени;
управление в условиях кризиса требует специальных подходов, знаний и опыта;
управление процессами преодоления кризиса способно минимизировать его последствия.

Выводы. Во всех странах предотвращению банковских кризисов уделяется большое внимание, и государство оказывает существенную поддержку банкам, переживающим финансовые кризисы, по восстановлению их деятельности и доверия к ним, поскольку совершенно ясно, что без устойчивой банковской системы невозможно развивать экономику страны, решать социальные задачи. Банковское дело, как особый вид предпринимательства, в силу своей общественной роли, специфичности функций, рискованности, открытости и зависимости от изменений конъюнктуры рынка, требует особого подхода в управлении, применения профилактических и превентивных мер по недопущению кризисных ситуаций. Антикризисное управление в банке должно происходить не только тогда, когда кризис уже наступил, но и начинаться и продолжаться с первых дней его существования. Для этого следует использовать профессиональные и эффективные методы превентивного (профилактического) антикризисного управления.

Список литературы:

1. Грязнова, А.Г. Финансы: учебник / А.Г. Грязнова, Е.В. Маркина, М.Л. Седова и др.; под ред. А. Г. Грязновой, Е. В. Маркиной. – 2-е изд., перераб. и доп. – М., 2012. – 496 с.
2. Стратегическое планирование [Текст]: учебник / Ассоц. авт. и изд. ТАНДЕМ; Под ред. Э.А. Уткина. – Москва: ЭКМОС, 2014. – 440 с. – ISBN 5-88124-007-3: Б. ц.
3. Синягин, А.Г. Нужен громовой выстрел / А.Г. Синягин // журн. бизнес: организация, стратегия, системы. – 1999. – № 3. – С. 183-185.
4. Теория и практика антикризисного управления: учебник / Г.З. Базаров, С.Г. Беляев, Л.П. Белых [и др.]. – М.: Юнити, 1996. – 469 с.
5. Стратегия и тактика антикризисного управления фирмой / Т.А. Богданова, А.П. Градов и др.; под ред. А.П. Градова и Б.И. Кузина. – СПб.: Специальная литература, 1996. – 511 с.
6. Лысенко, А.Н. Антикризисное управление в коммерческом банке / А.Н. Лысенко // Современные тенденции и инновации в науке и производстве: Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева, 2019. – С. 262.1-262.5.

Простотина Я. Д., студент
Научный руководитель: Козаченко Ж. Н.
Донецкий государственный университет, РФ
yara-pro@mail.ru

ФРАНЧАЙЗИНГ КАК ФОРМА МЕЖДУНАРОДНОГО ПАРТНЁРСТВА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

Актуальность темы исследования. Как особая форма ведения бизнеса, франчайзинг принят во всех развитых странах. Расширение франчайзинга обусловлено

множеством преимуществ, связанных с созданием эффективных бизнес-моделей, развитием малого и среднего бизнеса и инвестиционной деятельностью на различных рынках.

Цель исследования заключается в исследовании франчайзинга как формы развития малого и среднего бизнеса на международном и отечественном рынке электронной коммерции.

Под определением франчайзинга необходимо понимать приобретение права ведения бизнеса под уже зарегистрированным известным брендом, с использованием товарного знака, технологии ведения бизнеса, системы управления, льгот и гарантий второго [1].

Исходя из мировой практики франчайзинг является альтернативным способом развития бизнеса, так согласно Международной Ассоциации Франчайзинга выделяется 70 отраслей хозяйства, в которых возможно применение такого способа расширения. Популярность такого вида ведения предпринимательской деятельности объясняется результативностью и устойчивостью бизнеса образующихся предприятий.

Согласно анализу объектом франчайзинга являются следующие товары: услуга, бизнес-процесс, производственный процесс, продукт, смешанный товар (сочетающий уже названные объекты).

На практике по типу взаимодействия сторон франчайзи и франчайзера выделяют следующие виды франчайзинга (рис. 1).

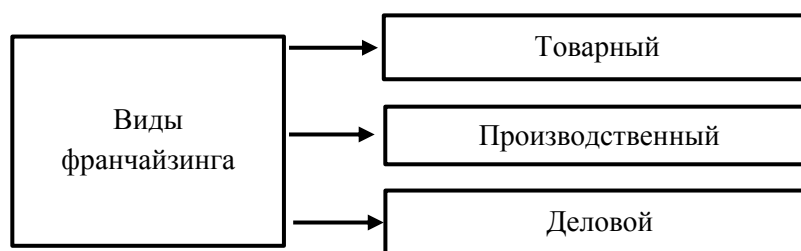


Рис. 1. Виды франчайзинга

Выделяют также сервисный франчайзинг, который является средним между производственным и товарным франчайзингом. Согласно наименованию, применяется в сфере услуг и ориентирован на высокий уровень их предоставления. Распространение получил в образовательной деятельности, области недвижимости, трудоустройства и туристическом бизнесе. Франчайзи на основании договора получает запатентованные права на занятие определенным видом деятельности.

К другим видам франчайзинга относится корпоративный франчайзинг, представляющий форму организации предпринимательской деятельности, где франчайзи действует не одним предприятием, а сетью и нанимает дополнительных менеджеров.

Также стоит отметить конверсионный франчайзинг – способ расширения франшизной сети, при котором действующее самостоятельно предприятие переходит на работу по договору франчайзинга и присоединяется к системе франшизных предприятий, работающих под контролем одного франчайзера [6].

В современной практике выделяют помимо видов и формы франчайзинга. Выделяют три основные формы, а именно:

Прямой франчайзинг, предполагает обеспечение получения франшизы напрямую от франчайзера на одно предприятие и с указанием ограничения территории.

Также выделяют обратный франчайзинг, франчайзер располагает продукцией, бизнес схемой и планом запуска на прочих территориях, но не имеет необходимого объема финансов для расширения.

Субфранчайзинг – трехстороннее сотрудничество, при котором первая сторона(франчайзер) передает второй(субфранчайзеру) большую часть своих особых прав для работы на определенной территории, а тот в свою очередь имеет право открывать свои точки и продавать франшизу бренда третьему лицу(франчайзи).

Следующей формой является мастер-франшиза, схожа с предыдущей формой, но отличие в масштабах (территории всей страны) и эксклюзивных правах, передающихся мастеру-франчайзи. Выделяют также мягкий франчайзинг, при котором финансовые расходы на открытие берет на себя сам франчайзер, а франчайзи вносит часть стоимости франшизы или не вносит вовсе, но оплачивает текущие и имеет возможность выкупить долю главной компании. Однако, как и любой вид предпринимательской деятельности франчайзинг имеет как положительные, так и отрицательные стороны для своих участников (табл. 1).

Таблица 1

Отрицательные и положительные стороны для участников франшизы

	Франчайзер	Франчайзи
Положительные	1. Доступ к источнику капитала. 2. Расширение рынка сбыта и укрепления своей позиции на нем при низком уровне капиталовложений. 3. Концентрация на самом товаре и его характеристиках. 4. Франчайзинг открывает для потребителя возможность больше узнать о продукте и услугах. 5. Ускоренный рост сети. 6. Дополнительная прибыль.	1. Франчайзи не может менять систему. 2. Строгое соблюдение предписаний. 3. Недостаточная поддержка со стороны франчайзера подрывает силу франчайзинговой системы. 4. Фиксированный уровень цен на товары или услуги по всей сети, что исключает возможность повышения маржинальной прибыли. 5. Сотрудничество среди всех франчайзи системы.
Отрицательные	1. Трудности при контроле сделок франчайзи. 2. Нарушение конфиденциальности коммерческой тайны. 3. Прямая зависимость франчайзинговых предприятий. 4. Недоплата взносов. 5. Появление конкурента.	1. Минимизация предпринимательского риска. 2. Работа по стандартам высокого качества. 3. Привлекательность для клиентов. 4. Поддержка. 5. Уменьшение расходов. 6. Готовый бизнес-план. 7. Территориальная граница.

Рассмотрев все преимущества и недостатки для франчайзи и франчайзера, можно сделать вывод, что данные взаимоотношения выгодны обеим сторонам. В современной экономике франчайзинг является самым быстрорастущим вариантом организации бизнеса в рыночной системе.

Моргунов В.И. сформулировал цель франчайзинга, как осуществление экспансии при освоении новых рынков сбыта с минимальными рисками [2].

Основными причинами, сдерживающими развитие франчайзинга для малого бизнеса в России, являются: отсутствие рекомендаций по методам реализации франчайзингового плана, отсутствие профессионального опыта и навыков работы в конкурентной среде, отсутствие глубокой специфических знаний в области маркетинга.

При создании бизнеса, чтобы воспользоваться преимуществами франчайзинговой схемы или партнерства, основанного на франчайзинге существующей коммерческой организации, они сталкиваются с рядом ключевых вопросов, связанных с принятием решений. К таким вопросам относятся: сумма вложенных денег, срок окупаемости и

возможная прибыль в случае успешного сотрудничества или сумма убытка, если проект не подходит на этапе разработки и реализации [4]. В то же время она должна основываться на предположении, что предприниматель сознательно выбрал определенную сферу деятельности, исходя из своих предпочтений и с учетом других возможностей, которые он может использовать или может использовать для диверсификации своего бизнеса с целью снижения риска. В большинстве случаев стоимость франчайзинга состоит из следующих видов платежей: первоначальный взнос (единовременно), периодические отчисления (роялти), рекламные сборы, а также дополнительные платежи за услуги франчайзера, не указанные в договоре франшизы.

Для повышения эффективности и результативности франчайзинговой сделки необходимо четко сформулировать основные пункты договора франчайзинга. Таким образом, выявление сильных и слабых сторон франшизы путем анализа условий соглашения о франшизе может оказаться полезным для франчайзинговых партнерств. Поэтому выявление таких моментов неопределенности в планируемых франчайзинговых партнерствах позволяет франчайзерам своевременно учитывать их при подготовке этих партнерских договоров и разрабатывать планы, которые помогут выполнить другие обязательства. Однако несмотря на то, что франчайзи носят быстроокупаемый характер и стремятся к максимизации прибыли за относительно короткий промежуток времени, рекомендуется формировать франчайзинговый платеж исходя из процента от полученной прибыли, так как такая схема позволит франчайзи для обеспечения устойчивости своего бизнеса. Для франчайзера это обеспечит стабильный поток платежей и определенный приток денежных средств.

В силу определенных особенностей своей деятельности франчайзинг представляет собой различные схемы сотрудничества, в которых обязательства сторон могут различаться, что позволяет учитывать интересы коммерческого субъекта на каждом этапе франчайзинга [5].

Вывод. Подводя итог всему сказанному, можно утверждать, что франчайзинг, как форма ведения международного бизнеса, достаточно интересен и перспективен, так как его применение сопряжено с меньшими материальными затратами, более низким уровнем риска и достаточно высокой скоростью развития. В последнее время франчайзинговые предложения на российском рынке становятся все более разнообразными, появляются новые отрасли и технологии, расширяется ценовой диапазон франшиз, появляются дешевые франшизы бытовых услуг или проката и дорогие франшизы ресторанов и производства. Причем франчайзинг может развиваться как отечественная система, так и при участии зарубежных предпринимателей, поскольку на современном этапе развития франчайзинга для достижения максимального расширения и удовлетворения целевой аудитории наиболее актуально комбинирование национальных и зарубежных франшиз.

Список литературы:

1. Лысак, А.С. Франчайзинг как инструмент развития предпринимательства в России / А.С. Лысак // Молодежь и системная модернизация страны. – 2018. – № 1. – С. 183-186.
2. Моргунов, В. И. Международный маркетинг: учебник / В. И. Моргунов, С. В. Моргунов. – Москва: Дашков и К, 2017. – 184 с.
3. Пчелинцева, Ю.С. Франчайзинг как инструмент выхода на внешние рынки / Ю.С. Пчелинцева // в сборнике: Современное состояние и тенденции развития международного торгового потенциала России. – 2017. – С. 93-97.
4. Румянцева, В.С. Франчайзинг в предпринимательстве / В.С. Румянцева // Экономика и Социум. – 2018. – №3(46). – С. 664-667.

5. Чеглакова, Л.С. Франчайзинг: основные тенденции и перспективы развития / Л.С. Чеглакова, В.В. Кислицына // Современные тенденции развития науки и технологий. – 2016. – № 5-6. – С. 137-140.

6. Шахова, М.С. Новые формы франчайзинга в современных условиях / М.С. Шахова, Л.А. Соловова // Научное обозрение: теория и практика. – 2016. – № 4. – С. 68-78.

Стрюков Н. С., студент

Научный руководитель: Забавина Е. Ю., канд. экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
zabavina-e@mail.ru

УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ КОМПАНИИ RECKITT BENCKISER GROUP PLC

Актуальность исследования. Современные глобальные корпорации функционируют в условиях жесткой конкуренции и волатильности рынков. В результате бизнес сталкивается с необходимостью перераспределения ресурсов, оптимизации цепочки-поставок, корректировки клиентской и кадровой политики в кратчайшие сроки. Основными факторами корпоративного успеха стали способность к моделированию кризисных сценариев и грамотное использование различных источников конкурентных преимуществ. В этой связи особую актуальность приобретают вопросы исследования процессов адаптации компаний к новым условиям и преобразования бизнеса в ответ на актуальные вызовы.

Анализ последних исследований и публикаций. Изучению проблем компаний FMCG рынка посвятили свои труды Арсенова Е.В., Дудаков Г.С., Кириллова Т.В., Крымов С.М., Овчаренко Н.А., Хухлаев Д.Г. и др.

Целью статьи является изучение бизнес-решений компании Reckitt Benckiser Group plc. и выявление направлений трансформации бизнес-модели в контексте повышения конкурентоспособности компании.

Результаты исследования. Reckitt Benckiser Group plc (далее RB) – международная компания, производитель и продавец товаров для здоровья, гигиены, ухода и дома. Лидер отрасли в области здравоохранения, гигиены и бытовых товаров. Штаб-квартира RB находится в Англии. RB была создана в 1999 г. в результате слияния компаний Reckitt & Colman и Benckiser N.V., основанных в первой половине XIX века [1]. Сегодня RB – мультинациональная компания, в которой работает около 36 000 специалистов в более чем 200 странах. Производственные мощности компании находятся в 60 странах, а головные офисы – в Великобритании, Сингапуре, ОАЭ (Дубай) и Нидерландах (Амстердам). Большая часть продукции компании производится на ее заводах в Юго-Восточной Азии, Турции, Китае и Индии.

Компания Reckitt работает в привлекательных, растущих сегментах рынка, подкрепленных четкими мегатрендами. Урбанизация и глобальное потепление влияют на распространение инфекций, усиливая необходимость в повышении качества средств гигиены, контрацепции и товаров для здоровья, которые производит компания. Большинство негативных тенденций были ускорены вследствие пандемии COVID-19.

Сегодня в портфеле производителя Reckitt – 19 сильнейших брендов, каждый из которых смог занять ведущие позиции в своей категории [2]. Анализ успешной

маркетинговой стратегии удержания лидерства на рынке можно проследить на примере бренда, входящего в Reckitt Benckiser Group, Durex.

Durex – торговая марка барьерных контрацептивов, производимых британской компанией SSL International, которая стала частью Reckitt Benckiser Group благодаря покупке (вместе с брендом средств по уходу за ногами Scholl) за 3,9 млрд. долл. в 2010 г. Durex занимает четверть мирового рынка контрацепции и производит 1000 млн. ед. продукции в год на 17 заводах, расположенных в разных частях мира. Портфель брендов компании разделён на три сегмента для простоты контроля общих финансовых показателей. Группировка помогает систематизировать и упорядочить процесс принятия управленческих решений.

Конкурентами компании Reckitt, практически по всем товарным категориям на всех рынках функционирования являются в FMCG-отрасли Procter & Gamble и Unilever. Данные о долях компаний на мировом рынке представлены на рис. 1.

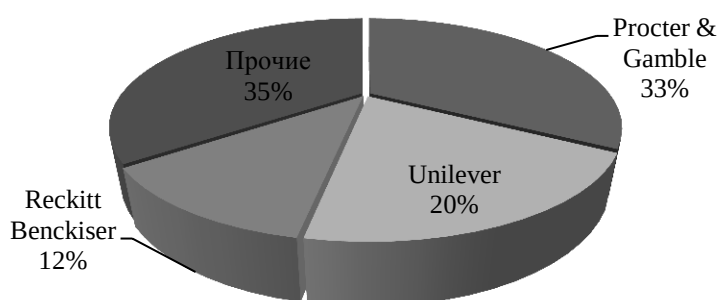


Рис. 1. Доля рынка основных конкурентов FMCG-сектора [3]

Показатели деятельности компаний-конкурентов представлены в табл. 1.

Таблица 1

Профиль деятельности компаний-конкурентов																														
Показатели	Reckitt Benckiser										Procter & Gamble										Unilever									
	баллы																													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ширина ассортимента								+												+							+			
Цена товара								+											+									+		
Адаптивность каналов сбыта						+											+											+		
Размещение производства								+									+											+		
Качество товаров								+											+										+	
Рекламные мероприятия							+												+										+	
Стимулирование покупателей						+													+						+					
Уровень НИОКР									+									+									+			
Развитие интернет коммуникаций						+											+											+		
Имидж фирмы								+											+										+	
Всего баллов	74										86										70									

Бренд функционирует в привлекательном для деятельности сегменте. В табл. 2 представлены результаты оценки привлекательности сегмента, проведенной независимыми экспертами.

Таблица 2

Оценка привлекательности сегмента в 2022 году

Критерии	Вес	Средняя оценка	Взвешенное значение
Размер	0,25	4	1
Отраслевая рентабельность	0,4	4	1,6
Структура конкуренции	0,2	3	0,75
Чувствительность к инфляции	0,15	2	0,3
Темп роста	0,1	1	0,1
Сумма			3,75

Анализируя данные, можно сделать вывод, что отрасль презервативов остается перспективной, об этом свидетельствует суммарная оценка – 3,75, что является достаточно высоким показателем.

Важной задачей компании в управлении конкурентоспособностью является проведение оценки уровня конкурентоспособности (табл. 3), что в свою очередь требует поиска новых подходов к вышеуказанной оценке, которые должны учитывать условия развития современной конкурентной среды.

Таблица 3

Оценка конкурентоспособности бренда Durex, 2022 год

Критерии	Вес	Оценка	Взвешенное значение
Темп роста	0,25	3	0,75
Прибыльность	0,25	4	1
Размер	0,15	5	0,75
Приверженность потребителей	0,2	4	0,8
Доля рынка бренда	0,15	4	0,6
Сумма			4

Проведя анализ, можно заметить, что конкурентоспособность компании высока. В основном это связано с добросовестной работой производства, суммарная оценка составляет 4 (81% от максимально возможной). Используя данные, построим матрицу портфельного анализа McKincey» – «General Electric» для бренда Durex (рис. 2).



Рис. 2. Матрица портфельного анализа McKincey»-«General Electric» для бренда Durex

Выводы. Бренд Durex находится в секторе агрессивного роста. Это связано с высоким уровнем доходности отрасли презервативов, а также с высокой конкурентоспособностью самой компании. Предприятию целесообразно защищать существующие программы рыночной деятельности, концентрировать инвестиции в продвижение и маркетинговые мероприятия, увеличивающие долю рынка и имидж организации.

Список литературы:

1. Официальный сайт компании Reckitt Benckiser Group PLC [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.reckitt.com/> (дата обращения: 01.04.2023).
2. Income Statement. Investing.com [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.investing.com/equities/reckitt-benckiser-income-statement> (дата обращения: 01.04.2023).
3. FMCG Market Size, Share & Trends Analysis Report by Product Segment Forecasts, 2021-2028", Grand View Research, Inc [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.alliedmarketresearch.com/fmcg-market> (дата обращения: 01.04.2023).

Усатюк А. Ю., студент
Научный руководитель: Костина Т. В., канд. экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
albina.usatyuk@bk.ru

**КОНЦЕПЦИЯ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ
МЕЖДУНАРОДНОЙ КОМПАНИИ КАК БАЗИС ЕЕ ЭФФЕКТИВНОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Актуальность. Постоянно изменяющаяся внешняя среда компании требует изменения концепции финансового прогнозирования под новые реалии, чтобы наиболее точно предсказывать будущее состояние компании.

Анализ последних исследований и публикаций. Анализ проблем, связанных с банкротством компаний, посвящены труды Слепова В.А., Колчина Н.В., David Harper.

Цель исследования – анализ концепции финансового прогнозирования и обоснование необходимости ее использования.

Результаты исследования. Финансовое состояние – важнейшая характеристика экономической деятельности компании.

Оно определяет конкурентоспособность компании, ее потенциал в деловом сотрудничестве, оценивает, в какой степени гарантированы экономические интересы самой компании и ее партнеров по финансовым и другим отношениям. Устойчивое финансовое состояние формируется в процессе всей производственно-хозяйственной деятельности.

Определение его на ту или иную дату отвечает на вопрос, насколько правильно компания управляла финансовыми ресурсами в течение определенного времени. От хорошего или плохого финансового состояния компании зависит степень ее экономической привлекательности для акционеров, поставщиков, покупателей, банков и т.д., имеющих возможность выбора между данной компанией и другими компаниями, способными удовлетворить тот же их экономический интерес [1].

Финансовое состояние необходимо постоянно оценивать и строить прогнозы. Этим занимается финансовое прогнозирование. Однако, для более точного и детального анализа данной категории одного определения будет недостаточно, так как оно не сможет в полной мере описать все стороны финансового прогнозирования.

С этой целью составляется концепция финансового прогнозирования. Итак, концепция (от лат. *conceptio* «система понимания») – комплекс взглядов на что-либо, связанных между собой и образующих единую систему [2].

Сущность концепции финансового прогнозирования заключается в определении возможных изменений в объекте прогнозирования и их влияния на финансовое состояние организации. Финансовый прогноз позволяет направить усилия на максимизацию прибыли, минимизацию рисков и улучшение общей финансовой ситуации компании.

Построение концепции финансового прогнозирования является сложным и многогранным процессом, который требует анализа множества факторов и использования математических моделей и методов.

Проанализировав все стороны финансового прогнозирования в трактовке различными авторами, была построена концепция финансового прогнозирования, изображенная на рисунке 1.

Основой формирования финансовых планов компаний являются долгосрочные цели, определяемые руководителями компаний в процессе стратегического прогнозирования.

Стратегическое прогнозирование основывается на принятии основополагающих финансовых и инвестиционных решений. Количество, содержание этапов составления, формы стратегического плана могут значительно отличаться и зависят от формы собственности, отраслевой принадлежности, а также размеров компании.

В процессе стратегического прогнозирования разрабатываются 3 прогнозных финансовых документа: [3]

- отчет о финансовых результатах (плановый);
- отчет о движении денежных средств (плановый);
- бухгалтерский баланс (плановый).

Данные документы разрабатываются в целях оценки финансового состояния компании на конец планового периода.

Финансовое прогнозирование позволяет определить поведение компании на более короткий период, в основном на год, но с разбивкой по кварталам.

Текущее прогнозирование выступает в качестве значимого этапа процесса прогнозирования финансов, поэтому необходимо рассмотреть данный вопрос подробнее.

Оперативно-производственное прогнозирование уточняет задания текущего годового плана на более короткие отрезки времени и по отдельным структурным подразделениям [4].

Таким образом, эффективное функционирование компании заключается в реализации концепции финансового прогнозирования. Именно грамотное сочетание всех элементов концепции – цели, принципов, функций, задач и систем позволит работать с максимальной отдачей при минимальных затратах для достижения миссии компании.

Подводя итоги, можно сделать вывод, что финансовое прогнозирование, позволяя оценить перспективы финансовой устойчивости компании, помогает ответить на вопрос, что его ожидает в будущем – финансовое благополучие или банкротство.



Рис. 1. Концепция финансового прогнозирования (авторская разработка)

Выводы. Роль концепции финансового прогнозирования в системе факторов обеспечения финансовой устойчивости компании заключается в том, что оно является основой для управленческих решений относительно будущего развития финансов компании.

Список литературы:

1. Вартанов, А. С. Экономическая диагностика деятельности предприятия: организация и методология / А. С. Вартанов. – Москва: Финансы и статистика, 2014. – 78, [2] с.; 20 см.; ISBN 5-279-00559-2.
2. Колчина, Н.В. Финансы организаций [Текст]: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки «Финансы и кредит» / [Н. В. Колчина и др.]; под ред. Н. В. Колчиной, О. В. Португаловой. - 6-е изд., перераб. и доп. – Москва: ЮНИТИ, 2016. – 399 с.: ил., табл.; 22 см.; ISBN 978-5-238-02810-1.
3. Слепов, В.А. Финансы организаций (предприятий) [Текст]: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению «Экономика» и экономическим специальностям / В.А. Слепов, Т.В. Шубина; Российский экономический ун-т им. Г. В. Плеханова. – Москва: Магистр: ИНФРА-М, 2018. – 348, [1] с., 22 см: табл.; ISBN 978-5-9776-0181-8.
4. Определение понятия «концепция» [Электронный ресурс]. – URL: https://www.consultant.ru/law/podborki/koncepciya_jeto/ (дата обращения: 10.03.2023)

Филатова А. А., Попов Я. В., студенты
Научный руководитель: Воробьева Ю. С.
Донецкий государственный университет, РФ
filatovaanna590@gmail.com, yaros.popov@gmail.com

**ВЛИЯНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ КАТАСТРОФ НА СТОИМОСТЬ КОМПАНИИ
(НА ПРИМЕРЕ НОРНИКЕЛЯ)**

Актуальность. Бизнес не функционирует в вакууме. В процессе работы компании взаимодействуют с различными группами стейкхолдеров, которые испытывают на себе результаты деятельности компании (не всегда положительные), но также могут и оказывать существенное воздействие на принимаемые бизнесом управленческие решения. С развитием корпоративной социальной ответственности, социальной и экологической повестки практически во всем мире, всё больше ученых и практиков говорят о так называемой «общественной лицензии» или «общественном одобрении», неполучение которого может негативно сказаться на финансовых результатах и стоимости компании. Особенное место среди факторов, влияющих на «общественную лицензию» занимает проблема загрязнения окружающей среды и изменения климата.

Анализ последних исследований и публикаций. McGuire W, Holtmaat E.A., Prakash A. [5], исследовав влияние аварии на Deepwater Horizon в 2012 на репутацию BP и ее доходность на фондовом рынке, пришли к выводу, что даже крупная промышленная авария может не привести к значительному снижению доходности фондового рынка для нефтегазовых компаний, несмотря на долгосрочный ущерб репутации. G.J.H. Goossens также исследовали катастрофу в Мексиканском заливе 2012 г. Prayag Lal Yadav, Seung Hun Han, Jae Jeung Rho [6], рассматривая влияние экологических показателей на стоимость фирмы для устойчивых инвестиций на

примере крупных компаний США, выяснили, что фирмы, неоднократно получавшие «зеленые» рейтинги за улучшение экологических показателей, демонстрировали значительно более высокие результаты, чем фирмы со сниженными или неизменными экологическими показателями. Zhou Y., Cao J., Feng Y. [7] изучали реакцию фондового рынка на раскрытие информации о загрязнении в Китае. Как показали данные их исследования, раскрытие информации о влиянии деятельности компаний на окружающую среду может в некоторой степени изменить ожидания инвесторов. В краткосрочной перспективе это оказало негативное влияние на цены акций компаний, котирующихся на бирже. По данным исследования наблюдалось лишь небольшое снижение доходности рынка после опубликования черных списков, что свидетельствует о низком экологическом штрафе и слабом соблюдении природоохранного законодательства в Китае. Предприятия, соблюдающие природоохранные законы и нормативные акты, не могут быть эффективно защищены, что в долгосрочной перспективе может привести к еще большему количеству экологических нарушений. Бабкин А.В. и Малевская-Малевиц Е.Д. [8] также рассматривали последствия экологических катастроф на стоимость акций ВР и Норильского никеля.

Результаты исследования. ПАО «ГМК «Норильский никель» (далее – Норникель) является лидером горно-металлургической промышленности России, а также крупнейшим производителем палладия и первоклассного никеля и одним из крупнейших производителей платины и меди. «Норникель» производит также кобальт, родий, серебро, золото, иридий, рутений, селен, теллур и серу. Компания занимает лидирующие позиции на мировом рынке металлов: 1 место по палладию (43% рынка); 1 место по высокосортному никелю (17% рынка), 4 место по платине (12 %); 5 место по родию (8%); 12 место по меди (2%) [3].

Норникель даже не попал под прямые санкции, что обусловлено высокой значимостью компании для мирового рынка цветных металлов. Однако ограничения, вводимые против российской экономики недружественными странами, а также персональные санкции, наложенные на крупнейшего акционера Норникеля, и логистические трудности создали высокую неопределенность для клиентов компании.

29 мая 2020 г. внезапное проседание свай привело к разгерметизации хранилища аварийного топлива ТЭЦ-3 АО «НТЭК», что послужило причиной утечки дизельного топлива. За короткий срок в ручей Безымянный вытекло 21,2 тыс. т дизельного топлива. Разлив топлива через ручей Безымянный и р. Далдыкан достиг р. Амбарная, где были установлены защитные заграждения. В Норильске была создана руководящая группа по чрезвычайной ситуации, в состав которой вошли представители местных и региональных органов власти, высшего руководства «Норникеля», правоохранительных и других государственных органов [1]. Инциденту присвоен статус чрезвычайной ситуации федерального масштаба. Работы по ликвидации разлива проводились в районе ТЭЦ-3, на прилегающих участках и на водной акватории. Поскольку ТЭЦ-3 расположена в удалении от г. Норильска, авария не оказала влияния на жизнедеятельность города, а также иных населенных пунктов, удалось избежать человеческих жертв. В основном воздействию подверглись почва и водные объекты в районе площадки резервуарного парка. По оценкам Компании 33% объема топлива попало на грунт и 67% – в водные объекты.

К октябрю 2020 года на месте аварии завершены основные этапы ликвидации последствий: собрано 90% вытекшего топлива, завершено удаление загрязненных грунтов. В ближайшие годы Компания планирует продолжить активную работу по ликвидации последствий произошедшего разлива и рекультивации пострадавших земель. 10 марта 2021 года Компания полностью выплатила назначенный судом штраф

за разлив дизельного топлива на ТЭЦ-3 АО «НТЭК» в размере 146,2 млрд. руб., из которых 145,5 млн. руб. – направлены в бюджет Российской Федерации и 685 млн. руб. – в бюджет г. Норильска [1].

Если рассматривать ситуацию на фондовом рынке в краткосрочной перспективе, то рынок отреагировал на экологическую катастрофу в мае 2020 г. снижением стоимости акций. Наибольшее снижение фиксируется 04.06.2020 г., что, скорее всего, связано с максимальным распространением в СМИ информации о фактической ситуации и возможных последствиях катастрофы, когда за день акции потеряли 8,36%. По сравнению с 28.05.2020 г., когда стоимость акции составляла 22544 руб., снижение составило 12,7%, когда цена акции составила 20 000 руб. Несмотря на некоторую волатильность и снижение стоимости в течение июля (минимальный показатель 17826 руб. – 14.07.2020 г., что составило 26,5% по сравнению с данными 28.05.2020 г.), в начале августа она вернулась и превысила показатели до майского разлива.

Однако, следует отметить, что в марте 2020 г., без наличия подобных майской техногенных катастроф, акции Норникеля также демонстрировали резкое снижение стоимости: на 5,26% (16.03.2020 г.), 8,59% (12.03.2020 г.) и 9,78% (18.03.2020 г.), когда стоимость акции компании составляла всего 15 500 руб.

В долгосрочной перспективе майская экологическая катастрофа не оказала существенного воздействия на показатели Норникеля на фондовом рынке. Фактически, уже в январе 2021 г. цена акции компании составляла 26 550 руб.



Рис. 1. Интерактивный график изменения стоимости акций Норникеля в марте-июле 2020 г., руб. [10]

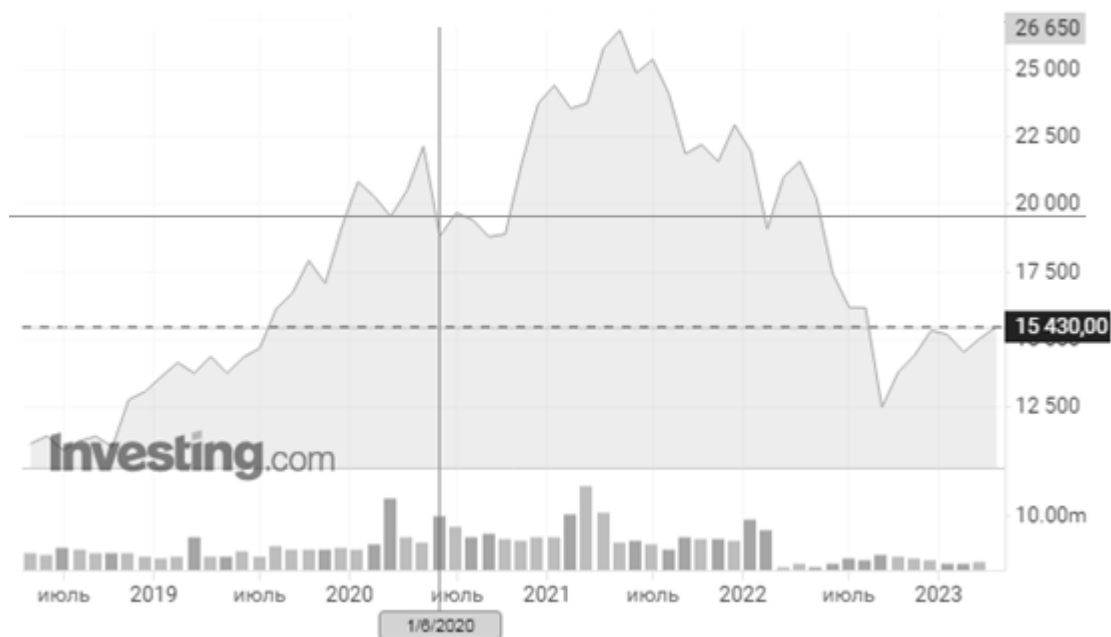


Рис. 2. Изменение стоимости акций Норникеля за 2019-2023 гг., руб. [10]

Рассмотрим влияние анализируемой катастрофы на изменение финансовых показателей компании (табл. 1).

Таблица 1

Данные об основных финансовых показателях деятельности Норникеля [4]

Показатель	2010	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Доходы, млн. долл. США	12775	8 542	8 259	9 146	11 670	13 563	15 545	17 852	16 876
ЕВITDA, млн. долл. США	7 209	4 296	3 899	3 995	6 231	7 923	7 651	10 512	8 697
Рентабельность ЕВITDA (%)	56,4	50,3	47,2	43,7	53,4	58,4	49,2	58,9	51,5
Чистая прибыль	3 089	1 716	2 531	2 123	3 059	5 966	3 634	6 974	5 854
DPS, долл./акцию	6,4	18,1	7,80	18,80	21,3	26,3	26,3	13,9	40,5
EPS, долл./акцию	18,8	11,0	16,1	13,5	19,5	36,5	21,4	41,9	35,7

Как видим из таблицы 1, ЕВITDA в 2020 году снизилась на 3% (или -272 млн. долл. США) до 7 651 млн. долл. США. Чистая прибыль снизилась на 2332 млн. долл. США или на 39,1%. Компания определяет, что, в первую очередь это связано с признанием расходов по экологическим резервам и затратами на борьбу с коронавирусной инфекцией, что было частично компенсировано ростом выручки. В 2021 г. компания превысила значения «докризисного» показателя 2019 года. Рост чистой прибыли составил 16,9% по сравнению с 2019 годом и 91,9% по сравнению с 2020 г.

Снижение ключевых финансовых показателей в 2022 г. связано со: 1) снижением объема реализации металлов из-за изменения логистических цепочек и переориентации продаж на новые рынки, а также со снижением цены реализации палладия, меди и родия; 2) инфляционным давлением; 3) укреплении курса национальной валюты; 4) ростом расходов на персонал и ремонты. При этом маржинальность бизнеса остается на высоком уровне [9].

Выводы. Исследование показало, что, как и в случае с компанией BP, в долгосрочной перспективе, даже масштабная экологическая катастрофа, вызванная производственной деятельностью компании Норникель, не оказала существенного воздействия на ее стоимость. Более заметными и важными для компании на сегодняшний момент являются факторы макросреды и факторы, вызванные геополитическими процессами.

Список литературы:

1. Отчет об устойчивом развитии 2020 Наш крайний север. – Текст электронный // Официальный сайт ПАО «ГМК «Норильский никель». – URL: https://www.nornickel.ru/upload/iblock/c6f/NN_CSO2020_RUS_23.06.pdf (дата обращения: 10.04.2023).
2. Годовой отчет обеспечиваем движение к «зеленому» будущему 2022. – Текст: электронный // Официальный сайт ПАО «ГМК «Норильский никель». – URL: https://www.nornickel.ru/upload/iblock/7fc/godovoj_otchet_pao_gmk_norilskij_nikel_za_2020_god.pdf (дата обращения: 10.04.2023).
3. Норникель: Инвестиционная привлекательность. – Текст электронный // Официальный сайт ПАО «ГМК «Норильский никель». – URL: <https://www.nornickel.ru/investors/key-facts/> (дата обращения: 10.04.2023).
4. Норникель: Актуальные результаты. – Текст электронный // Официальный сайт ПАО «ГМК «Норильский никель». – URL: <https://www.nornickel.ru/investors/reports-and-results/current-results/> (дата обращения: 01.04.2023).
5. McGuire W, Holtmaat EA, Prakash A (2022) Penalties for industrial accidents: The impact of the Deepwater Horizon accident on BP's reputation and stock market returns. PLOS ONE 17(6): e0268743. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0268743> <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0268743> (дата обращения: 26.03.2023).
6. Prayag Lal Yadav, Seung Hun Han, Jae Jeung Rho Impact of Environmental Performance on Firm Value for Sustainable Investment: Evidence from Large US Firms // Business Strategy and the Environment (2015). – <https://doi.org/10.1002/bse.1883>.
7. Zhou, Y.; Cao, J.; Feng, Y. Stock Market Reactions to Pollution Information Disclosure: New Evidence from the Pollution Blacklist Program in China. – Текст электронный // Sustainability 2021, 13, 2262. <https://doi.org/10.3390/su13042262>. URL: https://mdpi-res.com/d_attachment/sustainability/sustainability-13-02262/article_deploy/sustainability-13-02262-v3.pdf?version=1614129841 (дата обращения: 25.03.2023).
8. Бабкин, А. В. Влияние социально-ответственного инвестирования на стоимость инновационно-активных промышленных предприятий / А.В. Бабкин, Е.Д. Малевская-Малевич. – Текст: электронный // π-Economy. – 2021. – №4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-sotsialno-otvetstvennogo-investirovaniya-na-stoimost-innovatsionno-aktivnyh-promyshlennyh-predpriyatiy> (дата обращения: 12.04.2023).
9. Норникель: Финансовые результаты по итогам 2022 г. – Текст: электронный // Официальный сайт ПАО «ГМК «Норильский никель». – URL: https://www.nornickel.ru/upload/iblock/546/o2n0zbdnmc17tx83ofwjz5qaff0o6twy/Norilsk_Nickel_FY_2022_RUS.pdf (дата обращения: 10.04.2023).
10. Интерактивный график GMKN // Текст: электронный // Investing.com. – URL: https://ru.investing.com/equities/gmk-noril-nickel_rts-advanced-chart (дата обращения: 01.04.2023).

Харченко Д. С., студент
Научный руководитель: Костина Т. В., канд. экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
gvbnzw@gmail.com

КОНЦЕПЦИЯ ESG В FINTECH ОТРАСЛЯХ

Актуальность. ESG (Environmental, Social, and Governance) и энергоэффективность в финтех-отраслях остается актуальной в свете растущей осведомленности общества о влиянии человеческой деятельности на окружающую среду и здоровье людей. Фирмы, занимающиеся финансовой технологией, должны принимать ответственность за уменьшение своего экологического следа и социальной ответственности за свои действия.

Кроме того, сокращение затрат на энергопотребление является ключевым показателем финансовой эффективности, и фирмы, занимающиеся финтех, должны быть более эффективными в использовании энергии и ресурсов для обеспечения устойчивого и долгосрочного развития.

Финтех компании, которые придерживаются принципов ESG и уделяют внимание энергоэффективности, вскоре могут стать лидерами на рынке. Согласно исследованию McKinsey, в технологической индустрии существует убедительная связь между эффективностью в использовании ресурсов и финансовой успешностью.

Инвесторы также начали активно повышать свои требования к компаниям на собраниях акционеров относительно принципов ESG и социальной ответственности компаний. Правительства также вводят новые стандарты для социально-экологической отчетности, которые ожидаются от всех компаний в будущем.

Таким образом, тема ESG и энергоэффективности в финтех-отраслях остается актуальной и становится все более важной для компаний, их инвесторов и общества в целом.

Анализ последних исследований и публикаций. Были проанализированы научные труды экспертов в области социально-ориентированного инвестирования и корпоративного управления, основанных на принципах ESG. Среди авторов, которых можно упомянуть: Б.С. Батаева, С. Бика, Е.О. Вострикова, С.С. Галазова, А. Дамианова, Л.С. Кабир, Н.А. Львова, М.В. Мажорина и Л.Д. Петренко.

Результаты исследования. Крупные компании, работающие как на международном, так и на российском рынках, все шире используют концепцию ESG (Environmental, Social, Governance), которая стала общепризнанным стандартом устойчивого развития. Эта концепция представляет собой принципы экологического, социального и корпоративного управления, которые включают в себя управление компанией с учетом решения экологических, социальных и управленческих проблем, связанных с обществом.

Факторами, способствующими популяризации концепции ESG, были цифровая трансформация в государственном и коммерческом секторах [2], усиление требований к информационной прозрачности, глобальная экологическая повестка и пандемические ограничения последних лет.

В настоящее время существует около 600 различных критериев ESG, а также около 100 организаций, которые проводят оценку бизнес-структур по этим критериям и присваивают компаниям соответствующие рейтинги. В США ESG-рейтинг был присвоен более 800 компаниям, в России – не более 135 [6].

Одной из организаций, проводящих оценку экспортно ориентированных российских компаний по критериям ESG, является Агентство RAEX-Europe. Результаты их исследования представлены в таблице 1.

Таблица 1

Результаты ESG-рэнкинга отдельных российских компаний по отраслям, проведенный Агентством RAEX-Europe (июнь 2022) [6]

Компания	Отрасль	E Rank	S Rank	G Rank	Итоговый рэнкинг
Энел Россия	Электроэнергетика	5	1	14	1
Полиметалл	Драгметаллы	3	3	19	2
МКБ	Финансы	1	22	11	3
НЛМК	Черная металлургия	4	14	9	4
ВымпелКом	Телекоммуникации	23	7	12	5
ФосАгро	Агрохимикаты	14	11	3	6
МТС	Телекоммуникации	42	8	1	7
Лукойл	Нефть и газ	11	28	4	8
Северсталь	Черная металлургия	9	5	29	9
Роснефть	Нефть и газ	12	9	16	10

Основной стимул получения благоприятного рейтинга заключается в возможности доступа на мировые рынки сбыта и доступе к дешевым финансовым ресурсам крупнейших экономик мира, в том числе к средствам пенсионных фондов. Сегодня на развитых рынках количество свободных денег превышает число проектов, в которые можно было бы эти деньги разместить. Появление концепции ESG направлено на маршрутизацию инвестиционных потоков бизнес-структур на общественно значимые проекты, соответствующие требованиям ESG. Хотя отрасли FinTech не относятся к области повышенного внимания с позиции энергоэффективности и экологических аспектов концепции ESG, российский FinTech задействован в продвижении идей и практических программ поддержки ESG в качестве посредника.

По результатам анализа ESG-практик банковского сектора, проведенного в 2021 году агентством «Эксперт РА», можно сделать вывод, что только крупные кредитные организации следуют концепции ESG. Более 50% банков из топ-20 ввели KPI на ESG-метрики в своих кредитных и инвестиционных процессах. Треть крупнейших игроков рынка внедрила ESG-оценку заемщиков. В первом полугодии 2021 года объем портфеля ESG-кредитов корпоративным заемщикам составил около 400 млрд. рублей. Не менее 96% портфеля было сформировано системно значимыми банками. Корпоративные ESG-кредиты представлены высокой отраслевой концентрацией: 70% – энергетика (в т. ч. атомная), 14% – зеленая металлургия, 7% – добыча полезных ископаемых. Банки за пределами топ-20 планировали начать ESG-трансформацию с 2022 года, однако по внешним причинам отложили на неопределенный срок. Некоторые банки из топ-20 ставили целью введение KPI на инвестиции в устойчивые инструменты в последующих периодах. В 2021 году 40% топ-20 банков имели KPI на инвестиции в устойчивые инструменты, что создало дополнительный спрос на зеленые и социальные облигации на финансовом рынке.

В современном мире, где экологические проблемы становятся все более актуальными, многие компании стараются следовать принципам ESG (Environmental, Social and Governance) и интегрировать их в свою бизнес-модель. FinTech-отрасль не является исключением. Использование оборудования, связанное с особенностями работы компаний, требующего постоянной замены и быстроизнашивающегося, часто является капиталоемким и энергоемким. Однако, экосистема ВТБ следует внутренней философии, которая заявляет о необходимости сохранения «чистой среды».

Для оптимизации внутренних бизнес-процессов, FinTech-компании строят свои собственные экосистемы, что влечет задачу замены устаревшего банковского

оборудования, серверов, систем хранения данных, источников бесперебойного питания, банкоматов, периферийного платежного и другого оборудования, чтобы уменьшить экологический след. В свою очередь, это также приводит к роботизации бизнес-процессов. FinTech-компании проявляют экоответственность, следуя принципам ESG, и осуществляют полный цикл переработки компонентов списанных объектов, а не их утилизацию. К примеру, по данным управления кассовых сервисов департамента операционной поддержки бизнеса банка ВТБ, более трети модернизированной кассовой техники передается на утилизацию с полной переработкой отходов [5].

В настоящее время ESG стал уже не только инструментом экологической, социальной и корпоративной ответственности, но и средством геополитического воздействия и экономического давления на другие страны. В связи с этим, необходимо пересмотреть подходы к использованию принципов ESG в FinTech-отрасли в интересах национальных экономических интересов России и ее союзников. Важно трансформировать понимание экологической составляющей ESG в соответствии с национальными интересами страны и ее граждан, с возможностью влиять на условия кредитования и получения мер социальной поддержки. Также, следует запретить выполнение принципов, препятствующих развитию страны, ее конкурентоспособности и импортозамещению в высокотехнологичных отраслях. В то же время, на определенных временных этапах, когда применение принципов ESG препятствует стратегическому развитию страны, можно игнорировать их применение. Важно также трансформировать содержание социальной составляющей ESG, не только развивая ESG-лояльные регионы, но и стимулируя традиционные социальные российские ценности и обеспечивая финансовую поддержку сотрудникам с семьями и детьми.

Выводы. Таким образом, новые подходы к разработке стратегий развития должны учитывать национальные интересы и включать установление собственной многокритериальной системы оценки оптимальности. В данную систему следует включать вопросы ESG, однако они не должны быть основными критериями, если они противоречат более важным национальным интересам.

Список литературы:

1. Болдырева, Н.Н. Инвестирование с учетом принципов ESG: анализ эффективности / Н.Н. Болдырева // Финансы и кредит. – 2021. – № 3. – С. 51-60.
2. Глазова, М. В. Цифровая трансформация процессов в системе управленческого учета / М.В. Глазова, О.М. Коробейникова, Е.В. Ягупова // Вестник Удмуртского ГУ. Серия «Экономика и право». – 2022. – № 3. – С. 433.
3. Козлова, Е.А. ESG-инвестирование в финансовых инструментах: принципы и практика / Е.А. Козлова // Экономика и управление. – 2020. – № 3(89). – С. 27-34.
4. Кузнецова, Е.А. Экономическая эффективность внедрения принципов ESG-инвестирования в финансовые рынки / Е.А. Кузнецова // Финансовый менеджмент. – 2020. – №3(33). – С.14-23.
5. «ESG-банкинг в России. ВТБ и ЭКОПОЛИС» [Электронный ресурс]. – URL: https://plusworld.ru/journal/2021/plus-6-2021/esg-banking-v-rossii-vtb-i-ekopolis/?utm_source=sendpulse&utm_medium=email&utm_campaign=plas-daily-12102021&spush=a29yb2JlaW5pa292NzdAeWFuZGV4LnJ1 (дата обращения 01.04.23).
6. ESG-рейтинг компаний в России от RAEX – июнь 2022 // РБК Тренды [Электронный ресурс]. – URL: <https://trends.rbc.ru/trends/green/5fe4a0e89a79477bdd9c79c1> (дата обращения 01.04.23).

Черненко Д. А., студент,

Коменко Д. Д., студент

Научный руководитель: Воробьева Ю. С.
Донецкий государственный университет, РФ
1237werd@gmail.com

ИССЛЕДОВАНИЕ УРОВНЯ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

Актуальность. Тема финансов становится все более актуальной в связи с экономическими кризисами, множеством напряженных политических ситуаций и межгосударственных отношений. Существует острая необходимость участия населения в финансовой системе. Именно поэтому появилась и стала занимать лидирующие позиции финансовая грамотность.

В современном мире для каждого финансовое благополучие очень важно и зависит не только от размера дохода человека, но в большей степени от качества его управления и использования, а также от наличия определенных финансовых продуктов и услуг в его пользу. Для того чтобы человек чувствовал себя уверенно со своими деньгами, ему необходимо не только обладать базовыми знаниями, но и развить соответствующий уровень финансовой грамотности.

Понятие финансовой грамотности сегодня распространено и часто звучит среди молодежи, но, к сожалению, к нему относятся не так серьезно, как следовало бы.

Термин «финансовая грамотность» означает совокупность знаний, навыков и установок в сфере финансового поведения человека, ведущих к улучшению благосостояния и повышению качества жизни [1]. Также Всемирный Банк лаконично определяет термин финансовой грамотности как «способность человека принимать обоснованные решения по использованию и управлению своими деньгами» [2].

На уровень финансовой грамотности влияют не только специальные направления образования, но и жизненный опыт каждого человека. Также большое влияние оказывает семья. Это связано с тем, что финансовые и семейные решения происходят на глазах у детей, являясь для них примером для подражания и понимания.

Для населения Донецкой Народной Республики вопрос финансовой грамотности стоит особенно актуально, учитывая переход в правовое поле Российской Федерации, которое имеет значительные отличительные особенности. В первую очередь это, безусловно, касается вопросов налогообложения (в первую очередь налога на доходы физических лиц), изменилось не только название налога и ставки, но также особенности определения налоговой базы, появились возможности применения налоговых вычетов и др. Не стоит забывать, что в течение 9 лет, население ДНР было «за бортом» денежно-кредитной сферы, фактически отсутствовал доступ к рынку денег и рынку кредитов, как и другим сегментам финансового рынка. Вхождение в состав Российской Федерации ДНР обеспечивает его населению практические неограниченные по сравнению с предыдущим периодом возможности финансовой инклюзивности.

Цель: целью исследования является определение уровня финансовой грамотности населения Донецкой Народной Республики для выявления и обоснования необходимости проведения образовательных проектов, акций. Программ, направленных на повышение финансовой грамотности.

Результаты исследования. Осознавая всю важность данной темы, Правительство РФ разрабатывает различные программы повышения финансовой грамотности. Таким образом, в 2017 году была создана Стратегия повышения финансовой грамотности в

Российской Федерации на 2017-2023 годы [3], которая определяет приоритеты, цели и задачи, способы эффективного достижения целей и решения задач в сфере государственного управления отношениями, возникающими в сфере повышения финансовой грамотности населения, создании системы финансового образования и информирования в сфере защиты прав потребителей финансовых услуг в Российской Федерации на среднесрочный период.

Для определения уровня финансовой грамотности в Донецкой Народной Республике авторами было проведено анкетирование случайных граждан. Выборка составила 199 человек разного половозрастного состава. 59,3% опрошенных находилось в возрастной группе 19-25 лет, 8% – 26-40 лет, 30,7% – до 18 лет, оставшиеся 2% – 41 год и больше. 93,5% опрошенных не имели экономического образования, при этом большая часть (64,8%) – имеют высшее или неоконченное высшее образование. 16,6% опрошенных – трудоустроены, 5,5% – самозанятые; 3% – находятся в поиске работы; большая часть опрошенных – студенты ВУЗов (70,4%).

Вопросы теста были условно разделены на 4 группы: 1) знание основ планирования и исполнения личного бюджета; 2) знания основ налогообложения личных доходов; 3) знание основ личной финансовой безопасности; 4) знание основных принципов кредитования и основ пользования кредитными средствами.

20,6% опрошенных считают себя финансово грамотными, 71,9 % испытывают неуверенность в знаниях и навыках; 7,5% считают, что не имеют знаний и навыков в финансовой грамотности (53% среди давших такой ответ – лица возрастом до 18 лет, 13,3% – в возрасте от 26 до 40 лет, 6,7% – в возрасте старше 40 лет).



Рис. 1. Данные опроса по основам расходования средств и формирования сбережений



Рис. 2. Данные опроса по основам финансовой безопасности

Как видим из рисунка 2а) около 25% опрошенных готовы сообщить пин-код карты при выполнении покупок онлайн. Ожидаемо, большая часть опрошенных, давших такой ответ находятся в возрасте до 18 лет (47%) и в возрастной группе 19-25 лет (39%). Свыше 12% готовы передать данные или перейти по ссылке, указанной в электронном письме в случае получения «сообщения о банковской ошибке». Данные ответа на вопросы блока о финансовой безопасности свидетельствуют о низких показателях финансовой грамотности в этом вопросе, а соответственно и о высоком риске стать жертвой мошенничества.

По вопросам налогообложения личных доходов ситуация более пессимистичная. Лишь 33,7% опрошенных знают ставку налога на доходы физических лиц, при этом, 21,2% респондентов, давших неправильный ответ – трудоустроены или самозанятые. Немного больше половины опрошенных (53,8%) знают о налоговых вычетах по НДФЛ, которые могут применяться по налоговому законодательству. При этом, 25% опрошенных. Которые дали неправильный ответ на этот вопрос – трудоустроены или самозанятые.

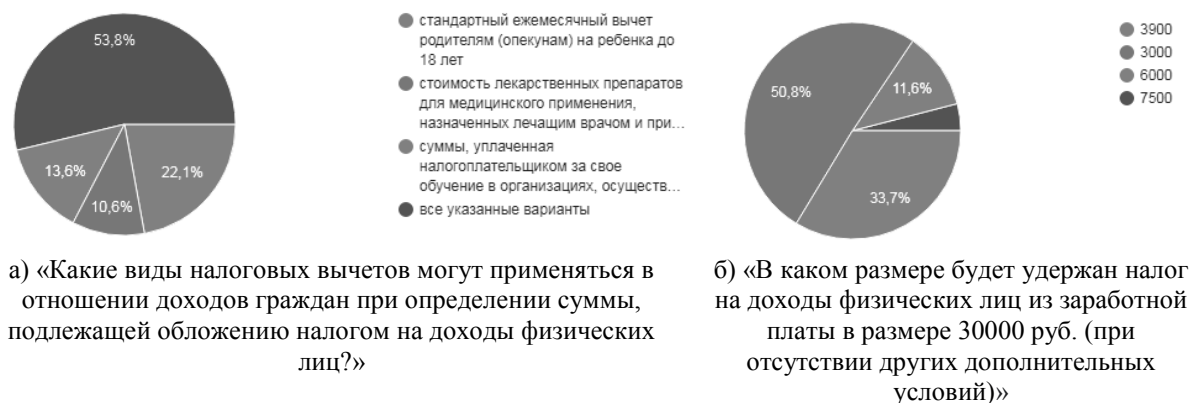


Рис. 3. Данные опроса по основам налогообложения доходов физических лиц

Самыми тяжелыми для респондентов оказались вопросы, связанные с расчетом платы за пользование кредитом, а также определением доходов от инвестиций. По данной группе вопросов о финансовой грамотности результаты оказались самыми низкими.

При расчёте платы за пользование кредитными средствами лишь 20% опрошенных дали верный ответ. А при расчете дохода от размещения сбережений в инвестиции – 24,7%.

Выводы. Исследование позволило сделать вывод, что умелое управление финансовыми ресурсами лежит в основе финансовой грамотности, так как финансовая грамотность – это набор базовых знаний о финансах, банковском деле, страховании и составлении личного финансового бюджета, принять риски, которые могут возникнуть при их использовании, грамотно накапливать сбережения и выявлять подозрительные (мошеннические) схемы вложения денег.

По окончании проведения теста выявился недостаток финансовых знаний у граждан, что ведет к тому, что значительная часть населения, независимо от величины доходов или места работы, принимает не всегда верное решение в управлении собственными финансами.

Рекомендации по повышению финансовой грамотности у населения:

проводить больше обучающих программ по финансовой грамотности для всех желающих, как в очном, так и в дистанционном формате;

изменение стереотипности мышления населения об использовании интернет ресурсов для управления капиталом;

привлечение больших, средних и малых частных компаний для проведения программ по повышению финансового образования и финансовой грамотности населения в регионах.

Список литературы:

1. Куричева, М. Ю. Опыт повышения финансовой грамотности населения калужской области / М.Ю. Куричева // Финансовая грамотность населения: проблемы, региональные практики и перспективы развития: Сборник статей по материалам Межрегиональной научно-практической конференции. – Калуга, 2021. – С. 112-117.
2. Измерение уровня финансовой грамотности: 3 этап, от 26.03.2021 // Официальный сайт Банка России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://cbr.ru/analytics/szpp/fin_literacy/fin_ed_intro/ (дата обращения: 28.03.2023).
3. Об утверждении Стратегии повышения финансовой грамотности в Российской Федерации на 2017-2023 годы: распоряжение Правительства Российской Федерации от 25.09.2017 № 2039-р [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 28.03.2023).

Чернявская А. А., студентка
Научный руководитель: Козаченко Ж. Н.
Донецкий государственный университет, РФ
anna-sedovo@mail.ru

ПОСЛЕДСТВИЯ ВЛИЯНИЯ САНКЦИЙ НА РОССИЙСКУЮ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ

Актуальность данной темы обуславливается тем, что год назад США, страны Евросоюза, Великобритания, Япония, Канада и некоторые другие государства ввели санкции в отношении различных секторов экономики России. Ограничения накладывали поэтапно. Санкции оказали существенное влияние на российскую экономику.

Анализ последних исследований и публикаций. Исследователи, занимающиеся проблемами санкций и их влиянием на внешнеэкономическую деятельность: Клочков В.В., Критская С.С., Шепелев И.Г., Морозов С.Г., Имамов М.М., Вагина В.О. и др.

Цель исследования – рассмотреть последствия санкций на российскую промышленность.

Результаты исследования. 2022–2023 гг. для России ассоциируются со структурной перестройкой как экономики в целом, так и ее отдельных отраслей.

В январе 2023 года промышленное производство в РФ сократилось на 2,4% в годовом выражении и на 0,6% по сравнению с декабрем 2022 года (сезонность учтена). Несмотря на массивную поддержку бюджета и высокий уровень оптимизма компаний, объем производства в этом секторе продолжает снижаться. Исключением остаются отрасли, так или иначе связанные с военным заказом и ориентированные на потребительский спрос.

Снижение промышленного производства на 2,4% в годовом выражении в январе 2023 года в разрезе укрупненных индустриальных отраслей было фактически повсеместным:

добыча полезных ископаемых – (-)3,1%;

обработка – (-)2,3%;

отрасли, связанные с водоснабжением и водоотведением, утилизацией отходов и ликвидацией загрязнений – (-)7,5%.

Незначительный рост (0,7%) показала в первом месяце года лишь энергетика.

Среди обрабатывающих производств рост выпуска демонстрировало производство:

прочих транспортных средств – (+)27,4%;

продукции – (+)4,4%;

напитков – (+)7,1%;

одежды – (+)5,5%;

компьютеров и периферии, электронных изделий – (+)5,5%;

электрооборудования – (+)0,7%.

Наибольший спад зафиксирован в производстве:

автотранспорта – (-)54,6%;

машин и оборудования – (-)22%;

древесины – (-)22,1%.

Несмотря на заметный рост оптимизма промышленных компаний, который фиксировали в январе 2023 года конъюнктурные опросы, в том числе Росстата и Института Гайдара (ИЭП), и сильное увеличение госрасходов на экономику в конце

2022 года, с учетом сезонности по сравнению с декабрем выпуск в промышленности снизился на 0,6%.

Росстат опубликовал официальные данные о состоянии промышленного сектора России в феврале 2023 года. Итак, объемы промышленного производства в феврале 2023 года сократились на 1,7% относительно аналогичного периода 2022 года и на 2,1% по сравнению с январём 2023.

Разбивка по отраслям промышленности даст более четкое представление о том, что происходит, поскольку, несмотря на спад в секторе в целом, в некоторых его частях наблюдался рост.

Начнём с отраслей, которые сократили производство в феврале 2023 года по сравнению с аналогичным периодом 2022 года:

производство автотранспортных средств, прицепов и полуприцепов – (-)49,8%;

производство лекарственных средств и материалов, применяемых в медицинских целях – (-)22,0%;

добыча прочих полезных ископаемых, включая камень, щебень и песок – (-)20,6%;

обработка древесины и производство изделий из дерева и пробки – (-)17,7%, производство бумаги – (-)8,8%;

производство машин и оборудования, не включенных в другие группировки (в том числе станкостроение, выпуск металлургического, горнодобывающего оборудования, сельскохозяйственной техники и т.п.) – (-)13,0%;

добыча угля – (-)4,7%;

добыча металлических руд – (-)4,6%;

добыча нефти и газа – (-)1,8%.

Таким образом, сильнее всего пострадало машиностроение, в первую очередь это связано с уходом иностранных компаний, закрытием производства и сложностью их открытия в будущем. Нехватка микросхем и комплектующих, рост цен, снижение покупательской способности также способствуют снижению производства.

Добывающая промышленность сильно пострадала из-за введения санкций, необходимости изменения стран-покупателей, полной реструктуризации логистических маршрутов, вынужденного обхода финансовых ограничений и снижения спроса на продукцию. Быстро и полностью заменить огромный рынок сбыта не удалось, но большая часть поставок была перенаправлена в «дружественные» страны.

Однако, есть и отрасли, показавшие небольшой рост в сфере промышленного производства. Итак, отрасли показавшие в феврале 2023 года рост по сравнению с февралем 2022 года:

производство готовых металлических изделий (кроме машин и оборудования) – (+)38,8%;

выпуск компьютеров, электронных и оптических изделий – (+)19,3%;

выпуск прочих транспортных средств (включая авиационную технику, судостроение и т.д.) – (+)10,3%;

производство кожи и изделий из кожи – (+)5,5%;

производство продуктов питания – (+)4,2%;

металлургическое производство – (+)1,1%.

Рост производства вряд ли можно назвать бурным, но он присутствует.

Тем не менее, в первую очередь, увеличивается рост металлургического производства и продукции из него, вероятно, за счёт увеличения государственных заказов в секторе военно-промышленного комплекса. Оборонные предприятия увеличили количество смен, задействовали больше мощностей и увеличили удельный объем производства. Кроме того, рост в этой области связан с увеличением

производства золота и драгоценных металлов, которые выросли на 7% и 5% соответственно.

Увеличение производства компьютеров, электронных, оптических изделий и других транспортных средств также связано с уходом иностранных компаний, необходимостью замещения продукции «недружественных стран» и потребностями военно-промышленного комплекса.

Выводы. Санкции оказали существенное влияние на российскую промышленность. Но она смогла перестроиться. Были найдены новые рынки для экспорта продукции, выстроены новые логистические цепочки поставок, заработал параллельный импорт для ввоза необходимых товаров через третьи страны. Введенные ограничения стимулировали импортозамещение.

Список литературы:

1. Динамика промышленного производства в феврале 2023 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/folder/313/document/202192> (дата обращения: 08.04.2023).
2. Динамика промышленного производства в январе 2023 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/folder/313/document/198871> (дата обращения: 08.04.2023).
3. О промышленном производстве в январе 2023 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/25_22-02-2023.html (дата обращения: 08.04.2023).
4. Список санкций против РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gogov.ru/articles/sanctions-5apr22> (дата обращения: 08.04.2023).

Эккерт У. С., студентка

Научный руководитель: Козаченко Ж. Н.
Донецкий государственный университет, РФ
uekkert@gmail.com

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В КОРПОРАТИВНОМ БИЗНЕСЕ

Актуальность. Современный корпоративный бизнес невозможен без использования информационных технологий. Данные технологии оказывают существенное влияние на управление бизнес-процессами, финансами, маркетингом и продажами, обеспечение безопасности, а также на развитие коммуникации и взаимодействия внутри компании и с внешними партнерами и клиентами. В настоящее время информационные технологии используются в корпоративном бизнесе для автоматизации бизнес-процессов, управления персоналом, учета и финансов, управления проектами, маркетинга и продаж, анализа данных и принятия решений. Без эффективного использования информационных технологий компании не могут быть конкурентоспособными и успешными на рынке.

Анализ последних исследований и публикаций. Среди российских ученых, разрабатывавших эту тематику, следует отметить Ю. Алексеева, В. Дудорина, В. Жеребина, И. Каракоза, М. Королева, Т. Кокориеву, В. Мальцева, М. Совалова, В. Самборского и др.

Дальнейшая разработка этой тематики шла в контексте современных возможностей вычислительной техники и телекоммуникаций. Отечественная школа

представлена здесь именами О. Вершининой, А. Гранберга, А. Гапоненко, О. Григорьева, С. Ермолаева, Капралова, Е. В. Костюка, А. Нанавян, Н. Прохорова, Г. Рябова, Е. Седых, Г. Смолян, С. Супицина, Д. Фатеева, Н. Федоренко, В. Фирсова, Д. Черешкина, Е. Щукина и др.

Цель исследования заключается в том, чтобы изучить концептуальные основы использования информационных технологий в экономике как фактора повышения эффективности деятельности предприятий в современных условиях.

Результаты исследования. Информационные технологии (ИТ) являются ключевым фактором в развитии современного корпоративного бизнеса. В настоящее время, компьютеры, сети, программные системы и другие ИТ-технологии являются неотъемлемой частью любого предприятия.

Среди наиболее популярных инструментов, которые используют корпорации, можно выделить следующие: системы управления проектами, системы управления контролирующими процессами, системы управления ресурсами предприятия, системы автоматизации маркетинга и т.п. (рис. 1). Их использование позволяет повысить результативность работы персонала, улучшить качество предоставляемых услуг и ускорить процессы.

Важным элементом внедрения ИТ в корпоративный бизнес является создание общей информационной системы, которая объединяет все подразделения компании, позволяет им обмениваться информацией, контролировать выполнение задач и получать актуальную информацию для управленческих решений.

Один из основных элементов такой системы – корпоративный портал. Он позволяет сотрудникам иметь доступ к нужной им информации, общаться друг с другом, посылать сообщения и выполнять свои задачи. Благодаря portalу происходит сокращение времени на поиск необходимых данных, улучшается связь между сотрудниками и повышается общая эффективность работы.

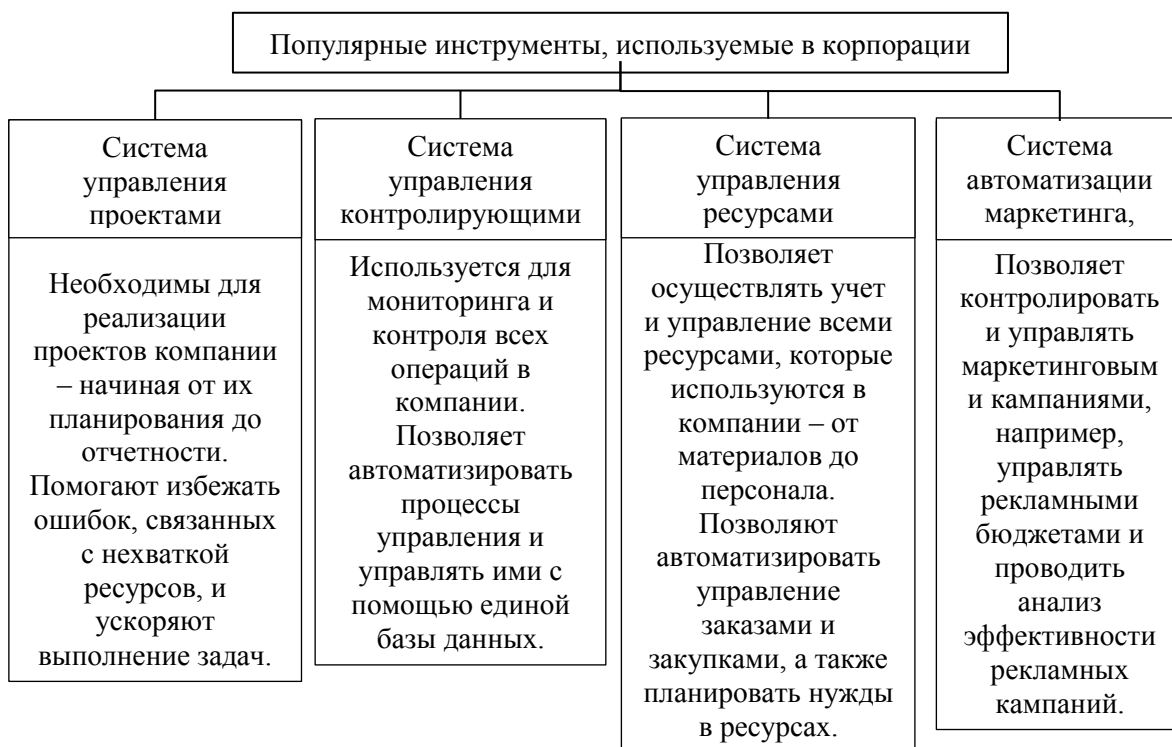


Рис. 1. Инструменты, используемые корпоративном бизнесе

Также современные корпорации активно используют облачные технологии. Использование облачных сервисов позволяет ускорить развертывание новых ИТ-проектов, сократить затраты на приобретение оборудования и программного обеспечения, улучшить доступ к данным и повысить безопасность хранения информации.

Важным компонентом ИТ в корпоративном бизнесе является аналитика данных. С помощью анализа данных компании могут получать верную информацию о своих клиентах, рынке и других важных аспектах своей деятельности. Она помогает принимать более эффективные решения, повышать качество продукции и улучшать сервис.

Несколько примеров ИТ-систем, наиболее распространенных в корпоративном бизнесе:

1. Системы управления отношениями с клиентами (CRM) – позволяют управлять информацией о клиентах и контактах (запросы, обращения, заказы, пожелания), прогнозировать продажи, а также анализировать данных для определения эффективности маркетинговых кампаний.

2. ERP-системы (Enterprise Resource Planning) – интегрированные системы управления ресурсами предприятия. Они объединяют в одной системе управление денежными потоками, ресурсами предприятия, производством, продажами и т.д.

3. Системы управления проектами – позволяют управлять графиком задач, установленных сроков выполнения задач, ресурсами и бюджетом проекта.

4. Веб-конференции или видео-конференции – облачные или локальные системы, позволяющие проводить виртуальные собрания и взаимодействия между командами, которые находятся в разных местах.

5. Системы электронного документооборота (ЭДО) – позволяют формировать, отправлять, получать и хранить документацию в электронной форме, что сокращает время на выполнение операций и уменьшает печатные затраты.

Также ИТ часто воспринимаются как нейтронные сети, часть мира будущего. Нейросеть – это искусственный интеллект (ИИ), тип машинного обучения, при котором компьютерная программа имитирует работу человеческого мозга. Она представляет собой математическую модель, которая состоит из цепочек искусственных нейронов. В последнее время, нейросети стали очень актуальны в корпоративном бизнесе, применение данной технологии может повысить эффективность работы и дать значительный прирост в развитие бизнеса.

Одно из основных преимуществ использования нейросетей в бизнесе – это автоматизация и оптимизация процессов. Для этого необходимо лишь обучить нейронную сеть на большом количестве данных, чтобы она могла самостоятельно анализировать полученные данные и принимать решения.

Например, нейросеть может использоваться для решения задач классификации, кластеризации и прогнозирования. Она может выполнять повторяющиеся операции, что особенно актуально для областей, где необходимо анализировать и обрабатывать большой объем информации. Нейросети также могут быть использованы для улучшения маркетинга и сбыта продукции. Они могут помочь с выявлением потребностей клиентов и улучшением процессов продаж. Также нейронные сети могут быть использованы для более точного прогнозирования рисков и принятия более обоснованных решений. В результате, предприятия могут увеличить свою прибыль и меньше заниматься потенциально убыточными проектами.

Вывод. Информационные технологии в корпоративном бизнесе играют важную роль. Они позволяют эффективно управлять бизнес-процессами, обмениваться информацией и повышать результативность работы всей компании. Компании, которые

сконцентрируют свое внимание на использовании информационных технологий, получают значительные преимущества перед своими конкурентами и смогут достичь большего успеха на рынке. Однако, чтобы добиться успеха с помощью ИТ, необходимо не только применять соответствующие инструменты, но и правильно организовывать работу с ними и обеспечивать их надежную защиту от угроз внешней среды. Также использование нейросетей в корпоративном бизнесе может повысить эффективность работы, значительно сократить затраты на оплату труда, снизить вероятность ошибок и упростить процессы принятия решений.

Список литературы:

1. Ковалёв, И. Л. и др. Системы корпоративного управления в сфере АПК с использованием информационных технологий и их модернизация [Электронный ресурс] // Главный зоотехник. – 2020. – №. 2. – С. 51-63. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=42327837> (дата обращения: 04.04.2023).
2. Дунаев, П.В. Корпоративные информационные системы и проблемы их внедрения на предприятии [Электронный ресурс] / П.В. Дунаев // StudNet. – 2020. – №9. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/korporativnyeyinformatsionnye-sistemy-i-problemy-ih-vnedreniya-na-predpriyatii> (дата обращения: 14.10.22).
3. Абазиева, К.Г. Цифровизация как основной вектор развития в современных условиях [Электронный ресурс] / К.Г. Абазиева, А.В. Шитик. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=48440922> (дата обращения: 04.04.2023).
4. Захаров, Д. В. Цифровизация экономики: проблемы и перспективы / Д.В. Захаров // Развитие науки, национальной инновационной системы и технологий: сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции 13 мая 2020г. – Белгород: ООО Агентство перспективных научных исследований (АПНИ). – 2020. – С. 102-107.

Секция «Маркетинг и логистика: теория и практика»

Аброськина А. В., студентка

Научный руководитель: Беспятая М. Н., канд. экон. наук., доцент
Донецкий государственный университет, РФ
abrosckinaa@gmail.com

ТАРА И УПАКОВКА В ЛОГИСТИКЕ ПЕРЕВОЗКИ ГРУЗОВ

Актуальность. Перемещение большинства товаров из сферы производства в сферу потребления невозможно без тары и упаковки. В настоящее время производители не могут обойтись без упаковки. Она несет в себе множество важных функций.

Анализ последних исследований и публикаций. В ходе изучения данной темы были использованы труды следующих авторов: Волгин В.В., Бажин И.И., Н.С. Киреева, Демичев Г.М., А.М. Гаджинский и др.

Цель исследования. Целью исследования является рассмотрение понятий тара и упаковка, требования перевозки грузов.

Результаты исследования. Учёные придерживаются единства о том, что тара не выступает самостоятельным определением и воспринимается как предмет, изделие, емкость, который имеет основное предназначение – упаковку товара. Бажин И.И. считает, что тара – это особое промышленное изделие, которое служит для упаковки товара.

А.М. Гаджинский в своей работе дифференцирует понятие тары и упаковки и считает, что тара – основной элемент упаковки, представляющий собой изделие для размещения [1]. Ф.А. Гудков замечает, что тара может быть самостоятельным и сопутствующим товаром. Тара, как самостоятельный товар приобретает предприятием для дальнейшего использования в производственном процессе или для упаковки готовой продукции собственного производства, а сопутствующий товар – поступает на предприятие вместе с приобретенными материальными ценностями.

Вне зависимости от аспектов соотношения с термином упаковки, тара, по своей природе имеет ряд ключевых признаков.

1. Наличие определенной формы. Тара существует в виде различных предметов, предназначенных для размещения определенного вида товара.

2. Зависимость свойств формы тары со свойствами товара. Например, если последним выступает жидкость, то тара будет иметь форму, позволяющую сохранить товарный вид.

3. Устойчивость к внешним воздействиям. Тара по своей природе предназначена для обеспечения сохранности товара, соответственно она должна состоять из таких материалов, что способны обеспечить безопасное для товара и окружающей среды хранение.

Упаковка, в отличие от тары имеет более подробные и широкие по своей структуре определения. При этом, что характерно, учёные определяют упаковку как внешнюю оболочку, изделие, комплекс средств, предмет, однако не упоминают о том, что под данным предметом выступает тара.

Т.М. Демичев отмечает, что упаковка – это комплекс средств, обеспечивающих защиту товара от повреждений во время его транспортировки и хранения товара и окружающей среды от деструктивного влияния [2]. Упаковка – это предметы, материалы и устройства, используемые для обеспечения сохранности товаров и

сырья во время перемещения, хранения и использования (тара); также сам процесс и комплекс мероприятий по подготовке предметов к таковому.

Взаимосвязь функций упаковки с требованиями к ней:

защитная: обеспечение конструктивных мер по защите продукции от механических и других видов повреждений;

информационная: соответствие определенным законодательным требованиям, обязывающим предоставлять информацию о продукте на упаковке;

дозировочная: обеспечение удобного размещения определенной дозы продукции;

эксплуатационная: возможность легкого закрытия при многократном использовании упакованного продукта; недоступность упаковки опасных продуктов для открытия детьми;

экологическая: наименьшее энергопотребление и загрязнение окружающей среды; возможность наилучшего способа утилизации; способность к вторичной переработке;

логистическая: устойчивость к различным климатическим условиям; приспособленность к длительной транспортировке;

маркетинговая: комплекс требований к форме, размерам, оформлению, качеству печати, содержанию информации на упаковке;

нормативная: комплекс унифицированных, устанавливаемых различными нормативно-законодательными документами требований к упаковке.

Значимым сегментом теоретических основ тары и упаковки товаров в логистике доставки грузов отводятся требованиями и правилам упаковки товаров. В своей деятельности чуть ли не ежедневно производители сталкиваются с проблемой качественной транспортировки грузов, хранения и продажи готовой продукции, то есть выполнением основных функций распределения, что возможно лишь при условии соответствующей упаковки.

Нормативную основу правил упаковки грузов в логистике формирует ГК РФ. Его нормы определяют договорные аспекты и требования к таре и упаковке товара. Так, согласно ст. 481 ГК РФ, если иное не предусмотрено договором купли-продажи и не вытекает из существа обязательства, продавец обязан передать покупателю товар в таре и (или) упаковке, за исключением товара, который по своему характеру не требует затаривания и (или) упаковки [3].

Если договором купли-продажи не определены требования к таре и упаковке, то товар должен быть затарен и (или) упакован обычным для такого товара способом, а при отсутствии такового способом, обеспечивающим сохранность товаров такого рода при обычных условиях хранения и транспортирования.

Если в установленном законом порядке предусмотрены обязательные требования к таре и (или) упаковке, то продавец, осуществляющий предпринимательскую деятельность, обязан передать покупателю товар в таре и (или) упаковке, соответствующих этим обязательным требованиям.

Тара и упаковка должны соответствовать обязательным требованиям:

а) технических регламентов Российской Федерации в силу п. 5 ст. 7 Федерального закона Российской Федерации от 27.12.2002 №184-ФЗ «О техническом регулировании» [4] Технические регламенты с учетом степени риска причинения вреда устанавливают минимально необходимые требования, обеспечивающие: безопасность излучений; биологическую безопасность; взрывобезопасность; механическую безопасность; пожарную безопасность и др.;

б) действующих стандартов и других нормативных документов федеральных органов исполнительной власти, подлежащих обязательному исполнению в целях, указанных в п. 1 ст. 46 Федерального закона Российской Федерации от 27.12.2002

№ 184-ФЗ «О техническом регулировании». Например ГОСТ 7630-96 «Рыба, морские млекопитающие, морские беспозвоночные, водоросли и продукты их переработки» [4]. Маркировка и упаковка» содержит правила и условия транспортировки специфического вида товаров, особенности маркировки и т.д. Аналогичные особенности отображены в ГОСТ 745-2014 «Межгосударственный стандарт. Фольга алюминиевая для упаковки. Технические условия» [5] и др.

в) технических регламентов государств – участников Евразийского экономического союза (далее – ЕАЭС), а также документов Европейского союза, если содержащиеся в них требования введены в качестве обязательных Правительством Российской Федерации до дня вступления в силу технического регламента в соответствии с п. 6.2 ст. 46 Федерального закона Российской Федерации от 27.12.2002 N 184-ФЗ «О техническом регулировании»;

г) технических регламентов ЕАЭС (например, п. 3 ст. 4 Технического регламента Таможенного союза «О безопасности пиротехнических изделий», утвержденного решением Комиссии Таможенного союза от 16.08.2011 № 770, который распространяется на выпускаемые в обращение на таможенной территории ЕАЭС пиротехнические изделия независимо от страны происхождения [6]. Обязательные требования к таре (упаковке) установлены также в отношении товаров, перевозимых железнодорожным и водным транспортом.

Выводы. Таким образом, было определено, что важное значение в логистике доставки грузов отводится правилам и требованиям упаковки грузов. Это подтверждается перечнем нормативных правовых актов Российской Федерации, среди которых ГК РФ, Федерального закона Российской Федерации от 27.12.2002 №184-ФЗ «О техническом регулировании», подзаконные акты, устанавливающие государственные стандарты к упаковке и маркировке грузов, международные стандарты доставки особых (опасных) категорий грузов и т.д. Основное предназначение действующих стандартов заключается в том, чтобы обеспечить безопасное для людей и окружающей среды хранение товаров, их безопасную и безвредную доставку от производителя к потребителю и др.

Список литературы:

1. Гаджинский, А.М. Логистика: учебник для высших и средних специальных учебных заведений / А.М. Гаджинский. – М.: Дашков и Ко, 2015. – 484 с.
2. Демичев, Г.М. Складское и тарное хозяйство: учебник для студентов вузов / Г.М. Демичев. – М.: Высш. шк., 2014. – 294 с.
3. Гражданский кодекс Российской Федерации: приняты 30 ноября 1994 г. (с изменениями на 28 июня 2022 года) (редакция, действующая с 1 января 2023 года) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/9027690> (дата обращения: 28.03.2023).
4. О техническом регулировании: Федеральный закон Российской Федерации от 27.12.2002 №184-ФЗ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_40241/ (дата обращения: 28.03.2023).
5. ГОСТ 7630-96 «Рыба, морские млекопитающие, морские беспозвоночные, водоросли и продукты их переработки» введен в действие Приказом Росстандарта от 29.01.1998 №122 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/1200022217> (дата обращения: 28.03.2023).
6. ГОСТ 745-2014 «Межгосударственный стандарт. Фольга алюминиевая для упаковки. Технические условия» введен в действие Приказом Росстандарта от 01.09.2015 №112 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/1200115362> (дата обращения: 28.03.2023).

Агамерьянц А. А., студентка

Научный руководитель: Чиждова Н. Е., канд. экон. наук, доцент

Донецкий государственный университет, РФ

anna.agameryants@mail.ru

ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ ЛОЯЛЬНОСТЬ КАК ОДИН ИЗ ФАКТОРОВ ЭФФЕКТИВНОСТИ КОМПАНИИ

Актуальность. Рыночная конкуренция в современных условиях обусловлена высокой стоимостью привлечения новых клиентов, поэтому значимое место в деятельности любой компании отведено потребительской лояльности.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросами потребительской лояльности занимались такие отечественные и зарубежные ученые и исследователи, как Аликина Е.В., Белова Н.Н., Гембл П., Ибрагимхалилова Т.В.

Цель исследования заключается в определении потребительской лояльности, выявлении качества клиентов, которых можно считать лояльными. Описании технологии, по которой разрабатывается и внедряется программа лояльности. А также в работе раскрыта связь CRM с программой лояльности.

Результаты исследований. Потребитель, который будет называться лояльным, будет покупать продукцию определенной марки даже при невыгодной цене, нести дополнительные расходы в виде затраченного времени на дорогу и т.д. Таким образом, можно сказать, что такой потребитель собирает в себе такие признаки лояльности, как:

эмоциональная приверженность к бренду, куда входят положительное отношение и осознанный интерес к определенной марке, заключающийся в ее ценности.

видение рациональных выгод от использования товаров марки, как осязательных, так и неосознательных;

снижение интереса действиям конкурентов, то есть, проявление толерантности к недочетам марки;

положительный опыт пользования продукцией;

факт совершения последующих приобретений или осознанное намерение их совершить.

Потребительская лояльность – это образно-положительная вовлеченность потребителей касательно деятельности организации, а также всего ассортимента, который продает, производит сама компания, также это проявление положительного мнения относительно имиджа организации, торговой марке, логотипу и т.д. Проявление потребительской лояльности, то есть его одобрительного отношения к определенной компании или ее продукту и считается основой устойчивого объема ее продаж. Потребительская лояльность является одним из важнейших факторов стабильности, эффективности и успешности компании [1].

Один из основополагающих элементов лояльности – это положительный опыт, который был получен клиентом в процессе приобретения или вследствие использования определенной продукции. К примеру, если клиент в полной мере доволен качеством продукции определенной компании, то при всех неизменных условиях в другой раз он в большинстве случаев сделает свой потребительский выбор в пользу данной торговой марки.

Программа лояльности входит в системный комплекс CRM (Customer Relationship Management – управление взаимоотношениями с клиентами) и OLAP (Online Analytical Processing– анализ в режиме реального времени), а также являет информационным источником для клиентов. CRM-система и OLAP-система пришли на помощь ERP-системам (Enterprise Resource Planning – объединённым системам управления

ресурсами предприятия), а оно, в свою очередь, сформировалось тогда, когда на первое место была поставлен ассортимент и все бизнес-процессы, которые обеспечивали производство, куда входили контроль и распределение [2].

Управление взаимоотношениями с клиентами (CRM) – это деятельность, связанная с процессами по управлению каждым элементом взаимоотношений, существующие между определенной компанией и её реальными или потенциальными клиентами.

Под CRM понимается не только технология и процессы, продукты, а также и принципы осуществления бизнеса, цель которых заключается в повышении эффективности по взаимосвязи с потребителями посредством выявления уникальных продуктов и услуг и предложением таковых для клиентов. При помощи технологии можно более эффективным и действенным способом обустроить цепочку взаимоотношений между компанией и клиентами, и предоставить возможность эффективно проводить обработку данных о клиентах [3].

При применении данных систем появляется возможность и увеличивается шанс получения и повышения конкурентных преимуществ для любой компании.

Однако, существует определённая последовательность применения OLAP:

1. Определение полной потенциальной клиентской базы.
2. Выявление самых платежеспособных типов клиентов, смотря на:
объемы сбыта,
вклад в прибыль.
3. Описание основных поведенческих характеристик самых платежеспособных клиентов.
4. Установление связи и контактов с наиболее платежеспособными клиентами.
5. Управление стратегическими и тактическими процессами предприятия таким образом, чтобы она могла формировать и поддерживать лояльность наиболее платежеспособных клиентов.

В современных условиях программы лояльности входят в одни из важнейших инструментов маркетинга, с помощью которых можно увеличивать частоту и сумму покупки посредством лояльных клиентов [4].

Существует определенная технология по разработке и внедрению программы лояльности.

1. Выявление основных целей программы лояльности.

Программа лояльности обычно решает следующие задачи:

привлечение потенциальных клиентов;

удержание существующей клиентской базы;

противодействие маневрам конкурентов по переманиванию клиентов.

Воплощение в реальность сразу двух или более задач является привлекательным, однако неперспективно в большинстве случаев. Повысить значимость компании или товара для клиента будет являться самой эффективной целью программы лояльности, когда рационально сформированная программа будет со временем создавать все подходящие условия для увеличения значимости сформировавшихся отношений между клиентами и компанией. Таким образом, для эффективно действующей программы лояльности следует определить единственную маркетинговую стратегию, которая будет больше всего ей соответствовать.

2. Определение ключевых факторов программы лояльности.

Исходя из сферы бизнеса и данного положения компании на рынке, необходимо выявить ключевые факторы, на которых будет основываться сама программа лояльности. Для эффективного выбора компании необходимо в точности определять систему ценностей своих ключевых клиентов.

Таким образом, следует выявить, какие факторы будут основывать приверженность клиентов к компании, то есть, какие убедительные факты будут пояснять клиенту и другим людям, почему он снова и снова должен покупать данный товар и пользоваться данной услугой. Этим могут послужить:

специальное взаимоотношение кампании с лояльными клиентами;

особенные предоставляемые услуги, которые будут доступны лишь лояльным клиентам;

выгодные цены, предназначенные только для лояльных клиентов;

Чаще всего компании идут по простейшему пути: копируют основные факторы из других программ лояльности. Однако, эти компании заблуждаются, поскольку они не смогут повторить и чужих клиентов, а также их потребительских портрет отличается, как и конкурентное окружение, положение на рынке и т.д.

3. Экономическая целесообразность

Не существует такой программы лояльности, которая бы долго существовала без принесения материальных или нематериальных дивидендов. При этом существует множество примеров, когда при плохом расчёте экономических параметров компании разорялись, предлагая невыгодные по отношению к самой компании скидки и бонусы. Также есть примеры, когда компании получили огромный урон по репутации, отказываясь от выполнения своих обязательств.

Существуют определенные методы расчета экономической целесообразности, однако, все они показывают лишь вероятностный исход, так как многое будет зависеть от опыта и интуиции инициаторов и разработчиков программы лояльности [5].

4. Выбор инструмента

Самыми популярными инструментами являются:

фиксированная скидка, карточка на предъявителя;

фиксированная скидка, персонализированная карта;

фиксированная скидка.

5. Программа лояльности должна нравиться клиентам.

Для понимания уровня приверженность к программе лояльности клиентом, необходимо внедрить механизм по анализу отзывов клиентов. Методов сбора отзывов широк: от ящика у выхода до «тайных покупателей» и личных встреч с клиентами.

Выводы. Таким образом, следует отметить, что программа лояльности является одним из важнейших инструментов маркетинга, с помощью которых можно сформировать и поддержать лояльность самых платежеспособных клиентов, повышая частоту и сумму их сделок.

Список литературы:

1. Аликина, Е.В., Модель рекомендованного поведения потребителей услуг туристических компаний / Е. В. Аликина, А.И. Хамадиева // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2013. – № 4. – С. 292-303.
2. Белова, Н. Н. Современные тенденции маркетинга / Н. Н. Белова, Л. Б. Кудрявцева // Вестник ВГУ. Сер.: Экономика и управление. – 2014. – № 1. – С. 132-137.
3. Гембл, П. Маркетинг взаимоотношений с потребителями / П. Гембл, М. Стоун, Н. Вудкок. – М.: Изд-во Торговый дом «Гранд». – 2002. – С. 250-252.
4. Ибрагимзалилова, Т.В. Специфика Маркетинго-ориентированного управления / Т. В. Ибрагимхалилова// Торговля и рынок. – 2019. – №3, том 1. – С. 148-158.
5. Ибрагимзалилова, Т.В. Современный инновационный маркетинг организации: понятие, классификация, направление развития / Т. В. Ибрагимхалилова, А.С. Зайчук // Торговля и рынок. – 2018. – №4, том 2. – С. 66-74.

Акимов А. И., студент
Российский университет транспорта, РФ
tipartem@yandex.ru,

Демина Е. А., студент
Самарский государственный университет путей сообщения, РФ
demina.lizaa@gmail.com,

Ладецкая М. Д., студент
Самарский государственный университет путей сообщения, РФ
ladeckayamaria@gmail.com

Научный руководитель: Герасимова Е. А., канд. экон. наук, доцент
Самарский государственный университет путей сообщения, РФ

ЛОГИСТИКА СНИЖЕНИЯ АВАРИЙНОСТИ НА ВОДНОМ ТРАНСПОРТЕ

Актуальность. В статье рассмотрено понятие общей аварии на водном виде транспорта, дана классификация происшествий, перечислены причины и последствия аварий. Разобрана катастрофа «Титаника»

Для устойчивого функционирования торгово-транспортных систем необходимо обеспечение всех видов безопасности на всех этапах и во всех звеньях логистических цепочек доставки. Известно, что большая часть внешнеторговых перевозок осуществляется с участием морского транспорта.

Результаты исследования. Известно, что Авария на морских (речных) судах – это опасное происшествие, приведшее к гибели людей, причинению вреда здоровью, уничтожению и повреждению транспортных средств или ущербу окружающей природной среде. Из положения о порядке расследования аварий на морских судах предусматривается следующая классификация ЧС, возникающих на водном транспорте [1-5].

Кораблекрушение – гибель судна или его полное конструктивное разрушение. Авария – повреждение судна или его нахождение на мели не менее 48 ч (пассажирского судна – 24 ч). Аварийное происшествие – то же самое, что и авария, но меньшей продолжительности. К катастрофам в широком понимании этого слова можно отнести все кораблекрушения и аварии, повлекшие за собой человеческие жертвы.

Общей аварией признаются убытки, понесенные вследствие намеренно и разумно произведенных чрезвычайных расходов или пожертвований в целях сохранения от общей опасности судна, груза и провозной платы. Общая авария распределяется между судном, грузом и провозной платой соразмерно их контрибуционной стоимости во время и в месте окончания общего предприятия, определяемой в соответствии со ст.154 настоящего Кодекса.

Различают следующие виды общей аварии: Выбрасывание груза за борт; Тушение пожара; Намеренная посадка судна на мель; Снятие судна с мели; Заход судна в место убежища; Перемещение на борту судна, выгрузка либо обратная погрузка груза, топлива или предметов снабжения; Временный ремонт судна; Постоянный ремонт судна; Задержка судна ради общей безопасности; Признание судна непригодным к плаванию; Спасание судна с грузом; Меры по предотвращению или уменьшению ущерба окружающей среде; Повреждение или гибель груза, топлива либо предметов снабжения; Потеря фрахта; Заменяющие расходы; Гибель судна.

В современных условиях судоходства, считавшиеся когда-то классическими примерами общей аварии случаи пожертвования частью судового имущества или груза (выбрасывание груза за борт, сжигание судового оборудования вместо топлива, затопление горящего судна и т. п.) встречаются сравнительно редко. Вследствие

увеличения размеров судов, расширения сети портов, создания во многих странах специализированных спасательных служб и организаций, улучшения средств связи судовладельцы гораздо чаще прибегают к другим способам спасения судна и груза от общей опасности – к использованию услуг спасателей, заход в порт-убежище, и др.

Происшествия на воде неизменно сопровождаются рядом возникающих трудностей и особенностей: Скорость движения транспорта, как правило, высока, что становится причиной травм пострадавших и их быстрой гибели; Задержка при оказании помощи из-за сбоя в получении достоверной информации о ЧП. На момент прибытия спасательной группы в большинстве случаев происходит увеличение количества жертв; Незнание пассажирами элементарных навыков выживания на воде; Отсутствие специальной техники для эвакуации и тушения пожаров на начальном этапе; Затруднение при определении количества пострадавших, а также невозможность доставки их в специализированные медицинские учреждения; Организация поисков останков на больших площадях; Необходимость восстановления транспортного сообщения в максимально сжатые сроки.

Осенью количество аварий морских объектов возрастает многократно. В этот период море часто штормит, а из-за разницы температур водной поверхности и воздуха возникают туманы.

Причины аварий могут быть как природного характера, так и по вине человека. К первым относятся: густые туманы, дрейфующие айсберги, мели, шторм, подводные скалы, бури, метели.

Человеческий фактор включает ошибочные решения капитана судна либо оплошности других членов экипажа, недоработки на этапе строительства и проектирования корабля, безответственное отношение к плановым осмотрам и текущим ремонтным работам, перегруз и/или неравномерное распределение груза на борту.

Частым последствием кораблекрушений является гибель людей. Это происходит в результате полученных травм, утопления, гипертермии (переохлаждение) в холодной воде, отравления ядовитыми токсинами при пожарах. Нередко при затоплении корабля образуется воронка, которая затягивает людей, находящихся в ее зоне, на дно. Выбраться из водоворота удается немногим.

Самые разрушительные последствия аварий на водном (морском) транспорте связаны с попаданием нефтепродуктов в морские воды при столкновении или разрушении нефтеналивных судов. В результате таких катастроф образуется пленка на водной поверхности, вызывающая массовое уничтожение птиц, рыб, растений и млекопитающих. Всей экосистеме, включая рыбный промысел, наносится непоправимый ущерб.

«Титаник» – самый огромный и шикарный лайнер своего времени. Его, не стесняясь, называли непотопляемым, и он действительно казался таким. Он отправился в своё первое плавание в полдень десятого апреля из английского порта Саутгемптон. Конечным пунктом следования должен был стать американский город Нью-Йорк. Но до берегов США «Титаник», как известно, не доплыл...

14 апреля 1912 года лайнер на всех парах (со скоростью 22,5 узла) шел по Северной Атлантике. В 23:39 впередсмотрящий Фредерик Флит заметил айсберг. Но было уже слишком поздно, он находился в 650 м от корабля. Мужчина незамедлительно оповестил о нем первого помощника капитана Уильяма Мёрдока. Тот сразу же отдал приказ рулевому Роберту Хитченсу повернуть налево и перевел рукоятки машинных телеграфов в положение «полный назад». Чуть позже он скомандовал повернуть направо, однако неповоротливое судно не успело этого сделать и в 23:40 столкнулось с айсбергом. В результате столкновения в обшивке правого борта

образовалось шесть пробоин суммарной длиной около 90 м. Поврежденными оказались 5 носовых отсеков, которые мгновенно начали заполняться водой. Система непотопляемости лайнера была на это не рассчитана. Около 02:20 «Титаник» полностью скрылся под океанской водой. Лайнер был настолько огромен, что тонул целых 160 минут. После того, как корма полностью погрузилась под воду, на поверхность выплыли сотни человек. Они плавали в ледяной воде среди различных вещей с корабля: деревянных балок, предметов мебели, дверей и т.д. Многие пытались использовать всё это как плавсредство. Температура океанской воды в ту ночь составляла -2°C . Человек здесь умирал от сильнейшего переохлаждения, в среднем в течение получаса. Число погибших в этом кораблекрушении составило, по разным сведениям, от 1400 до 1517 человек (точную цифру трудно назвать, потому что на «Титанике» оказалось много безбилетников). Таким образом, смогли спастись 60% пассажиров из кают первого класса, 44% – из кают второго класса, 25% – из тех, кто купил билеты третьего класса. В результате мы можем сделать вывод о том, что кораблекрушение «Титаника» привело к катастрофе, а именно к событию с большими человеческими жертвам, а также весьма трагическим последствиям.

Выводы. Для устойчивого функционирования торгово-транспортных систем необходимо обеспечение всех видов безопасности на всех этапах и во всех звеньях логистических цепочек доставки, а также во всех видах сообщения, особенно при осуществлении мультимодальных и синхромодальных грузовых перевозок [6-10].

Список литературы:

1. Майвами Е.Р. Харди Перевозка грузов морем / Майвами Е.Р. Харди; сокр. пер. с англ. Л.А. Богдановой; под ред. Ю.П. Дробинина. – М.: Транспорт, 1981.
2. Ассоциация диспашеров. Торгово-промышленная палата СССР. М.: 1990.
3. Вопросы морской перевозки. Обзорная информация. «Морское право и практика», информ. сборник № 53 /279/, 1972.
4. Гревцова, Т.П. Ответственность морского перевозчика за несохранность груза / Т.П. Гревцова. – Л.: 1973.
5. Кокин, А.С. Юридический справочник капитана судов заграничного плавания / А.С. Кокин. – Л.: Изд-во Межд. Фонда истории науки, 1991.
6. Куренков, П.В. и другие. Синхромодальные перевозки и тримодальные терминалы как перспективные направления развития логистических технологий / П.В. Куренков // Транспорт: наука, техника, управление. – 2018. – № 11. – С. 13-17.
7. Куренков, П.В. и другие. Перспективные направления развития политранспортной логистики / П.В. Куренков // Железнодорожный транспорт. – 2019. – № 3. – С. 36-41.
8. Куренков, П.В. и другие. Синхромодальные и КО-модальные перевозки, А-модальный букинг и тримодальные терминалы как перспективные направления развития транспортной логистики / П.В. Куренков // Логистика. – 2018. – № 12. – С. 34-39.
9. Куренков, П.В. Логистика международных интермодальных грузовых перевозок / П.В. Куренков, А.А. Сафронова, Д.Г. Кахриманова // Логистика. – 2018. – № 3 (136). – С. 24-27.
10. Куренков, П. В. и другие. СИНХРОмодальность, КО-модальность, А-модальность и ТРИмодальность – важные составляющие современной ПОЛИтранспортной логистики / П.В. Куренков // Бюллетень ОСЖД. – 2018. – № 5-6. – С. 37-44.

Бабаев М. О., студент

Научный руководитель: Дудник В. В., канд. экон. наук, доцент

Донецкий государственный университет, РФ

mistika15.06@mail.ru

КОНФЕРЕНЦИИ И ВЫСТАВКИ КАК ОДИН ИЗ ИНСТРУМЕНТОВ СОБЫТИЙНОГО МАРКЕТИНГА

Актуальность. Событийный маркетинг является широким понятием, принимающим различные значения в зависимости от контекста. В общем смысле, событийный маркетинг предполагает использование опыта и событий в качестве маркетингового канала для продвижения бренда, услуги или продукта. При этом мероприятия могут быть виртуальными, очными или гибридными, каждое из которых имеет свой набор характеристик, плюсов и минусов. Организации и частные лица принимают участие в маркетинге событий в различных формах, в том числе спонсирование, выставки, выступления, организация или посещение мероприятий.

В отличие от других маркетинговых каналов, событийный маркетинг уникален, потому что он объединяет аудиторию и организации лично. В часто насыщенном и загроможденном маркетинговом пространстве мероприятия могут создавать глубокие и долгосрочные отношения.

Целью исследования является рассмотрение сущности понятия «выставка», а также определение возможностей использования данного мероприятия в инструментарии событийного маркетинга.

Результаты. Торговые выставки являются одним из способов привлечения клиентов и налаживания контактов с другими компаниями в отрасли. Даже в нынешний цифровой век невозможно заменить общение лицом к лицу.

Торговые выставки несут в себе множество преимуществ для бизнеса. Они дают возможность лично пообщаться с потенциальными клиентами, которые пришли на выставку, потому что заинтересованы в данном месте. В этом смысле они гораздо более привлекательны, чем «холодные» клиенты, которым можно позвонить по телефону или отправить электронное письмо.

Маркетинг на выставках дает возможность инвестировать в лучшие выставочные стенды и методы, которые могут заставить компанию выглядеть более привлекательной и развитой, чем она есть на самом деле. Торговые выставки также дают возможность выступить с докладом «один ко многим», который поможет продвинуть идеи и укрепить лидерство.

Торговые выставки создаются для того, чтобы дать компаниям возможность продемонстрировать свою продукцию или услуги. Ежегодно в США проводится около 13 000 торговых выставок. Часто это очень крупные мероприятия, на которых присутствуют как потенциальные клиенты, так и профессионалы отрасли, владельцы бизнеса и инвесторы. Конференции имеют схожий состав участников, но могут содержать образовательные отраслевые возможности обучения и часто включают в себя аспект торговой выставки. Примерами крупнейших отраслевых выставок являются:

1. Гостиничный бизнес – конференция по цифровому маркетингу HSMAI, ежегодная торговая выставка ААНОА (Азиатско-американской ассоциации владельцев гостиниц), конференция по технологиям в сфере гостеприимства HITEC, конференция Калифорнийской ассоциации гостиничного бизнеса.

2. Банковский сектор – BankWorld, IFGS (мероприятие по финансам и технологиям), конференция независимых ипотечных банкиров.

3. Здравоохранение – Medtrade, EMS Today, Digital Healthcare Innovation Summit.

4. Розничная торговля – ShopTalk, Future Stores – ведущая конференция по инновациям в розничной торговле, Retail Innovation Conference and Expo.

Независимо от отрасли, торговые выставки являются важной формой маркетинга. К числу основных преимуществ торговой выставки относятся: налаживание контактов с профессионалами отрасли; пополнение списка потенциальных клиентов для последующей работы с ними после мероприятия; возможность продемонстрировать свои высококачественные услуги, продукцию и знания; обучение у других компаний и конкурентоспособное представление бизнеса.

Как инструменты событийного маркетинга, конференции и торговые выставки не похожи ни на какие другие. Существует три основных вида данных мероприятий:

1. Самостоятельная конференция бизнеса. Данный тип мероприятия подразумевает организацию конференции с целью привлечения клиентов и выявления будущих перспектив. Основная цель – обучить участников идейному лидерству и поделиться дорожной картой продукта. Эти мероприятия являются наиболее дорогостоящими, поскольку само предприятие-организатор отвечает за планирование, обеспечение посещаемости и предоставление конечного опыта для аудитории.

2. Конференция клиентов. Представители компании посещают выставки, организованные клиентами, в качестве поставщика или партнера. Эти выставки могут быть тематическими, сфокусированными на различных направлениях, и бизнесмены обычно посещают ключевые доклады и выступления, церемонии награждения, проводят встречи 1-1, а также управляют стендом.

3. Отраслевые выставки. Эти выставки спонсируются и создаются известным отраслевым органом или торговой ассоциацией, и предприятие участвует в них в качестве поставщика или отраслевого партнера. Эти выставки могут быть тематическими, сфокусированными на различных направлениях, и представители предприятия обычно посещают основные доклады и выступления, церемонии награждения, проводят встречи 1-1 и или управляют стендом.

Прежде чем выбрать мероприятие для посещения, проводится исследование. Крупные мероприятия дают больше возможностей, но на них выше конкуренция. Более мелкие мероприятия могут быть менее дорогими и с меньшей конкуренцией.

После выбора мероприятия и определения целей, предприятию необходимо принять решение о форме участия в нем. Возможна одна из следующих форм:

1. Основной спонсор выставки. Спонсоры получают больше преимуществ, чем обычные посетители. Многие торговые выставки предлагают уровни спонсорства с такими преимуществами, как объявление наименования предприятия в качестве спонсора, печать логотипа компании на рекламных материалах выставки, ссылки на бизнес, большой стенд, отдельная комната для переговоров на мероприятии.

2. Участник выставки с арендой стенда. Стенд – это возможность пообщаться с посетителями мероприятия, которые заглянут к вам. При его создании необходимо продумать уникальные способы выделения бизнеса среди массы стендов, чтобы получить максимальную отдачу от своего присутствия.

3. Применение приемов партизанского маркетинга, в том числе использование социальных сетей в рассказах подписчикам о том, что нравится на мероприятии, или проводя прямую трансляцию; создание неофициальной встречи для посетителей в местном ресторане; переодевание всех присутствующих сотрудников компании в футболки с логотипом и пр. При такой стратегии бизнес может получить множество преимуществ.

Независимо от того, какой уровень участия выбирает предприятие, необходимо ознакомиться с наградами, вручаемыми предприятиям на мероприятии. Получение награды – это отличный способ выделиться и получить большее признание.

Подготовка к мероприятию не ограничивается выбором формы участия. Также необходимо принять решение о том, как собирать потенциальных клиентов. Для этого можно использовать сообщения подписчикам в социальных сетях и посетителям сайта о присутствии на мероприятии. Одним из самых больших преимуществ участия в выставке или конференции является количество новых потенциальных клиентов. Фактически 72% экспонентов посещают выставку только для того, чтобы получить новые контакты. По мнению фирм-участников, недельная напряженная работа на выставочном стенде обеспечивает новые контакты и контракты, которые могут формировать до 25-30% производственной программы компании (в основном, заключаются договоры с партнерами). Кроме этого, выставки работают и на имидж компании, свидетельствуя о ее стабильном положении.

Если предприятие арендует стенд, то первым шагом должно стать создание неотразимого подхода к нему. Как только кто-то подойдет к стенду, целью представителей бизнеса должно стать получение его контактной информации или заключение сделки. Организаторы выставок обычно предоставляют процесс сбора потенциальных клиентов на выставке, который заключается либо в распространении списка участников после мероприятия, либо в сборе контактов на стенде или на различных мероприятиях по налаживанию контактов. Встречи можно назначить до посещения мероприятия со списком целевых клиентов или потенциальных клиентов.

Выставка, именно в силу интенсивности и разнообразия используемых форм и средств в ее организации, – мероприятие трудоемкое, требующее немалых затрат. Поэтому нередко проводятся не самостоятельные выставки, а коллективные, где каждый участник имеет свою секцию, бокс или стенд. Участие в такой выставке – прекрасная имидж-реклама. Здесь представляется случай продемонстрировать высокий уровень продукции и, конечно же, саму фирму. Более рентабельны не разовые выставки, а передвижные, экспонируемые в ряде мест. Некоторые фирмы организуют даже постоянно действующие выставки с эпизодически обновляемой экспозицией.

Для работы на выставках отбирают персонал, обладающий следующими качествами: умением общаться с людьми; знанием продукции фирмы, ее истории, направлений деятельности; желанием общаться с людьми; выносливостью; привлекательной внешностью.

Вывод. Выставки – это по многим аспектам прекрасное средство в умелых руках. Фактически они позволяют компаниям контактировать с аудиторией от четырех до десяти раз на протяжении всех работ по проекту, а это, на самом деле, значительная цифра, и подобных инструментов найдется не так уж и много.

Список литературы:

1. Новости цифрового маркетинга и SEO, тенденции и технологии [Электронный ресурс]. – URL: <https://blog.milestoneinternet.com/> (дата обращения: 03.04.2023).
2. Событийный (event) маркетинг – что это, примеры, виды, инструменты [Электронный ресурс]. – URL: <https://postium.ru/sobytijnyj-event-marketing/> (дата обращения: 03.04.2023).
3. Руководство по событийному маркетингу: стратегии, примеры, идеи [Электронный ресурс]. – URL: <https://inevent.com/blog/others/event-marketing-guide.html> (дата обращения: 03.04.2023).
4. Event маркетинг – понятие, преимущества и недостатки [Электронный ресурс]. – URL: <https://digital-academy.ru/blog/sobitinyiy-marketing-vidi-instrumenti-rezultati> (дата обращения: 03.04.2023).

Большакова Д. В., студент
Российский университет транспорта (МИИТ), РФ
dashabolshaya@mail.ru,

Щепеткова К. А., студент
Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС), РФ
kristina29.02@mail.ru,

Багрова И. В., студент
Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС), РФ
irina_sml00@mail.ru

Научный руководитель: Сафронов С. А., канд. экон. наук, доцент
Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС), РФ

РАЗВИТИЕ РОССИЙСКОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ КОРИДОРА «СЕВЕР-ЮГ»

Актуальность. В данной статье рассматривается общая характеристика транспортного коридора Север-Юг, его преимущества и недостатки на современном этапе. Также в статье рассматривается перспектива развития транспортного коридора Север-Юг, определены основные направления совершенствования и некоторые проблемные аспекты, связанные с реализацией такого развития.

12 сентября 2000 года было подписано соглашение о создании Международного транспортного коридора (МТК) «Север-Юг» между странами России, Индии, Ирана и Омана, позже к соглашению присоединились некоторые страны СНГ, такие как Украина, Казахстан, Белоруссия и другие страны.

Результаты исследования. МТК «Север-Юг» призван обеспечить транспортную связь между странами Балтии и Индией через Иран. Его протяжённость составит 7,2 тысячи километров. Основными преимуществами МТК «Север-Юг» перед другими маршрутами (в частности, перед морским маршрутом через Суэцкий канал) называются: сокращение в два и более раза расстояния перевозок, а также снижение стоимости перевозки контейнеров, по сравнению со стоимостью транспортировки по морскому пути.

МТК «Север-Юг» состоит из нескольких международных транспортных коридоров: №2, который проходит через Берлин, Варшаву, Минск, Москву, Нижний Новгород и заканчивается в Екатеринбурге; № 9 берет свое начало в Финляндии, проходит через Санкт-Петербург и Москву с ответвлениями на Астрахань и Новороссийск; Транспортная инфраструктура Волги и Дона, в том числе Волго-Балтийский и Волго-Донской каналы; Порты Астраханской области (Астрахань, Оля) и Дагестана (Махачкала); Коридор «Север-Юг», который определяет маршрут: порт Мумбаи (бывший Бомбей, Индия) – Индийский океан – Персидский залив – порт Бендер-Аббас (Иран) – порт Бендер-Амирабад (Иран) – порт Анзели (Иран) – Каспийское море – порт Оля (Астрахань, Россия) – Санкт-Петербург (Россия).

Коридор предусматривает три основных маршрута следования грузов относительно Каспийского моря: Транскаспийский: через порты Астрахань, Оля, Махачкала. В 2004 году была построена железнодорожная ветка до порта Оля; Восточный: прямое железнодорожное сообщение через Казахстан, Узбекистан и Туркменистан с выходом на железнодорожную сеть Ирана по действующему пограничному переходу Теджен – Серахс; Западный: направление Астрахань – Махачкала – Самур, далее по территории Азербайджана до планируемой пограничной станции Астара. По территории Ирана транзит должна обеспечивать строящаяся линия Астара – Решт – Казвин.

Перенаправление грузопотока через Каспийский хаб позволит снизить транспортные расходы на 10-15%, а продолжительность перевозки грузов сократить в 1,5 раза.

Есть перспектива увеличения грузопотока не только из Ирана, но и из Индии, поэтому создание Каспийского хаба является целесообразным. На первоначальном этапе необходимо собрать и проанализировать всю торговую и логистическую информацию по этому направлению, оценить действующие и перспективные контракты, а также проанализировать, какие грузы идут в обход по средиземноморскому маршруту, и уточнить стивидорные возможности российских портов Каспийского бассейна. Проект развития МТК «Север-Юг» предполагает увеличение грузооборота каспийских портов с 7 до 15-22 млн тонн в год, а также значительное сокращение транспортных расходов на 10-15% и продолжительность перевозки в 1,5 раза (рисунок 1) [1-4].

Главным конкурентом этого коридора является морской транспортный путь через Суэцкий канал. Однако МТК «Север – Юг» имеет несколько ощутимых преимуществ. Прежде всего, Маршрут МТК «Север-Юг» позволяет сократить продолжительность перевозки грузов на 10 – 12 дней по сравнению с традиционным морским путем через Суэцкий канал, (продолжительностью в 40 суток), а также позволяет сократить транспортные затраты на 20%. На сегодняшний день особенно активным участником данного транспортного коридора выступает Казахстан. Страна использует его для транспортировки своих экспортных товаров (в первую очередь, зерновых) в страны Персидского залива. Общий же товарооборот этого коридора оценивают в 25 миллионов тонн груза ежегодно.

Для максимальной реализации потенциальных возможностей МТК «Север-Юг» перед российской стороной стоит задача модернизации астраханского транспортного узла, дальнейшее развитие портовых мощностей которого возможно за счет продолжения строительства порта Оля, способного с выходом на проектную мощность обрабатывать до 8 млн. тонн сухих грузов в год. Отметим, за последний год заметно активизировались основные участники проекта «Север-Юг» – Россия, Иран и Азербайджан, для которых одинаково выгодна его реализация, существенно повышающая транзитный потенциал этих стран. Сразу хотелось бы подчеркнуть, что этот проект будет завершен лишь тогда, когда на иранской территории будут достроены все участки железной дороги. Именно на это в настоящее время направлены основные усилия Тегерана, Москвы и Баку.

Поэтому Азербайджан планирует вложить 60 млн евро в развитие железнодорожных объектов в иранской Астаре с целью активизации реализации проекта МТК «Север-Юг». Причем азербайджанская сторона взяла на себя обязательства по покрытию инвестиционных рисков проекта в Астаре. Говоря о планах соединения железных дорог Ирана и Азербайджана в рамках коридора «Север-Юг» необходимо отметить на необходимость строительства и участка «Решт-Астара» (внутри Ирана), как недостающего звена международного коридора.

Но и здесь есть свои трудности. Земли на данном участке являются относительно высокими по стоимости, и иранское правительство должно выкупить их у владельцев. Деньги на эти цели власти Ирана обещали изыскать, а Азербайджан в свою очередь профинансирует строительство железнодорожного участка стоимостью \$500 млн. Как утверждают представители «Иранских железных дорог», строительство участка «Решт-Астара» будет завершено через год – к марту 2018 года.

Главное преимущество МТК «Север-Юг» перед другими маршрутами, в том числе, перед морским маршрутом через Суэцкий канал, – это двукратное сокращение временных затрат на осуществление перевозок. Так сроки доставки грузов из Мумбаи в

Санкт-Петербург по традиционному маршруту через Суэцкий канал составляют от 30 до 45 дней, в то время как по сухопутному маршруту МТК «Север-Юг» могут варьироваться от 15 до 24 дней. Доставка грузов по Восточной ветви коридора, проходящей через железнодорожные пути Казахстана и Туркменистана, займет 15–18 дней.

Выводы. МТК «Север-Юг» обеспечит перевозку товаров от портов Европейских и Северо-Европейских стран — Амстердама, Гамбурга, Копенгагена, Стокгольма и Хельсинки, в Москву и Санкт-Петербург и дальше через порты Северного Каспия, проходит: во-первых — в каспийские порты стран Средней Азии — Казахстана, Туркменистана, далее через Узбекистан и Таджикистан в страны Дальнего востока и Юго-Восточной Азии; во-вторых — в каспийские порты Ирана, по территории Ирана в его южные порты в Персидском заливе (Бандар-Аббас, Бандар-Имам и пр.) и затем до Индии, Шри-Ланки, Малайзии, Сингапура, Индонезии и далее до Австралии. Кроме того, в рамках этого МТК параллельно с водными путями развивается железнодорожное и автомобильное сообщение. В перспективе планируется, что МТК «Север-Юг» будет пересекаться с Транссибом, что позволит создать большой перевалочный пункт между двумя основными МТК России. Таким образом, коридор «Север-Юг» в перспективе мог бы стать одной из основных транспортных артерий страны и аккумулировать большое количество грузопотоков из Азии в Европу [5-9].

Список литературы:

1. Сквозной путь от Петербурга до Каспия. Научная статья // Режим доступа: <https://pulse.mail.ru/article/skvozhnoj-put-ot-peterburga-do-kaspiya> 382820436511360911-7024183345806073202/.
2. Международные транспортные коридоры. / Энциклопедия ЖД [Электронный ресурс]. URL: <http://www.jd-enciklopedia.ru/2-zheleznyie-dorogi/2-3-mezhdunarodnye-transportnye-koridory/>.
3. Транспорт России [Электронный ресурс]. — URL: <https://transportrussia.ru/razdely/avtomobilnye-dorogi/8411-sever-yug-effekt-sopryazheniya.html>.
4. Министерство транспорта Российской Федерации / [Электронный ресурс]. URL: <https://www.mintrans.gov.ru/eye/press-center/news/3873>.
5. Вакуленко, С.П. и другие. Конкуренция между магистралями направления «Север – Юг» / С.П. Вакуленко // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. – 2016. – №9-2(24). – С. 23-30.
6. Куренков, П.В. и другие. Развитие транспортного коридора «Север – Юг» как стратегическая задача / П.В. Куренков // Транспорт: наука, техника, управление. Научный информационный сборник. – 2020. – №1. – С. 11-22.
7. Куренков, П.В. и другие. Мультимодальная доставка грузов из России в Иран и Индию по транспортному коридору «Север – Юг» / П.В. Куренков // Транспорт: наука, техника, управление. Научный информационный сборник. – 2020. – №3. – С. 15-23.
8. Куренков, П.В. и другие. Роль и значение пунктов пропуска через государственную границу. Железнодорожная составляющая / П.В. Куренков // Транспорт: наука, техника, управление. Научный информационный сборник. – 2021. – №1. – С. 4-10.

Бочарова Е. М., студентка

Научный руководитель: Кужелева А. А., канд. экон. наук, доцент

Донецкий государственный университет, РФ

oksana.b.2004@mail.ru

ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ СИСТЕМЫ ДОСУГОВЫХ УСЛУГ

Актуальность. Досуг для современного общества является одной из первостепенных ценностей, в этой области реализуются многие социокультурные потребности человека. Для досуговой сферы жизнедеятельности в наибольшей степени характерна свобода личности, которая проявляется в выборе форм, места, времени проведения досуга. Сфера досуга характеризуется свободой от профессиональных и семейно-бытовых обязанностей. Поэтому в современном российском обществе, в котором наблюдается нестабильность нормативно-ценностных систем, проблема досуга населения приобретает особую остроту.

Анализ последних исследований и публикаций. Особенности досуговых услуг в плоскости маркетинга изучались многими учеными: К. Лавлоком, Г. Л. Тульчинским, С. А. Фатовой, Н. М. Фроловой, Е. Л. Шековой и др.

Цель исследования – изучение особенностей маркетинговой системы досуговых услуг.

Результаты исследования. Досуг – это деятельность в свободное время вне сферы общественного и бытового труда, благодаря которой индивид восстанавливает свою способность к труду и развивает в себе в основном те умения и способности, которые невозможно усовершенствовать в сфере трудовой деятельности [1]. Следовательно, досуг как деятельность нужно понимать не пустое времяпровождение, не простое бездельничанье и вместе с тем не по принципу: «что хочу, то и делаю». Такая деятельность, осуществляемая в русле определенных интересов и целей, которые ставит перед собой человек. Усвоение культурных ценностей, познание нового, любительский труд, творчество, физкультура и спорт, туризм, путешествия – вот чем и еще многим другим может быть занят он в свободное время.

Если рассмотреть досуг в повседневной жизни, то досуговая активность призвана выполнять:

функции рекреационно-оздоровительного;

функции терапевтического типа.

Названные функции, точнее отсутствие в их применении, у многих людей может формировать состояние стресса, повышенный невротизм, психическая неуравновешенность, переходящие в устойчивые болезни.

Отметим, досуговая активность позволяет личности осознать противоположные векторы своего существования. С одной стороны, досуговые занятия создают возможность межличностного взаимодействия со многими незнакомыми людьми (во время праздников, массовых зрелищ, путешествий и т. п.) и тем самым рожают ощущение единения, всеобщей связанности людей друг с другом. С другой стороны, человек на досуге нередко стремится остаться один, ощутить умиротворяющий эффект уединения, задуматься над теми сторонами своего бытия, которые в повседневных заботах не попадают в фокус его внимания. Вместе с тем, на отдыхе человек без труда завязывает знакомства, спонтанно и дружески взаимодействует с разными людьми. Но эта свобода позволяет глубже понять особую значимость близких людей, осознать роль семейно-родственных отношений [2, с. 102].

Важнейшими компонентами культурно-досуговой деятельности выступают люди, социальные группы, организации и фирмы, которые определяются в качестве ее

субъектов. Методами культурно-досуговой деятельности определяются социально-психологические действия, направленные на эффективное достижение ее цели и основных задач.

Вопросам развития российской сферы культуры в последние годы уделяется большое внимание. Изменение приоритетов политики государства в области распределения доходов поставило данную сферу в крайне сложное финансовое положение. Культурные организации, находившиеся еще в начале 1990-х годов на полном государственном обеспечении, сейчас получают от правительства не более 40 % общей суммы расходов [3, с. 201-202]. Данное обстоятельство заставляет учреждения искать пути повышения эффективности управления и разрабатывать стратегию в области маркетинга.

В рыночных условиях главной особенностью маркетинга в сфере досуга является соединение трех его направлений. Кроме привлечения потенциальных потребителей можно выделить управление отношениями с покровителями, создание репутации и системы внутреннего менеджмента учреждения.

Отметим, что разные области маркетинга в сфере культуры неразрывно взаимосвязаны. Учреждение, качественно разрабатывающее свою индивидуальную, высокопрофессиональную рабочую программу, становится более интересным для посетителей и для общества в целом. Внимание прессы, создание собственного уникального имиджа и прочной репутации позволяют привлечь интерес частных и корпоративных покровителей (спонсоров), что, в свою очередь, способствует улучшению внутренней работы учреждения и созданию индивидуальной рабочей программы.

Следовательно, направления маркетинговой деятельности культурных организаций действуют последовательно, друг за другом – по спирали, переходя с каждым витком на качественно иной, более высокий уровень развития. Брайан Брайан называет эту взаимосвязь «спиралью успеха», или «спиралью неудачи» – в зависимости от получаемых результатов [4, с. 97].

Анализируя направления маркетинга в сфере культуры, следует рассмотреть маркетинговую среду, которая служит ключевым моментом процесса управления. Маркетинговая среда складывается из совокупности факторов на макро- и микроуровнях, напрямую влияющих на эффективность работы организации.

Макросреда включает в себя такие социальные факторы, как политические, экономические, демографические, социокультурные, научно-технические, которые определяют развитие сферы культуры. В то же время сфера культуры отличается устойчивыми обратными связями со своей макросредой, которые заключаются в непосредственном влиянии на формирование личности, культурного уровня нации, что, в конечном счете, воздействует на само отношение к сфере культуры.

Микросреда наряду с макропроцессами также имеет важное значение. Микросреда в свою очередь может быть подразделена на две составляющие: внутреннюю и внешнюю.

Внешней средой маркетинга является окружающая среда, на которую фирма выходит со своими маркетинговыми мероприятиями. В сфере досуга она включает реальных и потенциальных посетителей, спонсоров, покровителей, партнеров, конкурентов, а также общественность в лице средств массовой информации и иных лиц, формирующих общественное мнение как о работе культурной организации, так и о культуре в целом.

Внутренняя среда маркетинга включает тех лиц и те силы, которыми осуществляется маркетинг внутри фирмы. Как правило, в культурных организациях имеются службы, которые планируют, разрабатывают и осуществляют маркетинговые

программы отдельно для посетителей, друзей культурной организации, спонсоров и т. д. [4-6].

Выводы. Культурно-досуговая деятельность создает для человека возможности реализовать потребности и аспекты его внутреннего развития, что невозможно в полной мере в деловой сфере, в домашнем хозяйстве, на фоне повседневных забот. Тем самым реализуются компенсаторные функции, поскольку в утилитарных областях практики ограничена свобода действий и выбора. Особо следует выделить воспитательные и просветительные функции культурно-досуговой деятельности. Все это говорит о высоком значении культурно-досуговой деятельности в жизни каждого человека.

Важнейшими компонентами культурно-досуговой деятельности выступают люди, социальные группы, организации и фирмы, которые определяются в качестве ее субъектов. Именно развитие рыночных отношений культурно-досуговой деятельности вплотную приблизилась к маркетинговым технологиям, в основании которых лежит проблема поиска и удовлетворения потребностей отдельных граждан или социальных групп. Сама же культурно-досуговая деятельность постепенно трансформируется в индустрию досуга, что набирает все большую и большую популярность.

Список литературы:

1. Фролова, Н. М. Досуговая деятельность [Электронный ресурс] / Н. М. Фролова – Режим доступа: <https://nsportal.ru/vuz/pedagogicheskie-nauki/library/2014/11/25/dosugovaya-deyatelnost> (дата обращения: 01.04.02023).
2. Фатова, С. А. Особенности стратегии маркетинга услуг культурно-досуговых организаций [Электронный ресурс] / С. А. Фатова // Петербургский экономический журнал. – 2013. – № 2. – С. 100-103. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-strategii-marketinga-uslug-kulturno-dosugovyh-organizatsiy?ysclid=lgf4p90ksf891969609> (дата обращения: 01.04.02023).
3. Лавлок, К. Маркетинг услуг : персонал, технология / К. Лавлок. – М.: Вильямс, 2005. – 997 с.
4. Маркетинг в сфере развлечений [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/marketing/95902-marketing-v-sfere-razvlecheniy?ysclid=lgf4x6fb9249549364> (дата обращения : 01.04.02023).
5. Тульчинский, Г. Л. Менеджмент в сфере культуры: учеб. пособ. / Г. Л. Тульчинский, Е. Л. Шекова. 4-е изд., испр. и доп. – СПб.: Изд-во «Лань»; Изд-во «Планета музыки», 2009. – 496 с.
6. Котлер, Ф. Основы маркетинга. Краткий курс / Ф. Котлер. – М.: Вильямс, 2011. – 496 с.

Брюханов П. А., студент
Российский университет транспорта РУТ (МИИТ), РФ
bryuhanov.platon@yandex.ru,

Зотова Е. В., студент
Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС), РФ
zotova.yelizaveta@bk.ru,

Джумаева А. И., студент
Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС), РФ
dzhumaevaa9@gmail.com

Научный руководитель: Куренков П. В., д-р экон. наук, профессор
Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС), РФ

ВНЕШНЕТОРГОВЫЕ ПЕРЕВОЗКИ ЧЕРЕЗ ПОРТ ВЛАДИВОСТОК

Актуальность. В статье рассмотрена организация морских перевозок от порта «Владивосток». Маршрутная сеть состоит из следующих назначений: Владивосток – Эгвекинот – Анадырь, Владивосток – Магадан – Восточный, Владивосток – Корсаков, Владивосток – Петропавловск Камчатский, Владивосток – Курильск - Южно Курильск – Малокурильское. Рассмотрены основные перевозочные документы для морских перевозок, а также для железнодорожных перевозок, связанных с перегрузкой груза на морское судно.

Результаты исследования. Обеспечение хозяйственных нужд населения городов Север-Востока и Дальнего Востока России осуществляется в прямом смешанном железнодорожно-водном сообщении (ПСЖВС).

На рисунке каждый морской маршрут показан разным цветом. Серым цветом указан головной порт – Владивосток. Именно от него грузы, поступающие с железнодорожного транспорта, продолжают свой путь уже по морю. Голубым цветом указан маршрут от Владивостока до населенных пунктов Чукотского АО. Сначала судно заходит в город Эгвекинот, затем в Анадырь. Далее судно возвращается обратно во Владивосток. Зеленым цветом указан маршрут от Владивостока до ведущего города Магаданской области – города Магадан. Судно заходит в его порт, находится под грузовыми операциями и возвращается обратно во Владивосток, при этом заходя еще в порт Восточный. Оранжевым цветом указан маршрут от Владивостока до населенного пункта острова Сахалин - города Корсакова. Судно заходит в его порт, находится под грузовыми операциями и возвращается обратно во Владивосток. Коричневым цветом указан маршрут от Владивостока до ведущего города полуострова Камчатки – города Петропавловск-Камчатский. Судно заходит в его порт, находится под грузовыми операциями и возвращается обратно во Владивосток. И розовым цветом указан последний маршрут на сети. Это маршрут от Владивостока до населенных пунктов Курильских островов. Судно заходит в каждый порт каждого острова. Сначала оно заходит в Курильск, потом в Южно-Курильск, затем в Малокурильское. Отметим теперь какие перевозочные документы применяются для морских перевозок. Обязательно предоставляется заявка на перевозку груза. Также может предоставляться паспорт транспортного средства – документ, содержащий сведения об основных технических характеристиках транспортного средства, идентификационные данные основных агрегатов.



Рис. 1. Маршрутная сеть морских перевозок от порта Владивосток

В целом комплект перевозочных документов располагается в следующей последовательности: накладная; дорожная ведомость; копия дорожной ведомости; корешок дорожной ведомости; свидетельство об укладке и креплении груза.

Теперь рассмотрим подробно технологию работы каждого порта, принимающего морские суда по вышеуказанным маршрутам.

Владивосток. У порта Владивосток оборудован крупный контейнерный терминал. Перед попаданием контейнера на судно состав поезда прибывает на станцию Владивосток, затем вагоны передаются на перегрузочные пути к площадке и далее контейнеры перегружаются порталным краном на судно или если необходимо ожидать, то временно хранится на площадке и перегружается туда.

Восточный. У порта Восточный оборудован крупный контейнерный терминал. Перед попаданием контейнера на судно состав поезда прибывает на станцию Восточный порт, затем вагоны передаются на перегрузочные пути к площадке и далее контейнеры перегружаются порталным краном на судно или если необходимо ожидать, то временно хранится на площадке и перегружается туда что в большинстве случаев так и происходит.

Корсаков. У порта Корсаков оборудован небольшой контейнерный терминал. Перед попаданием контейнера на судно состав поезда прибывает на станцию Корсаков, затем вагоны передаются на перегрузочный путь к площадке и далее контейнеры перегружаются порталным краном на судно или если необходимо ожидать, то временно хранится на площадке и перегружается туда что в большинстве случаев так и происходит.

Курильск. У порта Курильск оборудована небольшая контейнерная площадка. Перед попаданием контейнера на судно фура заезжает на контейнерную площадку, далее контейнеры перегружаются ПРМ на судно или если необходимо ожидать, то временно хранится на площадке и перегружается туда.

Малокурильское. У порта Малокурильское оборудована небольшая грузовая площадка. Перед попаданием контейнера на судно фура заезжает на площадку, далее

контейнеры перегружаются ПРМ на судно или если необходимо ожидать, то временно хранится на площадке и перегружается туда.

Южно-Курильск. У порта Южно-Курильск оборудована небольшая грузовая площадка. Перед попаданием контейнера на судно фура заезжает на площадку, далее контейнеры перегружаются ПРМ на судно или если необходимо ожидать, то временно хранится на площадке и перегружается туда.

Магадан. У порта Магадан оборудована небольшая контейнерная площадка. Перед попаданием контейнера на судно фура заезжает на контейнерную площадку, далее контейнеры перегружаются порталным краном на судно или если необходимо ожидать, то временно хранится на площадке и перегружается туда.

Петропавловск-Камчатский. У порта Петропавловск-Камчатский оборудован контейнерный терминал.

Анадырь. У порта Анадырь оборудован контейнерный терминал. Перед попаданием контейнера на судно фура заезжает на контейнерную площадку, далее контейнеры перегружаются порталным краном на судно или если необходимо ожидать, то временно хранится на площадке и перегружается туда что в большинстве случаев так и происходит.

Эгвекино. У порта Эгвекино оборудована небольшая грузовая площадка. Перед попаданием контейнера на судно фура заезжает на площадку, далее контейнеры перегружаются порталным краном на судно или если необходимо ожидать, то временно хранится на площадке и перегружается туда.

Для захода в Магадан судно целиком и полностью проходит по Охотскому морю. Суда, следующие на Петропавловск-Камчатский, проходят на окраинах Тихого океана и заходят в Авачинский залив. А суда, доходящие до Анадыря и Эгвекино, проходят через окраины Тихого океана, потом по Берингову морю и заходят в Анадырский залив и залив Креста соответственно. Все вышеперечисленные суда продолжают такой путь после прохода пролива Лаперуза/Соя. Суда, заходящие в порт Восточный, пересекают Японское море и заходят в залив Находка, далее в бухту Врангеля.

Выводы. ПСЖВС играет важнейшую роль в логистике обеспечения хозяйственных нужд населения городов Север-Востока и Дальнего Востока России, особенно в связи с необходимостью реформирования внешнеторговой логистики с западного на восточное и южное направления [1-5].

Список литературы:

1. Куренков, П.В. и другие. Развитие транспортного коридора «Север – Юг» как стратегическая задача / П.В. Куренков // Транспорт: наука, техника, управление. Научный информационный сборник. – 2020. – №1. – С. 11-22.
2. Куренков, П.В. и другие. Мультимодальная доставка грузов из России в Иран и Индию по транспортному коридору «Север – Юг» / П.В. Куренков // Транспорт: наука, техника, управление. Научный информационный сборник. – 2020. – №3. – С. 15-23.
3. Куренков, П.В. Тенденции развития морского сегмента транспортного рынка в международной логистике / П.В. Куренков и др. // Логистика. – 2020. – №9. – С. 32-40.
4. Куренков, П.В. и другие. Логистика контейнерных перевозок в морском сегменте транспортного рынка. Пропускные способности контейнерных портов / П.В. Куренков // Логистика. – 2020. – №10. – С. 22-27.
5. Алфёров, В.В. Влияние динамики и тенденций мировой торговли на логистику морского сегмента транспортного рынка / В.В. Алфёров, Ф.К. Мухамадшоев, П.В. Куренков // Логистика. – 2020. – № 6. – С. 14-18.

Власов М. А., студент
Российский университет транспорта (МИИТ), РФ
max200001@mail.ru,
Данчина Д. А., студент
Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС), РФ
danchina.samgups01@gmail.com,
Дегтярева А. Н., студент
Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС), РФ
anechkadeg21@gmail.com
Научный руководитель: Карышев М. Ю., канд. экон. наук, доцент
Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС), РФ

ЛОГИСТИКА И АНТИЛОГИСТИКА В ТРАНСПОРТНОЙ ОТРАСЛИ

Актуальность. В статье описывается значимость транспортно-логистических услуг в России, а также негативное влияние террористических организаций на данную отрасль на примере теракта, произошедшего на Крымском мосту в 2022 году.

Известно, что ЛОГИСТИКА – это управление какими-либо объектами или процессами с наименьшими затратами.

Анализ последних исследований и публикаций. На протяжении многих веков, начиная с V века до Нашей эры [3] этот термин то появлялся, то предавался забвению, то вновь появлялся [14, 16, 17], то опять забывался и считался полностью утратившим своё значение и окончательно вышедшим из употребления [3].

Некоторыми учёными был выполнен анализ возникновения, толкования и употребления логистических терминов [1, 2, 4-10, 12]. В философских словарях, а также в толковых словарях иностранных слов, давались как положительные [15, 16], так и отрицательные толкования [11, 17] термина ЛОГИСТИКА и его производных, особенно в словарях, издававшихся в СССР в 50-е и в 60-е годы XX века [11].

В настоящее время этот термин звучит практически на всех телевизионных каналах, в новостных передачах, а также в выступлениях руководителей самого различного уровня.

Также ЛОГИСТИКА подразумевает использование современных информационных и компьютерных технологий при экономических мониторинге, прогнозировании и анализе различных вариантов развития тех или иных процессов. Однако, вследствие того, что в настоящее время происходит в зоне специальной военной операции (СВО), Зерновая сделка, сухогрузные суда, инфраструктура железной дороги и других видов транспорта, используемые для доставки тяжёлого вооружения для обстрела домов мирных жителей Донбасса, заставляет задуматься над тем, как назвать эти хорошо продуманные, но дьявольские и бесчеловечные по замыслу и исполнению действия.

Появились и такие термины как ЛОГОСТОНИКА и АНТИЛОГИСТИКА, пока ещё единственный раз опубликованный в работе [17]. Только что же это такое?

Действия, приводящие к жертвам мирного населения, заставляют задуматься о том, какой в таких случаях употреблять термин в отношении тщательно спланированных и осуществлённых операций по организации и проведению терактов и различных диверсий при помощи мультимодальных многоходовых итераций – АНТИЛОГИСТИКА.

Целью данной статьи является: используя материалы расследования теракта на Крымском мосту в октябре 2022 года, показать антинаучную и антисоциальную сущность действий, приводящих к жертвам среди мирного населения, тщательно

спланированных и осуществлённых операций по организации и проведению терактов и различных диверсий при помощи мультимодальных многоходовых итераций; раскрыть специфику и сущность логистики и антилогистики в условиях проведения СВО и военного времени.

К началу 2000-х годов в России одной из опаснейших проблем стал терроризм, который из года в год уносит сотни жизней, наносит многомиллионный ущерб и отражается на репутации страны, а так же несет собой вред логистической функции страны, из-за чего происходит несоблюдение сроков доставок грузов.

Статистика последних десяти лет показывает, что от 40 до 60 процентов террористических актов связано с транспортом. Самые серьезные теракты последнего времени в Российской Федерации произошли на транспорте или совершены с помощью транспорта.

Самое большое количество терактов на транспорте в России приходится на автомобильный и железнодорожный транспорт – 13 и 10 соответственно.

Один из самых ярких примеров терактов, направленных на вред транспортной логистике произошел в октябре 2022 года.

Объем грузовых железнодорожных перевозок через Крымский мост в 2021 году увеличился в 2,5 раза – до 6 млн тонн, сообщил председатель Совета министров Республики Крым Юрий Гоцанюк.

Крымский мост – самый длинный в России и Европе, соединяет Керченский полуостров (Крым) с Таманским полуостровом (Краснодарский край). Он обеспечивает бесперебойное транспортное сообщение Крыма с другими регионами России. Длина железнодорожного моста составляет 18,1 км, автомобильного – 17 км. Автомобильная часть моста начала работать в мае 2018 года, грузовое движение по нему началось позже – осенью того же года. Пассажирское движение по железнодорожной части моста открылось в декабре 2019 года, движение грузовых поездов – в июле 2020 года.

Взрыв на Крымском мосту произошёл утром в субботу 8 октября 2022 года. Взрывом было обрушено около 250 м шоссе полотна, сгорело семь цистерн грузового поезда. Погибли не менее трёх человек. Движение по мосту было полностью остановлено, что стало первым таким случаем со дня его запуска. Повреждение моста произошло менее чем через месяц после диверсии на газопроводах «Северный поток 1-2». Никто не взял на себя ответственность за взрыв, при этом украинские и американские СМИ, ссылаясь на собственные источники, заявили, что это была операция украинских спецслужб. Некоторые СМИ называют ответственной Службу безопасности Украины.

Американские журналисты из редакции интернет-портала "The grayzyone" провели весьма примечательное расследование под названием: «атаку на Крымский мост, которую совершили украинцы, а придумали британские разведчики». Расследование портала "The grayzyone" вышло через два дня после взрыва на Крымском мосту – 10 октября 2022 года. Материал получился забойный с именами, личными переписками и весьма широкой географией охвата главных героев, как это обычно и бывает. Личную переписку журналистам предоставил некий анонимный источник. Однако, говорят специалисты анонимный жертвовател информации в подобной ситуации – это подставное лицо, за которым скрывается разведка какого-нибудь государства. Самый яркий пример такого использования анонима – Джулиан Асандж. Тут частное лицо проходило просто. Разведки умеют очень правильно и грамотно использовать частное лицо для того, чтобы оно в нужный момент дало ту информацию, которая нужна. Скорее всего, это так и было. Подтолкнули человека, дали ему возможность заглянуть в какой-то документ или подслушать какой-то разговор и

получилось. Знали о том, что этот человек обязательно будет дальше двигать эту информацию.

Пример с описанным выше инцидентом наглядно демонстрирует, что террористическая деятельность на транспортной инфраструктуре способна оказать губительное влияние на экономику и аспекты транспортной логистики в целом, а так же наглядно показывает, насколько сейчас остается актуальным вопрос обеспечения безопасности на транспортной инфраструктуре.

Результаты исследования. ЛОГИСТИКА должна играть роль универсального инструментария, направленного, в первую очередь, на повышение уровня жизни, а также на:

оптимизацию функционирования каких-либо объектов или процессов, повышение качества транспортного обслуживания грузовладельцев, улучшение условий и повышение производительности труда, ускорение доставки грузов и повышение их сохранности, сокращение транспортных и прочих логистических издержек.

Особую важность ЛОГИСТИКА имеет в настоящее время в связи с реформированием транспортного рынка логистических услуг, переориентацией внешнеторговых грузопотоков с западного на восточное и южное направления.

Поэтому, с научной точки зрения, действия, приводящие к жертвам мирного населения, тщательно спланированные и осуществлённые операции по организации и проведению терактов и различных диверсий при помощи мультимодальных многоходовых итераций, представляют собой не что иное, как АНТИЛОГИСТИКУ. Этому необходимо дать должную оценку и разъяснение широкой общественности.

Список литературы:

1. Александров, В. Размышления о логистических центрах / В. Александров // Логистика. – 2002. – №3. – С. 7.
2. Андреев, А. Мнение о толковании ряда терминов / А. Андреев // Логистика. – 2003. – №2. – С. 12-13.
3. Большая энциклопедія. Словарь общедоступных свѣдѣній по всемъ отраслямъ знанія; Подъ редакціей С.Н. Южакова // С.-Пб. – 1909. – Томъ 12. – С. 280.
4. Анализ употребления логистических терминов // Транспорт: наука, техника, управление / Г.В. Бубнова, П.В. Куренков, В.Н. Емец. – 2018. – №11. – С. 18-25.
5. К понятию информации в логистике и о границах применимости блокчейн-технологий / Г.В. Бубнова, В.Н. Емец, П.В. Куренков, А.А. Тюгашев // Логистика. – 2018. – №7. – С. 46-52.
6. К толкованию «цифровых» логистических понятий / Г.В. Бубнова, П.В. Куренков, В.Н. Емец // Логистика. – 2018. – №5. – С. 44-47 (часть 1); №6. – С.49-51 (часть 2).
7. К толкованию логистических и цифровых понятий / Г.В. Бубнова, П.В. Куренков, В.Н. Емец, А.А. Тюгашев // Транспорт: наука, техника, управление. – 2018. – №5. – С. 8-16.
8. К типологии логистических центров / С.Ю. Елисеев, А.Ф. Котляренко, П.В. Куренков // Логистика. – 2003. – №3. – С. 15, 17, 19.
9. Зарегистрировать определения основных терминов // Логистика. – 2001. – №4. – С. 5.
10. Котляренко, А.Ф. К логистическим технологиям смешанных перевозок / А.Ф. Котляренко, П.В. Куренков // Логистика. – 2002. – №3. – С. 8
11. Краткий философский словарь под ред. М. Розенталя и П. Юдина. – Государственное издательство политической литературы. – 1956.

12. Куренков, П.В. Внешнеторговые перевозки в смешанном сообщении: экономика, логистика, управление / П.В. Куренков, А.Ф. Котляренко. – Самара: СамГАПС, 2003. – 636 с.
13. Логистические игры на Финско-Китайской границе // Терминал. – С.-Пб.: Август 1997. – С. 31.
14. Ничипорук, А.О. Эволюция номенклатуры и показателей качества перевозок грузов на различных видах транспорта / А.О. Ничипорук // Экономика, логистика и управление на транспорте: Вестник ВГАВТ / Вып. 52. – Нижний Новгород: 2017. – С. 157-165.
15. Резер, С.М. Логистика. Словарь терминов / С.М. Резер, А.Н.Родников. – М.: 2007. – 412 с.
16. Родников, А.Н. Логистика: Терминологический словарь / А.Н. Родников. – М.: Экономика, 1995. – 251 с.
17. Сапунов, П. Бойтесь антилогистики / П. Сапунов // Транспорт России. – 2000. – №11.

Гаврилова Ю. И., PR-менеджер

Научный руководитель: Ибрагимхалилова Т. В., д-р экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
yulia@blackline-pr.com

ТРАНСФОРМАЦИЯ МЕДИАРЫНКА В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ, ВЛИЯНИЕ НА ПОСТРОЕНИЕ ИМИДЖА КОМПАНИИ

Актуальность. Взаимодействие с медиарынком является неотъемлемым фактором при построении маркетинговой стратегии, качественно выстроенная коммуникация позволяет сделать СМИ рупором и агентом влияния в консьюмерском поле, либо в корпоративной повестке. Начиная с 2022 года, рынок претерпел беспрецедентных изменений и резко вошел в стадию стагнации, только в период с 24 февраля 2022 года в реестр заблокированных СМИ попало 106 изданий, а также под блокировку попали социальные сети, которые долгое время служили для компаний инструментом эффективного продвижения. В связи со всеми нововведениями бизнесу необходимо было в кратчайшие сроки перестроить блок PR и Social Media, чтобы не только удержать, но и не потерять связь с аудиторией, которая собиралась длительное время. Можно сказать, что с блокировкой медиа-ресурсов многие компании потеряли миллионы инвестиций, которые были направлены в рекламу и продвижение продуктов или услуг.

Анализ исследований и публикаций. В работе были использованы научные источники для пояснения базовых определений, которые изложены в публикациях Т. Ю. Матвеевой, С.В. Пономаревой, Е. Вартановой.

Целью исследования является медиарынок, как основной инструмент коммуникации и построения имиджа компании.

Основные результаты. Медиарынок – район охвата аудитории средствами массовой информации, принадлежащими той или иной компании [1] или государству. В глобальном понимании и маркетинговой стратегии рассматривать этот синдикат необходимо как инструмент достижения макро и микроэкономических задач. Изучением СМИ как отдельной отрасли рыночной экономики, а также условий и элементов медиапроизводства в современных реалиях занимается медиаэкономика [2].

А для достижения определенных макро и микроэкономических, а также маркетинговых задач неизбежно приходится находить пути взаимодействия с медиаэкономическим сектором.

Для рынка существует два варианта, по которым можно пойти. Разработать стратегию, которая будет основана на рекламе или начать привлечение внешних или внутренних специалистов по связям с общественностью.

Реклама – направление в маркетинговых коммуникациях, в рамках которого производится распространение информации для привлечения внимания к объекту рекламирования, с целью формирования или поддержания интереса к нему [3].

Связи с общественностью (PR) – это практика управления и распространения информации от отдельного лица или организации (например, бизнеса, государственного учреждения или некоммерческой организации) среди общественности с целью повлиять на ее восприятие [4].

Разница между двумя понятиями как незаметна сразу, так и колоссальна внутри. Чаще всего, реклама имеет краткосрочный характер взаимодействия с необходимой аудиторией, она нацелена на привлечение незамедлительного результата, который чаще всего выражается в денежном соотношении.

Что касается связей с общественностью – это планомерная и долгосрочная работа, которая настроена на построение имиджа и закрепление четкого позиционирования компании или ее мнения по тому или иному вопросу. Единственное, что чаще всего объединяет два этих инструмента – площадки для работы и размещения – медиарынок.

Подведем промежуточный итог в формировании единой экосистемы и для разбора дальнейших тезисов. Медиарынок – синдикат, при должной коммуникации с которым, компания может влиять на решение макро и микроэкономических вопросов в краткосрочной или долгосрочной перспективах.

Как строилось взаимодействие компаний с медиарынком до 2022 года. По состоянию на 1 января 2011 года в реестре зарегистрированных средств массовой информации числилось порядка 90 527 СМИ [5], такое изобилие на рынке помогало выстраивать имидж фактически любой компании вне зависимости от того, какой путь они выбирали, рекламы или долгосрочного развития связей с общественностью. Наличие большого количества изданий позволяло снижать цены для коммерческих публикаций и открывало возможность на интеграцию информационного материала. Связка между журналистом и менеджером по связям с общественностью работала в пользу второго, так как издания были в постоянном поиске новостей, сенсаций и комментариев. Но, стоит отметить, что внимание конечного потребителя, в каком бы сегменте он не был, было рассредоточено среди изобилия различных источников. Чревато это было тем, чтобы собрать 1 000 000 просмотров новости, специалистам приходилось делать порядка 50-70 публикаций, что в два раза больше, нежели в 2023 году. И, несмотря на это, главным достоинством для бизнеса, особенно среднего сегмента, была значительная экономия средств и большая доступность к построению благоприятного имиджа компании.

Как выстраивается взаимодействие компаний с медиарынком в 2023 году. Начиная с февраля 2022 года большинство крупных компаний взяли «режим тишины». Это позиция органически обусловлена внешними событиями и сосредоточением внимания общества на определенных новостных повестках, это и своего рода стагнация медиарынка. Состоянием на 9 июля 2022 года в России зарегистрировано 58 972 действующих СМИ [5].

Начиная со середины прошлого года, бизнес начал выходить из «режима тишины» с сокращенными маркетинговыми бюджетами на обновленный медиарынок, где стало меньше конкуренции, а, значит, перераспределился читательский поток и произошел

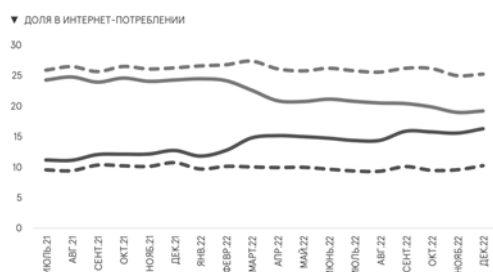
органический прирост аудитории к действующим изданиям, что влечет за собой увеличение цен на коммерческие интеграции и изменение связки между журналистом и специалистом по связям с общественностью в сторону журналиста.

Рыночная конъюнктура не изменилась в глобальном понимании, но внесла свои корректировки. В момент, когда бизнесу необходимо было оставаться на связи и сохранить лояльную аудиторию начали появляться новые неклассические формы взаимодействия, которые раньше использовались сугубо для личного общения.

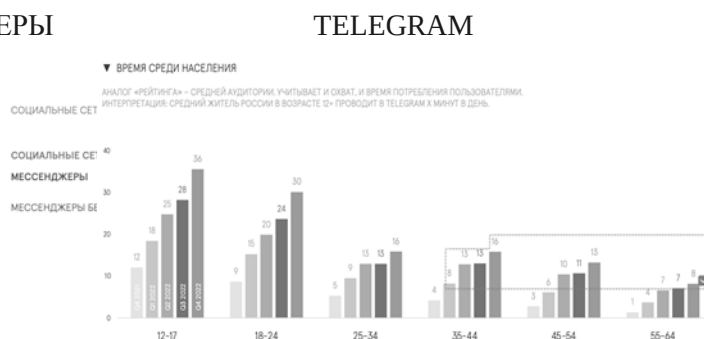
В данном случае на рынке медиаэкономики появился конкурентный игрок в виде мессенджера Telegram. По данным исследовательской компании Mediascope, 78% населения России ежедневно пользуется интернетом, при этом, доля потребления в отношении второго полугодия 2021 к 2022 году: использование социальных сетей снизилось на 4%, а мессенджеров выросло на 3%, отметим, что постоянный рост показывал именно Telegram (рис.1 а).

Интересным становится и то, что площадка показывает рост проведенного времени по всем возрастным категориям, 33% из которого приходится на новостные каналы (рис.1 б).

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ И МЕССЕНДЖЕРЫ



а) Доля в интернет-потреблении



б) Время среди населения

Рис. 1. Исследования Mediascope

Такая тенденция мгновенно привлекла к себе внимание и, на сентябрь 2022 год Telegram стал одним из наиболее доступных инструментов в построении коммуникации. Интересно то, что площадка смогла сохранить самобытность мессенджера, привнести в нее долю СМИ, а также стала привлекательной доступной платформой для продвижения лидеров мнений и блогеров.

На протяжении года, компании создавали блоги, в которые активно привлекали аудиторию с помощью рекламных «посевов». Эта возможность позволила закрыть блок микроэкономических задач компании и продолжать оставаться на связи с конечными потребителями.

Что касается макроэкономических задач, которые ставит перед собой отдел маркетинга — рынок продолжает сохранять уверенное классическое устройство, при этом тестируя выход за рамки привычных СМИ.

Выводы. Подводя итоги можно сказать, что взаимодействие бизнеса и медиа является неотъемлемой частью грамотно выстроенной маркетинговой стратегии. Состоянием на 2023 год компании сокращают бюджет на медиаработу, перераспределяют инвестиции и плавно адаптируются к медиаэкономической трансформации.

При этом рынок открыт к новым предложениям, активно тестирует новые площадки и формы продвижения. Стоит отметить, что в построении новой реальности в медиаработе рынку Российской Федерации не стоит перенимать пример зарубежных

коллег, так как ментальность и особенности российского потребителя всегда отличались от европейского.

Список литературы:

1. Медиарынок: основные понятия и термины. – Текст: электронный. – URL: <https://www.finam.ru/Dictionary/WordF01AA8/> (дата обращения: 02.04.2023).
2. Вартанова, Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран: учеб. пособие / Е.Л. Вартанова. – М.: Аспект Пресс, 2003. – 335 с.
3. Пономарёва, С. В. Реклама. Наряду со стимулированием сбыта, связями с общественностью, личными продажами, спонсорствами т. д. / С.В. Пономарева. – СПб.: ИД Нева, 2004 (ПФ Красный пролетарий). – 190 с.
4. Grunig, James E; Hunt, Todd (1984), *Managing Public Relations* (6th ed.), Orlando URL: <https://archive.org/details/managingpublicre0000unse/page/n9/mode/2up> / (дата обращения: 02.04.2023).
5. МОСКВА, 9 июля. / ТАСС. – Текст: электронный. – URL: <https://tass.ru/ekonomika/15172405?ysclid=lfx1fufqvh550054286> (дата обращения: 02.04.2023).

Грошев А. Р., студент
Научный руководитель: Чинова Н. Е., канд. экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
artev2001@gmail.com

**ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ В ПРОДВИЖЕНИИ ПРОДУКЦИИ КОМПАНИИ
«ТЕХ-ТРИ» (ООО «ГЛОБАЛ КОСТЮМ») НА РЫНКЕ**

Актуальность. В настоящее время интернет-маркетинг является одним из наиболее эффективных и перспективных способов продвижения продукции на рынке.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросами интернет-маркетинга в продвижении продукции компаний занимались такие зарубежные исследователи, как Дэвида Скотт, Шэн Уокер; журналы и издания, такие как Forbes Russia, Inc. Russia, The Village, RBK, Marketing Mix; исследовательские центры и агентства TNS, GfK, Ipsos также публикуют отчеты и исследования по теме интернет-маркетинга.

Цель исследования заключается в анализе и оценке эффективности использования интернет-маркетинга в продвижении продукции компании и определение возможных направлений развития интернет-маркетинга для продвижения продукции компании «Тех-Три».

Результаты исследований. Согласно исследованию Digital Marketing Institute, наиболее эффективными каналами маркетинга для продвижения продукции являются поисковая оптимизация (SEO), контент-маркетинг, социальные сети и email-маркетинг [1]. Рассмотрим каждый из них более подробно и их применение в контексте продукции «Тех-Три».

Поисковая оптимизация (SEO) – это комплекс мероприятий, направленных на улучшение позиций сайта в результатах поиска. Согласно исследованию Search Engine Journal, 93% интернет-пользователей начинают свой поиск в Интернете с поисковых систем [2], что подчеркивает важность оптимизации сайта под ключевые запросы. Для продукции «Тех-Три» поисковая оптимизация является важным каналом маркетинга, так

как потенциальные клиенты будут искать подробную информацию о продукции, ценах и условиях доставки.

Контент-маркетинг – это создание и распространение контента с целью привлечения и удержания аудитории. Согласно исследованию Content Marketing Institute, более 90% B2B компаний используют контент-маркетинг в своей стратегии продвижения [3]. Для продукции «Тех-Три» контент-маркетинг может включать создание статей, обзоров, видеообзоров и других материалов, которые помогут потенциальным клиентам лучше понять продукцию и принять решение о покупке.

Социальные сети – это платформы для общения и взаимодействия пользователей в Интернете. Согласно исследованию Hootsuite, более 4,2 млрд. человек используют социальные сети, что подчеркивает их значимость в маркетинге [4]. Для продукции «Тех-Три» социальные сети являются важным каналом маркетинга, так как позволяют привлекать внимание новой аудитории и поддерживать связь с уже существующими клиентами.

Email-маркетинг – это маркетинговый инструмент, который использует электронную почту для отправки коммерческих предложений, рассылок и промо-акций.

Компания «Тех-Три» занимается производством и продажей текстильных изделий, таких как постельное белье, полотенца и другие товары для дома. Ее продукция характеризуется высоким качеством и доступной ценой, что делает ее конкурентоспособной на рынке.

Целевая аудитория компании «Тех-Три» – это люди, которые ценят качество и комфорт в быту, а также экономически осознанные потребители. Согласно исследованию, проведенному компанией Euromonitor International, рынок текстильных изделий для дома будет продолжать расти в ближайшие годы, что открывает новые возможности для развития кампании «Тех-Три». Кроме того, согласно исследованию, проведенному компанией Statista, потребители все больше и больше предпочитают покупать товары онлайн, что подчеркивает важность развития интернет-маркетинга для компании «Тех-Три».

Сотрудничество крупных компаний, таких как «Сбер», «ВТБ» и «РосНефть», является важным фактором в успехе компании «Тех-Три». Это говорит о высоком уровне доверия, который имеют эти компании к продукции и бренду «Тех-Три».

Кроме того, сотрудничество с известными и популярными медиа-компаниями, такими как «ВДудь», «Пятница» и «ATL», позволяет компании расширить свою аудиторию и повысить узнаваемость бренда. Эти медиа-компании имеют большую аудиторию и позволяют компании «Тех-Три» привлечь новых клиентов и повысить лояльность уже существующих [5].

Для анализа эффективности использования интернет-маркетинга в продвижении продукции компании «Тех-Три» были проанализированы данные о продажах и маркетинговых кампаниях компании за последние 2 года.

Один из ключевых инструментов интернет-маркетинга, использованный компанией «Тех-Три», это контекстная реклама в поисковых системах. Согласно отчету компании «Yandex», в 2021 году более 80% российских пользователей интернета используют поисковые системы, такие как «Яндекс» или «Google». Контекстная реклама позволяет компании показывать рекламные объявления только тем пользователям, которые ищут товары или услуги, связанные с тематикой продукции «Тех-Три».

Важным элементом интернет-маркетинга является также наличие и поддержка аккаунтов в социальных сетях. Согласно исследованию агентства «eMarketer», в 2017 году более 70% пользователей интернета используют социальные сети [6]. Компания «Тех-Три» активно использует свои профили в социальных сетях для привлечения новых

клиентов и поддержания отношений с уже существующими.

Данные исследований показали, что использование интернет-маркетинга действительно приводит к увеличению продаж и повышению узнаваемости бренда «Тех-Три». Например, в 2021 году продажи компании увеличились на 35%, что значительно выше, чем средний рыночный показатель роста продаж в этой отрасли. Кроме того, повторные покупки увеличились на 20%, что также говорит о том, что клиенты удовлетворены продукцией и сервисом компании. Благодаря активной работе в социальных сетях, контекстной рекламе и поисковой оптимизации, количество упоминаний о компании в интернете увеличилось в несколько раз. Это привело к тому, что большинство потенциальных клиентов начали ассоциировать «Тех-Три» с качественной продукцией и высоким уровнем сервиса.

На основании анализа текущего состояния интернет-маркетинга компании «Тех-Три», были выявлены следующие направления, которые могут быть улучшены и оптимизированы для более эффективного продвижения продукции:

улучшение пользовательского опыта на сайте: необходимо обеспечить простоту навигации, быструю загрузку страниц, удобство использования интерфейса и информативность контента. Это может повысить удовлетворенность пользователей и увеличить вероятность конверсии;

расширение присутствия в социальных сетях: компания «Тех-Три» уже имеет некоторое присутствие в социальных сетях, но можно расширить диапазон используемых платформ и разработать более интересный и привлекательный контент. Это может помочь увеличить узнаваемость бренда и привлечь новых клиентов;

улучшение качества контента: необходимо создавать более интересный и полезный контент, который может быть полезен для потенциальных клиентов. Кроме того, можно использовать различные форматы контента, такие как видео, фотографии, инфографика и т.д., чтобы сделать контент более привлекательным;

оптимизация рекламной кампании: можно провести анализ эффективности рекламных кампаний и оптимизировать их для достижения максимального эффекта. Также можно экспериментировать с новыми каналами рекламы и форматами объявлений, такими как ретаргетинг, контекстная реклама и реклама в социальных сетях;

развитие мобильной стратегии: учитывая растущее количество пользователей мобильных устройств, необходимо разработать мобильно-оптимизированный сайт и приложение для мобильных устройств. Это может улучшить пользовательский опыт и увеличить вероятность конверсии;

использование аналитики и метрик: компания должна использовать инструменты аналитики и метрик для постоянного мониторинга эффективности своих маркетинговых кампаний и определения того, какие из них наиболее эффективны.

Выводы. В заключении, можно отметить, что использование интернет-маркетинга является важным инструментом для продвижения продукции компании «Тех-Три». Анализ текущего состояния показал, что компания уже успешно использует некоторые цифровые каналы маркетинга, такие как социальные сети, контент-маркетинг и поисковая оптимизация, но есть потенциал для дальнейшего улучшения и оптимизации.

Список литературы:

1. Digital Marketing Institute, What is SEO & Why Is It Important? [Электронный ресурс] // Digital Marketing Institute. 2021. 18 октября. – URL: <https://digitalmarketinginstitute.com/blog/what-is-seo-and-why-is-it-important> (дата обращения: 02.04.2023).

2. Danny Goodwin, 71 Mind-Blowing Search Engine Optimization Stats: [Электронный ресурс] // Search Engine Journal. 2021. 28 февраля. – URL: <https://www.searchenginejournal.com/seo/seo-statistics/> (дата обращения: 02.04.2023).
3. Joe Pulizzi, Do Larger Brands Really Have It Easier With Content Marketing? [Электронный ресурс]: // Content Marketing Institute. 2015. 22 апреля. – URL: <https://contentmarketinginstitute.com/articles/enterprise-content-marketing-research/> (дата обращения: 03.04.2023).
4. Claire Beveridge, Sam Lauron, 160+ Social Media Statistics Marketers Need in 2023 [Электронный ресурс] // Hootsuite. 2023. 26 января. – URL: <https://blog.hootsuite.com/social-media-statistics-for-social-media-managers/> (дата обращения: 03.04.2023).
5. TEX-TRI [Электронный ресурс]. – URL: <https://tex-tri.ru> (дата обращения: 01.04.2023).
6. FIPP connecting global media, eMarketer reveals worldwide social network users forecast [Электронный ресурс] // FIPP connecting global media. 2017. 13 июля. – URL: <https://www.fipp.com/news/emarketer-worldwide-social-network-users-forecast/> (дата обращения: 04.04.2023).

Ёлкин А. Е., студент

Российский университет транспорта (МИИТ), РФ

elkin.artem.98@mail.ru,

Калинников В. Г., студент

Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС), РФ

rusckuu.napehb@mail.ru,

Воронкова В. М., студент

Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС), РФ

lera_voronkova_2003@mail.ru

Научный руководитель: Сафронов С. А., канд. экон. наук, доцент

Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС), РФ

ЛОГИСТИКА КОНТЕЙНЕРНЫХ ПЕРЕВОЗОК В ПРИМОРСКОМ КРАЕ

Актуальность. В статье описываются: запуск новых контейнерных сервисов. Комбинирование морского и железнодорожного транспорта с целью уменьшения общего транзитного времени. В России оформление документов при процедуре таможенного транзита идет в привязке к номеру контейнера, а не к номеру железнодорожного вагона. С учетом того, что Таможенный кодекс ЕАЭС признает контейнер как «транспортное средство» международной перевозки, обеспечивается существенное сокращение времени приема груза при перевозке на приграничных и портовых станциях. Рассматривается «Транспортная стратегия Российской Федерации» от 22.11.2008 №1734-р.

Результаты исследования. Успешный опыт по субсидированию транзитных контейнерных перевозок на направлении Дальний Восток – западная граница России в 2020 году стал «триггером» запуска новых контейнерных сервисов: мировым контейнерным оператором Maersk, совместно с железнодорожным оператором ООО «Модуль» организованы перевозки контейнеров на направлении «порты Приморья – порт Санкт-Петербург» [8].

Так, например, при комбинировании морского и железнодорожного транспорта общее транзитное время из Шанхая в Санкт-Петербург заняло 24 дня вместо 41, которые требуются при перевозке традиционным морским путем. Ключевой перспективной задачей стало расширение географии мультимодальных маршрутов перевозок контейнеров (в первую очередь в Южную Корею, Японию и Вьетнам) [7].

С учётом существующих инфраструктурных ограничений на железных дорогах стран ЕС одним из направлений развития транзитных сервисов является реализация проекта мультимодальных контейнерных перевозок через порты Калининградской области (Балтийск, Калининград). В настоящее время компания АО «ОТЛК ЕРА» осуществляет мультимодальные контейнерные перевозки через порты Балтийск и Калининград в сообщении Китай – Европа – Китай из центральных провинций Китая в Германию [3].

В июне 2021 года состоялась отправка первого контейнерного поезда из Финляндии (ст. Вуоссари) в Индию по западному маршруту МТК «Север-Юг». Маршрут поезда проходил по российским и азербайджанским железным дорогам (Вуоссари – Бусловская – Самур – Астара-Иранская) до терминала Астара-Иранская. Далее по территории Ирана контейнеры были доставлены автотранспортом до порта Бендер-Аббас и отгружены на судно до Индии (порт Нава-Шева, Мумбаи) [6].

Одним из ключевых направлений развития транзитных сервисов стала организация контейнерных перевозок через порты (Балтийск, Калининград) и погранпереходы (Мамоново, Железнодорожный) Калининградской области [5].

Географически Калининградская область имеет выгодное положение и находится относительно близко к центру Европы. На территории области расположены железнодорожные российско-польские пограничные переходы Мамоново-Бранево и Железнодорожный-Скандава с совмещенной колеей 1435 мм и 1520 мм. Транзитные контейнеропотоки, следующие через российскопольский пограничный переход Мамоново-Бранево, ориентированы на центральную и северную части Европы, а через пограничный переход Железнодорожный Скандава контейнеропотоки направляются преимущественно в юго-восточную часть Европы. В 2020 году через российско-польские пограничные переходы железнодорожным транспортом в транзитном сообщении перевезено 18,5 тыс. ДФЭ, а за 7 месяцев 2021 года – 10,0 тыс. ДФЭ [3].

2021 года – 48,7 тыс. ДФЭ [1]. Основной контейнеропоток следует в Германию и Польшу, но в 2021 году компанией ОТЛК ЕРА открыты новые мультимодальные маршруты в сообщении с Великобританией и Норвегией. Также АО «ОТЛК ЕРА» планирует развитие новых мультимодальных сервисов в другие страны Скандинавии (Швецию, Данию), Бельгию, Нидерланды и Францию.

Современное состояние транспортной сети страны и, в первую очередь, европейской ее части характеризуется ограниченной пропускной способностью автомобильных и железных дорог. В этих условиях весьма своевременной выглядит рекомендация по использованию потенциала пропускной способности внутренних водных путей и, прежде всего, Единой глубоководной системы европейской части РФ. Очевидно, что это могло бы существенно повлиять на снижение расходов, связанных с содержанием транспортной инфраструктуры страны и, как следствие, привести к уменьшению транспортной составляющей в цене товаров. Весомым обстоятельством в пользу более активного использования водного транспорта при организации перевозок грузов в контейнерах является и улучшение экологии регионов европейской части страны. Распоряжением Правительства РФ от 22.11.2008 № 1734-р (ред. от 12.05.2018) утверждена «Транспортная стратегия Российской Федерации», в которой указано, что «понятие транспортных коридоров трансформировалось. Из совокупности маршрутов

они превратились в систему управляющих центров перевозок и транспортных узлов, которые постепенно приобрели функции управления тарифной политикой» [4].

Указом Президента Российской Федерации от 07.05.2018 № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» Правительству Российской Федерации на основе стратегии пространственного развития Российской Федерации разработать с участием органов государственной власти субъектов Российской Федерации и до 1 октября 2018 г. утвердить комплексный план модернизации и расширения магистральной инфраструктуры, предусматривающий обеспечение в 2024 году развитие транспортных коридоров «Запад – Восток» и «Север – Юг» для перевозки грузов, в том числе за счет: строительства и модернизации российских участков автомобильных дорог, относящихся к международному транспортному маршруту «Европа – Западный Китай».

Комплексный план модернизации и расширения магистральной инфраструктуры на период до 2024 года, утверждён распоряжением Правительства Российской Федерации от 30 сентября 2018 года № 2101-р.

Целевыми показателями эффективности грузовых перевозок в период до 2025 года должно стать обеспечение среднегодового прироста погрузки грузов и грузооборота 3,3% и 4,1% соответственно, роста объемов транзитных контейнерных перевозок, включая скоростные, до 2 млн. ДФЭ к 2025 году.

Выводы. Согласно данным аналитического онлайн-сервиса SeaNews ПОРТСТАТ, контейнерооборот всех морских портов России в августе 2021 года увеличился по сравнению с аналогичным показателем прошлого года на 0,4%.

Положительная динамика наблюдается практически по всем направлениям. В том числе импорт вырос на 1%, экспорт – на 6,5%. Транзит увеличился в 4 раза. Каботаж, напротив, снизился на 29%. Грузовых контейнеров было обработано на 5,5% больше, чем в августе 2020 года.

Из общего объема грузовых 8% приходилось на рефконтейнеры, 92% – на сухие. 48,9% грузовых контейнеров прошли в импорте, 36% – в экспорте, 10,5% – в каботаже и 4,6% – в транзите. Перевалка порожних контейнеров снизилась на 17,9%. В августе 2021 года доля Балтийского бассейна в общем контейнерообороте всех морских портов РФ составляла 44,1%, Дальневосточный бассейн обработал 41,2%, на Азово-Черноморский, Арктический и Каспийский бассейны приходилось 11,8%, 2,9% и 0,05% соответственно.

По прогнозам FESCO, контейнерный рынок России по итогам 2021 года увеличится на 10% по сравнению с 2020 годом - примерно до 6,4 млн TEU [2].

Список литературы:

1. Алпеева, О.Г. Современное состояние и проблемы развития контейнерных перевозок в России / О.Г. Алпеева, А.Е. Розбах // Актуальные направления научных исследований XXI века: теория и практика. – 2016. – № 5. – С. 182-185.
2. Международные морские перевозки: источники правового регулирования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://studbooks.net/1004638/pravo/istochniki_pravovogo_regulirovaniya.
3. Милославская, С.В. Мультимодальные и интермодальные перевозки: учебное пособие / С.В. Милославская, К.И. Плужников. – М.: РосКонсульт, 2001. – 368 с.
4. Назначение и классификация универсальных контейнеров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://studfiles.net/preview/5734075/page:5/>.

5. Портал Корабель.ру [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.korabel.ru/news/comments/v_2017_godu_konteynerooborot_portov_dal_nevostochnogo_basseyna_vyros_na_23_9.html.

6. 54. Правила перевозки грузов в контейнерах морским транспортом: [по состоянию на 9 апреля 2018 г. утв. Приказом Росморфлота от 22 октября 1996 г. № 39]. – Техэксперт. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/1200060859>.

7. Приморская газета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://primgazeta.ru/news/primorye-in-the-top-5-of-the-rating-of-investmentattractiveness-of-russia>.

8. О транспортно-экспедиционной деятельности: [федеральный закон: принят 11 июня 2003]. Консультант Плюс. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru>.

9. Обзор грузооборота морских портов России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://intermost.ru/content/obzor-gruzooborota-morskih-portovrossii-yanvarsentyabr-2017-g>.

10. Международные морские перевозки: источники правового регулирования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://studbooks.net/1004638/pravo/istochniki_pravovogo_regulirovaniya.

Затынацкая Е. Ю., студент

Научный руководитель: Беспятая М. Н., канд. экон. наук, доцент

Донецкий государственный университет, РФ

zatynatskaya.katya@mail.ru

SMM, КАК ИНСТРУМЕНТ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РАМКАХ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Актуальность. Со временем messengers интерпретировались из площадки только для общения в инструмент продаж и PR-деятельности компаний. И уже на сегодняшний день сложно представить человека, который бы проводил в социальных сетях менее 30 минут в день. Для организаций это стало еще одной возможностью коммуникаций с потенциальными и реальными клиентами, создания дополнительной стимуляции продаж, моделирования имиджа. В 2023 г. Social Media Marketing является неотъемлемой частью программы продвижения предприятия, которое стремится занять достойное место на рынке, ведь практически вся информация сейчас поступает к потребителям через социальные сети. Более того, именно социальные сети диктуют тренды и влияют на мнения людей. Таким образом, присутствие в интернет-среде – обязательно для любой компании, а грамотная разработка программы внедрения методов SMM позволит ей оптимизировать PR – деятельность, что, в дальнейшем, повлияет на достижение поставленных целей организации.

Анализ последних исследований и публикаций. Теоретические положения о роли SMM в продвижении предприятия нашли отображения в работах современных исследователей: Ф. Барден, М. Ильяхов, И. Манн.

Цель исследования. Исследование и анализ роли SMM, как инструмента PR-деятельности в рамках продвижения предприятия и особенностей Social Media Marketing в настоящее время.

Результаты исследования. Для выяснения роли SMM в продвижении компании, необходимо дать определение Public Relations. PR – это целенаправленная и тщательно спланированная деятельность, включающая комплекс мероприятий по установлению

взаимовыгодных отношений между организацией и ее социальным окружением [1]. Таким образом, можно сделать вывод, что целью PR является повышение лояльности аудитории, укрепление связей, формирование положительного имиджа. Начиная с 2000-х годов, инструментом Public Relations стал и SMM. Это процесс привлечения трафика или внимания к бренду и продукту через социальные платформы для решения различных стратегических задач компании. По данным из отчета от «We Are Social» и «Hootsuite» [2], в январе 2022 г. в России насчитывалось 106 миллионов пользователей социальных сетей, что эквивалентно 72,7% общей численности населения. Стоит ли говорить о том, что SMM постепенно заменяет СМИ и традиционную рекламу? Общество давно приобрело «иммунитет» к ярким билбордам и вывескам, к одинаково улыбающимся моделям на листовках с рекламой продукта. Напротив, аудитория активно читает комментарии и отзывы в социальных сетях, доверяет мнению экспертов в интернете и реагирует на вирусные ролики, даже если в них присутствует рекламный контент.

Так, по данным исследования ВЦИОМ [3], большинство опрошенных доверяют отзывам и рекомендациям в социальных сетях сильнее, чем баннерной и контекстной рекламе, что представлено на (рис. 1).



Рис. 1. Результаты опроса ВЦИОМ о доверии опрошенных к традиционным методам рекламы

С каждым годом SMM видоизменяется, появляется все больше возможностей для коммуникаций с потребителем. Это гибкое направление, которое требует регулярной адаптации к трендам. Однако существуют особенности, которые остаются неизменными. К ним можно отнести следующее: прямая коммуникация с целевой аудиторией; отслеживание реакции аудитории в постоянном режиме настоящего времени; ежедневный и непосредственный контакт с целевой аудиторией; оперативность; широкий охват целевой аудитории; наращивание online-активности в социальных медиа (постоянный постинг в ленте); использование таргетированной рекламы; использование нестандартных интерактивных форматов; событийный маркетинг.

У социальных сетей есть множество преимуществ перед другими механизмами онлайн-маркетинга поисковой оптимизации, контекстной и баннерной рекламы, а также стандартными рекламными инструментами (телевизионной и наружной, рекламой, product placement и т.д.). Узнаваемость бренда, взаимодействие с нужной аудиторией, повышение продаж – все эти задачи можно решить путем присутствия в социальных сетях. Но основным преимуществом будет являться таргетинг рекламной кампании на конкретный сегмент ЦА. Компания может сама регулировать глубину

фокусировки таргета, выбирать город, возраст, пол, увлечения необходимой ей аудитории и т.д. Не мало важным является и разноплановость социальных сетей, что позволяет найти подход к каждому лицу. Если в «VK» можно устраивать опросы, делать розыгрыши и публиковать информационные посты, то в «TikTok» это не будет актуальным, здесь необходимо делать креативные короткие ролики и знать о всех трендах в данной социальной сети. Делиться умными или забавными цитатами необходимо в «Twitter», а монтировать длинные видео с разборами, полезной информацией нужно в «YouTube».

Таким образом, существует множество социальных сетей, присутствие компаний в которых повышает узнаваемость, лояльность и желание приобрести товар или услугу. Просто регистрация в социальных сетях не даст организации никаких преимуществ. Именно для получения трафика, продаж, узнаваемости, автономной торговли, брендинга, нейтрализации негатива, сбора данных о своей аудитории и нужен SMM.

Рассмотрим внедрение SMM в АПХ «МИРАТОРГ». Предприятие выделяет много средств на ТВ-рекламу, баннерную и наружную рекламу, рекламу в социальных сетях, POS-материалы, бесплатную дегустацию и т.д. Исходя из проведенного нами анализа, можно сделать вывод, что компания не делает акцент на социальных сетях. Рассмотрим на примере «TikTok» [4]. В данной социальной сети в аккаунте «МИРАТОРГ» опубликовано лишь 3 коротких видеоролика с конкурсом. Зачастую, этого недостаточно, чтобы собрать более тысячи лайков, однако даже при столь малой активности с однотипным контентом и малым взаимодействием с аудиторией, суммарное количество лайков составляет более 180 000, а суммарные охваты 10,6 млн., что отображено на (рис. 2), при минимальных затратах на съемку видео.

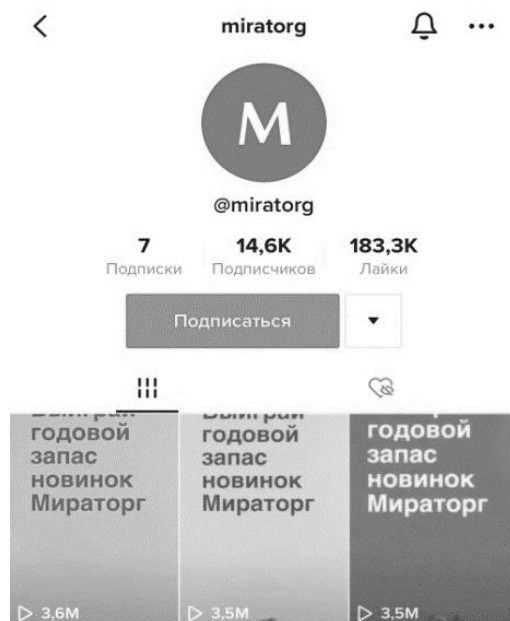


Рис. 2. Ведение аккаунта АПХ «МИРАТОРГ» в «TikTok»

В свою очередь, чтобы добиться охватов в 10,6 млн. при помощи, к примеру, ТВ-рекламы, необходимо потратить намного больше денежных средств. И, тем не менее, имея хорошее начало в данной социальной сети, компания «МИРАТОРГ» не продвигает свой аккаунт в «TikTok», несмотря на то, что его аудитория составляет 1,7 млрд. человек, а значит, компания не реализует свой потенциал на 100%.

Выводы. Только в России в социальных сетях насчитывается 106 млн. человек. Другими словами, ежедневно SMM-специалисты контактируют с каждым третьим

гражданином страны. Это отличная возможность для компании получить новую аудиторию, а значит, увеличить прибыль. Среди PR-инструментов Social Media Marketing является одним из самых новых направлений для продвижения. Тем не менее, его значимость увеличивается с каждым годом и уже невозможно представить современную компанию без правильного продвижения в социальных сетях.

Список литературы:

1. PR-продвижение [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.unisender.com/ru/glossary/chto-takoe-pr/> (дата обращения: 05.04.2023).
2. Отчет «We Are Social» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://disk.yandex.ru/i/4Q6autiNB5BFrg> (дата обращения: 05.04.2023).
3. Статистика ВЦИОМ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://wciom.ru/> (дата обращения: 05.04.2023).
4. Аккаунт «МИРАТОРГ» в «TikTok» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://vk.com/away.php?to=https%3A%2F%2Fwww.tiktok.com%2F%40miratorg%3F_t%3D8bGfrygJnvi%26_r%3D1&cc_key= (дата обращения: 05.04.2023).

Земляная П. В., студент

Научный руководитель: Дудник В. В., канд. экон. наук., доцент
Донецкий государственный университет, РФ
polina.zemlyanaya@bk.ru

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ И ПУТИ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ

Актуальность исследования заключается в том, что логистическая система представляет довольно трудоемкий и четко функционирующий организм, собранный из отдельных элементов. В нынешней логистической концепции увеличилась значимость, а также важность оценки логистических действий, которые необходимо реализовывать вместе с значительной степенью производительности на логистическом предприятии.

Цель исследования состоит в осваивании логистических концепций, их практическом использовании.

Результаты исследования. На основании анализа производительности, а также результативности логистической работы транспортной компании ООО «Первая экспедиционная компания» (далее ООО «ПЭК»), предложены главные направления ее совершенствования. Оценка работы логистической концепции ООО «ПЭК», включает оценку показателей производительности логистической работы, ее надёжности, а также гибкости, и приведена в табл. 1.

На основании результатов оценки производительности логистической работы компании, возможно сделать вывод об ее улучшении на ООО «ПЭК», однако единичные показатели свидетельствуют об отрицательной динамике. Рентабельность вложений в логистическую инфраструктуру снизилась вплоть до 20,97%, что обусловлено уменьшением показателя чистой прибыли в 2022 году. Загруженность мощностей логистических объектов показывает отношение фактической и нормативной загрузки мощностей.

Таблица 1

Оценка эффективности логистической деятельности предприятия			
Наименование показателя	Значение показателя		Абсолютное изменение
	2021 г.	2022 г.	
1. Рентабельность инвестиций в логистическую инфраструктуру, %	216,28	20,97	-195
1.1 Чистая прибыль, тыс. руб.	10 059	908	-9 151
1.2 Сумма инвестиций в логистические активы, тыс. руб.	4651	4329	-322
2. Загруженность мощностей логистических объектов, %	79,67	90,48	11
2.1 Фактическая загрузка мощностей, %	72,5	67,5	-5
2.2 Нормативная загрузка мощностей, %	91	74,6	-16
3. Доля логистических затрат в структуре общих расходов, %	108,58	69,85	-39
3.1 Логистические затраты, тыс. руб.	186978	207841	22704
3.2 Совокупные расходы, тыс. руб.	193112	267693	74581
4. Коэффициент эффективности каналов сбыта	867,52	505,93	-362
4.1 Валовая прибыль, тыс. руб.	44 660	35 476	-9 184
4.2 Суммарные расходы на реализацию продукции, тыс. руб.	5148	7012	1 864

Показатели производительности логистической работы на ООО «ПЭК», позволяющие определить результативность работы людей в логистических процессах, представлены в табл. 2.

Таблица 2

Оценка производительности логистической деятельности ООО «ПЭК»			
Наименование показателя	Значение показателя		Темп роста, %
	2021 год	2022 год	
1. Количество разгрузок/погрузок на 1 работника:			
1.1 Количество разгрузок на 1 работника склада, ед.	4 032	4 138	102,63
1.2 Количество погрузок на 1 работника склада, ед.	16 128	17 252	106,97
2. Количество логистических операций, выполненных одним работником в год, ед.	16 128	17 252	106,97

Оценка производительности логистической концепции ООО «ПЭК» показывает увеличение количества разгрузок на 1-го работника склада на 2,63%, увеличение количества погрузок на 1-го работника склада на 6,97%, поднялось число укомплектованных заказов на 6,97%. Фактором роста стало повышение размеров производства и реализации продукта предприятием.

Также логистическая работа ООО «ПЭК» характеризуется значительной надёжностью поставок и невысокой вероятностью дефицита, а также значительной степенью эластичности. С целью совершенствования логистической работы ООО «ПЭК» разработаны организационно-технические мероприятия, направленные на результативное управление производственно-коммерческой работой компании.

С целью совершенствования сбытовой работы ООО «ПЭК» основным стратегическим направлением считается дальнейшее осваивание рынков иных регионов страны, а также стран ближнего и дальнего зарубежья. С целью предоставления оптимальных условий транспортировки и доставки качественного материала следует заменить устаревший передвижной состав. Введение новых технологий, обеспечивающих механизацию, а также автоматизацию действий на складах компании, дадут возможность увеличить эффективность труда работающих, а также сократить расходы на погрузочно-разгрузочные операции.

Вывод. Финансовый результат от всех рекомендованных мероприятий составит 4525 тыс. руб., что указывает на то, что все без исключения рекомендованные

мероприятия по совершенствованию логистической работы компании ООО «ПЭК» дадут возможность сократить затраты, а также увеличить результативность производства продукта. А введение современных управленческих технологий даст возможность гарантировать стабильное и сбалансированное развитие компании на рынке.

Список литературы:

1. Агапов, А. Информационные системы и технологии ERP в управлении цепями поставок. – Текст: электронный. – URL: www.erpsk.ru (дата обращения: 03.04.2023).
2. Алесинская, Т.В. Основы логистики. Общие вопросы логистического управления / Т.В. Алесинская. – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2017. – 121 с.
3. Бигдан, В.Б. Актуальные проблемы и тенденции в области современного имитационного моделирования / В.Б. Бигдан, В.А. Пепеляев, М.А. Сахнюк // <http://eprints.isofts.kiev.ua/260/1/D36.DOC>.
4. Морозов, О.Б. Основы логистической теории в практике успешного ведения современного бизнеса: специальный курс. Лекционные материалы к курсу [Электронный ресурс] / О.Б. Морозов. – СПб. – СПбГУ, 2021. – Текст: электронный. – URL: <https://www.lobanov-logist.ru/library/365/61258/> (дата обращения: 03.04.2023).

Иванов А. П., аспирант

Российский университет транспорта (МИИТ), РФ

artemiy.p.ivanov@gmail.com,

Кулагина Э. Д., студент

Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС), РФ

elina.kulagina.03@mail.ru,

Хачатрян С. Э., студент

Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС), РФ

syuzannah4chatryan@yandex.ru

Научный руководитель: Карышев М. Ю., канд. экон. наук, доцент

Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС), РФ

СТРАТАГЕМА КОНТЕЙНЕРНЫХ ПЕРЕВОЗОК В ПРИМОРСКОМ КРАЕ

Актуальность. Технологический параметр – норма длинны состава, от которого зависит управление эксплуатационной работой. В статье рассматриваются различные пути решения ситуации. Разработана технология отправки длинносоставных контейнерных поездов для оптимизации перевозочного процесса, снижения себестоимости перевозок. Барьеры в электрификации связанные с использованием постоянного или переменного тока, вследствие чего возникают различия напряжения контактных сетей. Россия остановилась на варианте использования 25кВ переменного тока и активно его развивает. Описываются пути решения проблем связанных с весом контейнерного поезда, со скоростью движения контейнерных поездов, дисбалансом грузопотоков, учитываются особенности информационного обеспечения перевозок.

Результаты исследования. Преградой перед развитием ускоренных контейнерных перевозок между Китаем, странами ЕАЭС и ЕС можно назвать ряд технологических барьеров.

Длина состава, которая формируется каждой железнодорожной компанией (Deutsche Bahn, РКР S.A., БЖД, РЖД, КТЖ, China Railways) под влиянием

определенных факторов: длины станционных путей, веса состава, возможности тяги, составленного маршрута следования, технических возможностей перегонов, условий маневровой работы на станции и т.д. В зависимости от длины составленного поезда формируется план загрузки, в данном случае рассчитывается количество фитинговых платформ для контейнеров. Преимущественное большинство железнодорожных составов из Китая подходят к границе с Казахстаном длиной в 54 вагона (около 756 м) без учета локомотива и допуска на установку поезда. На российских железных дорогах составы в среднем насчитывают 71 вагон (около 994 м). На БЖД длина вагонной части варьируется от 57 до 65 (до 910 м) в зависимости от участков. В Польше показатели значительно меньше, и в соответствии с нормативными актами не превышают 600 м. Норма длины состава является важным технологическим параметром, от которого сильно зависит управление эксплуатационной работой. Например, с точки зрения плана формирования поездов более выгодным считается уменьшение нормы состава, так как при этом уменьшается время на накопление составов и переработку вагонов, что приводит к более выгодным экономическим показателям. Однако с точки зрения графика движения, увеличение нормы длины состава приносит положительный эффект. Таким образом, в настоящее время можно говорить о несоответствии нормативов в разных странах – членах евроазиатских маршрутов. Если в сторону Польши следует контейнерный поезд из 65 вагонов, то после перегрузки контейнеров в Бресте существует необходимость формирования нового состава из 43 вагонов, в то время как оставшиеся 22 вагона будут ожидать прикрепления к следующему контейнерному поезду. Это неизменно влечет за собой появление новых финансовых и временных издержек [1-7].

Вес контейнерного поезда, нормы которого ограничены и отличаются в зависимости от инфраструктурных возможностей на отдельных составляющих маршрута «Китай – ЕС». С точки зрения перевозочного процесса это формирует барьер для роста конкурентоспособности железнодорожного сообщения. Так, разрабатываются технические сооружения для ввода в эксплуатацию 80-футовых фитинговых платформ, позволяющих загружать по два 40-футовых контейнера, однако существующие условия не позволяют полноценный запуск проекта. Более того, существуют модели двухъярусных контейнерных платформ, однако здесь ко всему прочему добавляются вопросы, связанные с нагрузкой на контактную сеть, а также с габаритами подвижного состава и приближения строения.

Скорость движения контейнерных поездов. Многие сторонники развития транспортной отрасли задумываются о том, как дополнительно увеличить скорость, сократив и без того привлекательные сроки доставки. На практике же все снова упирается в существующие ограничения [7].

При сравнении скоростных показателей всех участников перевозок наибольшие значения установленной скорости демонстрирует Россия. По данным РЖД, средняя участковая скорость движения грузовых поездов составляет около 42,8 км/ч, средняя техническая скорость движения грузовых поездов – 47,4 км/ч, а маршрутная скорость грузовых поездов – 632,8 км/сут.

Несмотря на развитую сеть железных дорог КНР, средняя скорость движения поездов в европейском направлении составляет около 35,6 км/ч, а при подходе к границе с Казахстаном и вовсе снижается до 30 км/ч, что обусловлено однопутным движением на участке. Что касается стран ЕС, показатели средней скорости движения грузовых составов еще ниже – порядка 18,2 км/ч. В итоге достаточно быстрое движение поездов по территории стран ЕАЭС резко замедляется при вхождении в ЕС.

Еще одним сдерживающим барьером развития следует назвать дисбаланс грузопотоков. Несмотря на стремительный рост контейнеропотока по международным

маршрутам на оси «КНР – ЕАЭС – ЕС», между операторами нет четкого взаимодействия, что в большей степени обосновывает появление большого количества порожних контейнеров на данном направлении. Вместо более тесной работы над повышением конкурентоспособности перевозчики продолжают конкурировать друг с другом, при этом не принимая во внимание задающие нужный вектор развития факторы [1].

Суть проблемы заключается в том, что на маршрутах в ЕС большая часть грузов из Китая транспортируется именно в контейнерах, однако в обратном направлении нет настолько высоких показателей. Учитывая высокие тарифы на складирование в европейских зонах разгрузки (около 2 евро/сут. за контейнер), целесообразнее осуществлять обратную отправку в порожнем состоянии.

При анализе технологических барьеров следует также учитывать особенности информационного обеспечения перевозок. Одним из наиболее результативных организационных решений стало принятие мер по внедрению в страны ЕАЭС электронного документооборота и системы единого оформления товарно-транспортных накладных. Первым шагом стало введение обязательного предварительного информирования и обмена электронными документами при проведении таможенных операций.

Постепенно различия между морским и сухопутным способами перевозки контейнеров стираются, потому что стивидоры работают над ускорением портовых операций, перевозчики по железной дороге договариваются о снижении тарифов и скидках, фискальные органы оптимизируют процедуры контроля перемещения товаров и управления рисками. При постановке контейнерных перемещений «на поток» должны быть решены многочисленные технические требования, особенно модульной организации терминалов, минимизации количества операций с контейнерами, максимальной автоматизации, технологического единства, доступа к сопутствующим сведениям. Для повышения пропускной способности контейнерных терминалов, и, соответственно, снижения простоев контейнеров, необходимым условием является совершенствование организационно-экономических форм управления контейнерными перевозками за счет модернизации и внедрения информационных технологий, основанных на методах логистики [5].

Для организации устойчивой логистики контейнерного оборота, с учетом его чувствительности и требовательности к качеству перевозочного процесса, к срокам доставки, гарантиям, важно обеспечить не только терминальные мощности, но и увеличение пропускной способности железных, автомобильных дорог. Реализация инфраструктурных и технологических мероприятий, таких как расширение пропускных мощностей погранпереходов, внедрение технологии единовременной перегрузки, сквозного расписания движения контейнерных поездов, электронного документооборота и другие, позволит существенно увеличить объёмы грузов, перевозимых железнодорожным транспортом в сообщении Восток – Запад – Восток [4].

Выводы. Мультимодальные, а также синхромодальные маршруты будут развиваться и фокус надо делать на интересах клиента, предоставлять ему оптимальные маршруты и комбинацию видов транспорта. От сервиса требуется высокая скорость на доставку, поточная обработка по всему маршруту, сниженные риски, комплексная автоматизация, скоординированные действия между партнерами, совершающих транспортное обслуживание [3].

Список литературы:

1. Официальный сайт Администрации Приморского края [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://primorsky.ru/news/96055/>.

2. Остропольцев, С. МТК Приморья: Каков реальный потенциал? [Электронный ресурс] / С. Остропольцев // Морские порты. – 2015. – № 8. – Режим доступа: <http://www.morvesti.ru/analytics/detail.php?ID=60226>.

3. Государственный стандарт РФ ГОСТ Р 52202–99 «Контейнеры грузовые. Термины и определения»: [по состоянию на 28 октября 2017 г.: принят и введен в действие постановлением Госстандарта РФ от 19 января 2004 г. № 18-ст]. – Техэксперт. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/1200035346>.

4. Использование современных контейнерных перевозок грузов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://logoskop.ru/perevozka/kontejnerye-perevozki.html>

5. Назначение и классификация универсальных контейнеров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://studfiles.net/preview/5734075/page:5/>.

6. Преимущества и недостатки железнодорожных перевозок в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://trreg.ru/preimuschestva_i_nedostatki_zheleznodorozhnih_perevozok.

7. Международные морские контейнерные перевозки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vedinform.com/freight/container/contshipping.html>.

Киселев Д. А., студент
Российский университет транспорта (МИИТ), РФ
Daniil.kiselev19@mail.ru,

Пьянова Е. С., студент
Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС), РФ
pyanova-2001@mail.ru,

Гузенко В. А., студент
Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС), РФ
viktoriaguz8@gmail.com

Научный руководитель: Малышева О. В., канд. экон. наук, доцент
Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС)

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ТРАНСПОРТНОГО РЫНКА

Министерство транспорта РФ в 2021 году приступило к реализации Стратегии цифровой трансформации транспортной отрасли, получившей одобрение правительства РФ и высокую заинтересованность, и поддержку со стороны бизнес-сообщества. Об этом было объявлено пресс-службой Минтранса. Ведомством было подготовлено финансово-экономическое обоснование и совместно с Минфином сформировано, предложения об источниках финансирования проектов. На площадке ассоциации «Цифровой транспорт и логистика» совместно с ведущими отраслевыми и ИТ-компаниями Минтранс были проработаны дорожные карты по всем стратегическим направлениям. Отраслевая стратегия цифровой трансформации разработана в соответствии с поручением президента России. Документ был утвержден протоколом президиума правительственной комиссии по цифровому развитию, прошел обсуждение на площадке Совета Федерации. Стратегия включает шесть ключевых инициатив министерства: «Беспилотники для пассажиров и грузов», «Зеленый цифровой коридор пассажира», «Бесшовная грузовая логистика», «Цифровое управление транспортной системой Российской Федерации», «Цифровизация для транспортной безопасности», «Цифровые двойники объектов транспортной инфраструктуры»

1. Беспилотники для пассажиров и грузов. Задача: создание условий для массового использования беспилотников. Необходимо развернуть «умную» защищённую инфраструктуру для беспилотников на всех видах транспорта на территории всей страны, обеспечив использование беспилотников для коммерческих и личных перевозок. Благодаря этому предполагается снижение себестоимости перевозок для граждан и бизнеса на 30% на всех видах транспорта, плюс повышение уровня безопасности на 90%. Минтранс запланировал в ближайшем будущем, эксплуатацию беспилотных грузовиков в трудных климатических условиях Крайнего Севера.

2. «Зелёный цифровой коридор пассажира» Задача: комфортная мобильность граждан. Реализация инициативы должна обеспечить возможность любой поездки без [бумажных] документов и без наличных средств с учётом льгот и реального трафика. Для этого необходимо развивать инструменты безналичной оплаты проезда по биометрии; цифровой профиль пассажира на основе единой биометрической системы; онлайн-карты маршрутов всех видов транспорта. Планируется, что в нескольких регионах смогут проезжать с использованием единого цифрового инструмента оплаты проезда на маршрутах между субъектами РФ на всех видах транспорта; в четырёх аэропортах будет применяться биометрическая система идентификации пассажиров.

В 2024 году: 1) 70% граждан РФ используют безналичную оплату проезда; 2) во всех городах-миллионниках проезд в пассажирском транспорте осуществляется на основе цифрового профиля пассажира с применением Единой биометрической системы; 3) более 50 миллионов граждан применяют сервис «Мобильность как

3. Бесшовная грузовая логистика. Предполагается реализацию транзитного потенциала России, что даст эффект ускорения перевозок, снижения их себестоимости, повышения доходов бюджета РФ и транспортных компаний.

План к 2024 году: 1) все перевозочные документы оформляются в цифровом виде; 2) создана цифровая платформа транспортного комплекса РФ; 3) на 30% увеличен транзитный товаропоток через территорию РФ; 4) массово применяются смарт-контракты на базе блокчейна; 5) все транзитные грузовые перевозки следуют по «зелёному коридору» с применением электронных навигационных пломб. К 2030 году себестоимость доставки грузов сокращена на 25%; объем транзита из Китая в Евросоюз через Россию и страны ЕАЭС увеличится в 10 раз.

4. Цифровое управление транспортной системой РФ. Задача инициативы – повышение эффективности и безопасности транспортного комплекса. Инструменты достижения задачи – ситуационно-информационный центр Минтранса (СИЦ); онлайн мониторинг транспортных средств, включая беспилотники; онлайн мониторинг объектов транспортной инфраструктуры; интеграция с национальной системой управления данными.

В 2024 должен быть обеспечен сбор данных по транспортному комплексу с использованием механизмов унификации и верификации данных и интеграция в единый контур управления; принятие управленческих решений с использованием искусственного интеллекта; гибкое моделирование транспортных потоков в режиме реального времени. Ожидается, что в 2030 планирование развития транспортного комплекса будет целиком в «цифровом» виде; будет обеспечено управление региональными транспортными информационными системами из СИЦ Минтранса; будет внедрена интеллектуальная транспортная система на едином стандарте во всех крупных агломерациях России.

5. Цифровизация для транспортной безопасности. Задача: повышение информационной безопасности транспортного комплекса. Это обеспечит контроль и предотвращение утечек персональных и биометрических данных пассажиров путём анализа потоков данных; контроль и анализ состояния защищённости транспортного

комплекса в онлайн-режиме. В 2024 планируется: 1) внедрение механизмов по обеспечению информационной безопасности на объектах транспортной инфраструктуры; 2) создание единой закрытой защищённой цифровой среды обеспечения транспортной безопасности объектов транспортной инфраструктуры для передачи информации ограниченного доступа; 3) создание национальной системы предварительного информирования о пассажирах. В 2030 должны быть внедрены технологии искусственного интеллекта в едином контуре обеспечения транспортной безопасности; количество актов незаконного вмешательства в деятельность транспорта и снижение соответствующих потерь сокращено более чем в два раза за счёт повышения эффективности мониторинга и контроля состояния транспортной безопасности.

6. Цифровые двойники объектов транспортной инфраструктуры. Задача инициативы – мониторинг состояния объектов транспортной инфраструктуры. Для этого необходимо создать 3D-модели всех объектов транспортной инфраструктуры; перейти на систему планирования строительства и содержания объектов транспортной инфраструктуры с применением BIM-технологий (Building information modeling). Также обязательно участие граждан в оценке транспортной инфраструктуры. В 2024 – на 30% снизятся расходы на техническое обслуживание и ремонт объектов транспортной инфраструктуры за счёт применения предикативной аналитики с элементами искусственного интеллекта. К 2030 году у 100% объектов транспортной инфраструктуры будут «цифровые двойники»; при проектировании, строительстве, ремонте и содержании объектов транспортной инфраструктуры будет использоваться искусственный интеллект.

Выводы. Реализация стратегии строится на приоритетном использовании отечественного программного обеспечения и массовом применении технологии искусственного интеллекта. Безопасность, надежность и непрерывность функционирования всех объектов транспортной инфраструктуры будут контролироваться с помощью «цифровых двойников», для моделирования транспортных потоков будут использоваться технологии искусственного интеллекта. К разработке стратегии были привлечены руководители и эксперты более 200 предприятий различных отраслей. Были проведены свыше 80 обсуждений и стратегических сессий в онлайн и офлайн-формате. Для подготовки документа на базе ассоциации ЦТЛ сформирован управляющий комитет, который продолжит работу по реализации проектов стратегии [5-10].

Список литературы:

1. Транспортная стратегия Российской Федерации [Электронный ресурс]. – URL: <https://rosavtodor.gov.ru/docs/transportnaya-strategiya-rf-na-period-do-2030-goda-s-prognozm-na-period-do-2035-goda> (дата обращения: 18.12.2022).
2. Стратегии развития транспортной отрасли Российской Федерации – цифровые аспекты [Электронный ресурс]. – URL: <https://d-russia.ru/strategija-razvitija-transportnoj-otrasli-rf-cifrovye-aspekty.html> (дата обращения: 18.12.2022).
3. Цифровизация транспорта 2021 [Электронный ресурс]. – URL: <https://event-today.timepad.ru/event/1580394/>.
4. Бубнова, Г.В. Анализ употребления логистических терминов / Г.В. Бубнова, П.В. Куренков, В.Н. Емец // Транспорт: наука, техника, управление. – 2018. – №11. – С. 18-25.
5. К понятию информации в логистике и о границах применимости блокчейн-технологий / Г.В. Бубнова, В.Н. Емец, П.В. Куренков, А.А. Тюгашев // Логистика. – 2018. – №7. – С. 46-52.

6. Бубнова, Г.В. К толкованию «цифровых» логистических понятий / Г.В. Бубнова, П.В. Куренков, В.Н. Емец // Логистика. – 2018. – №5. – С.44-47 (часть 1); №6. – С. 49-51 (часть 2).
7. К толкованию логистических и цифровых понятий / Г.В. Бубнова, П.В. Куренков, В.Н. Емец, А.А. Тюгашев // Транспорт: наука, техника, управление. – 2018. – №5. – С.8-16.
8. Елисеев, С.Ю. К типологии логистических центров / С.Ю. Елисеев, А.Ф. Котляренко, П.В. Куренков // Логистика. – 2003. – №3. – С. 15, 17, 19.
9. Зарегистрировать определения основных терминов // Логистика. – 2001. – №4. – С. 5.
10. Котляренко, А.Ф. К логистическим технологиям смешанных перевозок / А.Ф. Котляренко, П.В. Куренков // Логистика. – 2002. – №3. – С. 8.

Конищева А. С., студент
Научный руководитель: Молохова Я. О., канд. экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
aleksandra.konisheva@yandex.ru

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА КАК ИНСТРУМЕНТА КОММУНИКАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Актуальность данной темы обусловлена тем, что в настоящее время цифровой маркетинг становится все более важным инструментом для привлечения клиентов и продвижения продуктов и услуг предприятий. С развитием Интернета и технологий значительное количество людей становятся онлайн-пользователями, а, следовательно, все больше потенциальных клиентов переходят в онлайн-среду. Это приводит к необходимости адаптироваться и использовать цифровые инструменты маркетинга для достижения целей бизнеса.

В условиях нестабильности, кризисов, постоянных угроз и вызовов (пандемии COVID-19, СВО), когда многие компании вынуждены были перейти на удаленную работу и ограничить офлайн-коммуникации с клиентами, цифровой маркетинг стал еще более важным инструментом для поддержания бизнеса и удержания клиентов.

В целом изучение современных тенденций развития цифрового маркетинга является важной задачей для предприятий, которые стремятся быть конкурентоспособными на рынке и привлекать новых клиентов через онлайн-каналы коммуникации.

Анализ последних исследований и публикаций. Данная проблематика рассматривалась в работах таких авторов как Кент Вертайм, Ян Фенвик, С.А. Губина, М.А. Бронников. Однако, работах авторов отсутствует акцент на важности адаптации к быстро меняющейся среде и постоянному развитию навыков и знаний в области цифрового маркетинга для успешной работы на рынке.

Цель исследования: рассмотреть современные тенденции развития цифрового маркетинга как инструмента коммуникации предприятия и показать, какие новые технологии и стратегии используют компании для привлечения и удержания клиентов.

Результаты исследования. В современном мире цифровой маркетинг стал неотъемлемой частью коммуникации предприятия с клиентами и представляет собой комплекс мероприятий по продвижению бренда, товаров и услуг в цифровых каналах коммуникации [2]. Стремительное развитие информационных технологий привело к

революции в маркетинге, изменив способы взаимодействия предприятий с потребителями.

Одной из важнейших тенденций современного цифрового маркетинга является использование новых технологий и инструментов, таких как искусственный интеллект, машинное обучение, аналитика данных и другие инновационные решения. С их помощью компании могут повысить эффективность маркетинговых кампаний, улучшить качество обслуживания клиентов и оптимизировать процессы взаимодействия с ними [3].

Еще одной важной тенденцией цифрового маркетинга является увеличение роли социальных сетей в продвижении бренда и товаров. Благодаря своей популярности и широкой аудитории, социальные сети стали отличным инструментом для коммуникации с клиентами, улучшения узнаваемости бренда и повышения продаж.

Кроме того, мобильный маркетинг также стал одним из ключевых направлений цифрового маркетинга. Развитие мобильных устройств и мобильного интернета привело к появлению новых возможностей для продвижения бренда и товаров через мобильные приложения, рекламу в мобильных приложениях и другие инструменты [1].

Важной составляющей современного цифрового маркетинга является персонализация коммуникации с клиентами. Использование аналитики и данных позволяет компаниям собирать информацию о потребителях и создавать персонализированные рекламные сообщения, которые более эффективны и убедительны для целевой аудитории.

Также одной из важных тенденций развития цифрового маркетинга является увеличение роли контента в продвижении бренда и товаров. Создание высококачественного и релевантного контента позволяет компаниям привлекать новых клиентов, повышать лояльность существующих и улучшать имидж бренда.

Эффективное использование цифрового маркетинга требует не только знаний и навыков, но и постоянной адаптации к изменяющейся среде. С учетом быстрого развития технологий и изменения потребностей потребителей, компании должны постоянно следить за новыми тенденциями и применять инновационные решения, чтобы оставаться конкурентоспособными на рынке [4].

Выводы. Цифровой маркетинг является ключевым инструментом коммуникации предприятия с клиентами в современном мире. Современные тенденции развития цифрового маркетинга, такие как персонализация коммуникации, использование аналитики и данных, создание высококачественного контента и постоянная адаптация к изменяющейся среде, позволяют компаниям привлекать новых клиентов, повышать лояльность существующих и улучшать имидж бренда.

Однако, для успешного использования цифрового маркетинга необходимо не только обладать знаниями и навыками, но и постоянно следить за новыми тенденциями и применять инновационные решения. Только так компании смогут оставаться конкурентоспособными на рынке и привлекать все больше клиентов.

Таким образом, в современном мире цифровой маркетинг становится все более важным элементом успешного бизнеса, и компании, которые не используют его потенциал, рискуют остаться на отстающих позициях на рынке.

Список литературы:

1. Mango office. – Текст: электронный. – URL: <https://www.mango-office.ru/products/calltracking/for-marketing/osnovy/digital-marketing/?ysclid=lfzumzncqq765065039> (дата обращения: 01.04.2023).
2. Бронников, М.А. Особенности современного цифрового маркетинга / М.А. Бронников. – Текст: электронный // Научный журнал «Актуальные исследования». – август, 2022. – № 33 (112). – С. 33-36. – URL:

<https://apni.ru/article/4482-osobennosti-sovremennogo-tsifrovogo-marketing?ysclid=lfz ukr03gt430099955> (дата обращения 01.04.2023).

3. Вертайм, Кент Цифровой маркетинг. Как увеличить продажи с помощью социальных сетей, блогов, вики-ресурсов, мобильных телефонов и других современных технологий / Кент Вертайм, Ян Фенвик. – М.: Альпина Паблишер, Юрайт, 2018. – 384 с.

4. Губина, С.А. Современные тенденции развития цифрового маркетинга / С.А. Губина. – Текст: электронный // Скиф. Вопросы студенческой науки. – 2022. – № 6 (70). – С. 356-360. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-tendentsii-razvitiya-tsifrovogo-marketinga-1?ysclid=lfzu4htlzh481631048> (дата обращения 01.04.2023).

Кравченко М. И., студент

Научный руководитель: Лапшина Е. А.

Донецкий государственный университет, РФ

mkrvchnko@yandex.ru

МАРКЕТИНГ И ЛОГИСТИКА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

Аннотация. Данной работе описывает развитие маркетинга и логистики в условиях современных информационных технологиях, о том, какие сложности имеются в этих аспектах менеджмента из-за нынешних условий окружающей среды, а также, какие преимущества имеют цифровой маркетинг и логистика.

Актуальность. В условиях современного уровня развития информационных технологий управление маркетингом и логистикой значительно видоизменяется, что делает выбранную тему безусловно актуальной.

Анализ последних исследований и публикаций. Отдельные аспекты современного маркетинга были рассмотрены в работах Перовой А.А. [1], Крымшочкаловой Д.А. [2], Андрияновой М.В. [3] и др. Аспекты развития логистики рассмотрены в работах Негреева В.В. [4], Василёнка В.Л. [5] и Курбанова А.Х. [6].

Цель исследования. Целью исследования является систематизация и более глубокий анализ имеющихся знаний о маркетинге и логистике в условиях цифровой экономики, а также об их характерных особенностях и сложностях для управления.

Результат исследования. Маркетинг и логистика всегда играют огромную роль в развитии и эффективности любого предприятия. Они ответственны за стабильный рост и существование бизнеса, формирование репутации фирмы. Эффективная логистика обеспечивает защищенность от влияния негативных факторов окружающей среды, помогает справляться с форс-мажорными ситуациями.

За последние годы развитые информационные технологии и переход к цифровой экономике стали особенно сильно влиять на принципы эффективного маркетинга и логистики в организациях, что значительно их трансформировало. Так, маркетинг в современном мире, по большей части, стал сосредотачиваться в Интернете, откуда появилось понятие «интернет-маркетинг», что значительно изменило его принципы. Логистика, в свою очередь, также стала намного более востребованной в глазах менеджеров. Коронавирус, а также сложности после введения санкций, показали, насколько большую роль логистические связи занимают в предприятии для его стабильного существования [1, 4].

Интернет-маркетинг – это, в сущности, комплекс всех инструментов, которые помогают привлечь новых клиентов или удержать старых. Огромным их плюсом

является в первую очередь доступность, потому что сейчас практически всем доступны те или иные инструменты интернет-маркетинга, такие как таргетирование или баннерная реклама. Однако это, одновременно, стало и минусом для предприятий, поскольку конкуренция в плане маркетинга стала намного более выраженной. Особенно остро этот вопрос стоит для предприятий, целевой аудиторией продукции которых является молодежь, которую сложно привлечь чем-либо, кроме интернет-маркетинга [1]. Особое место в маркетинговых коммуникациях занимает реклама, поскольку она, в сущности, объединяет все цели, формы, способы и функции маркетинговых коммуникаций. По большому счету, все формы маркетинговых коммуникаций в определенном смысле носят рекламный характер [3].

Эффективность рекламных сообщений фирмы можно анализировать и оценивать, чтобы отслеживать эффективность маркетинговой коммуникации в целом. Именно рекламная стратегия является своего рода стержнем, на котором строятся другие формы, методы и инструменты, и составляет неотъемлемую часть стратегии маркетинговых коммуникаций. [3]

Преимуществами интернет-маркетинга являются:

1. Покупатели сразу же могут видеть интересующую информацию о компании, товарах, услугах.
2. Рекламный бюджет на интернет-маркетинг меньше, чем на «классический».
3. Может регулироваться полностью дистанционно, вне зависимости от местонахождения клиентов или менеджеров.
4. Возможность таргетирования, то есть направленности исключительно на целевую аудиторию.
5. Развитая статистика, отслеживание эффективности рекламных кампаний.

Минусами интернет маркетинга являются:

1. Узкая целевая аудитория: чаще всего целевой аудиторией являются люди от 25 до 40 лет.
2. Отсутствие автоматизации: настройки и управление происходит вручную, что может приводить к ошибкам, отнимает много времени и ресурсов. В настоящее время этот аспект активно прорабатывается специалистами машинного обучения.
3. Отсутствие синхронности: часто над одним рекламным проектом работает сразу несколько людей или целых команд, что приводит к ошибкам и потере клиентов. К примеру, может быть ситуация, что онлайн-сервис разработан одной командой, а его продвижением занимается другая, что приводит к проблемам в работе.
4. Сквозная аналитика нередко полностью отсутствует.

Будущее определенно принадлежит интернет-маркетингу. Однако пока трудно предсказать, насколько активно он будет развиваться, ведь существует очень много новых приложений, сайтов и услуг, которые могут в одночасье все изменить и задать новый вектор роста. Тем не менее, перспективы у интернет-маркетинга хорошие, о чем говорит его повсеместное распространение [2, 3].

Логистика, в свою очередь, тоже претерпела значительные изменения вследствие цифровизации. Классическая цепочка поставок товаров существует уже много веков. Сегодня же мы наблюдаем все возможные формы торговли, причем в разной степени. От традиционных, физических рынков, где продавцы и покупатели продукции встречаются и обмениваются товарами и деньгами напрямую, до рыночных площадок, различных электронных торговых платформ и интернет-магазинов, предоставляющих товары и услуги от третьих сторон, с которыми операторы рынка осуществляют сделки [4].

Степень использования того или иного формата во многом зависит от уровня развития информации и технологий в обществе, наличия и уровня соответствующих

гаджетов (компьютеров, смартфонов и т.д.) и высокоскоростного доступа в Интернет. Так, особенно популярны в сфере логистики лишь несколько технологий [6].

Блокчейн – относительно новая технология для российских компаний. Основным препятствием для ее внедрения является отсутствие нормативной базы, регулирующей управление этой технологией. Тем не менее, многие российские компании уже используют блокчейн для получения таких преимуществ, как прозрачность грузовых операций, смарт-контракты и своевременная и полная информация о грузоперевозках [5]. Все эти преимущества могут повысить качество грузоперевозок и удовлетворенность клиентов.

Интернет вещей – еще одна цифровая технология, которая все чаще применяется в логистических компаниях. Эта технология позволяет отслеживать все процессы в режиме реального времени, автоматизировать процессы без необходимости вмешательства человека и собирать информацию, которую в дальнейшем можно персонализировать. Условия для IoT в России очень благоприятные, включая развитие цифровых технологий, появление сетей 5G и высокий потребительский спрос, что стимулирует логистические компании к внедрению IoT [5].

Преимущества цифровой логистики [6]:

1. Эффективность краткосрочного, среднесрочного и долгосрочного планирования поставок.
2. Снижение затрат в процессе поставок за счет широкого использования роботов и ИТ.
3. Повышение гибкости поставок (позволяющее полностью учитывать индивидуальные особенности и потребности).
4. Устранение негативных человеческих факторов (полностью или частично).
5. Снижение затрат за счет уменьшения числа посредников в цепочке поставок.

Минусы цифровой логистики [6]:

1. Высокие затраты на установку соответствующего оборудования и программного обеспечения.
2. Сопротивление со стороны индивидуальных потребителей в домашних условиях.
3. Риск несанкционированного доступа к личным данным пользователей (через взлом информационных систем).
4. Риск снижения качества процессов закупки продукции в переходный период (снижение эффективности процессов закупки продукции с использованием цифровых платформ было продемонстрировано на всех рынках во время массовой миграции на электронные услуги).

Вывод. В результате исследования было выяснено, что цифровизация экономики вызвала значительные изменения в сферах маркетинга и логистики предприятий. Большинство процессов значительно преобразилось, при этом не всегда в лучшую сторону. У цифрового маркетинга и логистики есть большое количество как преимуществ, так и недостатков, однако однозначно можно отметить, что в будущем эти технологии будут совершенствоваться.

Список литературы

1. Перова, А.А. Интернет-маркетинг: сущность, задачи, преимущества и перспективы развития / А.А. Перова // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2018. – №9. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-marketing-suschnost-zadachi-preimuschestva-i-perspektivy-razvitiya> (дата обращения: 02.04.2023).
2. Крымшожалова, Д.А. Трансформация маркетинга в условиях цифровизации / Д.А. Крымшожалова, З.А. Шогенова, Л.М. Темукуева // Вестник Адыгейского

государственного университета. Серия 5: Экономика. – 2020. – №4 (270). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/transformatsiya-marketinga-v-usloviyah-tsifrovizatsii> (дата обращения: 02.04.2023).

3. Андриянова, М.В. Проблемы формирования эффективных маркетинговых коммуникаций в условиях цифровизации экономики / М.В. Андриянова // Инновации и инвестиции. – 2019. – №11. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-formirovaniya-effektivnyh-marketingovyh-kommunikatsiy-v-usloviyah-tsifrovizatsii-ekonomiki> (дата обращения: 02.04.2023).

4. Использование цифровых технологий в логистике / В.В. Нереева, А.А.Замятина, Д. К. Шпакович, А.Д. Шаронова // Экономика и экологический менеджмент. – 2020. – №2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-tsifrovyyh-tehnologiy-v-logistike> (дата обращения: 02.04.2023).

5. Основные тренды цифровой логистики / В.Л. Василенок, А.И. Круглова, Е.И. Алексашкина и др. // Экономика и экологический менеджмент. – 2020. – №1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-trendy-tsifrovoy-logistiki> (дата обращения: 02.04.2023).

6. Курбанов, А.Х. Оценка перспектив развития логистики в условиях цифровизации экономики и трансформации социальной сферы / А.Х. Курбанов, В.А. Плотников // Известия СПбГЭУ. – 2020. – №3 (123). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-perspektiv-razvitiya-logistiki-v-usloviyah-tsifrovizatsii-ekonomiki-i-transformatsii-sotsialnoy-sfery> (дата обращения: 02.04.2023).

Курганова Н. В., аспирант

Российский университет транспорта (МИИТ

lilo13071996@yandex.ru,

Макарова А. А., студент

Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС)

makarova.arishka@yandex.ru,

Михайлова А. А., студент

Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС)

Mikhaylovaalisa1234567@mail.ru

Научный руководитель: Малышева О. В., канд. экон. наук, доцент

Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС)

ПЕРСПЕКТИВЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ КОНТЕЙНЕРНЫХ ПЕРЕВОЗОК ГРУЗОВ В ПРИМОРСКОМ КРАЕ

Актуальность. В статье описываются: перспективы развития контейнерных перевозок. Увеличение маршрутной суточной скорости контейнерных поездов, повышения конкурентоспособности железнодорожных транзитных сервисов, ускоренного развития железнодорожной инфраструктуры, а также раскрытия потенциала цифровой логистики.

Рост «сквозного» сервиса в сегменте контейнерных операторов, ориентация экспорта в Китай. А также проект создания разветвленной сети транспортно-логистических центров.

Результаты исследования. На фоне высокой волатильности ставок, ограничений в провозных мощностях на альтернативных видах транспорта железнодорожный транспорт перетянул на себя грузы, поскольку перевозки по железной дороге в

условиях пандемии оказались быстрее. В кризисный период железные дороги продемонстрировали рынку отличный сервис и высокую надежность. Железнодорожный транспорт взял на себя стратегическую роль «сухопутного моста» между Европой и Азией, предлагая именно то, что требуется грузоотправителям: регулярность отправок, кратчайшие сроки и стабильные цены. Перевозка из Китая сухопутным маршрутом Казахстан – Россия – Беларусь стала в три с половиной раза дешевле, чем перевозка морем, тогда как в начале года разница составляла два раза, а до октября 2020 года сухопутный маршрут был и вовсе дороже.

В особенности первостепенное значение здесь имеют железные дороги стран ЕАЭС – Беларуси, Казахстана и России как центрального и наиболее протяженного маршрута пространства 1520, соединяющего Европу и Азию.

Транзитные перевозки – сфера жесткой конкуренции. Железным дорогам трудно составлять конкуренцию в цене по доставке контейнерного груза по сравнению с океанским маршрутом, поэтому упор сделан на главное преимущество – скорость перемещения грузов [1].

Средняя маршрутная скорость транзитных контейнерных поездов по МТК «Восток – Запад» по территории России составляет 1 000 км в сутки,

Казахстана – 957 км/сут, Беларуси – 907 км/сут, Монголии – 744 км/сут. Увеличение маршрутной суточной скорости контейнерных поездов – ключевой фактор дальнейшего повышения конкурентоспособности железнодорожных транзитных сервисов между Азией и странами Европы в ближайшие годы (рис. 1). Целевым ориентиром на текущий год является значение 1 150 км/сут. Текущая ситуация характеризуется взрывным ростом контейнерных потоков транзитом через ЕАЭС [8].

Большая часть перевозок осуществляется с применением мультимодальных логистических систем. В основном это железнодорожно-морское сообщение, однако, в последнее время все большие обороты набирает сухопутное сообщение. Примерно четверть импортного контейнеропотока направляется через пропускные пункты на границе с Китаем. Особое значение имеют пограничные пункты перехода Забайкальск и Достык, через которые проходит в общей сложности 25% от общего грузооборота контейнерных грузов в сообщении РФ – КНР.

Таблица 1

Тенденции развития контейнерных грузоперевозок РФ – КНР

Наименование тенденции	Содержание тенденции
Рост экспорта продукции в Китай	Основная часть экспорта продуктов питания осуществляется в направлении Китая. Данная тенденция связана с ослаблением курса российского рубля
Рост «сквозного» сервиса в сегменте контейнерных операторов	Осуществление организации всех этапов перевозки грузов российским грузополучателям из-за рубежа одним оператором
Рост стоимости фрахта	Валютные колебания и запретные санкции приводят к изменению объема грузоперевозок, его снижению или увеличению, что в свою очередь, влияет на формирование ставок
Увеличение объема перевозимых лесных грузов	Контейнеризация в Приморском крае всё больше сосредотачивается на лесных грузах. Ключевым рынком сбыта является Япония, но география продаж расширяется

Одной из основных тенденций контейнерных перевозок грузов Приморского края является ориентация экспорта в Китай. Данный факт связан со сложившейся экономической ситуацией: рост «сквозного» сервиса в сегменте контейнерных операторов, рост стоимости фрахта, увеличение количества перевозимых лесных грузов [2].

В качестве основных перспектив развития контейнерных перевозок можно назвать: развитие транспортно-логистической инфраструктуры; расширение трансграничной торговли и включение Приморского края в глобальные транспортные маршруты, строительство мультимодальных производственно-логистических комплексов; строительство нового морского контейнерного терминала; создание транспорта будущего для перевозки грузов в контейнерах; создание логистического центра по обслуживанию контейнеров с гелием, танк-контейнеров для перевозки наливных грузов [4].

В России для развития ускоренных контейнерных перевозок ОАО «РЖД» совместно с другими инвесторами реализуется глобальный проект создания разветвленной сети транспортно-логистических центров (ТЛЦ). Концепция была одобрена еще в 2012 г., согласно которой запланирована постройка новых и реконструкция уже существующих сооружений, общее число которых составляет более 50 объектов. Основная задача федеральной целевой программы «Развитие транспортной системы России» – создание необходимых условий для обслуживания контейнерного грузопотока из Китая. В соответствии с задуманной концепцией ОАО «РЖД» при поддержке Правительства страны и различных частных организаций созданные объекты новой сети ТЛЦ РФ будут связаны регулярными контейнерными маршрутами.

Кроме того, в соответствии с Межправительственным соглашением о «сухих портах» уже определен список действующих объектов транспортно-логистической инфраструктуры, работающих по принципам «сухих портов», ориентированных на обработку поступающих экспортно-импортных грузов.

Среди государств, активно развивающих транспортно-логистическую инфраструктуру, можно выделить Казахстан, а именно АО «КТЖ», которому был присвоен статус национального интегрированного оператора. В рамках разработанного плана модернизации транспортной системы страны реализуются проекты по интеграции инфраструктуры с евразийскими МТК. Одним из крупнейших является СЭЗ «Хоргос – Восточные ворота».

Выводы. С целью его развития ведется сотрудничество с зарубежными партнерами – крупнейшими морскими и контейнерными операторами ОАЭ, Германии, Китая и России. В качестве основополагающего элемента выступит Международный центр приграничного сотрудничества «Хоргос», куда также войдет один из крупнейших в регионе железнодорожный порт. Запланированная совокупная территория объекта составляет более 1600 га (мультимодальная логистическая зона, индустриальная зона и инфраструктура). Помимо этого, в Казахстане существуют проекты создания ТЛЦ в разных районах таких городов, как Достык, Алматы, Актау, Астана, Уральск, Актобе и др. Проекты ориентированы на обеспечение реализации роста транзитного потенциала Казахстана и развитие торгово-транспортных коридоров на Евразийском пространстве [5], а также на развитие не только мультимодальных, но и синхромодальных перевозок [7].

Список литературы:

1. РЖД Логистика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rzdlog.ru/>.
2. Клименко, О.В. Приморье появится суперпорт в расчёте на Китай [Электронный ресурс] / О.В. Клименко // Деловая газета «Золотой рог». – 2017. – 31 января. – Режим доступа: http://www.zrpress.ru/anews/primorje_31.01.2017_81976_v-primorje-pojavitsjasuperport-v-raschete-na-kitaj.html.
3. Международные морские контейнерные перевозки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vedinform.com/freight/container/contshipping.html>.

4. Остропольцев, С. МТК Приморья: Каков реальный потенциал? [Электронный ресурс] / С. Остропольцев // Морские порты. – 2015. – № 8. – Режим доступа: <http://www.morvesti.ru/analitics/detail.php?ID=60226>.

5. Пономаренко, А.Д. Условия эффективности таможенного оформления контейнерных товаров при смешанных перевозках / А.Д. Пономаренко // Транспортное дело России. – 2006. – С. 16-17.

6. Мультимодальная логистика – артерия бизнеса: <http://www.logistika-prim.ru/articles/multimodalnaya-logistika-arteriya-biznesa>.

7. Куренков, П.В. СИНХРОмодальность, КО-модальность, А-модальность и ТРИмодальность – важные составляющие современной ПОЛИтранспортной логистики / П.В. Куренков и др. // Бюллетень ОСЖД. – 2018. – №5-6. – С. 37-44.

Кутафина Е. А., студент
Российский университет транспорта (МИИТ), РФ
katekutaфина2016@gmail.com,

Захаров А. А., студент
Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС), РФ
zaharovsashazaharov@gmail.com,

Данилова Ю. Д., студент
Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС), РФ
yuliadan26@gmail.com

Научный руководитель: Герасимова Е. А., канд. экон. наук, доцент
Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС), РФ

БЕСПИЛОТНЫЕ ТРАНСПОРТНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ – ШАГ В БУДУЩЕЕ

Актуальность. В статье рассматриваются современное состояние и уровень развития беспилотного транспорта, приводится историческая справка. Раскрываются проблемы и кейсы применения беспилотных технологий и предлагаются пути их совершенствования.

Беспилотный транспорт – транспортное средство, передвигающееся без экипажа на борту при помощи специальной системы автономного управления. Такой транспорт может передвигаться по специально выделенным полосам по заранее устанавливаемым маршрутам, либо участвовать в общем движении, будучи оснащенным комплексом датчиков, камер, радаров, и принимающим решения бортовым компьютером.

Анализ последних исследований и публикаций. Началом автоматизации транспорта можно назвать первую половину двадцатого века, когда начались разработки и применение автопилота для самолетов. Беспилотным управление автопилотом нельзя было назвать до 1947 года, пока американский военно-транспортный самолет В-54 не совершил трансатлантический перелет полностью под управлением автопилота, который управлял не только полетом, но также взлетом и посадкой.

Эксперименты по созданию первых беспилотных авто начались уже в 20-х годах прошлого века, а первые испытания – в 50-х. Первый полуавтоматический автомобиль, для которого требовались специально обозначенные улицы, был разработан в 1977 году японской машиностроительной лабораторией из научного городка Цукуба. На транспорте были установлены две камеры, информация с которых интерпретировалась аналоговым компьютером. Автомобиль развил скорость до 30 км/час [1].

Первый автономный автомобиль создан в США в 1984 – это были проекты Navlab и ALV (проект автономного наземного транспортного средства), разработанные Университетом Карнеги-Меллон и финансируемые Агентством перспективных исследовательских проектов Департамента обороны США (нынешний DARPA). В 1987 Mercedes-Benz и Университет Бундесвера в Мюнхене обнародовали проект EUREKA Prometheus.

В этом же 1995 британский проект Ultra совместно с Бристольским университетом начал разработку оптимального решения городского транспорта для 21-го века. В 2005 году Ultra выиграла контракт на создание системы беспилотных автобусов в лондонском аэропорту Хитроу.

В 2014 году Американская ассоциация автомобильных инженеров (англ. Society of Automotive Engineers, SAE) разработала классификацию автоматизации автомобилей, которая состоит из шести уровней автономности (подробнее здесь): уровень 0 – никакой автоматизации; уровень 1 – «hands on», «помощь водителю»; уровень 2 – «hands off», «частичная автоматизация»; уровень 3 – «eyes off», «условная автоматизация»; уровень 4 – «mind off», «широкая автоматизация»; уровень 5 – «steering wheel optional», «полная автоматизация».

В 2020 году председатель Национального совета по безопасности на транспорте пояснил, что в 2020 году в США не будет легкового автомобиля. Это «решение» было вынесено после анализа аварии в 2018 с участием автомобиля Tesla: «Эта трагическая авария наглядно демонстрирует ограниченность современных систем помощи водителю, доступных сегодня для потребителей».

В настоящее время происходит активное развитие автоматизации персонального и общественного транспорта, который будет двигаться по дорогам общего пользования. Такие гиганты как Tesla, Google, Uber все ближе к внедрению автоматических автомобилей в нашу жизнь. Обычные автомобили оснащаются множеством датчиков, камер, радаров и обрабатывающим данные бортовым компьютером, который принимает решения исходя из анализа дорожной ситуации. Такие тесты всегда происходят под наблюдением водителя, а Tesla, внедрившая систему автопилота во все свои автомобили, предупреждает владельца о том, чтобы он следил за работой системы [2].

В ноябре 2022 года «Почта России» и компания «Аэромакс» провели успешные испытания грузового беспилотника вертолетного типа SH-350: он несколько раз успешно выполнил полеты по маршруту Салехард – Аксарка – Салехард (населенные пункты находятся на расстоянии 53 км друг от друга). Новая модель почтового беспилотника может доставлять 100 кг посылок на расстояние 150 км даже в сложных погодных условиях со скоростью до 90 км/ч.

До конца 2024 г. планируется запустить в ЯНАО беспилотную доставку по десяти маршрутам в Камчатском крае, Ямало-Ненецком и Ханты-Мансийском автономных округах. Ожидается, что это позволит увеличить скорость логистики до двух раз, а в перспективе увеличить грузопоток в 10 и более раз. Стоимость доставки корреспонденции при этом снизится вдвое. По расчетам участников проекта, к 2035 г. экономия стоимости перевозки беспилотными авиационными системами составит более 40%.

Реализация проекта предполагает использование ЭПР, благодаря которым правительство примет решение о распространении апробированных нормативных и технологических решений на всю территорию России, отметил Игорь Чалик, замминистра транспорта РФ.

Управлять дронопортом можно из любой точки, где есть проводной Интернет или мобильная связь 4G. Беспилотники могут находиться в полете около 50 мин. на

расстоянии до 17 км от станции, которая включает роботизированный комплекс для замены и зарядки аккумуляторов, а также устройства для поддержания работы в условиях мороза.

В наземном транспорте с автономным управлением используют байесовские алгоритмы одновременной локализации и картирования (англ. simultaneous localization and mapping, SLAM). Суть алгоритма в объединении данных от нескольких установленных на машину датчиков, поступающих в режиме реального времени, с offline-картой при одновременном контроле текущего местоположения и пройденного пути. Компания Waymo (Google) усовершенствовала метод SLAM и разработала собственный метод обнаружения и отслеживания движущихся объектов (англ. detection and tracking of moving objects, DATMO).

Также обработкой данных может заниматься ИИ. Например, мы используем глубокое обучение на основе свёрточных нейронных сетей и собственный метод Cognitive Low Level Data Fusion (подход к объединению данных на низком уровне, который повышает точность распознавания на 20% и устойчивость на 25% по сравнению с подходом объединения данных на высоком уровне). Наши разработки в области беспилотного транспорта позволили обучать «мозг» беспилотника интуиции («предвидения» поведения разных участников движения) и получили множество мировых признаний и наград [3].

В качестве датчиков для наземных беспилотников применяют стереокамеры, GPS, гиростабилизаторы, датчики одометрии, радары и лидары (лазерные сенсоры, измеряющие расстояние до объектов с помощью света). Два последних прибора обычно являются взаимоисключающими: либо радары, либо лидары. В основном используют лидары в сочетании с камерами. Чтобы данные были исчерпывающими, камер и лидаров нужно несколько, что делает стоимость такого автомобиля очень высокой (лидары стоят десятки тысяч долларов).

Какие крупные технологические компании активно работают сегодня над автономным вождением: Google (США) создала проект автопилотирования Waymo; Yandex (Россия) тестируют беспилотный автомобиль для сервиса Яндекс.Такси; IBM (США), которая не славилась разработками в области automotive, тоже пошла в беспилотный транспорт, создав совместно с Local Motors автономный микроавтобус Olli; Intel (США) купила израильскую компанию MobilEye, которая занимается созданием ИИ для транспорта; Tesla (США) внедрила Autopilot; General Motors (США) купила стартап Cruise и начала работать над созданием автономной службы такси в Сан-Франциско и другие.

Результаты исследования. Немного о том, что тормозит внедрение беспилотников в качестве заключения.

Бюрократия. Поясним на одном из примеров из нашей практики (из интервью ВВС Ольги Усковой): «Cognitive Technologies планировала выпустить грузовой беспилотник совместно с «Камазом», но все усилия утонули в чиновничьей бюрократии. Ничего не делается и на законодательном уровне. Множественные попытки сподвигнуть депутатов на созидательную работу не увенчались ничем».

Законодательство. Это основная проблема, препятствующая массовому распространению беспилотных технологий. Коротко: в сфере российского законодательства не решено ни одной задачи и никакой системной работы в этой области не ведётся. В Европе тоже есть сложности в этом вопросе: например, Венская конвенция о дорожном движении гласит, что в каждом автомобиле должен быть водитель, который обязан управлять транспортным средством (подробнее здесь).

Хотя, некоторые изменения в России есть. В ноябре 2018 российское правительство приняло постановление, разрешающее проведение испытаний

беспилотников на дорогах общественного пользования в Москве и Татарстане в период с декабря 2018 по март 2022 для проверки возможности их эксплуатации и разработки технических требований [4].

Список литературы:

1. Развитие беспилотного транспорта: риски и возможности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rosacademtrans.ru/bespilotniy/>.
2. Перспективное развитие ИТС: беспилотный транспорт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Перспективное_развитие_ИТС:_беспилотный_транспорт.
3. Беспилотный транспорт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://iot.ru/wiki/bespilotnyy-transport>.
4. Развитие технологий беспилотного наземного транспорта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cognitivepilot.com/autotransport1/razvitie-tehnologij-bespilotnogo-nazemnogo-transporta/>.

Лакошка Д. А., студент
Научный руководитель: Дудник В. В., канд. экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
mrZORRO223@yandex.ru

ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ СОБСТВЕННОГО И АРЕНДОВАННОГО СКЛАДА

Актуальность темы исследования заключается в том, что практически любое современное предприятие в настоящее время трудно представить без склада, у подавляющего большинства производителей продукции есть необходимость в формировании запасов сырья, материалов и комплектующих для создания продукции, а также иметь место для хранения, переработку и упаковку готовой продукции.

Многие владельцы бизнеса оказываются перед выбором между арендой или покупкой склада. На эту дилемму нет единственно правильного ответа, поскольку есть плюсы и минусы, как аренды, так и собственного владения. Но в конечном счете, решение должно приниматься на основе индивидуальных потребностей и доступного капитала каждого бизнеса.

Анализ последних исследований и публикаций показывает, что склады являются важными звеньями технологического процесса промышленных предприятий, а для оптовой и розничной торговли – фундаментом. Сырье, полуфабрикаты, топливо и другие материальные ценности на заводах и фабриках хранятся именно на складах.

Цель исследования: выделить преимущества и недостатки использования собственного и арендного склада.

Результаты исследования. На всех этапах движения материального потока от первичного источника до конечного потребителя возникает потребность в специально оборудованных местах для хранения запасов. В связи с этим встает вопрос наличия собственного склада или арендованного. Движение материального потока по складу увеличивает себестоимость товаров, что связано с соответствующими затратами. Для снижения издержек обращения необходимо изучить и понять проблемы эффективной

организации и функционирования складов, рационализировать движение материальных потоков в логистической цепочке.

Склады являются одним из важнейших элементов логистических систем. Объективная потребность в специально оборудованных местах для хранения запасов существует на всех этапах движения материального потока от первичного источника сырья до конечного потребителя. Этим и объясняется наличие большого количества разнотипных складов.

Логистическая цепочка может быть организована как с использованием собственных складов, так и с использованием складов общего пользования. Менеджеру по логистике сегодня часто приходится выбирать между организацией собственного склада и использованием общественного склада для размещения запасов.

Распределение товаров в логистической системе может быть организовано как с использованием собственного склада, так и с использованием склада общего пользования.

Среди преимуществ покупки склада выделяют:

1. Гибкость, которая обеспечивается владением недвижимостью. Являясь владельцем недвижимости, собственник волен вносить любые изменения, которые требуются, чтобы способствовать росту бизнеса, такие как расширение здания или реконструкция для увеличения вместимости помещения. Также можно выбрать идеальную систему стеллажей для поддонов, чтобы максимально увеличить объем хранения и оптимизировать процессы.

2. Стабильность, которая обеспечивается ипотекой. В отличие от арендных ставок, которые могут увеличиваться ежегодно, а также при продлении каждой новой аренды, выплаты по ипотечным кредитам, как правило, колеблются намного меньше, что позволяет осуществлять точное финансовое планирование бизнеса.

3. Собственный капитал. Покупка коммерческой недвижимости похожа на покупку жилой недвижимости в том смысле, что это инвестиция, которая потенциально может вырасти в цене. Поскольку стоимость недвижимости увеличивается по мере роста бизнеса, ее также можно использовать в качестве собственного капитала в виде кредитов, чтобы помочь развитию бизнеса. Кроме того, недвижимость может быть продана, если бизнесу по какой-либо причине требуется капитал.

Однако у покупки собственного склада есть и недостатки:

высокая первоначальная стоимость – в отличие от жилой недвижимости, при покупке коммерческой недвижимости необходима первоначальная сумма в размере от 20% до 40%. Нехватка наличного капитала из-за крупного депозита может серьезно затормозить рост менее налаженного бизнеса;

обслуживание здания – собственник несет ответственность за организацию и финансирование всего обслуживания здания, включая муниципальные тарифы и другие ежегодные расходы;

меньшая финансовая гибкость – если бизнес быстро развивается, нельзя воспользоваться потенциалом для дальнейшего роста, пока склад не будет продан.

Среди преимуществ аренды склада стоит выделить:

1. Дополнительные варианты. Поскольку, как правило, складов, доступных для аренды, больше, чем для покупки, аренда склада дает преимущество в том, что у него больше возможностей. То есть гораздо больше шансов найти склад, который хорошо соответствует потребностям бизнеса с точки зрения размера, местоположения, удобств и даже оборудования.

2. Гибкость. Аренда склада обеспечивает гибкость бизнеса, поскольку можно свободно переезжать на более крупное предприятие по мере роста бизнеса. Кроме того, поскольку аренда склада не требует внесения большого депозита, у собственников

будет достаточный капитал, чтобы в полной мере воспользоваться любыми возможностями роста или использовать имеющиеся деньги для развития бизнеса.

3. Бесплатное техническое обслуживание здания – общее обслуживание здания является обязанностью арендодателя, что позволяет тратить все свое время и деньги на развитие бизнеса.

Недостатками аренды склада являются:

колебания цен на аренду, т.к. ежемесячная ставка, как правило, зависит от ежегодного увеличения арендной платы, а также от потенциального увеличения арендной платы при каждом продлении срока аренды;

ненадежное местоположение – если арендодатель решит не продлевать аренду, предприятию придется перенести свой бизнес;

меньше контроля – практически невозможно контролировать то, что происходит со зданием, начиная с утверждения изменений планировки и заканчивая продажей имущества и вынуждением бизнеса к переезду;

нет собственного капитала – значительные ежемесячные платежи будут направлены на погашение чужой ипотеки.

Выбор между организацией собственного склада и использованием общедоступного склада для размещения запасов относится к классу решений «сделать или купить» (Make-or-Buy Problem).

Основанием для принятия решения является полученное значение так называемого «грузооборота безразличия» (рис. 1), при котором затраты при хранении запаса на собственном складе равны расходам за пользование услугами наемного склада

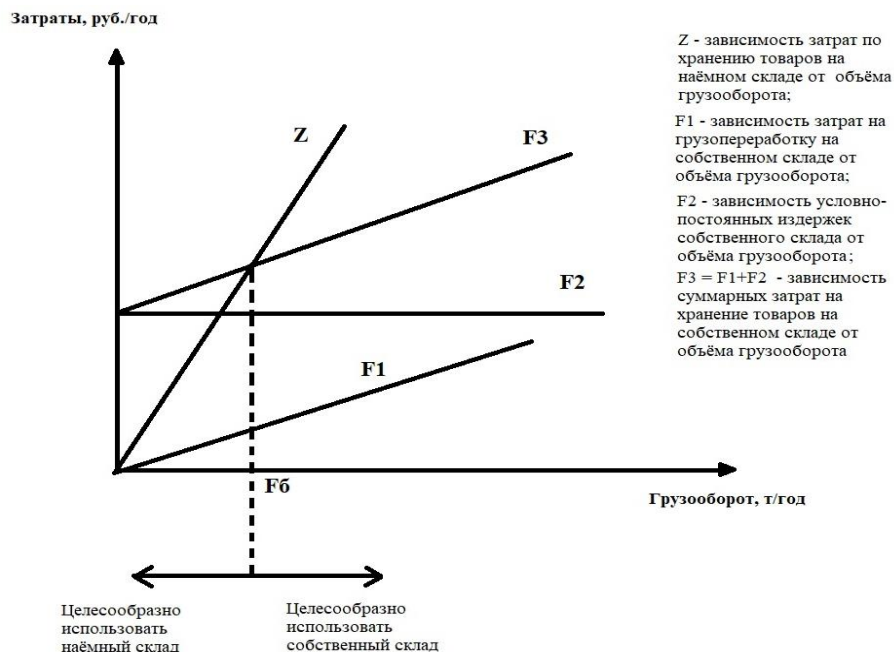


Рис. 1. Принятие решения о пользовании наемным складом

Этот рисунок представляет собой графическое решение данной задачи. График функции Z строится на основе рыночных тарифных ставок за хранение товаров на наемном складе.

Вопрос об использовании услуг наемного склада возникает тогда, когда объем грузооборота выше чем Γ_b , например, равен Γ_1 . Решение принимается на основе

сопоставления разницы затрат (ΔC) при использовании собственного и наемного состава с размером капитальных вложений.

Выводы. Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что аренда складских площадей однозначно выгоднее, если у компании низкий оборот, если она реализует сезонную продукцию, или если она выходит на новый рынок, где трудно предсказать стабильность и объемы продаж, и имея собственный склад выгоден только тем компаниям, которые имеют стабильные и высокие продажи, поддерживаемые постоянным спросом.

Список литературы:

1. Гаджинский, А.М. Современный склад. Организация, технологии, управление и логистика / А.М. Гаджинский. – М.: ТК Велби, 2005. – 176 с.
2. Маликов, О. Б. Склады и грузовые терминалы. Справочник / О.Б. Маликов. – Москва: Огни, 2013. – 658 с.
3. Основы логистики: учебное пособие / составитель Л.К. Куприянова. – Владивосток: Изд-во ДВГАЭУ, 2002.

Ларина И. С., студент

Российский университет транспорта (МИИТ), РФ

irinalarina20@mail.ru,

Поливанова Д. К., студент

Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС), РФ

polivanovadk@icloud.com,

Калинина Е. Д., студент

Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС), РФ

witch.neon@gmail.com

Научный руководитель: Куренков П. В., д-р экон. наук, профессор

Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС), РФ

ЛОГИСТИКА НОВЫХ МАРШРУТОВ ГРУЗОПОТОКОВ С ЗАПАДА НА ВОСТОК

Актуальность. В 2022 году происходят значительные изменения в логистике, и главная их причина: сокращение торговли с западными странами и переориентации рынков с запада на восток. Старые наработанные связи оказались разорванными и началось стремительное создание новых.

Результаты исследования. Основные финансово-экономические изменения, произошедшие на логистическом рынке: сокращение торгового оборота с Западом; изменения используемой при расчётах валюты. Вместо долларов, малый и средний бизнес стал использовать: юани (Китай), рупии (Индия), лиры (Турция), дирхамы (ОАЭ), тенге (Казахстан) и другие. Кроме того, появляются планы по созданию единой валюты ЕАЭС; сокращается торговый оборот с США, Великобританией, Канадой, странами Евросоюза; возрастает торговый оборот со странами Южной, Восточной, Юго-Восточной Азии, Центральной и Южной Америки, а также африканскими странами;

Происходит перераспределение грузопотоков. *Например*, значительно сократился поток контейнерных грузов через важнейшие порты Санкт-Петербурга; контейнерные перевозки по Балтийскому морю за первые шесть месяцев 2022 года по сравнению с

аналогичным периодом 2021 года сократились на 31%. В то же время значительно вырос грузопоток через порты Дальнего Востока и Новороссийска [1, 2].

Растёт роль Турции – как транзитной страны. Это новый логистический канал, открывшийся потому, что крупные перевозчики перестали заходить в порты России, а заходят в порты Турции. В турецких портах грузы перегружают и отправляют в Россию, поместив под таможенную процедуру «резэкспорт». Несмотря на рост логистических затрат и увеличение времени доставки – маршрут прекрасно работает. Так привозят в Россию большую часть санкционных товаров. Кроме того, теперь из Турции в порт Новороссийск можно отправлять сборные грузы. Из Турции в Россию можно отправить груз по железной дороге. Через порты Турции можно отправлять товары из России на экспорт.

Поток грузов транзитом через Иран пошёл из Индии в Россию по международному транспортному коридору – МТК «Север-Юг». Длина этого составляет 7000 километров. Соглашения, достигнутые между таможнями России и Ирана позволили упростить торговлю. Это важно, потому, что Индия сейчас является важнейшим торговым партнёром России. Этот коридор короче в два раза, чем коридор, проходящий по морю через Суэцкий канал, соответственно доставка грузов по нему обходится значительно дешевле. Есть три ветки этого коридора, их характеристики сведены в таблицу 1.

Таблица 1

География транспортно-экономических связей, обеспечиваемых различными маршрутами
МТК «Север – Юг»

Маршрут МТК «Север – Юг»	Виды транспорта	Тяготеющие транспортно-экономические связи
Западный	Железнодорожный, автомобильный	Западная Европа – Беларусь – центральные регионы России – российские регионы Поволжья и Северного Кавказа – Азербайджан – Иран Северная Европа – центральные регионы России – российские регионы Поволжья и Северного Кавказа – Азербайджан – Иран порты Балтии – центральные регионы России – российские регионы Поволжья и Северного Кавказа – Азербайджан – Иран Северная Европа – порты Балтии – центральные регионы России – Казахстан – страны Центральной Азии
Мультимодальный (Транскаспийский)	Внутренний водный, морской, железнодорожный, автомобильный	Центральные и северо-западные регионы России, регионы Поволжья, Северного Кавказа, Южного Урала – российские порты на Каспии – иранские порты на Каспии – Иран центральные и северо-западные регионы России, регионы Поволжья, Северного Кавказа, Южного Урала – российские порты на Каспии – порт
		Туркменбаши – Туркменистан – страны Центральной Азии Казахстан – порты Актау/Курык – иранские порты на Каспии – Иран
Восточный	Железнодорожный, автомобильный	Казахстан – Туркменистан – Иран Китай – Казахстан – Туркменистан – Иран Россия (Урал, Сибирь, Дальний Восток) – Казахстан – Туркменистан – Иран

Доставка грузов автотранспортом из Китая через Благовещенск стала возможной благодаря открытому 10 июня 2022 года через реку Амур новому автомобильному мосту Благовещенск – Хэйхэ. Длительность доставки по этому каналу составляет 30-35 дней.

Доставка грузов через Китай транзитом из стран Юго-Восточной Азии и Ближнего Востока. При этом особый интерес представляет доставка грузов по железной дороге через Китай из Вьетнама.

Интерес представляет доставка грузов в Россию через территорию Грузии, но слабым звеном является автомобильный пункт пропуска «Верхний Ларс».

На фоне развития новых маршрутов изменения претерпевают и морские порты [3].

Выводы. В настоящее время дальневосточные порты стали основными российскими морскими воротами. Например, за последние 3 месяца в полтора раза увеличился импорт контейнеров через Владивостокский морской торговый порт (ВМТП). На сегодняшний день большинство грузов в Россию из Юго-Восточной Азии (ЮВА) перевозится компаниями Fesco и Sinokor.

Поток грузов через порты Санкт-Петербурга значительно сократился, особенно это коснулось контейнерных грузоперевозок. Основной грузопоток в Санкт-Петербург из Китая и Владивостока поступает по железной дороге. С портами США порты Санкт-Петербурга соединяет морская линия ARRC Line. Действуют чартерные рейсы из портов Роттердама. Планируется открыть линию из Китая в порт Усть-Луга, длительностью 42 дня.

Развитие логистической инфраструктуры на Юге и Востоке страны – один из ключевых приоритетов для государства сегодня. Все это стало возможным благодаря тому, что расчет Запада на разрыв торговых связей с Россией не оправдался: азиатские партнеры (прежде всего, Китай, Индия, страны АСЕАН) продолжили активно торговать. Вопреки ожиданиям о крахе российского рынка, российская экономика устояла, а после начала укрепления российского рубля оказалось, что остается высоким и спрос населения на иностранные товары. Необходима эффективная деятельность в направлении увеличения пропускной способности пунктов пропуска на южных и восточных границах Российской Федерации, что поможет бизнесу переориентировать грузопотоки. Все это требует стратегических решений самого высокого уровня, что можно достичь, используя разработки, опубликованные в источниках [3-8].

Список литературы:

1. Международные транспортные коридоры / Энциклопедия ЖД [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.jd-enciklopedia.ru/2-zheleznye-dorogi/2-3-mezhdunarodnye-transportnye-koridory/>.
2. Транспортные коридоры [Электронный ресурс]. – URL: https://spravochnik.ru/logistika/transportnaya_logistika_suschnost_i_zadachi/transportnye_koridory/.
3. Алфёров, В.В. Влияние динамики и тенденций мировой торговли на логистику морского сегмента транспортного рынка / В.В. Алфёров, Ф.К. Мухамадшоев, П.В. Куренков // Логистика. – 2020. – № 6. – С. 14-18.
4. Вакуленко, С.П. Конкуренция между магистралями направления «Север – Юг» / С.П. Вакуленко и др. // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. – 2016. – №9-2(24). – С. 23-30.
5. Вакуленко, С.П. Методика определения пропускной и перерабатывающей способности железнодорожных пограничных пунктов / С.П. Вакуленко и др. // Транспорт: наука, техника, управление. Научный информационный сборник. – 2022. – №3. – С. 8-13.
6. Володин, А.А. Методы и подходы к определению пропускных способностей элементов логистических систем в различных отраслях / А.А. Володин, П.В. Куренков, А.А. Шамарина // Логистика – евразийский мост: мат-лы XV Международ. науч.-практ. конф. (27 апреля – 02 июля 2020 г.) Красноярск, Енисейск / Красноярск: КрасГАУ, 2020. – С. 32-35.

7. Володин, А.Б. Анализ методов и подходов к определению пропускных способностей звеньев логистических цепей доставки / А.Б. Володин, П.В. Куренков, А.А. Шамарина // Транспорт в интеграционных процессах мировой экономики: Мат-лы Международ. науч.-практ. онлайн-конференции (Гомель, 24 апреля 2020 г.). – Гомель: БелГУТ, 2020. – С. 169-171.

8. Володин, А.Б. Логистические методы и подходы к определению пропускных способностей элементов систем и звеньев цепей поставок в различных отраслях / А.Б. Володин, П.В. Куренков, А.А. Шамарина // Логистика. – 2020. – № 5. – С. 43-48.

Николаева Д. В., студентка
Российский университет транспорта (МИИТ), РФ
nikolaeva9999111@gmail.com,

Степанова Д. Ю., студент
Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС), РФ
dashulya.stepanova.2021@mail.ru,

Алексеева Т. А., студент
Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС), РФ
dashulya.stepanova.2021@mail.ru

Научный руководитель: Сафронов С. А., канд. экон. наук, доцент
Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС), РФ

ЛОГИСТИКА А-МОДАЛЬНОГО БУКИНГА ТРАНСПОРТНЫХ СРЕДСТВ

Любая перевозка начинается с фрахтования транспортных средств, а Договор фрахтования является важнейшим условием функционирования логистических цепочек доставки во всех видах сообщения [1-6]. Простыми словами, термин фрахт означает плату за доставку. Ее выплачивает фрахтователь либо отправитель груза судовладельцу. Она устанавливается условиями договора или положениями закона. Размер фрахта при отсутствии договоренности сторон формируется с учетом ставок, которые применяются в месте погрузки. Предметом договора является сдача судна в аренду, но не транспортировка груза.

Результаты исследования. Изначально термин «фрахт» применялся только к морской перевозке. Затем с появлением грузового «воздухоплавания» появился термин «авиафрахт» — и понятие фрахта стало применяться и к авиаперевозке. В современной терминологии слово «фрахт» также можно услышать применительно к наземным видам транспорта (land freight).

Чтобы перевезти груз, заказчик заключает с исполнителем заказа договор фрахтования. Фрахтователь (заказчик) обязуется оплатить услуги транспортной компании, а фрахтовщик (исполнитель заказа) отвечает за доставку груза в пункт назначения, указанный в договоре. Также фрахтованием называют договор, согласно которому одна сторона (фрахтовщик) предоставляет другой (фрахтователю) транспортное средство целиком или частично на оговорённый срок, для выполнения определенной работы, на один или несколько рейсов.

Морской фрахт осуществляется на основании договора, где прописывается порядок найма судна, обязанности фрахтователя и фрахтовщика, определяются условия оплаты доставки. В международных грузоперевозках есть разная практика распределения расходов и ответственности между грузоотправителем и получателем. Договор фрахтования бывает двух типов: Бэрбоут-чартер. Судовладелец предоставляет

фрахтователю судно без экипажа; Тайм-чартер. Предполагает передачу судна вместе с экипажем на конкретный период.

Морская перевозка, погрузочно-разгрузочные работы сопровождаются специальными документами, которые необходимы как владельцу, перевозчику груза, так и таможне: Коносамент. В нем прописывается право собственности на доставляемый груз. Документ позволяет перепродавать товар еще на пути следования с внесением всех записей о сделках; Штурманская расписка. Подтверждает передачу товара грузоперевозчику; Морская накладная. Удостоверяет наличие договора, которым определена обязанность перевозчика доставить груз в порт получения; Упаковочный лист. Содержит данные всех перевозимых товаров и товарных мест.

В пакет документов также входит доковая расписка. Она подтверждает, что груз прибыл в порт для дальнейшей транспортировки по морю.

Преимущества авиафрахта: Высокая скорость доставки, позволяет транспортировать срочные и скоропортящиеся грузы за 1 день; Безопасность, при перевозке грузы фиксируются специальными креплениями; Возможность доставлять в любые города, в которых есть аэропорты.

Недостатки: дороговизна, поскольку доставка самолетом гораздо дороже, чем морем или автомобильным транспортом; ограниченная грузоподъемность, поскольку самолеты не могут вместить большое количество грузов и негабаритные отправления; Невозможность перевозки жидких, взрывоопасных, сыпучих материалов; скорость и экономия средств определяют выбор способа грузоперевозки. Если заказчику важно доставить товар за 1–2 дня, предпочтителен авиафрахт. В приоритете экономия средств – в этом случае выручит морская доставка, но в ущерб скорости перевозки.

Устав автомобильного транспорта связывает понятие фрахта с: перевозкой груза с сопровождением представителя грузовладельца, перевозкой груза, в отношении которого не ведется учет движения товарно-материальных ценностей; перевозкой пассажиров и багажа по заказу; перевозкой пассажиров и багажа легковым такси. Во всех этих случаях заключается договор фрахтования. Однако его условия различны. Но есть кое-что общее для всех названных случаев. Во всех договорах фрахтования фигурируют лица, являющиеся сторонами данных договоров.

Фрахтование (договор чартера) – это соглашение, по которому одна сторона предоставляет другой стороне транспортное средство (целиком или частично) на один или несколько рейсов для перевозки пассажиров, груза или иных целей.

Договор фрахтования транспортного средства (ТС) представляет собой арендный контракт, который в силу некоторых особенностей эксплуатации ТС и обстоятельств его передачи во фрахт приобретает характерную специфику. Она заключается в: возможности фрахтования использовать как само транспортное средство, так и часть его полезной вместимости, тогда как аренда ориентирована на использование всего ТС с экипажем либо без него; при чартерных рейсах посредством фрахтования обозначаются начальная и конечная точки маршрута с описанием грузовых параметров, состава пассажиров либо обслуживающего персонала и другие особенности рейса, тогда как сдача транспортного средства в аренду не сопрягается с точкой доставки, а базируется только на периоде использования арендованного ТС.

В РФ фрахтование и все связанные с ним аспекты в сфере пассажирских перевозок регламентируются на законодательном уровне. Например, автотранспортное фрахтование регулируется нормами ФЗ № 259 от 08.11.2007.

В договоре фрахтования обязательно присутствуют его субъекты, обозначаемые: фрахтовщик - индивидуальный предприниматель либо юридическое лицо, обязуется предоставить своим контрагентам транспортное средство сообразно их запросам и неся при этом ответственность за безопасность перевозки пассажиров; фрахтователь –

физическое или юридическое лицо, который берёт на себя обязательство оплачивать зафрахтованное транспортное средство в оговорённые сроки, соблюдать в нём чистоту и порядок и использовать его только по назначению, указанному в договоре.

Документ, фиксирующий факт соглашения о фрахте, содержит в себе норму, включающую в себя ответственность фрахтовщика за нанесение вреда здоровью и жизни транспортируемых пассажиров, а также их багажа. Касательно фрахтователя договор содержит норму, по которой он обязуется содержать зафрахтованное ТС в чистоте и порядке.

В наше время все большее распространение получают туристические путешествия, осуществляемые железнодорожным транспортом. В связи с этим для более мобильного и эффективного обслуживания туристов крупные туристические операторы фрахтуют либо целые поезда, либо вагоны, прицепляемые к поездам, идущим по расписаниям.

Фрахтование вагонов может быть двух видов:

1. Прицепные вагоны, в этом случае оплаченные туристическим оператором вагоны цепляют к составам, идущим по расписанию. Например, прицепные вагоны «Ростов – Прага» сначала цепляют к скорому поезду «Адлер – Брест», а далее к скорому поезду «Москва – Прага». В этом случае время нахождения вагонов в пути, а также длительность стыковочной стоянки (в описанном случае – в Бресте) зависят от расписания движения регулярных поездов;

2. Туристические поезда – в этом случае туристический оператор самостоятельно фрахтует целый состав, по его договоренности с управлением железной дороги утверждается маршрут и расписание движения самостоятельного поезда. Организация туристических поездов позволяет туроператору в случае наличия возможностей железной дороги устанавливать расписание движения поезда, максимально отвечающее целям тура (например, более скорая доставка пассажиров, предпочтительные ночные переезды, сокращенные стоянки в транзитных пунктах и, наоборот, более длительные стоянки в городах, посещение которых входит в тур-пакет, и др.).

Выводы. Любая перевозка начинается с фрахтования транспортных средств, а Договор фрахтования является важнейшим условием функционирования логистических цепочек доставки во всех видах сообщения [7].

Список литературы:

1. Брагинский, М.И. Договорное право. Договоры о передаче имущества / М.И. Брагинский, В.В. Витрянский. – М.: Статут, 2005. – 682 с.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть вторая: Текст, комментарии, алфавитно – предметный указатель / под ред. О.М. Козырь, А.Л. Маковского, С.А. Хохлова. – М.: Статут, 2011. – 542 с.
3. Гражданское право / Под ред. А.П. Сергеева и Ю.К. Толстого. – СПб.: Проспект, 2011. – 657 с.
4. Коносамент и чартер как правовая основа морских перевозок / В.Н. Гуцуляк. 2003.
5. Гуревич, Г.Е. Коммерческая эксплуатация морского судна / Г.Е. Гуревич, Э.Л. Лимонов. – М.: Транспорт, 1983.
6. Краев, В.И. Экономика морского транспорта / В.И. Краев, А.А. Пантин. – М.: Транспорт, 1990.
7. Куренков, П.В. Логистика контейнерных перевозок в морском сегменте транспортного рынка. Пропускные способности контейнерных портов / П.В. Куренков и др. // Логистика. – 2020. – №10. – С. 22-27.

Новикова Д. И., студентка

Научный руководитель: Петенко И. В., д-р экон. наук, профессор
Донецкий государственный университет, РФ
rinastren666@mail.ru

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПЛАТФОРМЫ HUBSPOT ДЛЯ МАКСИМИЗАЦИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Актуальность. В современном цифровом веке компаниям необходимо уметь эффективно продвигать свои продукты и услуги на рынке, чтобы оставаться конкурентоспособными. Именно здесь на помощь приходит HubSpot.

HubSpot – это комплексная маркетинговая платформа, которая помогает компаниям создавать, управлять и отслеживать эффективность маркетинговых мероприятий. В этой научной статье мы обсудим, как HubSpot может помочь компаниям продвигать свои продукты и услуги на рынке, включая его особенности, преимущества и лучшие практики.

Анализ последних исследований и публикаций. Отдельные теоретические положения относительно сущности эффективности платформы HubSpot в маркетинге нашли отображение в работах таких зарубежных и отечественных исследователей: М.В. Акулич, А.Б. Бычкова, Р. Гудинг, М.С. Жилкиной, Дж. Раманатана др.

Целью исследования является повышение эффективности деятельности компании в цифровой сети за счет рационального использования интернет-маркетинга на основе использования платформы HubSpot.

Результаты исследования. HubSpot – это комплексная маркетинговая платформа, которая предоставляет компаниям множество функций, помогающих им продвигать свои продукты и услуги. Эти функции включают в себя:

1. Систему управления контентом (CMS): CMS HubSpot позволяет компаниям легко создавать, управлять и публиковать контент. Это могут быть сообщения в блогах, на веб-страницах сайта компании и рассылка электронных писем.

2. Управление социальными сетями: Инструменты управления социальными сетями HubSpot позволяют компаниям легко управлять своими аккаунтами в социальных сетях и упрощает систему публикации на них контента.

3. Инструменты SEO: Инструменты SEO от HubSpot помогают компаниям оптимизировать свой контент для поисковых систем и отслеживать его рейтинг.

4. Аналитика: Инструменты аналитики HubSpot позволяют компаниям отслеживать и измерять эффективность своих маркетинговых мероприятий.

5. Генерация лидов: Инструменты генерации лидов HubSpot помогают компаниям привлекать потенциальных потребителей и конвертировать их в реальных.

HubSpot предоставляет компаниям целый ряд преимуществ, которые могут помочь более эффективно продвигать свои продукты и услуги на рынке. К этим преимуществам относятся:

1. Повышение видимости: SEO-инструменты HubSpot помогают компаниям оптимизировать свой контент для поисковых систем, что может помочь в повышении видимости и привлечь больше потенциальных потребителей.

2. Улучшенное взаимодействие: Инструменты управления социальными сетями HubSpot помогают компаниям взаимодействовать со своими потребителями в онлайн режиме и выстраивать грамотную маркетинговую коммуникацию.

3. Повышение коэффициента конверсии: Инструменты HubSpot для генерации лидов помогают компаниям получать лиды и конвертировать их в потребителей.

4. Повышение рентабельности инвестиций: Аналитические инструменты HubSpot помогают компаниям отслеживать и измерять свои маркетинговые мероприятия, что может помочь им повысить рентабельность инвестиций.

Но, как и любая другая платформа, HubSpot имеет ряд недостатков:

1. Отсутствие расширяемости. В отличие от Professional/Enterprise версий Salesforce, в Hubspot мы не сможем создавать собственные объекты (например, если мы хотим видеть «Проект» как отдельный системный объект).

2. Отсутствие интерфейса на русском языке. Hubspot предлагает свою систему на английском и нескольких других языках (есть поддержка немецкого, испанского и т.д.), однако русский язык пока находится в стадии адаптации. Нам придется привыкнуть к пунктам меню: Контакты, Сделки, Встречи, Отчеты, Заметки, Звонки, Задачи... Некоторые потребители используют встроенный переводчик в браузере Chrome, чтобы увидеть эти пункты на русском языке. Важно отметить, что Hubspot постепенно внедряет поддержку новых языков, и мы ожидаем, что в ближайшие год-два появится поддержка русского языка.

3. Нет интеграции с Telegram. Хотя ряд российских систем предлагает интеграцию с популярным в нашей стране мессенджером, Hubspot такую интеграцию не поддерживает.

Для того чтобы воспользоваться всеми инструментами платформы HubSpot необходимо зарегистрироваться в системе. После активации учетной записи Hubspot мы получаем доступ к portalу. Здесь мы сразу же сможем добавить неограниченное количество других пользователей – наших коллег.

Важной частью Hubspot CRM является связь с нашим сайтом компании. Разместив один небольшой скрипт на страницах нашего сайта, мы сможем:

сохранять данные форм нашего сайта в Hubspot (даже если это формы из другой системы, Hubspot сохранит их, попытается распознать поля и даже создаст контакты в случае, если мы попросим ввести в форму имя, email, номер телефона и т.д.);

собирать аналитические данные для отчетов;

собирать данные о действиях пользователей;

добавлять формы, всплывающие окна и чаты на наш сайт.

После этого мы, вероятнее всего, захотим перенести свою текущую клиентскую базу в Hubspot. Мы можем сделать это двумя способами:

1) воспользоваться встроенной функцией импорта;

2) обратиться в сертифицированное агентство, где нам помогут перенести всю информацию из нашей старой CRM.

Перед импортом контактов нам нужно подумать о том, какую дополнительную информацию мы хотим хранить о своих потребителях, и создать пользовательские поля для контактов в настройках системы.

Если необходимые поля настроены, мы можем выполнить импорт, просто загрузив файл CSV. Помимо контактов, мы можем импортировать транзакции и заметки. В заметках мы можем добавить любую информацию о потребителях из нашей старой CRM. Например, историю звонков, встреч, переписку по электронной почте.

Следующий важный шаг - настройка этапов сделок (этапов процесса продаж). Мы можем настроить простую воронку, состоящую, например, из трех этапов: лид, переговоры, выигранная сделка, проигранная сделка. Если у нас интернет-магазин, воронка продаж может выглядеть иначе: товар добавлен в корзину, заказ сформирован, заказ оплачен, заказ доставлен, заказ отменен. Для SaaS-продукта этапы воронки могут быть привязаны к действиям пользователя: зарегистрировался, посмотрел демо-версию, подписался на бесплатную пробную версию, подписался на платный пакет, отписался.

Количество и названия этапов транзакции зависят исключительно от нашего желания отслеживать отдельные состояния транзакции и видеть их в отчетах.

Далее мы можем подключить к Hubspot свою собственную и общую электронную почту и приступить к работе.

У нас также есть доступ к удобной настраиваемой панели Dashboard, где мы можем отслеживать динамику производительности на примере нескольких десятков стандартных отчетов. Если нам нужны расширенные или более сложные пользовательские отчеты, мы можем подключить пакет Sales Pro или воспользоваться сторонним решением Databox (есть бесплатная версия и предварительно настроенные отчеты для Hubspot CRM).

Из расширений мы также рекомендуем установить расширение Hubspot для браузера Chrome и мобильное приложение для iOS и Android. Кстати, мобильное приложение также позволяет сканировать визитные карточки, распознавать их и сохранять как контакты.

Бесплатная версия Hubspot полностью функциональна, и тысячи компаний работают в бесплатном Hubspot, не переходя на платные пакеты, однако существует ряд ограничений: история активности пользователей на сайте ограничена 7 днями; на формах и чате для сайта будет надпись Powered by Hubspot;

можно подключить только одну ссылку для встреч (в платных версиях мы сможем создавать разные ссылки для разных потребителей или разных целей. Например, добавить отдельные ссылки для демонстраций или встреч в рамках конференции, в которой участвует компания).

Чтобы получить максимальную отдачу от HubSpot, компании должны следовать следующим передовым практикам:

1. Создавать качественный контент, который ориентирован на целевую аудиторию и удовлетворение ее потребностей в получаемой информации о компании и производимом ею продукте.

2. Оптимизация для поисковых систем. Компании должны использовать SEO-инструменты HubSpot для оптимизации контента для поисковых систем. Чем более оптимизирован контент, тем большее количество потенциальных потребителей компания сможет привлечь.

3. Взаимодействие с потребителями в онлайн режиме. Компании должны использовать инструменты управления социальными сетями HubSpot для взаимодействия со своими потребителями в удобное для них время и построения маркетинговой коммуникации, не зависящей от конкретного местоположения.

4. Измерение полученных результатов. Компании должны использовать аналитические инструменты HubSpot для отслеживания и измерения своих маркетинговых мероприятий.

Вывод. В целом, HubSpot предоставляет компаниям множество инструментов для продвижения своих продуктов и услуг на рынке, однако имеет ряд недостатков. Существенным недостатком, на наш взгляд, является отсутствие расширяемости и интерфейса на русском языке, однако не следует забывать о том, что платформа является новой и многие инструменты находятся на стадии разработки.

Компании должны следовать передовым практикам искусственного интеллекта, чтобы оставаться конкурентоспособными и клиентоориентированными на современном рынке.

Список литературы:

1. Акулич, М.В. Облачный маркетинг / М.В. Акулич. – М.:Litres, 2022. – 253 с.
2. Бычков, А.Б. Фриланс. Как зарабатывать больше, забыв про офис и дресс-код /

А.Б. Бычков. – М.:Litres, 2019. – 140 с.

3. Гудинг, Р. Расширение возможностей маркетинга и продаж с помощью HubSpot / Р. Гудинг. – М.:Litres, 2022. – 476 с.

4. Раманатан, Дж. HubSpot CRM Упрощенный уровень / Дж. Раманатан. – М.:Litres, 2020. – 230 с.

Петров М. Я., студент
Российский университет транспорта (МИИТ), РФ
rex855@yandex.ru,

Долганова А. С., студент
Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС), РФ
Dolganovaa272@gmail.com,

Медянцева Т. А., студент
Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС), РФ
Ttan-3@yandex.ru

Научный руководитель: Карышев М. Ю., канд. экон. наук, доцент
Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС), РФ

ПРАВОВАЯ ЛОГИСТИКА МЕЖДУНАРОДНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Под международной перевозкой понимается перевозка грузов и пассажиров между двумя и более государствами, выполняемая на условиях, которые установлены заключенными этими государствами международными соглашениями. Характерной особенностью правового регулирования в этой сфере является то, что основные вопросы перевозок решаются в международных соглашениях (транспортных конвенциях), содержащих унифицированные нормы, единообразно определяющие условия международных перевозок грузов и пассажиров.

Во многих государствах были приняты специальные правовые акты о международных перевозках, которые обычно основываются на положениях транспортных конвенций и дополняют их. В России действуют Кодекс торгового мореплавания РФ 1999 г. и Воздушный кодекс РФ 1997 г., а также Транспортный устав железных дорог 2002 г., Закон о федеральном железнодорожном транспорте 1995 г., изданы также различные положения и правила.

Международные перевозки можно классифицировать следующим образом: по отраслям транспорта на морские, воздушные, железнодорожные и автомобильные; по характеру участвующих транспортных организаций различают перевозки отдельными видами транспорта и перевозки смешанного сообщения; в зависимости от предмета транспортных организаций выделяют перевозки грузов, перевозки пассажиров и багажа; исходя из периодичности транспортных операций, международные перевозки делятся на регулярные (линейные) и нерегулярные.

Особенностью правового регулирования перевозок в межгосударственном сообщении является высокий удельный вес материально-правовых норм международного характера по сравнению с коллизионными нормами и наличие большого количества норм национального транспортного законодательства.

Каждый вид транспорта обладает своей спецификой, которая отражается на правовом регулировании возникающих при перевозке отношений.

Коллизионные принципы, используемые в сфере международных транспортных обязательств, можно разделить на три группы.

К первой относятся общие коллизионные принципы, используемые для регулирования в любой области международных частноправовых отношений. В эту группу входят такие коллизионные привязки, как закон места заключения договора, закон суда, закон государства, где имеет основное место деятельности (место жительства, место регистрации) перевозчик.

Вторая группа коллизионных принципов содержит так называемые «транспортные» привязки: закон места отправления груза (багажа, пассажиров), закон дороги следования, закон места нахождения, права страны транзита.

Третья группа включает в себя формулы прикрепления, характерные только для определенных видов перевозок.

К международным транспортным организациям относятся: Комитет по внутреннему транспорту Европейской экономической комиссии ООН; Комиссия по транспорту Европейского сообщества (ЕС); Международная федерация экспедиторских ассоциаций (FIATA); Международный союз автомобильного транспорта (IRU).

Также к источникам международного права, регулирующим вопросы глобальной логистики, относятся резолюции международных организаций по вопросам, связанным с логистикой, национальное законодательство стран, двусторонние и многосторонние правительственные соглашения [4].

Таким образом, за последние десятилетия была сформирована правовая база, регламентирующая деятельность компаний, работающих в сфере международной логистики. Многие государства изменили свое внутреннее законодательство, трансформировав его под международные требования. Например, правовую основу таможенной логистики в Беларуси составляют: Конституция Республики Беларусь, кодексы Республики Беларусь, законы Республики Беларусь, декреты и указы Президента Республики Беларусь, иные нормативно-правовые акты, а также вышеперечисленные международные нормативно-правовые акты.

Особую значимость представляют специализированные нормативные правовые акты, которые непосредственно регулируют все аспекты осуществления логистической деятельности. Основным из них являются: законы Республики Беларусь «О таможенном регулировании в Республике Беларусь», «Об основах транспортной деятельности», «О 169 железнодорожном транспорте» «О транспортно-экспедиционной деятельности», «Об автомобильном транспорте и автомобильных перевозках», Устав железнодорожного транспорта общего пользования и другие. Вышеприведенные факты свидетельствуют о том, что корректировка нормативно-правовой базы, регулирующей взаимоотношения между субъектами РТУ, не адекватна динамике его конъюнктуры.

При построении новой системы управления транспортным комплексом в нашей стране крайне важно четко разграничить государственные функции управления от производственно-хозяйственных функций. Это поможет ускорить разработку более совершенной правовой основы не только транспортного законодательства, но и законодательства в сфере обращения в целом.

Государство должно за собой сохранить функции соблюдения экологической и технической безопасности, инновационной деятельности, а также подготовки кадров.

Экспедиторы за счет конкуренции на транспортном рынке должны постоянно повышать качество транспортного сервиса.

В улучшении нуждается и механизм ответственности транспорта за нарушение принятых обязательств, прежде всего – за несвоевременность подачи порожнего подвижного состава и доставки грузов. Нельзя согласиться с распространённым мнением о необходимости возмещения транспортом всего ущерба, понесённого грузовладельцами по его вине. Размеры такого ущерба в значительной степени зависят

и от клиентуры: от принятой схемы снабжения, удельного веса стоимости задержанной на транспорте продукции в стоимости готового изделия, от места предприятия в технологической цепочке. При введении ответственности за весь ущерб грузы станут далеко не равнозначными для транспорта с точки зрения экономического риска, а величина возможной компенсации может оказаться в весьма неопределённой зависимости от стоимости груза и величины просрочки. Поэтому размеры компенсационных выплат в случае нанесения ущерба должны согласовываться до заключения договоров на перевозку, а не определяться постфактум.

Выводы. В транспортном законодательстве России следует четко определить правовой статус транспортных предприятий, занятых в сфере малого и среднего бизнеса. Условия для развития малого и среднего бизнеса должно обеспечивать и действующее налоговое законодательство.

На основании вышеизложенного возможно принятия термина «правовая логистика» – своевременные разработка, рассмотрение, согласование и утверждение нормативно-правовых актов, регулирующих взаимоотношения между соответствующими субъектами [6-9].

Список литературы:

1. Чепик, А.А. Понятие и правовые основы таможенной логистики в Республике Беларусь / А.А. Чепик; Белорусский государственный университет. – Минск: БГУ, 2016. – 123 с.
2. Ивуть, Р.Б. Международная логистика: учебно-методическое пособие для вузов / Р.Б. Ивуть [и др.]; под ред. А.Г. Баханович и Т.Р. Косовской: Белорусский национальный технический университет. – Минск: БНТУ, 2017. – 93 с.
3. Куган, С.Ф. Исторические подходы правового регулирования международных перевозок / С. Ф. Куган // Журнал Веснік Беларускага дзяржаўнага эканамічнага ўніверсітэта / БГЭУ. – Минск, 2019. – Вып.2 (133). – С. 12–19.
4. Губский, М.И. Развитие международной логистики в Республике Беларусь: правовой и таможенный аспект / М.И. Губский // Научные труды Академии управления при Президенте Республики Беларусь. – Минск: Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 2009. – Вып. 11; Ч. 2. – С. 77–85.
5. Зорина, Т.Г. Международная логистика: учебное пособие / Т.Г. Зорина, М.А. Слонимская. – Минск: БГЭУ, 2012. – 244 с.
6. Куренков, П.В. Правовые взаимоотношения между субъектами рынка транспортных услуг / П.В. Куренков // Железнодорожный транспорт. – 1996. – №11.
7. Куренков, П.В. Внешнеторговые перевозки в смешанном сообщении: экономика, логистика, управление / П.В. Куренков, А.Ф. Котляренко. – Самара: СамГАПС, 2003. – 636 с.
8. Холопов, К.В. Толкование коносаментов в международной торговле / К.В. Холопов, Н.В. Данчеева. – М.: Русайнс, 2015. – 154 с.
9. Холопов, К.В. Состояние и анализ функционирования российской системы транспортно-логистического обеспечения внешнеэкономической деятельности / К.В. Холопов, О.В. Соколова // Российский внешнеэкономический вестник. – 2015. – №12. – С. 101-117.

Полосков П. А. студент

Научный руководитель: Чижова Н. Е., канд. экон. наук, доцент

Донецкий государственный университет, РФ

brunapaulus@mail.ru

УПРАВЛЕНИЕ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК НА ПРЕДПРИЯТИИ И ИХ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ

Актуальность работы. Современные бизнес-процессы требуют от предприятий эффективного управления цепями поставок. Это связано с тем, что цепочка поставок включает в себя множество сторонних компаний и организаций, работающих в различных сферах, и ее неэффективность может привести к увеличению затрат, задержкам в производственном процессе и, в конечном счете, к потере конкурентоспособности предприятия.

Анализ последних исследований и публикаций. Исследования, проведенные в данной области, указывают на то, что эффективное управление цепями поставок является ключевым фактором успеха предприятий. В работах Д. Боуерсокса и Д. Клоуза рассматривается влияние дисruptивных технологий на управление цепями поставок, а в статье К. Маркса подчеркивается необходимость учета экологических факторов при управлении цепями поставок. Одно из исследований отечественных ученых – «Оценка эффективности управления цепями поставок на примере российской транспортной компании» (авторы: Ю. В. Журавлев, А. А. Шевченко). В рамках исследования была проведена оценка эффективности управления цепями поставок на примере российской транспортной компании. Было выявлено, что компания успешно реализует стратегию управления цепями поставок, основанную на использовании современных информационных технологий, что позволяет ей повышать эффективность и уменьшать затраты.

Цель работы. Целью данной работы является исследование существующих методов управления цепями поставок на предприятии и выявление возможных путей их усовершенствования с учетом современных тенденций.

Результаты исследования. Для достижения поставленной цели был проведен анализ существующих методов управления цепями поставок на предприятии и выявлены их основные преимущества и недостатки. Предложена модель управления цепями поставок, учитывающая современные тенденции, такие как использование дисruptивных технологий и учет экологических факторов.

Дисruptивные технологии (англ. disruptive technologies) – это технологии, которые меняют существующие рынки, индустрии и бизнес-модели, приводя к радикальным изменениям в экономике и обществе. Они обычно возникают в результате инноваций и революционных изменений в технологической сфере и позволяют создавать новые продукты, услуги и бизнес-модели, которые ранее не существовали или были слишком дорогими для массового потребления.

Дисruptивные технологии имеют значительный потенциал для применения в управлении цепями поставок на предприятии. Они могут улучшить эффективность, надежность и прозрачность цепи поставок, а также повысить уровень автоматизации и ускорить процессы доставки товаров.

Некоторые примеры дисruptивных технологий, которые могут быть использованы в управлении цепями поставок:

Блокчейн – это технология распределенных реестров, которая позволяет создавать защищенные и прозрачные записи о транзакциях. В цепи поставок блокчейн

может использоваться для улучшения прозрачности и безопасности процесса передачи товаров от производителя к потребителю.

Искусственный интеллект (ИИ) – это технология, которая позволяет компьютерам выполнять задачи, требующие интеллектуальных способностей человека, такие как распознавание образов, классификация и прогнозирование. В цепи поставок ИИ может использоваться для оптимизации процессов принятия решений, прогнозирования спроса и управления запасами.

Робототехника – это технология, которая позволяет создавать роботов и автоматизированные системы для выполнения физических задач. В цепи поставок робототехника может использоваться для автоматизации процессов упаковки и перемещения товаров, а также для улучшения безопасности и производительности в складских условиях.

В таблице 1 приведено сравнение существующих методов управления цепями поставок на предприятии и предложенной модели.

Таблица 1

Сравнение методов управления цепями поставок

Метод управления цепью поставок	Преимущества	Недостатки
Традиционный метод	Низкая стоимость внедрения, простота в использовании, низкая стоимость поддержки, гибкость в управлении цепью поставок	Низкая гибкость, низкая реактивность на изменения на рынке, ограниченность в учете дисruptивных технологий
Метод Lean	Высокая эффективность, высокая гибкость, учет потребностей заказчика, учет экологических факторов	Ограниченность в гибкости, ограниченность в реактивности на изменения на рынке, высокая стоимость внедрения
Метод Agile	Высокая гибкость, высокая реактивность на изменения на рынке, учет потребностей заказчика, учет экологических факторов	Низкая эффективность, ограниченность в учете потребностей заказчика, высокая стоимость внедрения

Результаты исследования, отталкиваясь от показаний таблицы, указывают на то, что выбор метода управления цепью поставок на предприятии должен зависеть от ряда факторов, таких как характеристики отрасли, целевой аудитории, объем продаж, уровень конкуренции, уровень технологической зрелости и другие.

Традиционный метод управления цепью поставок имеет простоту и низкую стоимость внедрения, однако недостаточно гибок и неспособен быстро реагировать на изменения на рынке, что может приводить к потере конкурентных преимуществ. Кроме того, этот метод не учитывает новейшие дисruptивные технологии, которые могут изменить предпочтения и потребности потребителей.

Метод Lean, в свою очередь, обладает высокой эффективностью и гибкостью, однако его внедрение может стоить довольно дорого, и он ограничен в гибкости и реактивности на изменения на рынке.

Метод Agile, в свою очередь, обладает высокой гибкостью и реактивностью, что позволяет быстро реагировать на изменения на рынке, однако он может иметь низкую эффективность, и его внедрение также может стоить дорого.

В итоге, управление цепью поставок на предприятии должно осуществляться на основе анализа всех факторов, выбор метода управления должен быть обоснованным и сбалансированным, а взаимодействие с партнерами и использование новейших технологий могут помочь в достижении более эффективного управления цепью поставок. Предложенная модель управления цепью поставок основывается на методологии «Lean manufacturing» и подразумевает использование таких принципов,

как сокращение времени цикла, уменьшение запасов, повышение качества и увеличение гибкости производства.

Модель управления цепью поставок "Lean manufacturing" основана на минимизации потерь и максимизации эффективности производства путем оптимизации процессов. В рамках этой модели используются техники, такие как "5S" (сортировка, систематизация, сияние, стандартизация, самодисциплина), "Just-In-Time" (производство без запасов) и "Kaizen" (постоянное улучшение).

Принцип работы этой модели заключается в том, чтобы убрать все ненужные операции, материалы и оборудование, чтобы уменьшить время и затраты на производство. Это достигается путем оптимизации процессов и использования инструментов управления качеством, таких как статистический контроль процесса и методы решения проблем.

Цель модели – обеспечить более эффективное управление цепью поставок на предприятии, сократить затраты, повысить качество продукции и снизить время на выполнение заказов.

Основные элементы модели:

1. Интегрированная система управления цепью поставок, которая обеспечивает единый поток информации и материалов от поставщиков до потребителей. Это позволяет сократить время цикла и улучшить координацию между участниками цепи поставок.

2. Система управления запасами, которая позволяет минимизировать запасы и снижать связанные с ними затраты. Это достигается за счет сокращения времени цикла, оптимизации процессов заказа и доставки материалов и компонентов, а также применения методов Just-in-Time (JIT).

3. Производственная гибкость, которая обеспечивается за счет использования гибких технологий производства, таких как "клеточное" производство, позволяющее быстро переключаться на производство новых изделий и уменьшать время наладки оборудования.

4. Контроль качества, который включает в себя использование методов контроля качества на всех этапах производства и строгий контроль качества у поставщиков.

Выводы. В ходе исследования были выявлены основные преимущества и недостатки существующих методов управления цепями поставок на предприятии. Была предложена модель управления цепями поставок, учитывающая современные тенденции, такие как использование дисruptивных технологий и учет экологических факторов. Эта модель представляет собой компромисс между гибкостью и эффективностью, что позволяет предприятию быть конкурентоспособным в условиях быстро меняющегося рынка. Рекомендуются предприятиям внедрять эту модель управления цепями поставок для повышения своей эффективности и гибкости.

Список литературы:

1. Новиков, Д. А. Моделирование процессов управления цепями поставок на предприятии / Д. А. Новиков, А. Д. Новиков, Н. С. Нестеров // Современные технологии. Системный анализ. Моделирование. – 2016. – Т. 55. – № 3. – С. 136-142.
2. Лебедев, В. Н. Организация управления цепями поставок на предприятии / В. Н. Лебедев, А. В. Веретельник, А. А. Комиссаров // Вестник Московского университета. Серия 6: Экономика. – 2018. – Т. 25. – № 3. – С. 143-158.
3. Харисов, Р. Р. Управление цепями поставок в условиях цифровой экономики / Р. Р. Харисов, Г. Р. Хасанова, А. Р. Якупова // Инновации и инвестиции. – 2019. – Т. 10. – № 1. – С. 97-101.
4. Управление цепями поставок: учебник для академического бакалавриата/ под ред. В. В. Щербакова. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 209 с.

5. Ибрагимхалилова, Т.В. Имитационное моделирование как прикладной инструмент планирования и оптимизации цепей поставок / Т. В. Ибрагимхалилова, А. А. Гвоздик // Россия, Европа Азия: цифровизация глобального пространства: сборник научных трудов III Международного научно-практического Форума 16-21 ноября 2020 года, г. Невинномысск / под ред. И. В. Пеньковой. – Ставрополь: СЕКВОЙЯ, 2020. – 792 с. – С. 271-275.

Пономаренко Д. И., студент
Научный руководитель: Божко Е. В., канд. экон. наук
Донецкий государственный университет, РФ
ponomarenkodari@yandex.ru

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

Актуальность. Товар является сердцевинной всей маркетинговой деятельности. Если товар не в состоянии удовлетворить пожелания потребителей, никакие дополнительные затраты не смогут улучшить позиции такого товара на рынке. В таком случае у фирм-производителей главным оружием в конкурентной борьбе остается новизна продукции. Новые товары практически непрерывно поступают на рынки, и потребитель во многом свое отношение к фирме связывает с ее возможностями обновлять ассортимент.

Анализ последних исследований и публикаций. Стратегии разработки и реализации концепции нового товара в маркетинговой деятельности предприятия изучены в научных трудах Е.А. Гуковой, В.Ф. Бубенцовой, М.А. Соколовым, А.Г. Кущёвой и др. Вопросы формирования ассортимента мучных кондитерских изделий функциональной направленности рассмотрены И.Ю. Резниченко, Т.В. Резняевой, А.Н. Табаторович, И.В. Сурковым, И.М. Чистяковым.

Целью исследования является анализ ассортимента продукции кондитерской фабрики «ДонКо» для оценки удовлетворённости потребителей и диагностики спроса на предлагаемые товары для выявления необходимости создания нового продукта.

Результаты исследования. Компания основана в апреле 2015 г. Основным видом деятельности является производство и реализация кондитерских изделий. В 2016 г. нами была зарегистрирована торговая марка «ДонКо». Вся продукция производится в соответствии с государственными стандартами качества.

Производственные мощности размещены на двух производственных площадках, налажен выпуск более трехсот наименований кондитерских изделий в различных товарных группах: шоколад и шоколадные изделия; шоколадные конфеты; конфеты вафельные; конфеты на основе тоффи; конфеты помадные глазированные и неглазированные; конфеты с комбинированной начинкой; печенье сахарное глазированное/неглазированное; печенье-сэндвич глазированное/неглазированное; вафельные изделия; бисквитные пирожные; бисквитные рулеты; мармелад; драже [1].

Визитными карточками компании являются бренды «Bonjour», «Amour», «Esfero», «Белиссимо», «Шоколадные истории «Джек», «Моне», печенье «Буратино» с орехом, печенье-сэндвич «День и ночь», «Супер-Контик», десерты и шоколад «Мишаня».

На основе использования метода индивидуальных экспертных оценок было проведено анкетирование 67 респондентов на социальной платформе «ВКонтакте».

Анализ полученной информации показал следующее: соотношение процентов опрошенных по половому признаку соответственно 73,3% – женщин, 26,7% – мужчин. Так же в состав опрошенных групп входили потребители различных возрастных групп с разным семейным статусом. В результате анализа спроса на кондитерские изделия фабрики «ДонКо» было выявлено, что: большинство покупателей (43,3%) приобретают изделия 2 раза в неделю, а 26,7% – 1 раз в неделю, 16,7% – при виде товара непосредственно в торговой точке, 13,3% – 1 раз в месяц, что говорит об узнаваемости ТМ и устойчивом спросе.

Результаты оценки сезонности потребления продукции выявили факт её наличия, демонстрируя динамику роста в декабре (66,1 %), январе (50,7 %), марте (48,2 %), это связано с традиционными праздниками, а спад темпов роста продаж в июне, июле и августе (23,53 %, 23,53 % и 29,41 %) связан с временным изменением предпочтений потребителей и выбором в пользу фруктов, охлаждённых молочных продуктов и соков.

В ходе исследования выяснилось, что около 70 % опрошенных респондентов часто приобретают кондитерские изделия, что свидетельствует о «любви к сладкому» у потребителей. Не стоит забывать и о немаловажной составляющей доли покупателей, равной 13,3%, которая следует тенденциям здорового образа жизни, складывающимся на рынке, стараясь употреблять минимальное количество кондитерских изделий.

Как оказалось, подавляющее количество респондентов знакомы и употребляют продукцию, выпущенную под торговой маркой «ДонКо» («Донбасс Кондитер»). У этих потребителей давно уже сформировались свои предпочтения, поэтому предприятие выпускает не только новую продукцию, в связи с чем, сохранило первоначальные рецептуры и продолжает производство очень популярных конфет для сохранения целевого сегмента поклонников отечественной сладкой продукции. Привлекает покупателей данный товар по двум основным критериям: лояльная цена – 33,3 % и вкус – 46,7 %. Результаты проведенного исследования выявили, что самой любимой продукцией по полученным результатам являются конфеты – 30 % предпочтений и шоколад – 25 %. Десерт «Бонжур» с разнообразными вкусами (клубника со сливками, вишня, капучино, малина) обожают 52 % покупателей.

Самым крупным в ДНР конкурентом фабрики «ДонКо» является ООО «Лаконд». ООО «Лаконд» осуществляет производственную деятельность с 1991 г. Производственные мощности позволяют выпускать до 450 т продукции в сутки. Основным видом деятельности предприятия является производство сухарей, печенья и прочих сухарных хлебобулочных изделий, мучных кондитерских изделий, тортов, пирожных, пирогов и бисквитов, предназначенных для длительного хранения.

Основная номенклатура производимой продукции ООО «Лаконд»: весовые шоколадные конфеты; комбинированные конфеты; фасованные желеино-жевательные сладости; печенье; экструзионные и мучнистые изделия [2].

Основу ассортимента продукции, которая насчитывает свыше 200 наименований, составляют давно известные конфеты: «Советские», «Гулливёр», «Стрела», «Курочка Ряба», «Ромашка», «Метеорит», «Прометей» и «Школьные».

Основные усилия ООО «Лаконд» сосредоточивает на развитии брендовой продукции, а в производстве делает ставку на высококачественные, сложные в изготовлении изделия, используя высокотехнологичные линии, с постоянным контролем качества используемого сырья. Так же компания не обходит стороной и новинки.

В процессе изучения ассортимента ООО «Лаконд» была выявлена особая группа товара – продукция без добавления сахара. На данный момент у компании в данной продуктовой группе всего два наименования:

вафли со вкусом топленного молока. Для баланса вкуса в составе используют сахарозаменитель – фруктозу. Данный продукт подходит для детей и взрослых, в качестве альтернативы обычным сладостям, так как не вызывает резкого повышения уровня сахара в крови.

печенье «Овсяное». Биоактивные вещества, содержащиеся в овсе, регулируют уровень глюкозы в крови, что позволяет включать продукт в диетическое меню. Продукция рекомендована для категории людей, которые грамотно подходят к выбору продуктов, заботятся о собственном здоровье и хотят получать удовольствие от здоровой еды.

В современном мире большое количество различных видов аллергий, которые начинаются проявляться уже в раннем возрасте, из-за чего у детей и взрослых возникает потребность в ограничении определенных продуктов питания в своем рационе. Согласно медицинской статистике всё чаще встречаются люди, которым крайне нежелательно употреблять глютен, сахар и их производные, которые являются популярными ингредиентами в разного рода сладких продуктах. Именно по этой причине на рынке появляется все больше сладостей без добавления сахара и глютена. Так компания «bob» удалось воссоздать вкус сладостей используя только органические ингредиенты.

В составе шоколада отсутствуют такие ингредиенты как: рафинированный сахар, усилители вкуса, глютен, молоко и соя.

В качестве подсластителя используется панела, которая представляет собой нерафинированный сырой подсластитель, полученный путем испарения сока сахарного тростника. Шоколад изготавливается по авторскому рецепту и имеет в своей линейке несколько вкусов. Помимо шоколада у производителя уже большая линейка полезных для здоровья продуктов, которые могут употреблять все категории потребителей, включая веганов. Продукция рассчитана и на детскую аудиторию [3].

Вывод. Таким образом, ООО «ДонКо» продолжает укреплять портфель брендов, в число которых входят лидеры рынка с набирающим уровнем узнаваемости и популярности среди потребителей.

Однако, в связи с тем, что среди покупателей растёт интерес к здоровому образу жизни, то следует рассмотреть новые ассортиментные позиции в изготовлении кондитерской продукции. Выигрышным вариантом будет выпуск безглютеновых сладостей. Это позволит завоевать новую группу потребителей: не только тех, кто стремится сохранить здоровье и при этом продолжать наслаждаться жизнью, вкушая любимые сладости, но и дать такую же возможность тем, кто страдает целиакией.

Список литературы:

1. Официальный сайт ООО «ДонКо» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://donko.info> (дата обращения: 03.04.2023 г.).
2. Официальный сайт кондитерской компании «ЛАКОНД» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lakond.ru> (дата обращения: 03.04.2023 г.).
3. Официальный сайт ООО «БОБ» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rawbob.com> (дата обращения: 03.04.2023 г.).

Присяжный Д. В., Головачев М. Д., студенты
Научный руководитель: Лебедева А. С., канд. экон. наук, доцент
ФГАОУ ВО Национальный исследовательский университет ИТМО, РФ
prisyazhnyy.dv@gmail.com

ИССЛЕДОВАНИЕ СПЕЦИФИКИ ПРИМЕНЕНИЯ МОДЕЛИ СОВМЕСТНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ В ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РФ

Актуальность. Один из самых выдающихся феноменов XXI века – применение концепции совместного потребления в транспортно-логистической деятельности (ТЛД), которая предполагает взаимовыгодное сотрудничество различных, иногда конкурирующих между собой, субъектов в целях организации более экономичного и эффективного ресурсопотребления. При этом первыми данную модель стали использовать мобильные и гибкие сферы бизнеса, сейчас постепенно форматы совместного использования ресурсов начинают проникать в транспортную логистику. Данная отрасль имеет все перспективы и возможности для перестроения на новый формат работы в случае, если роль драйверов реформы возьмут на себя транспортные компании, направляя активы на реализацию сильных сторон модели совместного потребления. Однако в отечественной практике данная модель еще не получила широкого распространения и требует проведения ряда исследований, направленных на ее адаптацию с учетом особенностей развития, потребности и готовности различных субъектов ТЛД к ее использованию в современных условиях [1].

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросам теоретико-методологических аспектов ТЛД посвящено достаточно много исследований отечественных и зарубежных авторов, в чьих работах раскрываются понятие, сущность и отраслевые особенности транспорта при доставке грузов на различных уровнях, оценивается влияние внутренней и внешней среды транспортных систем на эффективность транспортного обслуживания и другие вопросы [2-7].

Исследования в области экономики совместного потребления (ЭСП) в различных сферах свидетельствуют о положительной и стремительной динамике распространения новых моделей ресурсопотребления [8-10]. Так, исследование 2018 года – первое в России по теме шеринг-экономики, – вызвало огромный интерес со стороны бизнеса, органов власти и СМИ. Впервые были показаны объем и впечатляющая динамика роста рынка ЭСП, очерчен круг драйверов и препятствий на пути развития шеринг-сервисов в России [11]. По итогам 2020 г. объем транзакций работающих в России шеринг-сервисов составил около 1,07 трлн руб., показав годовой рост в 39% [12].

При этом непосредственно вопросу использования модели совместного потребления в ТЛД посвящено не так много работ. Так, например, Подобед Н.А. в своей работе [13] анализирует факторы, которые способствуют развитию цифровизации в ТЛД. Одним из факторов является трансформация внутренних рынков, которая будет содействовать развитию ЭСП. Н. Трушкина делает акцент на новые рыночные модели, в частности, на ЭСП, краудсорсинг [14]. Ряд авторов [15] также указывают на развитие новой культуры шеринга и подчеркивают важность новой экономической бизнес-модели. Однако работ, посвященных анализу практики и особенностям применения модели совместного потребления в ТЛД, не выявлено, что определило цель данной работы.

Цель исследования заключается в определении специфики и готовности субъектов к применению модели совместного потребления в транспортно-логистической деятельности РФ

Результаты исследования. Потенциальные перспективы использования модели совместного потребления не гарантируют достижения желаемых эффектов для субъектов ТЛД, так как каждый вид деятельности обладает рядом особенностей, которые могут, как способствовать, так и препятствовать получению результатов. В связи с этим были проанализированы практические кейсы использования модели совместного потребления в ТЛД.

Одним из примеров реализации принципа ЭСП в транспортной отрасли является применение платформы Gruzi.ru. Применение данной платформы осуществляется посредством реализации модели закольцовывания, что в свою очередь, позволяет эффективно и оптимально использовать транспортные средства, обеспечивая загрузку в обе стороны движения по маршруту. Еще одним примером успешного внедрения модели является стратегия устойчивого развития сети крупнейших российских ритейлеров X5 Retail Group. Благодаря внедрению данной стратегии возможна организация политики снижения выбросов парниковых газов. Данный эффект достигается за счет замены обычных паллет пулинговыми. Основатели молодой логистической компании «Точка-Точка» разделяют целиком идею совместного потребления и внедряют ее в стратегию своей компании. В компании классическая модель транспортно-экспедиторского предприятия сочетается с элементами системы совместного потребления. За счет данного комплекса у руководства компании получается регулировать ценообразование перевозки посредством специально разработанного алгоритма [16].

Проанализировав практику внедрения модели совместного потребления в ТЛД, можно отметить, что в России применение модели совместного потребления в данной сфере только начинает получать распространение и на данный момент не имеет массового внедрения. В России, в первую очередь, развивается централизованная модель ЭСП, которая предполагает использование интернет-площадок, на которых размещаются предложения по использованию активов компании. На втором месте идет гибридная модель ЭСП, позволяющая организовать сотрудничество с другими компаниями, корпоративными клиентами. Однако в отечественной практике ЭСП относительно новое явление, вследствие чего существуют определенные риски и ограничения участия в этом процессе, в частности, не высокий уровень развитости цифровых технологий, не высокая степень защищенности цифровой информации, отсутствие доверия со стороны субъектов ТЛД, так как определение условий исходит от владельца того или иного актива, высокие затраты на внедрение модели, необходимые для обеспечения прямой взаимосвязи между потребителями и другие.

В целях конкретизации факторов, способствующих или препятствующих массовому распространению модели ЭСП в ТЛД, и выявления готовности отечественных субъектов ТЛД к внедрению модели было проведено исследование в форме опроса среди организаций, оказывающих и потребляющих различные транспортно-логистические услуги. По результатам опроса, 13,7% респондентов применяют модель совместного потребления (МСП) в своих организациях. При этом большинство опрошенных говорят о возможности внедрения и использования МСП при определенных условиях, а именно при получении определенных налоговых и кредитных льгот, что в очередной раз подтверждает недоверие опрошенных к экономической выгоде шеринга. По результатам опроса, в процессе шеринга чаще всего используются различные программные и цифровые продукты, такие как 1С и Битрикс24 (71,4% опрошенных), маркетплейс Яндекс.Маркет (42,9% опрошенных), торговая площадка ATI.com (28,6% опрошенных), что подтверждает гипотезу о неразрывной связи процесса цифровизации и общей тенденции развития МСП в РФ. Более 40% опрошенных, использующих шеринг готовы расширять сферу его

применения, преимущественно для финансовых, информационных и энергетических ресурсов. Однако респонденты также отмечают ряд барьеров, препятствующих использованию МСП: отсутствие финансовых возможностей внедрения МСП (72% опрошенных), имеющиеся законодательные ограничения (42,9% опрошенных), отсутствие опытного персонала для внедрения МСП (14,3% опрошенных).

Выводы. Таким образом, высокая роль МСП в цепи поставок подтверждается научными исследованиями ведущих ученых. За счет внедрения данной модели в цепи поставок ее участники, основываясь на цели совершения покупок и получения услуг, объединяются и взаимодействуют между собой.

По результатам опроса, выделены основные барьеры и ограничения при использовании модели совместного потребления в отечественной практике – отсутствие финансовых возможностей и низкий уровень доверия, как к ряду цифровых технологий, так и к партнерам. Следовательно, необходимыми условиями внедрения модели ЭСП в отечественной практике ТЛД являются: общность интересов, наличие технологической и информационной базы, гибкость компании в вопросах изменений и высокий уровень доверия, государственное одобрение, низкий уровень транзакционных издержек, наличие необходимых ресурсов.

Список литературы:

1. Ивакина И.И., Ивакина Е.Е., Безруких Ю.А. Инновационные подходы в организации и управлении логистическими процессами организации // Экономика и управление в современных условиях: материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Красноярск, 21–23 октября 2020 г.). Красноярск: Сибирский институт бизнеса, управления и психологии, 2020. С. 43–46.
2. Ковалева И. В., Поспелова И. Н. Транспортно-логистическая деятельность в экономике региона //Индустриальная экономика. – 2021. – Т. 6. – №. 5. – С. 543-549.
3. Марусин А. В., Аблязов Т. Х. Особенности цифровой трансформации транспортно-логистической сферы //Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2019. – Т. 9. – №. 3-1. – С. 71-78.
4. Вострикова Е. О., Мешкова А. П. Транспортно-логистическая инфраструктура как фактор устойчивого развития региона //Экономическая безопасность Учредители: ООО" Первое экономическое издательство". – 2022. – Т. 5. – №. 3. – С. 1073-1092.
5. Hüge-Brodin, M., Sweeney, E., & Evangelista, P. (2020). «Environmental alignment between logistics service providers and shippers – a supply chain perspective». The International Journal of Logistics Management, ahead-of-print(ahead-of-print). doi:10.1108/ijlm-04-2019-0101.
6. Ponsignon, F., Davies, P., Smart, A. and Maull, R. (2021). «An in-depth case study of a modular service delivery system in a logistics context"», The International Journal of Logistics Management, Vol. 32 No. 3, pp. 872-897. <https://doi.org/10.1108/IJLM-07-2020-0295>.
7. Centobelli, P., Cerchione, R., Cricelli, L. and Strazzullo, S. (2022), «Innovation in the supply chain and big data: a critical review of the literature», European Journal of Innovation Management, Vol. 25 No. 6, pp. 479-497. <https://doi.org/10.1108/EJIM-09-2021-0451>.
8. Киселева Е. Н., Дьяконова Н. В. Логистика ресурсосбережения //Комплексное развитие сельских территорий и инновационные технологии в агропромышленном комплексе. – 2018. – С. 71-73.
9. Carbone, V., Rouquet, A. and Roussat, C. (2018), «A typology of logistics at work in collaborative consumption», International Journal of Physical Distribution & Logistics Management, Vol. 48 No. 6, pp. 570-585. <https://doi.org/10.1108/IJPDLM-11-2017-0355>.

10. Александрова Л. Ю. и др. Основные подходы к решению проблем зеленой логистики //Russian Journal of Innovation Economics. – 2022. – Т. 12. – №. 3.
11. Ребязина В.А., Березка С.М., Антонова Н.Г. Отношение потребителей к экономике совместного потребления в России // Российский журнал менеджмента. 2020. Т.18. № 2. С. 255–278.
12. Глазунова Е. З., Кругова Ю. С., Евстафьева В. А. Экономика совместного потребления //Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2020. – Т. 9. – №. 1 (30). – С. 181-183.
13. Подобед Н. А. Основные факторы цифровой трансформации транспортно-логистической инфраструктуры //Глобальные проблемы модернизации национальной экономики. – 2020. – С. 472-478.
14. Трушкина Н. Цифровая логистика как ключевой вектор развития транспортно-логистической системы в условиях глобализации //Creșterea economică în condițiile globalizării. – 2019. – С. 46-50.
15. Бикезина Т. В., Редькина Т. М., Фирова И. П. § 3.1. Транспортно-логистические системы: практические решения //Транспортно-логистические системы: научные исследования и практические решения. – 2022. – С. 43-67.
16. Платформа Gruzi.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gruzi.ru/perevozchiki>.

Простотина Я. Д., Третьяков М. П., студенты
Научный руководитель: Ибрагимхалилова Т. В., д-р экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
yara-pro@mail.ru, ideal.standart@mail.ru

ХАРАКТЕРИСТИКА ПОНЯТИЯ «ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКАЯ ИНФРАСТРУКТУРА», ЕГО СУЩНОСТЬ И ПОДХОДЫ

Актуальность темы исследования. Динамичность развития современного мира, с одной стороны, влечет за собой изменения в различных сферах жизнедеятельности человека, а с другой – обуславливает необходимость повышения качества не только, производимых товаров и услуг, но и предъявляет новые требования к рыночной инфраструктуре, включая и транспортно-логистическую инфраструктуру (далее – ТЛИ).

Цель исследования заключается в проведении сущностного анализа понятия «транспортно-логистическая инфраструктура», на основе выделения подходов и специфических (функциональных) ее особенностей.

Результаты исследования. ТЛИ, являясь ключевым элементом развития государства в целом и отдельно взятого предприятия, представляет собой комплекс социально-экономических объектов, которые создают благоприятные условия для успешной работы разноразноуровневых логистических систем, что приводит к повышению эффективности управления материальными и сопутствующими им потоками.

Транспортно-логистическая инфраструктура является ключевым элементом развития государства в целом и отдельно взятого предприятия и включает такие элементы как: автомобильный транспорт; морской и авиатранспорт; дороги; железнодорожные пути, средства межцехового транспорта; тягачи; железнодорожный подвижной состав; средства магистрального транспорта.

Необходимо отметить, что ТЛИ включает как элементы транспортной, так и логистической инфраструктуры (рис. 1).

Транспортная инфраструктура включает сооружения, необходимые для осуществления транспортировки

- пути сообщения – все пути, по которым осуществляется перемещение транспортных средств;
- объекты инфраструктуры, на которых происходят начальные, конечные и промежуточные операции с грузами между последовательными перевозками (терминалы, хабы, порталы, склады и т.д.);
- вспомогательные объекты транспортных систем, обеспечивающие энергоснабжение, коммуникации и т.д.

Логистическая же инфраструктура включает отдельные подсистемы

- 1) транспортную сеть в разрезе отдельных видов транспорта
 - автомобильного – дороги;
 - железнодорожного – пути и станции;
 - водного – географическая и навигационная доступность;
 - воздушного – аэропорты, магистрали, линии сообщения;
 - трубопроводного – магистрали;
- 2) транспортный парк по видам и собственникам;
- 3) сеть СТОА, АЗС, стоянок, сервиса;
- 4) транспортно-грузовые узлы – логистические центры, терминалы, склады общего пользования, распределительные центры, склады временного хранения, таможенные склады и службы;
- 5) информационные каналы и системы, информационно-аналитический центр;
- 6) система унификации грузовых единиц и способов манипуляции с грузами – тара, упаковка, идентификация и кодирование грузов;
- 7) система финансового обеспечения логистических процессов;
- 8) нормативно-правовая система обеспечения логистической деятельности;
- 9) участники логистических процессов, субъекты, операторы, провайдеры, посредники.

Рис. 1. Элементы (подсистемы) транспортной и логической инфраструктуры [1]

Само понятие ТЛИ в различных источниках характеризуется по-разному. Так, группа теоретиков В.Г. Галабурда, В.А. Персианов и А.А. Тимошин считают, что «транспортная инфраструктура – это некая подсистема хозяйства, которая создаёт и реализует общие условия для функционирования производства и жизни населения, в равной степени необходимые для деятельности всех сфер общественного производства» [2].

И.О. Загорский, П.П. Володькин и А.С. Рыжова дают следующее определение ТЛИ как совокупности всех видов транспорта и транспортных структур, деятельность которых направлена на создание благоприятных условий функционирования всех отраслей экономики, т.е. совокупность материально-технических систем транспорта, предназначенных для обеспечения экономической и неэкономической деятельности человека» [3].

Согласно исследованию сущности понятия можно отметить, что под ТЛИ понимается совокупность материально-технических и организационных условий, обеспечивающих быстрое и беспрепятственное выполнение перевозочного процесса.

ТЛИ содержит в себе разнообразные виды путей сообщения – автомобильные, железнодорожные, авиационные, водные, а также технику и сооружения, обеспечивающие перемещения людей и грузов. Разнообразие взглядов на элементный, субъектный и подсистемный состав представляется таковым ввиду спорности трактовки категории «транспортно-логистическая инфраструктура» различными авторами, а также выделением различных классификационных признаков.

В связи с этим представляется возможным выделить подходы к определению данного понятия (таблица 1).

Таблица 1

Подходы к определению понятия «транспортно-логистическая инфраструктура» [4]

№	Подход (точка зрения)	Содержание подхода
1	Отраслевой подход	С точки зрения отраслевого подхода, ТЛИ является подсистемой рыночной экономики, отраслью материального производства, способной оказывать влияние на эффективность функционирования других сфер экономики.
2	Территориальная привязка	С точки зрения территориальной привязки, различными авторами подчёркивается существенное влияние, оказываемое системой на развитие территорий и эффективность функционирования компаний данного вида деятельности, равно как и пространственный фактор определяет развитие ТЛИ в целом.
3	Системный подход	С точки зрения системности, ТЛИ воспринимается как совокупность транспортных и логистических объектов, узлов, хабов для организации движения грузов.
4	Функциональный подход	С точки зрения функциональности, ТЛИ является совокупностью материально-технических и информационных систем, обеспечивающих выполнение разнообразных задач, формирование которых обусловлено состоянием экономической среды и приоритетами стратегического развития.
5	Участники логистического процесса	С точки зрения участников логистического процесса, система трактуется как структурная и утилитарная атрибутика.

Следует выделить подсистемы, которые в себя включает ТЛИ, а именно:

- 1) всех видов транспорт, функционирующий в сфере обращения и включающий также внешний промышленный транспорт, в том же числе, линии электропередач и другие устройства, которые связаны с передачей и распределением электроэнергии;
- 2) информационно-коммуникационную систему и связь;
- 3) систему обеспечения производства материальными ресурсами;
- 4) материально-техническое снабжение, складское хозяйство, заготовки, водоснабжение;
- 5) инженерную инфраструктуру, которая включает все виды инженерного обеспечения и городской транспорт;
- 6) два особых вида инфраструктуры: природоохранную и рекреационную [6].

Считаем, что любой из видов транспорта имеет свои особенности, достоинства и недостатки, определяющие возможности его использования во всей транспортной-логистической системе.

Необходимо отметить тот факт, что благодаря опережающему развитию ТЛИ по сравнению с основным производством достигается высокий экономический эффект. В свою очередь, транспортная инфраструктура является мощным фактором размещения, что позволяет ей интегрировать хозяйственное пространство, выступая организующим началом территориальной структуры хозяйства. Данное условие даёт понять, что именно инфраструктура должна рассматриваться как функционально единый межотраслевой комплекс, требующий, кроме министерств и ведомств, соответственно комплексного межотраслевого управления. В этом случае важно выделить то, что по составляющим её элементам экономическая результативность инфраструктурной системы в целом не будет равна сумме эффектов.

Следует отметить, что транспортная инфраструктура обычно развивается в соответствии с особенностями территории, на которой она размещается. Отраслевой состав инфраструктуры соответствует производственной специализации района, производственной и территориальной структуре хозяйства. Территориальные уровни транспортной инфраструктуры (магистральная общегосударственная, региональная, местная) отражают по существу масштаб размещения производительных сил, хозяйственную структуру обслуживаемой ею территории [5].

Так как инфраструктура является одной из подсистем территориальной структуры хозяйства, то она несёт запас инерционности, который реализуется в дальнейшем развитии пространственных структур. Важным является то, что инерционность не является только отрицательным свойством, в определённых случаях, однако, её проявление и вызывает отставание развития инфраструктуры.

Вывод. Таким образом, по результатам данного исследования мы пришли к выводу, что в основе логистической системы лежит транспортная (логистическая) инфраструктура, которая представляет собой взаимосвязанную совокупность средств передвижения товарно-материальных потоков: автомобильные трассы, железнодорожные магистрали, морские и воздушные пути, различные виды транспорта. Всё перечисленное является необходимым компонентом развития экономики государства и обеспечения доступности любого его уголка в целом.

Список литературы:

1. Транспортная инфраструктура / Ростовская Школа Логистики. – URL: <https://rostov-logist.ru/teoriya-logistiki/transportnaya-infrastruktura/?ysclid=leqygzd6j0447832804> (дата обращения: 19.02.2023).
2. Единая транспортная система. Практикум: учебник для вузов / В.Г. Галабурда, [и др.]; под ред. В.Г. Галабурды. – 2-е изд. с измен. и до-полн. – Москва: Транспорт, 2001. – 303 с. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=28851233&ysclid=leseu7dx3n739240810> (дата обращения: 19.02.2023).
3. Транспортная инфраструктура. Практикум: учебное пособие / И.О. Загорский [и др.]. – Хабаровск: Изд-во Тихоокеан. гос. ун-та, 2015. – 228 с. ISBN 978-5-7389-1545-1. – URL: https://teuk-center.ru/f/transportnaya_infrastruktura_posobiye.pdf (дата обращения: 20.02.2023).
4. Закономерности формирования транзитного потенциала. Научная монография / З.В. Альметова [и др.]. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2012, – 188 с – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=21010098&ysclid=lehjj7b7bx69353208> (дата обращения 20.02.2023).
5. Национальные интересы: приоритеты и безопасность / М.П. Болодурина [и др.]. – Оренбург: 2019, т. 15, вып. 2, С. 240–257. – URL: <http://fin-izdat.ru/journal/national/> (дата обращения 23.02.2023).
6. Транспортная инфраструктура. Учебное пособие / З.В. Альметова; под редакцией О.Н. Ларина. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2013, – С. 10-11. – URL: https://lib.susu.ru/ftd?base=SUSU_METHOD&key=000526377&dtype=F&etype=.pdf (дата обращения: 21.02.2023).

Пыхтина С. В., студент

Научный руководитель: Авакян Л. А., канд. филос. наук, доцент

Санкт-Петербургский государственный институт

кино и телевидения, РФ

sofiapykhtina@gmail.com

РАЗРАБОТКА МЕЖДУНАРОДНОЙ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ

Актуальность. Актуальность проблемы разработки международной маркетинговой стратегии заключается в том, что все больше компаний стремятся

расширить свой бизнес на международном уровне. Однако, каждый рынок имеет свои особенности и требует индивидуального подхода. Разработка эффективной международной маркетинговой стратегии поможет компаниям успешно конкурировать на международном рынке, увеличивать свою долю рынка и, как следствие, получать больше прибыли. Кроме того, с развитием технологий и глобализацией экономики, международный рынок становится все более доступным для компаний любого размера, что делает разработку международной маркетинговой стратегии еще более актуальной.

Анализ последних исследований и публикаций. Над определением теории разработки международной маркетинговой стратегии работали как ученые, так и специализированные международные организации, например, Европейское общество по изучению общественного мнения и маркетинга (ECOMAR), Международная федерация маркетинга (IMF) и т.д.

Цель исследования заключается в рассмотрении сущности понятия маркетинговой стратегии и рассмотрении основных аспектов ее разработки и внедрения.

Результаты исследования. Международная маркетинговая стратегия - это план, который компания использует для продвижения своих продуктов и услуг на международном рынке. Разработка такой стратегии включает в себя анализ рынка, определение целевой аудитории и выбор каналов продвижения.

Этапы разработки международной маркетинговой стратегии: [1]

Первый шаг в разработке международной маркетинговой стратегии – это анализ рынка. Компания должна изучить рынок, на котором она собирается работать, и определить основных конкурентов, тренды и препятствия, которые могут повлиять на ее успех в дальнейшем. Это позволит компании разработать стратегию, которая будет учитывать особенности местного рынка.

Второй шаг – определение целевой аудитории. Организация должна понимать, кто является ее потенциальными клиентами на местном рынке и какие потребности у них есть. Это поможет компании создать продукты и услуги, которые будут соответствовать потребностям местных клиентов.

Третий шаг – выбор каналов продвижения. Компания должна определить, как она будет продвигать свои продукты и услуги на местном рынке. Этот шаг может включать в себя использование рекламы, социальных сетей, email-маркетинга, PR и других каналов связей с общественностью.

Четвертый шаг – создание маркетингового плана. На этой стадии компания разрабатывает детальный план, который определит, как она будет использовать выбранные каналы продвижения для достижения своих целей. Этот план должен включать в себя бюджет, расписание и метрики успеха.

Наконец, пятый шаг – тестирование и анализ. Организация начинает тестировать свою маркетинговую стратегию на местном рынке и анализировать ее результаты. Это поможет компании определить, что работает и что нужно улучшить, чтобы достичь большего успеха на международном рынке.

На международных рынках компании придерживаются следующих стратегий:

- 1) атакующая стратегия (включает в себя активные действия со стороны организации, направленные на завоевание и расширение занимаемой рыночной доли);
- 2) оборонительная стратегия (сохранение компанией имеющейся рыночной доли и удержание своих позиций на внешнем рынке).
- 3) стратегия отступления (вынужденная мера).

На международных рынках компании применяют более конкретные стратегии в зависимости от того, какие поставлены цели и выбраны средства для их достижения:

завоевания или расширения рыночной доли;

внедрение инноваций (создание качественно нового товара, ранее не имевшего аналога);

инновационной имитации (копирование новшеств, идей конкурентов);

дифференциации продукции (усовершенствование товара);

снижения производственных затрат (применение новых, более выгодных технологий, снижение затрат на НИОКР, рекламу, PR и т.д.);

выжидания (исследование действий конкурентов на рынке с целью точного определения подходящего времени выхода на рынок) [2].

Процесс выхода компании на внешний рынок называется интернационализацией. Как правило, большинство организаций начинают международную деятельность с попыток экспортировать свою продукцию через посредников. При успешной реализации экспорта в дальнейшем организации, выходя на внешний рынок, открывают дочерние предприятия или собственные производственные предприятия.

Основными стратегиями выхода компаний на внешний рынок являются:

прямой и косвенный (через посредников) экспорт товаров;

совместное предпринимательство, которое подразумевает создание обязательного партнерства: лицензирование, франчайзинг, управление по контракту, подрядное производство, открытие предприятий совместного владения);

прямое инвестирование (создание сборочного производства за рубежом и открытие полностью производственного предприятия на международном рынке) [3].

Например, прямой экспорт может быть более доступным для компаний с небольшими ресурсами, но может быть менее эффективным в плане удовлетворения потребностей местных потребителей и конкуренции на рынке. Совместное предпринимательство может быть более выгодным в плане доступа к местным ресурсам и знаниям, но может быть менее гибким в плане контроля над бизнесом. Прямое инвестирование может обеспечить больший контроль над бизнесом и доступ к местным ресурсам, но может требовать больших финансовых и временных затрат на создание производственной базы. В целом, выбор стратегии международного маркетинга и выхода на внешний рынок должен основываться на анализе рисков и возможностей, а также на глубоком понимании потребностей потребителей и конкурентной среды на международном уровне. Комбинация различных стратегий может помочь компании достичь успеха и удерживать свои позиции на международных рынках в долгосрочной перспективе. Выход на международный рынок при любой стратегии может быть затруднителен, имеются свои достоинства и недостатки. Организации, основываясь на финансовых, материальных, трудовых ресурсах и возможностях, а также на барьерах и издержках на вхождение в иноязычный рынок, выбирают способ осуществления интернациональной деятельности.

Выводы. В заключение, международная маркетинговая стратегия является важным элементом бизнес-стратегии, который поможет расширить бизнес на международный уровень. Правильный анализ рынка, определение целевой аудитории, конкурентов и особенностей рынка поможет разработать эффективную международную маркетинговую стратегию, основанную на результатах анализа и мониторинга рынка, что позволит эффективно продвигать продукты и услуги на международном уровне.

Список литературы:

1. Багиев, Г. Л. Маркетинг: учебник / Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич. – СПб.: Питер, 2012. – 560 с.
2. Маркетинг медиаиндустрии: учебник / Е.А. Байков [и др.]; под общ. ред. А.Д. Евменова. – СПб.: СПбГИКиТ, 2019. – 440 с.
3. Завьялов, П. С. Формула успеха. Маркетинг / П. С. Завьялов, В. Е. Демидов. – М.: Международные отношения, 1991. – 416 с.

Савенков А. А., студент

Научный руководитель: Чиждова Н. Е., канд. экон. наук

Донецкий государственный университет, РФ

andrey.savenkow@mail.ru

ВЛИЯНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА НА МАРКЕТИНГ

Актуальность. Изучение влияния искусственного интеллекта на маркетинг с целью определения эффективности применяется в повышении качества обслуживания клиентов и улучшения результатов маркетинговых кампаний.

Современные темпы развития этой технологии без всяких сомнений обладают огромным потенциалом, который окажет фундаментальное воздействие на деятельность маркетологов.

Анализ последних исследований и публикаций. Тема искусственного интеллекта изучается среди ученых на протяжении многих лет. Однако практическое применение искусственного интеллекта является малоизученным и носит во многом теоретический характер. Тем не менее, даже современных исследований достаточно для утверждения.

Цель исследования. Целью исследования является изучение влияния искусственного интеллекта на маркетинг и определение инструментов и технологий искусственного интеллекта, которые могут быть использованы для улучшения маркетинговых стратегий и повышения эффективности маркетинговых кампаний.

Результаты исследования. Искусственный интеллект является мощным инструментом для современных маркетологов, позволяющим собирать, анализировать и использовать большие объемы данных, чтобы сделать более точные и эффективные решения в области маркетинга [1].

Существует широкий ряд разнообразных способов использования искусственного интеллекта в маркетинговой деятельности [2]:

анализ данных и предсказание поведения потребителей. Искусственный интеллект позволяет маркетологам анализировать большие объемы данных о поведении потребителей и прогнозировать, как они будут реагировать на различные маркетинговые кампании и предложения.

Например, интеллектуальные системы могут анализировать данные из социальных сетей, поисковых систем и других источников, чтобы предсказать, какие товары и услуги будут востребованы в ближайшем будущем.

Улучшенный пользовательский опыт. Искусственный интеллект может помочь маркетологам улучшить пользовательский опыт, предоставляя персонализированные рекомендации и предложения. Например, системы машинного обучения могут использоваться для создания персонализированных рекомендаций на основе истории поиска и покупок пользователей.

Оптимизация маркетинговых кампаний. Искусственный интеллект может помочь маркетологам оптимизировать маркетинговые кампании, предсказывая, какие рекламные материалы и каналы будут наиболее эффективны для достижения конкретных целей. Например, системы машинного обучения могут использоваться для определения наиболее эффективных комбинаций ключевых слов и тем для контекстной рекламы.

Автоматизация процессов маркетинга. Искусственный интеллект может помочь маркетологам автоматизировать многие процессы маркетинга, такие как оптимизация контента, автоматическая отправка электронных писем и управление рекламными кампаниями. Например, системы машинного обучения могут использоваться для

определения оптимальных временных интервалов для отправки электронных писем и настройки рекламных кампаний для максимального эффекта.

Обработка и анализ больших объемов данных. Искусственный интеллект может помочь маркетологам обрабатывать и анализировать большие объемы данных быстрее и точнее, чем это было бы возможно вручную. Это может помочь маркетологам выявлять новые тренды и возможности, а также прогнозировать результаты маркетинговых кампаний.

Улучшение качества контента. Искусственный интеллект может помочь маркетологам создавать более высококачественный контент, который лучше соответствует интересам и потребностям их целевой аудитории. Например, системы машинного обучения могут использоваться для анализа стилей и форматов контента, которые имеют наибольшую популярность среди целевой аудитории, и предложения идей для нового контента, основанных на этих данных.

Развитие новых маркетинговых технологий. Искусственный интеллект является одним из ключевых факторов развития новых технологий в маркетинге, таких как голосовые поисковые системы и виртуальные помощники. Он также может использоваться для развития новых маркетинговых стратегий, основанных на машинном обучении и анализе данных [3].

Чат-боты в маркетинговой деятельности компаний могут:

- делать любые рассылки подписчикам с открываемостью до 90 %;
- проводить опросы, игровые викторины и сегментировать пользователей в зависимости от ответов;
- помогать оформлять и оплачивать покупку в интернет-магазинах;
- бронировать любые услуги: от отеля и врача до тест-драйва авто;
- интегрироваться с системами аналитики сайта и CRM.

Выводы. Искусственный интеллект может быть использован для автоматизации многих процессов маркетинга, таких как сегментация аудитории, определение оптимальных временных интервалов для отправки электронных писем, настройка рекламных кампаний и т.д. Кроме того, искусственный интеллект может помочь маркетологам обрабатывать и анализировать большие объемы данных быстрее и точнее, чем это было бы возможно вручную, что может привести к выявлению новых трендов и возможностей.

С учетом быстрого развития технологий искусственного интеллекта и роста конкуренции на рынке, понимание влияния искусственного интеллекта на маркетинг становится все более важным для компаний, желающих полноценно оставаться конкурентоспособными и улучшать свои результаты в маркетинге. Поэтому исследование этой темы может очень помочь маркетологам и бизнес-лидерам в разработке более эффективных маркетинговых стратегий и оптимизации своих бизнес-процессов.

Список литературы:

1. Как искусственный интеллект меняет маркетинг / Р. Милихат, М. Калимолдаев, А. Абдилдаева, М. Отман // Проблемы информатики. – 2022. – №. 4 (57). – С. 84-106.
2. Бондаренко, В. А. Применение элементов искусственного интеллекта в маркетинговой деятельности компаний / В. А. Бондаренко // Вопросы современной науки и практики. – Университет им. ВИ Вернадского. – 2019. – №. 4 (74). – С. 41.
3. Алешина, И. В. Искусственный интеллект: цифровая глобализация и маркетинг / И. В. Алешина // Маркетинг в России и за рубежом. – 2019. – №. 1. – С. 74-80.

Самойлюк А. И., студент

Научный руководитель: Кужелева А. А., канд. экон. наук, доцент

Донецкий государственный университет, РФ

andreysamoiliuk@gmail.com

РОЛЬ «ЗЕЛеной» ЛОГИСТИКИ ДЛЯ СОВРЕМЕННОГО БИЗНЕСА

Актуальность. Вопросы «зеленой» логистики (ЗЛ) становятся все более актуальными в современном мире, где нарастает интерес к экологической ответственности и устойчивому развитию. Современные компании сталкиваются с растущими требованиями со стороны общества, законодательства и клиентов в отношении снижения негативного воздействия на окружающую среду.

Необходимость внедрения ЗЛ позволит компаниям сократить выбросы вредных веществ и уменьшить негативное воздействие на окружающую среду и, как следствие, будет способствовать сохранению ресурсов и улучшению экологической обстановки. Отметим, что она может стать конкурентным преимуществом для компаний, позволяя сократить затраты на транспортировку и упаковку, оптимизировать маршруты, использовать возобновляемые источники энергии и повышать эффективность работы логистических процессов.

Анализ последних исследований и публикаций. Особенности «зеленой» логистики изучались многими учеными, в частности, С. А. Бугаяном, К. Д. Игнатовым, Н. Д. Ивановым, Л. М. Капустиной и др.

Цель исследования – изучение особенностей «зеленой» логистики как инструмента снижения затрат на доставку товаров.

Результаты исследования. «Зеленая» логистика – система управления и оптимизации логистических процессов, которая учитывает экологические аспекты и стремится сократить отрицательное воздействие на окружающую среду [1, с. 114]. ЗЛ как комплекс мероприятий по оптимизации логистических процессов позволяет учитывать экологические аспекты и ставит перед собой цель сократить отрицательное воздействие на окружающую среду.

ЗЛ основана на *принципе устойчивого развития* и охватывает все стадии логистического процесса: от закупки сырья и производства до доставки готовой продукции конечным потребителям [1, с. 115]. В рамках ЗЛ предприятия стремятся минимизировать свой экологический след, уменьшить затраты на логистику и повысить качество услуг для клиентов.

Существует несколько основных направлений ЗЛ [2]:

1. *Экологически эффективный транспорт*: использование транспортных средств, работающих на альтернативных источниках энергии, таких как солнечные батареи, газ или электричество, а также использование более экономичных средств транспорта, таких как контейнеры и железнодорожный транспорт.

Оптимизация маршрутов: использование технологий GPS и анализа данных, чтобы выбрать наиболее эффективный маршрут доставки, учитывая факторы, такие как погода, трафик и расход топлива. Управление упаковкой: использование упаковки, которая минимизирует расход материалов и сокращает объем груза, чтобы уменьшить затраты на транспортировку и сократить выбросы вредных веществ. Эффективное использование ресурсов: уменьшение потребления энергии и воды в логистических процессах, использование возобновляемых источников энергии и рециклирование материалов.

2. *Уменьшение выбросов вредных веществ в атмосферу, воду и почву, связанных с транспортировкой товаров.* Уменьшение выбросов вредных веществ в атмосферу,

воду и почву, связанных с транспортировкой товаров, является одной из главных целей зеленой логистики. В целом, логистика является одним из основных источников загрязнения окружающей среды, так как она включает в себя перевозку товаров на длинные расстояния, использование грузовых транспортных средств, складирование и упаковку товаров.

Для сокращения вредных выбросов компании могут использовать различные подходы: экологически чистые транспортные средства (электрические и гибридные автомобили или грузовики, работающие на биотопливе), сократить количество транспортных перевозок, используя оптимальные маршруты, объединяя грузы и применяя мультимодальные логистические решения.

3. *Эффективное использование транспортных ресурсов, снижение времени и затрат на доставку*, а также оптимизация маршрутов и упаковки являются ключевыми принципами зеленой логистики.

Одним из способов увеличения эффективности логистических процессов является оптимизация маршрутов доставки. Компании могут использовать специальные программы и алгоритмы, которые позволяют рассчитать наиболее оптимальные маршруты с учетом различных факторов, таких как дорожная инфраструктура, наличие пробок, габариты транспорта и т. д. Это позволяет сократить время и затраты на доставку, а также снизить вредное воздействие на окружающую среду.

4. *Сотрудничество между компаниями и их партнерами*, а также внедрение инновационных технологий и использование возобновляемых источников энергии. В 3Л большое значение имеет взаимодействие между компаниями и их партнерами. Они должны работать сообща, чтобы разработать и реализовать стратегии, направленные на сокращение негативного воздействия на окружающую среду. Один из примеров такой сотрудничества – объединение компаний для совместной транспортировки грузов.

Обратим внимание, что *важным принципом 3Л является также внедрение инновационных технологий*, которые позволяют сократить негативное воздействие на окружающую среду. Одним из примеров такой технологии является использование «умных» систем управления транспортом и складами, которые позволяют оптимизировать маршруты, уменьшить время нахождения транспорта в пробках, а также сократить время и затраты на разгрузку и погрузку грузов.

Выводы. 3Л имеет огромный потенциал для улучшения экологической ситуации в мире и позволяет сократить негативное воздействие на окружающую среду, снизить затраты на доставку товаров и улучшить управление логистическими процессами. Внедрение принципов зеленой логистики в работу компаний позволит сделать логистические процессы более эффективными и устойчивыми, что приведет к благоприятным результатам не только для бизнеса, но и для окружающей среды в целом

Список литературы:

1. Капустина, Л. М. «Зеленые» технологии в логистической деятельности / Л. М. Капустина // Известия УрГЭУ. – 2016. – № 2(64). – С. 114-121.
2. Бугаян, С. А. Зеленая логистика в России: трудности и перспективы [Электронный ресурс] / С. А. Бугаян, К. Д. Игнатов, Н. Д. Иванов. – Режим доступа: <https://port-u.ru/stjournal/item/2408-zelenaya-logistika-v-rossii-trudnosti-i-perspektivy?ysclid=lgfilcngrf689170208> (дата обращения: 01.04.2023).

Свистун П. П., студент
Научный руководитель: Ибрагимхалилова Т. В., д-р экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
Petrsv04@Gmail.com

ВИДЫ ПАТРИОТИЧЕСКОЙ РЕКЛАМЫ В РОССИИ ВО ВРЕМЯ СПЕЦИАЛЬНОЙ ВОЕННОЙ ОПЕРАЦИИ НА УКРАИНЕ

Актуальность. В период проведения специальной военной операции патриотическая реклама приобретает новое значение, т.к. способна мобилизовать общественность и повысить уровень патриотизма.

Анализ последних исследований и публикаций. Данная тема освещена в научных трудах и теоретических разработках таких российских экономистов, как А. Архангельский, Н. Васильев, О. Григорьев и другие.

Целью исследования является анализ видов патриотической рекламы, используемых в России во время Специальной военной операции и оценка их эффективности.

Результаты исследования. В последние годы в России стала актуальной тема патриотизма и национальной гордости. В связи с проведением Специальной военной операции, патриотическая реклама стала еще более распространенной и значимой.

Не сложилось четкого определения политической рекламы. Согласно Федеральному закону «О рекламе», реклама представляет собой «всю совокупность действий, прямо или косвенно направленная на завоевание голосов избирателей». При этом допускается использование обозначенных в законе «любых средств, способов и форм» распространения сведений (разумеется, при соблюдении общих запретов на недобросовестную рекламу; недостоверную рекламу; рекламу, побуждающую к совершению противоправных действий и т.д. в соответствии с Законом о рекламе) [1].

Дюдина П.А. считает, что политическая реклама представляет собой самостоятельный институт, не ограниченный рамками норм ни избирательного, ни информационного, ни нормами какой-либо иной отрасли законодательства [2].

Некоторые авторы относят политическую рекламу к социальной, которая в ФЗ «О рекламе» трактуется как «информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства» [1].

Булгак О.В. считает, что политическая реклама используется в ходе выборов, отождествляя ее с предвыборной агитацией [2].

Ниже представлены некоторые типы патриотической рекламы:

Реклама, нацеленная на продвижение национальных товаров и услуг, она включает в себя использование лозунгов, символов и традиций, связанных с конкретной страной;

Реклама, нацеленная на призыв к действию – призывает общество к поддержке определенной национальной инициативы или к участию в мероприятиях, направленных на поддержку страны;

Реклама, нацеленная на повышение национального самосознания, имея направленность на воспитание патриотизма и гражданской ответственности, она формирует у людей положительные отношения к своей стране;

Реклама, нацеленная на продвижение национальных достижений, – отображает культурные, научные или технологические достижения страны, чтобы подчеркнуть ее вклад в мировую общественность;

Реклама, нацеленная на поддержку национальной безопасности, напоминает людям о важности защиты страны, призывает к осторожности и бдительности, а также к уважению к государственным институтам и законам;

Реклама, нацеленная на привлечение инвестиций, – включает в себя рекламу инфраструктуры, привлекательности для бизнеса и других аспектов экономического развития, чтобы привлечь инвесторов и поддержать экономику страны;

Реклама, нацеленная на поддержку национального спорта, – призывает к поддержке национальных спортивных команд и соревнований, чтобы укрепить чувство национальной принадлежности и единства.

Именно поэтому можно выделить следующие виды патриотической рекламы по содержанию:

государственно-ориентированная реклама может использоваться для пропаганды президента Российской Федерации, правительства и военных действий.

военная реклама призывает к поддержке российских войск, а также рекламу, направленную на поддержку солдат на передовой.

национально-ориентированная реклама подчеркивает важность сохранения и укрепления российского государства, национальной культуры и традиций.

националистическая реклама включать использование национальных символов и образов, а также подчеркивать важность патриотизма и любви к Родине.

Патриотическая реклама в России во время Специальной военной операции на Украине может быть представлена в следующих форматах:

телевизионная реклама, которая включает в себя популярные шоу и программы, передачи новостей и документальные фильмы, ориентированные на поддержку российского патриотизма и героизма во время конфликта на Украине;

радио реклама, которая может включать в себя песни, выступления и рассказы, подчеркивающие значимость российской культуры и истории, а также пропагандирующие патриотические идеи и идеалы;

печатные материалы, такие как газеты и журналы, которые могут содержать статьи и заметки, описывающие военные успехи России на Украине, а также пропагандирующие российские ценности и традиции;

интернет-реклама, которая может включать в себя баннеры и рекламные сообщения на сайтах, социальных сетях и форумах, направленные на поддержку патриотических настроений в России;

рекламные брошюры и листовки, которые могут быть распространены в учебных заведениях, на улицах и на других местах, где могут находиться люди, интересующиеся военными событиями на Украине;

рекламные ролики и постеры, которые могут быть размещены на улицах, в транспорте и в других местах, чтобы привлечь внимание широкой аудитории к патриотической тематике;

игры, мультфильмы, книги, музыка и другие виды развлечений, которые могут использоваться для пропаганды патриотических идей и ценностей в России во время конфликта на Украине.

Выводы. В период Специальной военной операции на Украине в России были использованы различные виды патриотической рекламы, которые имели посыл не только в отношении поддержки политики государства, но и укрепления национального самосознания в обществе.

Список литературы:

1. О рекламе: Федеральный закон, 13.03.2006 г. № 38-ФЗ // СЗ РФ. – 2006. – № 12. – Ст. 1232.

2. Дюдина, П. А. Политическая реклама: цели и средства (к проблеме конституционно-правового регулирования / П. А. Дюдина // Конституционное и муниципальное право. – 2008. – № 11. – С. 11-15.

3. Булгак, О. В. Политическая реклама как составляющая часть предвыборной агитации // Власть. – 2012. – №8. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/politicheskaya-reklama-kak-sostavlyayuschaya-chast-predvybornoy-agitatsii> (дата обращения: 04.04.2023).

Сидоров О. И., студент

Российский университет транспорта (МИИТ), РФ

sidorov1005@yandex.ru,

Макаров А. Ю., студент

Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС), РФ

sanyurievich2001@gmail.com,

Козлов С. Л., студент

Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС), РФ

sanyurievich2001@gmail.com

Научный руководитель: Малышева О. В., канд. экон. наук, доцент

Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС), РФ

ЛОГИСТИКА ГРУЗОВОЙ И КОММЕРЧЕСКОЙ РАБОТЫ НА РЕЧНОМ ТРАНСПОРТЕ

Среди современных способов доставки грузов неизменной популярностью пользуется и классический вариант грузоперевозок посредством водного сообщения, в частности речным транспортом. Грузоперевозки, осуществляемые по естественным водным путям, таким как реки и озёра, а также искусственным, к которым относятся каналы и водохранилища, по сей день занимают свою нишу в транспортной системе страны, несмотря на большую эффективность авиа- и автоперевозок. Доставка грузов по воде – это самый древний, а в прошлом и вовсе единственный метод транспортировки грузов разного рода, по которым данный вид услуг и сегодня не утратил актуальности [1-5].

Рационально применять данный метод трансфера с целью доставки строительных материалов, насыпных грузов, нефти, нефтепродуктов и прочих объектов, которые нетребовательны к условиям содержания и не привязаны к определённым срокам поставки. Рассмотрим основные составляющие логистики речных перевозок.

Требования к транспорту Судно, которое перевозит груз должно быть полностью в исправном состоянии и соответствовать принятым нормам. Перед отправкой транспортное средство (ТС) осматривается для допуска к движению. В соответствии с Кодексом судоходства, Правилами провоза грузов внутренним транспортом предусмотрено соблюдение следующих основных условий:

подавать ТС под погрузку следует после выполнения его осмотра на предмет любых неисправностей механизмов, разгерметизации в конструкции и устранения всех возможных неполадок;

проверке перед погрузкой подлежат также все крепления, замки, пломбы на контейнерах, площадки для размещения груза;

заблаговременно обеспечивается чистота всех помещений на судне, а также контейнеров, платформ и т. д.;

на ТС должны быть в наличии планы эвакуации, а также размещения грузов;

при перевозке опасных грузов судно маркируется спецзнаком, означающем транспортировку груза определённого класса опасности.

За сутки до того, как речной транспорт будет в порту, отправителей и получателей уведомляют для их своевременного прибытия на место со всеми необходимыми документами. За 6 часов заказчики оповещаются о старте процесса погрузки или выгрузки товаров.

Требования к упаковке и таре. Для обеспечения сохранности грузов и исключения возможных споров заказчика с перевозчиком при повреждении товара во время транспортировки следует внимательно отнестись к защитной упаковке. У законодательства на этот счёт также имеются требования:

необходимо обеспечить груз надёжной, качественной упаковкой, подходящей его специфике;

для определённых объектов перевозки требуется вентилируемая тара, во всех остальных случаях важна герметичность упаковки;

материалы, из которых изготовлена тара, должны отвечать экологическим нормам;

маркировка упаковочных средств и ёмкостей выполняется в соответствии с принятыми стандартами;

к маркировке опасных грузов предъявляются особые требования. Она должна нести информацию о классе опасности содержимого тары, категорию груза, а также указывать на необходимые действия по обеспечению безопасности в случае непредвиденных обстоятельств с нарушением упаковки и пр.

Требования к размещению грузов на судне и разгрузке. Правила касаются и моментов погрузки, закрепления объектов перевозки, а также разгрузки в пункте назначения. Особое внимание следует уделить качественному закреплению груза, поскольку он может при трансфере не только самовольно уйти в свободное плавание, но в определённых случаях и загрязнить окружающую среду, нанеся вред представителям флоры и фауны, а также материальный ущерб в виде штрафа участникам процесса. Для опасных грузов применяются специально предназначенные ёмкости, но и при соблюдении всех условий упаковки следует проявить особую бдительность при их транспортировке. Среди требований относительно к размещению грузов следующие условия:

погрузка и распределение грузов выполняются согласно плану, предусмотренному для конкретного типа плавательного средства с сохранением устойчивости и целостности ТС;

объектам перевозки необходимо обеспечить надёжную фиксацию, все крепежи должны быть исправными;

на всех этапах доставки важно контролировать устойчивость размещённого груза;

при трансфере разных групп товаров учитывается допустимое соседство. Так, опасные грузы в обязательном порядке размещают отдельно.

Кроме прочего, квалификация персонала судна должна быть соответствующей, каждый работник обязан иметь документы, допускающие его к работе на данном плавсредстве.

Документы для провоза грузов по реке. Не менее важно в организации транспортировки правильное оформление документации. Перевозка речным транспортом может осуществляться на законных основаниях только при наличии соответствующих документов (разрешительных, сопроводительных и пр.). Судовладелец обязан иметь все необходимые бумаги:

свидетельство регистрации деятельности; документы на судно (технические, подтверждающие право владения, планы эвакуации, размещения грузов и т. д.);

документы, касающиеся допуска к ведению деятельности (лицензии на перевозки, санитарное одобрение, карантинное одобрение, свидетельство на провоз опасных грузов, патенты на упаковочные материалы и пр.).

На перевозимый груз у отправителя должны быть все соответствующие документы, разрешения, сертификаты и прочие бумаги с развёрнутой информацией о товаре. Эти данные также указываются в товарно-транспортной накладной.

Преимущества и недостатки речного транспорта. Перевозка грузов по реке является достаточно выгодным предприятием, если стоит задача экономии денежных средств, поскольку имеет самую низкую себестоимость из всех существующих способов транспортировки. Трансфер строительных материалов и других объектов обходится в 2-3 раза дешевле, чем по железнодорожным путям аналогичного маршрута. К тому же, благодаря разветвлённой речной сети первоначальные затраты на организацию судоходства мизерны в сравнении с построением железнодорожных путей и магистралей. В некоторых регионах России роль речных грузоперевозок неопределима, но ввиду ограниченности маршрутов вследствие географического расположения присутствует необходимость проведения судоходных каналов и применения мультимодальных перевозок. Речной транспорт функционирует преимущественно вдоль меридиана, что обусловило грузооборот между северными и южными регионами государства, тогда как основные потоки грузов курсируют в широтном направлении.

К недостаткам относится сезонность услуги грузоперевозок, небольшая скорость движения, особенно вверх по течению и преклонной по возрасту львиной доли имеющихся судов, который уже перевалил за 15 лет, а, согласно международным соглашениям, для транспорта старше этой отметки вход в иностранные порты ограничен, а иногда и запрещён.

Выводы. Речной транспорт играет большую роль в логистике грузовых перевозок во всех видах сообщения, а общая протяжённость внутренних водных путей Российской Федерации составляет более 100 тысяч км. Повысить эффективность использования внутренних водных путей в системе международных транспортных коридоров можно, используя подходы, концепции, стратегии и т.д., опубликованные в работах [6-7].

Список литературы:

1. Труханович, Л.В. Морской и речной транспорт / Л.В. Труханович, Д.Л. Щур. М.: Финпресс, 2009. – 160 с.
2. Общие правила плавания и стоянки судов в речных портах Российской Федерации. – М.: Моркнига, 2018.
3. Шутенко, В.В. Морское страхование / В.В. Шутенко. – М.: Моркнига, 2010. – 166 с.
4. Кокин, А.С. Международная морская перевозка груза: право и практика (2-е изд.) / А.С. Кокин. – «Инфотропик Медиа», 2012. – 784 с.
5. Транспортная логистика. Организация перевозки грузов. Учебное пособие / А.М. Петрова, Ю.Н. Царегородцев, А.М. Афонин, В.Е. Афолина. – М.: Форум, Инфра-М, 2014. – 368 с.
6. Бубнова, Г.В. Транспортные коридоры и оси в евразийских коммуникациях Г.В. Бубнова, А.А. Зенкин, П.В. Куренков // В сборнике: Логистика - евразийский мост: материалы 12-й Международной научно-практической конференции / Красноярск: КрасГАУ, 2017. – С. 25-33.
7. Куприяновский, В.П. Транспортные коридоры и оси в цифровой транспортной системе / В.П. Куприяновский и др. // Транспорт: наука, техника, управление: Сб. ОИ / ВИНТИ. – 2017. – № 7. – С. 11-20.

Согоян С. А., студентка

Научный руководитель: Пономарева М. А., канд. экон. наук, доцент
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, РФ
sonya3814@mail.ru

АНАЛИЗ РОССИЙСКОЙ ПРАКТИКИ ПРОВЕДЕНИЯ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ, НАПРАВЛЕННЫХ НА МАССОВОГО ПОТРЕБИТЕЛЯ

Актуальность данной темы обусловлена спецификой российского рекламного рынка, который характеризуется стремительными темпами развития и глубокими трансформационными тенденциями. Поэтому для успешного проведения своих рекламных мероприятий компаниям очень важно постоянно изучать изменения, происходящие на рынке рекламы.

Анализ последних исследований и публикаций. Были изучены результаты исследований Ассоциации Коммуникационных Агентств России об объемах российского рекламного рынка, исследования аналитической группой Tiburon Research о реакциях массовой аудитории на рекламную кампанию «Чистая линия».

Цель исследования – проанализировать опыт проведения массовой рекламы на примере российской компании «Чистая линия», оценить ее эффективность и предложить рекомендации для развития.

Результаты исследования. Рекламная кампания производителя мороженого «Чистая линия» успешно выполнила поставленные перед ней задачи: реклама привлекла внимание миллионов людей, увеличила популярность бренда и повысила продажи.

Одним из основных инструментов маркетинга является реклама, которая необходима для донесения информации о товаре или услуге до потребителей. Использование данного маркетингового инструмента для донесения информации для всего рынка называется массовой рекламой. Специфика данного вида рекламы заключается в том, что он ориентирован на продвижение товаров и услуг, которые необходимы крупным сегментам рынка, то есть большим массам людей.

Рекламный рынок представляет собой рынок маркетинговых коммуникаций, на котором взаимодействуют участники рекламной деятельности и целевые потребители. Современный российский рекламный рынок является важнейшим сектором экономики, благодаря которому взаимодействуют субъекты рынка, а также социальным институтом, обеспечивающим потребности общества в рекламных услугах.

Говоря о развитии российского рекламного рынка, можно отметить положительную динамику на протяжении последних нескольких лет, за исключением кризиса, связанного с пандемией коронавируса. По результатам исследования, проведенного Ассоциацией Коммуникационных Агентств России, к 2021 году объем рынка достиг своего исторического максимума и составил 578,3 млрд руб. [4]. В сравнении с 2020 годом данный показатель вырос на 22%. Это свидетельствует о том, что рекламный рынок восстановился после пандемии.

Результаты исследования говорят о том, что наибольший рост наблюдался на рынке интернет и ТВ рекламы, а также цифрового направления наружной рекламы. Самым крупным и быстро развивающимся сегментом рекламного рынка в период пандемии был интернет. За 2021 год объем рынка интернет-рекламы увеличился на 24% по сравнению с предыдущим годом и составил 318,8 млрд руб. Говоря о наружной рекламе, можно отметить, что данный сегмент смог восстановиться только благодаря стремительному развитию цифровых рекламных носителей, доля которых в общем объеме составляла около 45%. Рынок рекламы на радио и в прессе не смог превысить

свои допандемийные показатели. Объемы рекламы ниже 2019 года на 12% и 46% соответственно.

Таким образом, российский рекламный рынок смог преодолеть кризис и сейчас растет быстрыми темпами. А появление новых технологий, трендов и тенденций стимулирует развитие новых форматов рекламы, которые будут эффективнее привлекать и завоевывать внимание потенциальных потребителей.

Для анализа российской рекламной практики была выбрана самая популярная у потребителей реклама мороженого «Чистая линия», которая заняла второе место по итогам конкурса на лучшую рекламную кампанию в России за 2021 год.

В начале 2021 года компания «Чистая линия» поставила перед собой труднореализуемую цель – завоевать новую аудиторию зимой, в тот сезон, когда мороженое пользуется наименьшей популярностью. Поэтому перед рекламной кампанией стояла задача не только рассказать о линейке продукции, но и надолго запомниться потребителям. В итоге компании «Чистая линия» и креативному агентству «Contrapunto» удалось создать яркую и нестандартную рекламу, которая отлично показала разновидности мороженого и привлекла внимание миллионов людей [1].

Первый рекламный ролик компании был выпущен в январе 2021 года. По сюжету множество мультяшных героев, которые изображают вкусовые рецепторы (или так называемые «вкусовые сосочки») требуют, чтобы героиня ролика приобрела мороженое «Чистая линия» и в результате она его покупает. Данная идея была взята создателями рекламы из школьного курса биологии. Суть заключается в том, что на языке есть специальные рецепторы (сосочки), с помощью которых человек воспринимает вкус тех или иных продуктов. Таким образом, серия видеороликов показывает, как рецепторы управляют желаниями человека и влияют на процесс принятия решения о покупке [2].

Поскольку реклама успешно завоевала внимание аудитории, создатели продолжили выпускать имиджевые ролики с этими мультяшными персонажами. Основная идея следующих роликов была построена на преимуществах разных сортов мороженого.

Смогла ли данная рекламная кампания выполнить поставленные перед собой задачи? Часть аудитории не оценила словосочетание «вкусовые сосочки», назвав его мерзким и неприятным. Создатели рекламы ответили на данную претензию, что это совершенно обычный медицинский термин. Но несмотря на то, что часть аудитории негативно восприняла данную рекламу, она все же смогла успешно решить поставленные перед ней задачи. Она напрямую работала с аудиторией, создавая запоминающийся образ и повышая узнаваемость бренда. Помимо этого, созданные яркие, смешные и шумные персонажи позволяют компании и дальше развивать этот стиль коммуникации в последующих видеороликах и акцентировать внимание зрителей на разных вкусах мороженого «Чистая линия».

Продолжая анализировать реакции массовой аудитории на данную рекламу мороженого, рассмотрим результаты исследования, проведенного аналитической группой Tiburon Research [3]. В качестве метода проведения тестирования был выбран онлайн-опрос на платформе Fastuna. В исследовании принимали участие 200 мужчин и женщин в возрасте 18-60 лет. Видеоролик получил оценку в 61 балл из 100 – это довольно хороший результат. Большинство параметров, таких как понятность, интересность, уникальность, доверие к рекламе, получили положительную оценку. Многие из респондентов отмечали, что реклама «цепляет» с первых секунд и запоминается надолго.

Говоря о видах массовой рекламы, которые были использованы компанией «Чистая линия», можно выделить ТВ, радио, интернет-рекламу и наружную рекламу в

Москве, Санкт-Петербурге и других регионах России. В мае 2021 года началась уличная рекламная кампания мороженого – в городе появились билборды с призывом «Порадуй свои вкусовые сосочки!». Говоря об интернет-рекламе, были использованы такие виды продвижения, как медийная реклама, видеореклама в YouTube и TikTok, реклама в начале видеороликов – Pre-roll (преролл). Всего за несколько недель видеоролики с хештегом «вкусовые сосочки» набрали около 3 млн просмотров. Ютуб-канал «Чистая линия» достиг отметки в 504 тыс. подписчиков, а видеосюжеты с анимированными вкусовыми рецепторами набирают от 2 до 6 млн просмотров.

Эффективность запущенной рекламной кампании подтверждают следующие цифры: в 2019 году компания продала 6,7 млн. кг мороженого, а в 2021 году – 14,3 млн. кг. Об этом также свидетельствуют финансовые показатели компании: прибыль в 2019 году составляла 328,2 млн. руб., в 2020 году – 561,65 млн. руб., в 2021 году – 873,07 млн. руб.

Анализируя вышесказанное, можно сделать вывод об успешности данной рекламной кампании. Маркетологи компании видят положительную динамику продаж и рост популярности, поэтому планируют продолжать выпускать видеоролики с мультяшными героями.

Что еще можно предложить для продвижения мороженого «Чистая линия»? Рассмотрим некоторые рекомендации.

1. Успех рекламы зависит не только от ее оригинальности, но также от ее правильного распространения. Поэтому рекомендуем к уже используемым видам рекламы добавить экранную и проекционную рекламу, чтобы продукт всегда «бросался в глаза» потребителям.

2. Предлагаем улучшить рекламу в точках продаж: создать специальные морозильные витрины для презентации мороженого и организовывать дегустации.

3. Увеличить популярность марки и повысить доверие к бренду могут известные публичные личности. Поэтому можно привлечь их для съемок новых эпизодов рекламы или заказать рекламный пост в социальных сетях.

Таким образом, анализируя российскую практику проведения рекламных кампаний на примере производителя мороженого «Чистая линия», мы пришли к выводу, что успех рекламы зависит от множества факторов. К их числу можно отнести оригинальность идеи, правильный выбор каналов продвижения, постоянный анализ реакций потребителей на рекламу и др.

Список литературы:

1. Как вкусовые сосочки обрели популярность в TikTok: кейс «Чистая Линия» и Contrapunto // Sostav.ru. – Российский сайт о новостях рекламы и маркетинга [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.sostav.ru/publication/chistaya-liniya-i-contrapunto-47387.html> (дата обращения: 05.03.2023).

2. Кто мы? – Вкусовые сосочки // «Чистая линия» – официальный сайт фабрики-производителя мороженого [Электронный ресурс]. – URL: <https://icecream-chl.ru/vkusovyye-sosochki/> (дата обращения: 06.03.2023).

3. Мультяшные вкусовые сосочки рекламируют мороженое «Чистая линия» // Tiburon Research – маркетинговые исследования для бизнеса [Электронный ресурс]. – URL: <https://tiburon-research.ru/cases/multyashnye-vkusovye-sosochki-reklamiruyut-morozhenoe-chistaya-liniya> (дата обращения: 06.03.2023).

4. Рекламный рынок побил все объемы // ADPASS – контент-портал о маркетинге и рекламе [Электронный ресурс]. – URL: <https://adpass.ru/obemy-reklamnogo-rynka-2021/> (дата обращения: 05.03.2023).

Тереничев Л. В., студент
Российский университет транспорта (МИИТ), РФ
l.terenichev@mail.ru,

Минасян К. М., студент
Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС), РФ
kminasan705@gmail.com,

Овчинников В. А., студент
Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС), РФ
oravpavp@mail.ru

Научный руководитель: Куренков П. В., д-р экон. наук, профессор
Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС), РФ

СПЕЦИФИЧНОСТЬ ЛОГИСТИКИ ПЕРЕВОЗОК ОПАСНЫХ ГРУЗОВ

Логистика транспортировки опасных грузов должна быть организована с учетом требований, установленных следующими нормативными актами:

Европейское соглашение о международной дорожной перевозке опасных грузов от 30.09.1957 г. (ДОПОГ);

Федеральный закон от 08.11.2007 г. № 257-ФЗ «Об автомобильных дорогах и о дорожной деятельности в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации»;

Правила перевозок грузов автотранспортом, утв. постановлением Правительства РФ от 15.04.2011 г. № 272;

Правила обеспечения безопасности перевозок, утв. приказом Минтранса России от 15.01.2014 г. № 7;

Приказ Минтранса РФ от 4.07.2011 г. № 179 «Об утверждении Порядка выдачи специального разрешения на движение по автомобильным дорогам транспортного средства, осуществляющего перевозку опасных грузов» (см. также источники [1-4]).

Требования к водителю на перевозку опасных грузов. Чтобы управлять автомобилем с опасным грузом, водитель должен пройти курс обучения в специализированном учебном центре и получить свидетельство ДОПОГ о подготовке к перевозке опасных грузов международного образца. Свидетельство содержит информацию о том, какой именно класс опасности может перевозить водитель.

Требования на транспортное средство для перевозки опасных грузов. Перевозить опасные грузы можно только на специальном транспорте, который изготовлен либо дооборудован в соответствии с нормативными документами.

Также предварительно нужно получить свидетельство о допуске ТС к перевозке опасных веществ.

Порядок выдачи специального разрешения установлен Приказом Минтранса РФ от 04.07.2011 №179. Оформляется разрешение в управлении Ространснадзора по месту регистрации заявителя. Можно отправить заявление с копиями документов по почте или заполнить его на портале госуслуг.

Кроме этого, нужно представить схему маршрута перевозки со стоянками и заправками. А также сведения о перевозимом грузе: наименование, описание, класс, номер ООН.

Уполномоченный орган проверяет полноту и достоверность сведений. Проверяет соответствие технических характеристик транспорта требованиям безопасности. В результате владельцам дорог, по которым проходит маршрут, направляется заявка на его согласование либо в выдаче разрешения отказывается.

Любой груз нуждается в подготовке для перевозки. Но, если для обычных товаров

это вопрос их сохранности, то для опасных грузов это в первую очередь безопасность сопровождающего персонала. Для перевозки такого груза требуется качественная упаковка, корректные обозначения тары и сопроводительный пакет документов.

Тара и упаковка подбирается исходя из класса веществ. Правила упаковки для каждого типа груза прописаны в ГОСТ 26319–84. Однако есть и общие стандарты: нельзя превышать допустимый вес брутто для каждого грузового места с опасным грузом; материал упаковки не должен взаимодействовать с помещённым в неё грузом; упаковка не должна портиться от воздействия внешней среды (воздуха, воды, солнца, температуры); стеклянные сосуды должны быть помещены в дополнительную тару или обрешётки. Все бутылки, бочки и сосуды должны быть плотно закупорены.

Сосуды с жидкостью должны быть заполнены не более чем на 90%. Также для каждого типа опасных веществ есть свои отдельные запреты. В зависимости от класса опасного груза и его свойств могут быть разные требования к температуре, герметичности упаковки, уровню освещения и другим факторам.

Маркировка на тару наносится для того, чтобы было легко идентифицировать груз, а также не нарушить правил его эксплуатации, погрузки и перевозки. В маркировке должны присутствовать: номер ООН для груза. Если он относится к 1, 2 или 7 классу веществ (взрывчатые вещества, газы, радиоактивные материалы), должно быть его отгрузочное наименование; знак опасности, соответствующий классу груза; при необходимости – знак, означающий опасность для окружающей среды.

Для перевозки опасного груза необходимо иметь соответствующие документы и разрешения: Лицензию на перевозку опасных грузов, которую получает транспортная компания, Разрешение на перевозку опасного груза по автодорогам, Товарно-транспортная накладная, Путевой лист, Паспорт безопасности (MSDS), Сертификат безопасности (требуется при перевозке грузов в закрытой таре), Аварийная карточка, Свидетельства ДОПОГ на водителя и автомобиль, Документы на водителя и автомобиль.

Перевозки опасных грузов – это наиболее сложный вид перевозки, требующий специальной техники, оформления необходимых разрешений, согласований, в некоторых случаях сопровождения груза. Такие перевозки лучше всего доверять опытным специалистам.

В настоящее время по определенным факторам от перевозки опасных грузов воздерживаются многие логистические компании России. Прежде всего транспортировать не на чем. Под нужды перевозчиков отечественный автопром не подходит и подобную технику для работы с опасными грузами не выпускают. зарубежные авто, соответствуют потребностям рынка, но обходятся дорого.

Следующая не менее значительная причина – огромное количество препятствий, создаваемых имеющимися сейчас условиями к транспортировке этой категории грузов. Несколько недель занимает согласование маршрута следования груза. Более 10 маршрутных листов необходимо для доставки опасного груза. При этом около 20 суток каждый маршрут согласовывается с подразделениями ГИБДД.

В частности, это касается системного оформления подготовительного и сопроводительного документооборота при перевозке опасных грузов автомобильным транспортом. Правильно оформленные документы позволяют сэкономить до 30 % времени, которое затрачивается на осуществление процесса перевозки.

Таким образом, можно сделать вывод, что настоящий алгоритм адекватен сегодняшним рыночным условиям, его можно использовать в стратегической перспективе для развития конкурентоспособности автотранспортной компании, обеспечивающей перевозку опасных грузов. Цифровизация приносит новые неопровержимые возможности для развития автотранспортной сферы как важнейшей

инфраструктурной составляющей, обслуживающей экономику страны.

Внутренний водный транспорт регламентирует перевозку опасных грузов правилами ВОПОГ. Большое внимание в Правилах ВОПОГ уделяется подготовке специалистов и консультантов по перевозке определенных опасных грузов, а также их аттестации.

Морской транспорт регламентирует перевозку опасных грузов правилами МОПОГ.

Требования к подвижному составу. Закрытые грузовые помещения судов должны быть оборудованы стационарной автоматической системой обнаружения пожара. В системах, основанных на принципе контроля проб воздуха, должны быть учтены меры против утечек или попадания данных проб в воздух жилых либо служебных помещений. В помещении, в котором поставлена аппаратура контроля, обязана быть надпись, предписывающая, что пробы воздуха после анализа обязаны удаляться в атмосферу. Водопожарная система должна гарантировать незамедлительную подачу воды в грузовое помещение. Морской транспорт осуществляет в основном внешние, экспортно-импортные перевозки, а так же перевозки на севере и востоке страны. Несмотря на низкую себестоимость (небольшие топливные затраты, большая грузоподъемность) обладает порядочными ограничениями (погодные условия, непостоянное техническое обслуживание).

Выводы. В рыночной экономике объективно на первый план выступают требования клиентуры по согласованному взаимодействию к координации работы различных видов транспорта, особенно в системе мультимодальных и синхромодальных перевозок [5-7], с целью доставки по принципам «от двери до двери» и «точно в срок». Морской транспорт идеально подходит для перевозки опасных грузов на большие расстояния, а автомобильный служит ему помощником, который доставит товар до клиента.

Список литературы:

1. Приказы Минтранса РФ от 11.06.1999 №37, от 14.10.1999 №77.
2. ГОСТ 19433-88 «Грузы опасные. Классификация и маркировка».
3. Европейское соглашение о международной дорожной перевозке опасных грузов (ДОПОГ/ADR) (Заключено в г. Женеве 30.09.57).
4. ГОСТ 26319-84 «Грузы опасные. Упаковка».
5. Куренков, П.В. Внешнеторговые перевозки в смешанном сообщении: экономика, логистика, управление / П.В. Куренков, А.Ф. Котляренко. – Самара: СамГАПС, 2003. – 636 с.
6. Синхромодальные перевозки и тримодальные терминалы как перспективные направления развития логистических технологий / П.В. Куренков, Д.А. Преображенский, А.В. Астафьев и др. // Транспорт: наука, техника, управление. – 2018. – № 11. – С. 13-17.
7. Перспективные направления развития политранспортной логистики / П.В. Куренков, Д.А. Преображенский, А.В. Астафьев и др. // Железнодорожный транспорт. – 2019. – № 3. – С. 36-41.

Уздемир Е. А., студентка

Научный руководитель: Беспятая М. Н., канд. экон. наук, доцент

Донецкий государственный университет, РФ

Ekaterina.1709203@gmail.com

МАРКЕТИНГ В ПЕРИОД САНКЦИЙ

Актуальность. На данный момент санкции являются одной из самых актуальных проблем на территории Российской Федерации и ЛДНР в том числе. Многие серверы были заблокированы, что очень негативно сказывается на бизнесе. Некоторые компании и бренды перестали осуществлять свою деятельность на территории РФ, что привело к резкому «взлету» цен на их товары. Импртозамещение – единственный способ прекратить рост цен на некоторые услуги и продукты, не допустить кризиса и дефицита. Кроме того, на данный момент стоит рассматривать сложившуюся ситуацию как большую перспективу для роста.

Анализ последних исследований и публикаций. Данную тему изучал Евгений Чуранов, эксперт «Яндекса» по обучению и директор по маркетингу digital-агентства WebCanare. Также этим вопросом занимались Ильин Алексей Дмитриевич, Головизна Юлия Валерьевна, Сейфуллаева Маиса Эмировна и т.д.

Цель исследования заключается в определении проблем, возникших в результате введения санкций Западом против РФ. Определение путей их решения.

Результаты исследований. В марте 2014 года на Россию «обрушилась» первая волна санкций в ответ на присоединение Крыма, лишившая нашу страну и отдельные организации возможности вести деловые отношения с партнерами из Евросоюза, США и ряда других государств.

В конце февраля 2022 года был введен еще один пакет санкций, связанный с признанием Россией независимости ДНР и ЛНР. Страны ЕС запретили своим гражданам любое взаимодействие с молодыми республиками Донбасса, ввели ряд ограничений в отношении российских предприятий и финансовых учреждений, приостановили сертификацию Северного потока.

Введенные ограничения, а также ответное продовольственное эмбарго привели к росту инфляции, исчезновению некоторых товаров с прилавков отечественных магазинов. Без иностранных комплектующих под угрозой оказались оборонная и энергетическая промышленность.

За это время в России значительно улучшилось производство, появились новые бренды одежды, новые продукты и сети питания. Государство очень активно поддерживает малый бизнес, более того, оказывает финансовую поддержку. В 2021 году размеры грантов и субсидий составляли от 60 тыс. рублей до 25 млн. рублей.

Одна из самых распространённых проблем импортозамещения — неактуальное позиционирование брендов. В большинстве случаев новые фирмы используют технологии, разработанные еще в СССР или копируют то, что когда-то хорошо продавалось на Западе. Эта проблема часто поднимается молодежью в социальных сетях. После закрытия большинства брендовых магазинов и бутиков россияне начали искать альтернативы, но многие остались недовольны качеством и ценовой политикой предложенных товаров.

Решением проблемы могут служить внедрение современных технологий в производство и постоянный мониторинг трендов, анализ спроса и потребностей покупателей. Еще со времен Советского Союза производители привыкли, что именно они определяют, что будет носить вся страна, так как альтернативы не было. Но на

данный момент, когда почти абсолютно у каждого есть доступ к сети Интернет и социальным сетям, что именно нужно производить решает потребитель.

Говард Бехар написал целую книгу о корпоративной этике компании. В ней он описывает важность приспосабливаться к разному менталитету, угождать не просто покупателю, а дорогому гостю заведения. Поэтому на данный момент маркетинговые исследования актуальны как никогда. Для малого и среднего бизнеса это возможность выйти на новый уровень, начать расширяться и модернизироваться. Люди должны хотеть купить вещь от отечественного производителя не от безисходности, а потому что она качественнее, бюджетнее и способна удовлетворить все запросы потребителя.

Все больше людей отдает предпочтение импортным вещам (привезенным перевозчиками, предварительно заказанных через интернет из России/Украины). Чаще всего такие импортеры не платят налоги, завышают цены, но зато человек получает через месяц-два-три свой заказ. Привезенный товар почти не отличается по цене от местного, но зато в разы лучше по качеству, его потребитель выбирает из полноценного ассортиментного ряда. К такому способу покупок уже давно привыкла молодежь из ЛДНР, это больше похоже на покупки через OZON и WILDBERRIES, исключением является то, что ожидать посылку приходится в 10-30 раз дольше, а государственные предприятия и фабрики теряют востребованность.

Средняя зарплата в республиках 20-25 тыс. рублей. Из этой суммы граждане должны заплатить за коммунальные услуги, питание, приобрести одежду и обувь даже, если не для себя и детей. Поэтому местным предприятиям стоит поменять свою маркетинговую стратегию, чтобы заслужить любовь и доверие потребителя.

«Чтобы стратегия оказывала существенное влияние на продажи, она должна формироваться на релевантных целях клиентов компании» – Фил Барден. Тут идет опять же речь о людях, о том, что важно удовлетворить их потребности наилучшим способом. Себестоимость многих товаров значительно ниже, чем у импортных вещей.

Большинство компаний-мировых лидеров придерживаются концепции лояльного маркетинга. Это маркетинг взаимоотношений, благодаря которому люди снова и снова возвращаются к одному производителю.

В основе формирования лояльного маркетинга, безусловно, лежит разработка и внедрение программ лояльности по отношению к клиентам. Эти программы представляют собой комплекс мер, направленных на повышение уровня доверия клиентов к бренду. Основными инструментами программ лояльности являются дисконтные карты, розыгрыши призов, накопительные дисконтные карты, бонусные программы, подарочные сертификаты, скидки и др.

В табл. 1 рассмотрены рекламные каналы с учётом их значимости и эффективности.

Таблица 1

«ТОП-14 актуальных каналов продвижения»

Рекламные каналы	Вид взаимодействия	Ниша	Минимальный бюджет в руб.	Сроки до первых результатов в неделях	Потенциал масштабирования
1	2	3	4	5	6
Корпоративный сайт, интернет-магазин или лендинг	Для всех	Для всех	60 000	2 – 24	Высокий
Контекстная реклама (Яндекс.Директ)	Для всех	Почти для всех	40 000	3 – 12	Средний
Таргетированная реклама (MyTarget и ВКонтакте)	Для всех	Почти для всех	40 000	4 – 12	Средний

Окончание табл. 1

1	2	3	4	5	6
Телемаркетинг (холодные звонки)	B2B / G2B	Для товаров или услуг с большим чеком	20 000	2 – 8	Низкий
Email-маркетинг (рассылки на почту и мессенджеры)	B2C / B2B / G2B / G2C	Если есть большая аудитория	30 000	6 – 12	Средний
Маркетплейсы (Wildberries, Ozon, Яндекс.Маркет, СберМегаМаркет, Lamoda и другие)	B2C / B2B	Товарный бизнес	300 000	4 – 6	Высокий
Контент-маркетинг (Яндекс.Дзен, VC.ru и Telegram-канал)	B2C / G2C / B2P / G2P	Почти для всех	80 000	12 – 20	Высокий
Карты (Яндекс.Бизнес, Google Мой бизнес и 2ГИС)	B2C / B2B	Для оффлайн магазинов, салонов красоты, офисов продаж и т.п.	9 000	1 – 3	Низкий
Торговые площадки и агрегаторы (Avito и Юла)	B2C / B2B	Для товарного бизнеса	30 000	2 – 4	Средний
SEO-продвижение сайта (вывод в ТОП-10)	Для всех	Для всех	120 000	12 – 18	Высокий
SMM-продвижение (ВКонтакте, YouTube, Одноклассники)	B2C / B2B	Для всех	180 000	10 – 16	Высокий
Активные продажи (бизнес-встречи и выставки)	B2B	Для товаров или услуг с большим чеком	30 000	1 – 4	Низкий
Партнёрская сеть (реферальные программы)	B2B	SaaS или бизнес-моделей с подпиской на продукт	200 000	6 – 12	Высокий
Аромамаркетинг (использование запахов)	B2C	Оффлайн магазины	15 000	1 – 2	Низкий

Вывод. В условиях санкций необходимо быстро принимать решения. Начать стоит с создания Антикризисного предложения, разработать и запустить сайт (если его ещё у вас нет) и после внедрять поочередно каждый из вышеизложенных способов. За последний год в России произошли колоссальные изменения в сфере маркетинга и не только, произошел ребрендинг многих компаний, однако помимо крупных предприятий и заведений остается малый бизнес, который также должен продолжать свое развитие и совершенствовать свои маркетинговые стратегии.

Список литературы:

1. Антикризисные рекламные каналы в условиях санкций на 2022-2023 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/u/1089436-burmistrov-leonid/391101-antikrizisnye-reklamnye-kanaly-v-usloviyah-sankciy-na-2022-2023-god#3>.
2. Систематизация рекомендаций по продвижению в маркетинге в условиях санкционного давления [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/116663/1/978-5-91256-557-1_2022_140.pdf.
3. Санкции против России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Санкции_против_России.
4. Барден, Ф. Взлом маркетинга: наука о том, почему мы покупаем / Ф. Барден; пер. с англ. Инны Антипкиной. – 3-е изд. – Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2016. – 294 ISBN 978-5-00057-893-3: 2000 экз.

Унгурян Е. В., студентка

Научный руководитель: Чижова Н. Е., канд. экон. наук, доцент

Донецкий государственный университет, РФ

katya.unguryan.00@mail.ru

ОСОБЕННОСТИ «ЗЕЛеной» ЛОГИСТИКИ

Актуальность. Глобальная транспортная отрасль является источником почти 6% всех выбросов парниковых газов, и эта проблема усугубляется по мере роста масштабов мировой экономики и роста логистического сегмента.

Анализ последних результатов исследований в публикации. Рассматриваемой проблеме посвящены научные труды, как зарубежных, так и отечественных авторов: М. Г. Трейман, Е. А. Белова, А. В. Карбышев, М. Ш. Муртазина, И. О. Обрабова.

Цель исследования. Цель исследования заключается в определении баланса между экологией и экономикой.

Результаты исследования. Анализ «зеленой» логистики и перспективы внедрения ее на предприятиях Российской Федерации.

В настоящее время, время глобально развитой торговли, экологические проблемы, которые в последние годы все больше волнуют общественность, становятся значимыми также и для различных бизнес-сферах [1].

«Зеленую» логистику можно определить, как деятельность, направленную на выявление и измерение негативного воздействия на окружающую среду в процессе доведения товара до конечного потребителя, а также исследования, осуществляемые для поиска способов уменьшения данного негативного воздействия.

Зеленая логистика стремится:

измерить углеродный след логистических операций, чтобы установить отправную точку для рассмотрения мер по обеспечению устойчивости и контроля их результатов;

уменьшить загрязнения воздуха, почвы, воды и шума путем анализа воздействия каждой области логистики, особенно тех, которые связаны с транспортом;

рационализировать использование материалов, повторное использование контейнеров и упаковок;

распространить устойчивости на всю цепочку поставок, экологическая логистика также определяется дизайном продуктов и их упаковкой. Обе системы должны быть спроектированы таким образом, чтобы минимизировать их воздействие на окружающую среду.

Сегодня логистическая отрасль не отличается высокой степенью устойчивости. Предприятия сталкиваются со значительными препятствиями при реализации экологической политики в области логистики. Это связано с несколькими причинами [2]:

1. Зависимость от ископаемого топлива, особенно на транспорте.

2. Отсутствие инфраструктуры.

Местные власти находятся в процессе регулирования лимитов выбросов. Однако для принятия мер по строительству новых объектов, отвечающих потребностям тех, кто занимается логистической деятельностью, необходимо межотраслевое соглашение.

3. Невидимость логистики для потребителей.

Как правило, логистика не является устойчивой, потому что ни один из них не является клиентом. Существует дополнительная проблема: для клиента логистика невидима, и это становится все более очевидным. Сложно применять политику «зеленой» логистики, когда клиент требует, например, доставки в течение 24 часов, что не позволяет консолидировать грузы или максимально использовать транспортные

потоки. Более того, затраты на логистику часто не указаны в счете-фактуре или незначительны. Это снижает их актуальность и, следовательно, уменьшает причины для бизнеса инвестировать в свою экологическую устойчивость [2].

Требуется применять определенные подходы в логистике, чтобы предприятие имело статус «зеленой» логистики и пользовалось большей лояльностью у потребителей.

1. Следует включить экологичные критерии в свою политику закупки.

Критерии устойчивости могут быть включены в политику закупок компании, когда дело доходит до оценки предложений поставщиков. Они могут относиться к:

характеристикам продукта: например, покупка экологически чистой упаковки и ограничение использования пластика в упаковке;

производственные процессы: международные нормы гарантируют благоприятное управление окружающей средой. Mecalux сертифицирована по стандарту ISO 14001, что гарантирует внедрение системы экологического менеджмента в глобальные операции компании;

местоположение поставщика, отдавая приоритет тем, кто находится ближе всего к его объекту.

Таким образом, можно было бы оценить возможность приобретения экологически чистых товаров. Например, все более эффективнее становятся варианты промышленного транспорта, которые сокращают выбросы парниковых газов.

2. Оптимизация в управлении транспортным парком.

Транспорт является основной областью углеродного следа в логистической цепочке. Помимо покупки транспортных средств с более чистым ходом, для ограничения выбросов необходимо использовать системы, которые помогают планировать маршрут доставки и расставлять приоритеты при объединении грузов. Так не только повышается эффективность управления автопарком, но и сокращаются общие выбросы, производимые транспортом.

3. Применение мер по сокращению и переработке отходов, образующихся на складе.

Одной из мер, помогающих применять экологическую логистику на складе, является использование устойчивых критериев для управления образующимися отходами. Например:

3.1. Установление процесса сортировки отходов в соответствии с материалами, подлежащими вторичной переработке.

3.2. Сокращение использования бумаги на складе путем внедрения ИТ-решений.

3.3. Контролирование специального обращения с отходами, чтобы они соответствовали соответствующим процедурам переработки.

В России экологические инициативы в логистике и экономике не так распространены, как на Западе, однако ESG-принципы, то есть вовлечение компании в экологические, социальные и управленческие проблемы, становятся всё популярнее. Одна из таких организаций в России – технологический гигант «Сбер». Так, при выдаче кредитов банк учитывает ESG-рейтинг организации. И уже с начала 2021 года «Сбер» выдал «зеленых» кредитов на сумму 52 млрд. руб., в том числе логистическим и добывающим компаниям.

Что касается самих бизнесов, то одним из первопроходцев в экологичной логистике стала компания экспресс-доставки «DHL». Она продвигает инициативы по снижению углеродного следа, пересматривая привычные логистические процессы. Так, 86% электричества производится в компании из возобновляемых энергоресурсов, а электрокары проехали более 100 млн км «последней мили» доставки.

Развитие «зеленых» технологий в логистике должно опираться на соответствие российских транспортных средств современным международным стандартам и идти по пути всестороннего развития и применения дизайна, производительности и других аспектов. «Зеленые» технологии в логистике должны быть направлены на: улучшение рабочего процесса двигателей внутреннего сгорания; улучшенные топливные свойства, смазочные материалы и технические жидкости; нейтрализация выхлопных газов; применение современных технологий диагностики технического состояния автомобильного транспорта; расширение сети мониторинга экологической безопасности

При внедрении экологических технологий в сферу российского бизнеса, можно выделить ряд перспективных направлений:

инвестирование в формирование и развитие возникающих принципиально новых и инновационных логистических центров;

сокращение складских территорий за счет использования специализированных и усовершенствованных приемов на складе;

повышение экологической грамотности потребителей посредством использования специальных знаков маркировки упаковки (в России на данном этапе распространен гринвошинг – безосновательное позиционирование бренда как экологически дружелюбный);

повышение лояльности потребителей.

Зеленая логистика» связывает заботу об окружающей среде с логистической деятельностью. Эта концепция связывает экологическую и экономическую эффективность с логистикой, пытаясь уменьшить воздействие сектора на окружающую среду. С этой целью учреждения стараются быть экологически сознательными, выполняя свою деятельность с наименьшими затратами [3].

Во внедрении в Российской Федерации на предприятиях «зеленой» логистики, можно выделить ряд моментов, существенно замедляющих ее появление, а именно:

низкая степень заинтересованности части населения в «бережливом природопользовании» и равнодушное отношение к негативным последствиям пагубного влияния нерационально организованных логистических цепочек;

отсутствие необходимой законодательной базы и механизмов, инструментов, стимулирующих использование зеленых стратегий;

высокий уровень издержек, связанных с утилизацией отходов обусловленный недостатками в организации процессов в цепи поставок и контроле за процессами.

Выводы. Появляется все больше свидетельств того, что «зеленая» логистика приводит к повышению эффективности цепочки поставок, в частности потому, что она способствует интегрированному взгляду на цепочки поставок. Главный экологический приоритет обычно сводится к сокращению упаковки и отходов. Эти наблюдения подтверждают парадоксальные отношения между логистикой и окружающей средой, так как снижение затрат не обязательно снижает воздействие на окружающую среду.

Список литературы:

1. Сергеев, В.И. Логистика: информационные системы и технологии: учебно-практическое пособие / В. И. Сергеев. – М.: «Альфа-Пресс», 2018. – 608 с.
2. Джонсон, Д. Современная логистика / Д. Джонсон. – М.: «Вильямс», 2015. – 624 с.
3. Эльяшевич, И. П. Перспективы развития экологической логистики в России / И. П. Эльяшевич. – М.: «Альфа-Пресс», 2011. – С. 19–27.

Усатенко Т. А., студент

Научный руководитель: Чижова Н. Е., канд. экон. наук

Донецкий государственный университет, РФ

Hurman4iki@mail.ru

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ЛОГИСТИЧЕСКИЕ СИСТЕМЫ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Актуальность данной работы настраивает информационную инфраструктуру для эффективного поддержания потоков информации или потоков сообщений в речевой форме, документах (бумажных и электронных) и других формах, порожденных исходными потоками ресурсов в логистической системе. Разнообразные информационные потоки, циркулирующие внутри и между явлениями логистической системы, логистической системы и внешней среды, составляют основу логистической информационной системы (ИЛС).

Лицевая и тыльная сторона информационной системы являются неотъемлемой частью всего творения. Объектом исследования является логистика информационных потоков, отражающая движение материальных, финансовых и других потоков, влияющих на производственный процесс. Основная задача – снабжать логистические системы информацией нужного размера, в нужном количестве и в нужном месте.

Информационная логистика призвана быть языком из-за недостатка информации в системной организации.

Анализ последних исследований и публикаций показывает, что информационная логистическая система является важным звеном в функционировании любого рода деятельности предприятий, а для оптовой и розничной торговли – фундаментом. Сырье, полуфабрикаты, топливо и другие материальные ценности на заводах оказываются благодаря информационной логистике, с которой происходит взаимодействие на предприятии со всеми функциональными подразделениями. Вопрос информационных логистических систем на предприятии рассматривали такие отечественные специалисты как В. И. Сергеев, Б. А. Аникин, Т. А. Родкина, В. Е. Николайчук и др.

Цель исследования, заключается в том, чтобы полностью изучить информационную логистическую систему на предприятии, показать ее основные преимущества и попытаться выявить недостатки.

Результаты исследования. Каждая логистическая концепция состоит из нескольких элементов связи, между которыми устанавливаются определенные связи и функциональные отношения. Непосредственным рабочим звеном информационной системы может быть автоматизированное рабочее место руководителя, информационный отдел системы управления организации или группа отдельных руководителей, объединенных разными функциями, общими информационными возможностями (процессами и видами деятельности). Ключевые основы возведения информативной концепции:

иерархичность (зависимость вопросов, а также применение ключей сведений);

правило агрегированности сведений (подсчет запросов в различных степенях);

чрезмерность;

конфиденциальность;

адаптивность к изменяющимся запросам;

согласованность и информационное единство (определяется разработкой системы показателей, в которой исключалась бы возможность несогласованных действий и вывод неправильной информации);

открытость системы (для пополнения данных).

Целью организационного управления является эффективное использование всех технических, научных, экономических, организационных и социальных возможностей для достижения высоких организационных результатов.

Миссия по формированию информационной концепции заключается в (рис. 1):

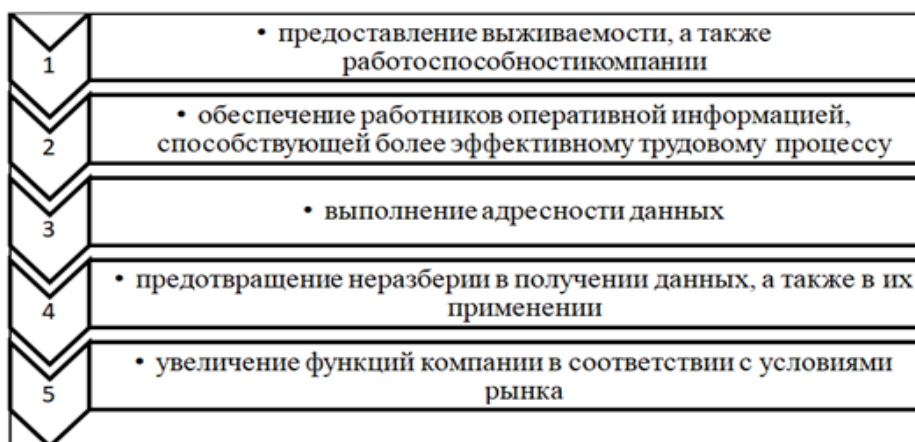


Рис. 1. Содержание миссии по формированию информационной концепции

Информационная логистика обеспечивает два аспекта всего логистического процесса: горизонтальную оптимизацию и интеграцию каждого основного и сервисного потока, вертикальную синхронизацию и интеграцию процессов управления.

Путем горизонтальной интеграции материальных потоков, а также информационных услуг в логистическую подсистему информация может быть связана и поставляться вместе с материальным потоком в логистической цепочке с целью получения товаров и сырья, их заблаговременной обработки, установки, тестирования и маркетинга. Горизонтальная интеграция дает возможность, среди прочего, постоянно объединять материальные и товарные потоки с помощью единой системы планирования и управления на организационном уровне. В идеальном случае эта связь дает гарантию, что ни одно эффективное решение по производственному процессу не может быть принято и реализовано без увязки его с общей стратегией и целями организации.

Вертикальная интеграция логистической информационной системы состоит взаимосвязанным влиянии различных степеней в управленческой иерархии организации, начиная от структур стратегического планирования развития организации и заканчивая уровнем оперативного управления отдельными филиалами.

Вертикальная интеграция включает в себя все уровни с прямыми (сверху вниз) и обратными (снизу вверх) связями, поэтому верхний уровень имеет достаточно информации о состоянии отдельных производственных элементов и может быстро реагировать на происходящие изменения.

Терминальные информационные системы, обслуживающие огромное количество оптовых супермаркетов, дают данным магазинам данные о покупках по мере их совершения. С целью обновления данных касательно поступления и реализации разного рода товаров в супермаркетах зачастую применяются сканеры, считывающие штрих-коды напрямую с товаров. Информационные системы магазина и специальные программные комплексы позволяют магазину планировать распределение ресурсов с учетом их движения, графика доставки товаров и заказов на пополнение ассортимента.

С помощью таких программных комплексов можно решать задачи относительно большого объема товародвижения для крупной сети магазинов.

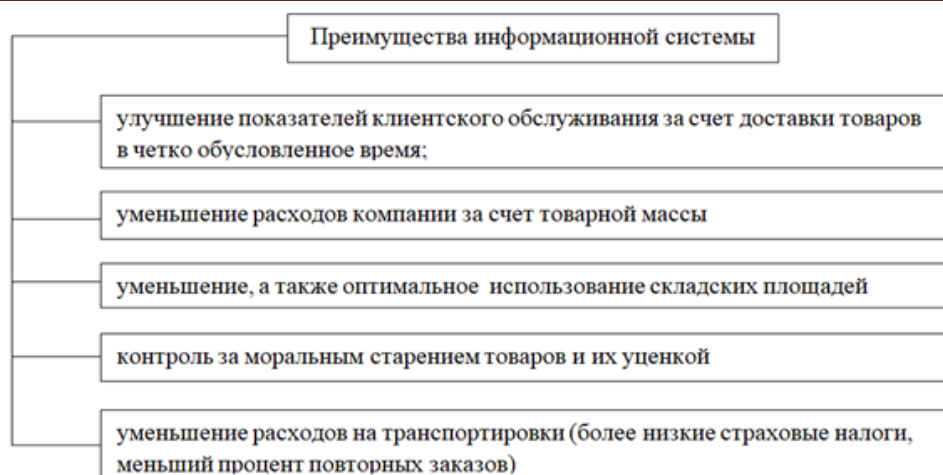


Рис. 2. Преимущества информационной системы

На нынешнем современном этапе развития информационной логистики выделяется следующая задача: на основе широкого внедрения информационных логистических систем создать комплексные автоматизированные системы управления логистическим процессом, тем самым обеспечив гибкое реагирование производства на требования рынка, минимизировав затраты и прибыль, дополнительное конкурентное преимущество для покупателя.

Процесс управления материальными потоками основан на обработке информации, которая циркулирует в логистических системах. Одной из важнейших предпосылок успешного функционирования производства в целом является наличие такой информационной системы, которая позволяла бы увязывать и управлять всеми видами деятельности (доставка, производство, транспортировка, хранение, распределение и т. д.) как единое целое – основе принципов единого целого.

На современном уровне развития общественного производства показано, что информация является самостоятельным фактором производства, потенциал которого открывает далеко идущие перспективы для усиления конкурентоспособности компаний. Информационные потоки – это красные нити, на которые нанизаны все элементы логистической системы.

Совершенствуя методы планирования и контроля с помощью информационной логистики, компании в крупных промышленных странах теперь заменяют запасы складов надежной информацией.

Выводы. Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что информационная логистическая система однозначно необходима предприятию. Если у компании слабо развита информационная логистическая система, то она будет испытывать проблемы на общем рынке сбыта и снабжения предприятия.

Список литературы:

1. Дыбская, В. В. Логистика складирования: учебник / В. В. Дыбская. – Москва: ИНФРА-М, 2021. – 559 с.
2. Канке, А. А. Логистика: учебное пособие / А. А. Канке, И. П. Кошечкина. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2022. – 384 с.
3. Коммерческая логистика: учебное пособие / под общ. ред. Н.А. Нагапетьянца. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: ИНФРА-М, 2022. – 259 с.

Фадеев А. В., студент
Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС), РФ
titr1.k@yandex.ru,

Афанасьева В. А., студент
Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС), РФ
afanasevaviktoriya@yandex.ru,

Плетенкова А. И., студент
Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС), РФ
Nastya.pletenkova04@mail.ru

Научный руководитель: Герасимова Е. А., канд. экон. наук, доцент
Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС), РФ

ЛОГИСТИКА ГРУЗОВЫХ ПЕРЕВОЗОК НА ЖЕЛЕЗНЫХ ДОРОГАХ МОНГОЛИИ

Монголия является одним из основных торговых партнеров РФ. С ней даже было заключено соглашение, облегчающее пересечение границы при перевозке грузов по железнодорожным (ж.-д.) путям.

Монголия является преимущественно аграрной страной. Она производит продукты сельского хозяйства, скотоводства. Основные направления поставки на потребительский рынок – мех, шерсть, кашемировые ткани. Промышленным предприятиям Монголия поставляет металлургическое сырье и полезные ископаемые. Достаточно взглянуть на товары, преобладающие в экспорте страны: уголь – 33%, медь – 24%, золото – 18%, переработанная нефть – 5%, железо – 4%.

На шерсть и товары из нее приходится 3%. Металлы и сырая нефть есть в избытке и в России, поэтому РФ занимает незначительную долю в экспорте страны. Из общего объема вывозимых товаров в Россию идет только 0,83%.

При этом импорт товаров из Российской Федерации для Монголии является значимым фактором экономики. Россия – второй (по состоянию на 2017 год) поставщик страны. Она ввозит 28% всей импортной продукции. В основном закупаются: промышленное оборудование, продукты переработки нефти, легковые и грузовые автомобили, коммерческий и иной транспорт, пищевые продукты, готовые к употреблению.

Транспортировка грузов в Монголию и из нее осложнена в связи с плохо развитой инфраструктурой. Дороги с твердым покрытием занимают пока незначительную долю всех путей и расходятся от столицы Улан-Батор к административным центрам регионов и к границе с Китаем и Россией. Большая часть дорог – это грунтовые и гравийные пути.

Автотранспортом перевозят большую часть грузов. Отгрузка происходит в основном в Улан-Баторе, но может быть назначена и в других крупных по местным меркам городах: Дархане, Сухэ-Баторе, Эрдэнэте.

Ж.-д. пути выгодны для доставки по нескольким причинам. Во-первых, ширина колеи в Монголии и РФ совпадает, поэтому не приходится менять состав поезда. Это исключает задержки. Во-вторых, качество ж/д путей куда выше, чем автодорог.

Перевозки происходят по Трансмонгольской железной дороге, которая начинается от Транссибирской магистрали. Пути проходят через столицу и идут дальше вплоть до границы с Китаем.

Водный транспорт представлен речными судами, которые ходят по р. Селенга и Орхон, а также озеру Хубсугул. Из-за климата в осенне-зимний период водные пути замерзают, и судоходство приостанавливается. Что касается морского транспорта, у

Монголии нет выхода к океану или морю. Тем не менее, стоимость доставки по воде ниже, чем у других способов перевозки. В период с мая по сентябрь при транспортировке несрочных грузов стараются использовать именно этот метод.

Авиасообщение между Россией и Монголией происходит через аэропорт Чингисхан рядом с Улан-Батором, единственную международную взлетно-посадочную полосу в стране. Это самый быстрый вариант перевозок. Самолетом отправляют грузы, которые быстро портятся: молоко, мясо и иные продукты питания. Также авиарейсами пользуются для поставок срочно необходимой аппаратуры, сырья. Однако из-за дороговизны это не основной метод трансфера.

Дополнительные сложности и нюансы. Перевозки по Монголии осложнены тремя основными факторами: плохая дорожная инфраструктура, сезонность многих путей сообщения, сложность навигации.

Также сезонность касается не только речного сообщения, но и автодорог: осенью даже асфальтированные дороги быстро начинают промерзать, а до наступления заморозков подтапливаются и размокают из-за сильных дождей; зимой медленно убирается снег, дорожное покрытие раскатывается и становится скользким, возможны аварии и частые заторы; весной водоемы выходят из берегов, грунтовые дороги просто стираются, а асфальтированные серьезно подтапливаются.

Что касается навигации, то за пределами крупных магистралей, связывающих столицу и контрольно-пропускные пункты на границе, ориентироваться на местности могут только постоянные жители. Перевозчикам приходится заказывать услуги проводников, чтобы те помогли добраться до мелких городов и селений, откуда часто поставляют мех, шерсть, молоко и мясо.

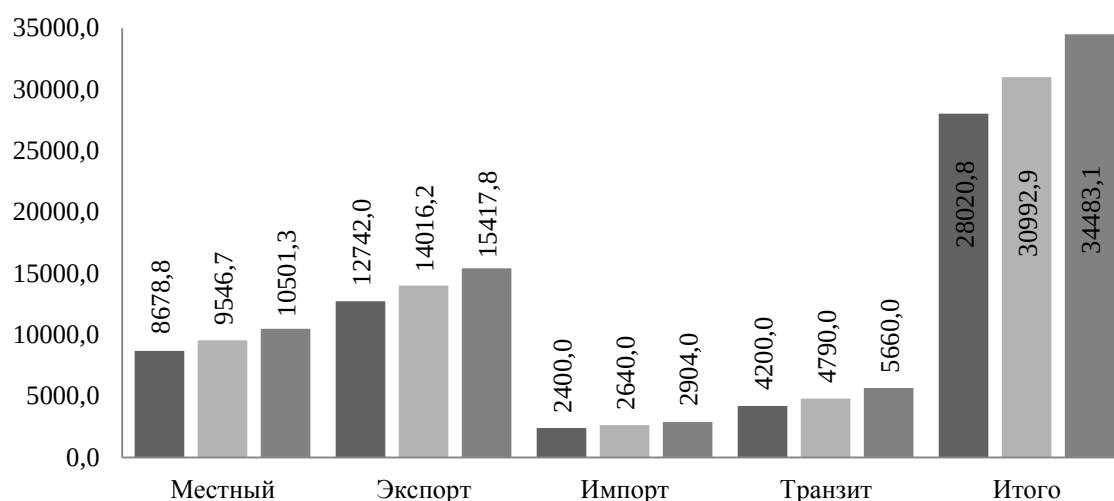


Рис. 1. Величина груза для транспортировки УБЖД в 2020-2022 гг., тыс. тонн

УБЖД делит грузоперевозку на 4 группы: местный груз, экспортный груз, импортный груз и транзитный груз.

В 2017 году грузоперевозка УБЖД составила 22765 тысяч тонн, заказ на местный груз получен на 8678,8 тысяч тонн в 2018 году; 9546,7 тысяч тонн в 2019 году и 10501,3 тысяч тонн в 2020 году; заказ на экспортный груз получен на 12742,0 тысяч тонн в 2018 году, 14016,2 тысяч тонн в 2019 году и 15417,8 тысяч тонн в 2020 году, заказ на импортный груз получен на 2400,0 тысяч тонн в 2018 году, 2640 тысяч тонн в 2019 году и 2904,0 тысяч тонн в 2020 году, заказ на транзитный груз получен на 4200,0 тысяч тонн в 2018 году, 4790 тысяч тонн в 2019 году и 5660,0 тысяч тонн в 2020 году [1-3].

Выводы. Выполнив эти работы, грузоперевозки УБЖД увеличатся. Это произойдет благодаря тому, что: 13 локомотивов по северной части и 33 локомотива по южной части запланированной линии, всего необходимо 46 локомотивов; В зависимости от величины перевозки необходим 1 локомотив в Хутул и 2 в Олон-Овоо; ДНЦ-1 – Еруу, Энхтал, Салхит. На Салхит станции при работе нечётного количества на Эрдэнэт, Хутул и на своей станции более 64 вагонов не помещается, поэтому, приходится перемещать их до Дархан станции и делать противоперевозку; ДНЦ-2 – Тунх, шатан, Ногоонтолгой, Давааны, Эмээлт, Хонхор, Баян Туул – Хоолт имеют 4 разъезда с короткими путями, требуется их удлинить; ДНЦ-3 – Агуйт, Оорцог-Энгэр; ДНЦ-4 – Номт, Сумангийн-зоо, Нартын хошуу; Определить снабжение пустых вагонов; Уменьшить остановку поездов и ускорить обороты составов; Оптимизировать обмен поездов; Поезда совпадают из-за движения чётных 17 и нечётных 11 поездов; Определить время хода между поездами со скоростями 50-70 км/ч и измерителями дорог [1-8].

Список литературы:

1. Макаров, А.В. Монгольский коридор: проблемы и перспективы развития транзитно-транспортной сети Монголии [Электронный ресурс] / А.В. Макаров, Е.В. Макарова, А.Б. Андреев. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mongolskiy-koridor-problemy-i-perspektivy-razvitiya-tranzitno-transportnoy-seti-mongolii/viewer> (дата обращения 13.01.2023).
2. Железнодорожные перевозки в Монголию [Электронный ресурс]. – URL: <https://tpnht.ru/uslugi/zheleznodorozhnye-perevozki-v-mongoliyu> (дата обращения 13.01.2023).
3. Лелеко, С. Транспортные проблемы Монголии как тормоз развития [Электронный ресурс]. – Текст: электронный. – URL: <https://asiarussia.ru/articles/14583/> (дата обращения 13.01.2023).
4. Вакуленко, С.П. Конкуренция между магистралями направления «Север – Юг» / С.П. Вакуленко и др. // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. – 2016. – №9-2(24). – С. 23-30.
5. Куренков, П.В. Перспективные направления развития политранспортной логистики / П.В. Куренков и др. // Железнодорожный транспорт. – 2019. – №3. – С. 36-41.
6. Куренков, П.В. Логистика международных интермодальных грузовых перевозок / П.В. Куренков, А.А. Сафронова, Д.Г. Кахриманова // Логистика. – 2018. – №3. – С. 24-27.
7. Куренков П.В., Котляренко А.Ф. Внешнеторговые перевозки в смешанном сообщении: экономика, логистика, управление. – Самара: СамГАПС, 2003. – 636 с.
8. Куренков, П.В. Развитие транспортного коридора «Север – Юг» как стратегическая задача / П.В. Куренков и др. // Транспорт: наука, техника, управление. Научный информационный сборник. – 2020. – №1. – С. 11-22.

Шилан М. Н., студент,
Мамаева Л. Н., канд. экон. наук, доцент
Саратовский государственный технический университет
им. Гагарина Ю. А., РФ
marina.shilan.eee@yandex.ru, L.mamaeva2014@yandex.ru

АМБАССАДОРСКИЕ ПРОГРАММЫ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

На построение успешного бизнеса влияет то, как воспринимают компанию потенциальные потребители – их лояльность и удовлетворенность продуктами. Чтобы оставаться на одной волне со своей аудиторией и выстраивать с клиентами доверительные отношения, а также привлечь новых, многие организации привлекают на свою сторону амбассадоров бренда.

Впервые о «лицах компании» заговорили в США в 30-е годы XX века, когда в целях маркетинга компании стали сотрудничать с популярными актерами. В настоящее время практика работы с амбассадорами широко распространена в России, причем чтобы стать представителем бренда необязательно быть популярным артистом или спортсменом.

Амбассадор бренда – это человек, который разделяет ценности компании, занимается ее продвижением и транслирует преданность к ее продукции. Лицо бренда выступает в роли посредника между аудиторией и компанией, по сути являясь «проповедником», который восхищается ее деятельностью и склоняет потребителей на сторону бренда. Люди верят другим людям гораздо охотнее, чем описанию на этикетке. Здесь важную роль играет искренность человека, умение правильно показать, что впечатления от пользования товаром или услугой действительно положительные.

Причины, по которым компании чаще всего знаменитостей выбирают в качестве амбассадоров, довольно просты: медийность, доверие и желание потребителей ассоциировать себя со звездой, а значит пользоваться тем же продуктами, что и кумир. Причем отличие амбассадорства от обычно рекламной компании заключается в том, что сотрудничество происходит на долгосрочной основе и не ради одной рекламной интеграции, а лицо бренда в реальной жизни при любой возможности показывает продукцию бренда и ее использование.

В качестве примера можно привести сотрудничество певицы Полины Гагариной с российским брендом ювелирных украшений SOKOLOV. В 2019 году Полина Гагарина приняла непосредственное участие в создании коллекции украшений из белого и красного золота со вставками из полудрагоценных камней и бриллиантов. Во время презентации новой линейки артистка рассказала о том, как создавались украшения и за что именно она любит бренд [1].

Сейчас амбассадором бренда является Лолита Милявская. На официальных страницах компании размещены баннеры и проморолики с исполнительницей, дополнивший свой образ украшениями от SOKOLOV. Кроме того, чтобы привлечь аудиторию, бренд проводит розыгрыши билетов на концерты амбассадора, а сама Лолита в своих социальных сетях публикует посты с информацией о новинках бренда. Среди поклонниц двух артисток большая часть женщин, которые являются целевой аудиторией бренда ювелирных украшений, что позволяет доносить главную информацию до потенциальных покупательниц и заслужить их лояльность [2].

Однако рассматривая институт амбассадорства, следует отметить, что некоторые компании привлекают на позиции амбассадоров не только популярных людей, но и тех, кто обладает локальным влиянием: микроблогеров и самих клиентов. Ведь иногда

доверие к человеку с похожим образом и разговаривающим на том же языке с аудиторией жизни гораздо выше, чем к знаменитостям.

Принято выделять евангелистов бренда – по сути это те клиенты бренда, которым искренне нравится бренд и им хочется поделиться своими впечатлениями с окружающими. В данном случае не всегда имеет место коммерческое сотрудничество, преданные фанаты бренда действительно полюбили продукт и готовы его всем советовать, повышая охват и репутацию бренда. Ещё существуют «адвокаты» бренда – это люди, которым в реальности нравится компания и в случае ее критики амбассадоры становятся на её сторону. Например, такие адвокаты могут отвечать на негативные комментарии и наоборот рассказывать о пользе услуг и товаров [3].

Получается, амбассадором бренда можно стать как на коммерческой основе, так и условно – из-за собственной любви к компании. При этом многие компании не только сами приглашают амбассадоров, но и создают специальные вакансии на должность абассадора. Однако некоторые организации создают целые команды амбассадоров и разрабатывают для них специальные образовательные программы.

Арт-кластер «Таврида» – молодёжная образовательная платформа для молодых детей культуры и искусства – ежегодно набирает амбассадоров из разных регионов России. Ими становятся молодые, креативные люди, участвующие в проектах «Тавриды»: образовательных заездах, масштабном фестивале «Таврида.АРТ» в Крыму и других направлениях.

Одна из главных задача амбассадоров – рассказывать в своих городах о тех возможностях, которые дает «Таврида», и продвигать бренд арт-кластера. В 2023 году количество новых амбассадоров составило 96 участников, а медиамбассадоров – 45. Все они представители из 86 регионов России. Для амбассадоров подготовили уникальную образовательную программу, рассказали о целях организации и о планах на год [4].

Аналогичный проект запускала компания Mail.ru Group для студентов IT-направлений. Они были погружены в корпоративную культуру, проходили стажировки в корпорации, а затем самых активных и эффективных пригласили на работу. Например, из амбассадоров прошлых наборов порядка 40% сегодня проходят стажировку или работают в VK. Амбассадорская программа VK была запущена в 2018 г. За пять лет амбассадорами компании стали 254 человека из 90 российских вузов. Участники провели более 2 тыс. мероприятий и реализовали ряд межуниверситетских проектов. Около 90% выпускников программы остаются на связи с компанией через сообщество. Многие становятся наставниками, чтобы помогать новым амбассадорам [5].

Следует отметить, что при работе с амбассадорами как на коммерческой, так и безвозмездной основе важно учитывать коммерческую тайну и заключать соглашения о неразглашении. Любой поступок амбассадора как официального лица бренда может повлиять на компанию. Кроме того, следует проработать стратегию мотивации амбассадоров в случае работы с большой командой.

Стоит поощрять наиболее эффективных амбассадоров, а также выстраивать добрые взаимоотношения с «адвокатами» и «евангелистами» бренда. Если компания дает понять, что ее клиенты важны, – это положительно влияет на её восприятие потребителями.

Чтобы выбрать идеального амбассадора, необходимо проверить человека на соответствии с несколькими критериям:

целевая аудитория – амбассадор должен быть близок к потенциальным клиентам, чтобы они могли ассоциировать себя с ним. Кроме того, амбассадор из ЦА понимает реальные потребности людей, ему проще рассказать о бренде на своем языке.

ценности – амбассадор, который разделяет смыслы компании, преподносит продукты более естественно и нативно.

репутация – амбассадор с хорошей репутации повышает совокупную репутацию бренда.

Так, в декабре 2022 года в рамках международного туристического форума Travel HUB, проходила ежегодная ассамблея амбассадоров Санкт-Петербурга. Она объединила представителей исполнительных органов государственной власти и бизнеса для подведения итогов работы по привлечению в город международных форумов и конгрессов. Данная программа была запущена в 2018 году городским Комитетом по развитию туризма совместно с Конгрессно-выставочным бюро, продолжает сохранять статус эффективного инструмента продвижения Санкт-Петербурга как центра делового туризма. Консолидация усилий представителей таких приоритетных отраслей экономики города, как наука, технологии и инновации, медицина, промышленность, транспорт и связь, позволяет расширять представительство Санкт-Петербурга в России и на мировой арене.

В рамках данного мероприятия, совместно с действующими амбассадорами, было подано 29 заявок и привлечено в город 16 международных ротируемых мероприятий, восемь из которых уже состоялись. В том числе в этом году успешно прошли 30-й съезд Всемирного общества кардио-торакальных хирургов, Конференция Российского нейрохимического общества RusNeurochem, Мировой ринологический конгресс [6].

Таким образом, амбассадор бренда – это человек, который представляет компанию на широкую аудиторию. Амбассадор бренда должен разделять ценности компании, понимать её смыслы и поддерживать ее репутацию. Искренняя вера амбассадора в продукты компании помогает повысить лояльность аудитории к бренду. Амбассадорские программы становятся одним из эффективнейших инструментов в продвижении бренда на сегодняшний день, так как помогают компании быть ближе к своим потребителям.

Несмотря на сложную геополитическую обстановку, зарубежные коллеги сохраняют интерес к сотрудничеству. В этой связи международные профессиональные мероприятия становятся эффективным инструментом для налаживания деловой коммуникации в рамках обмена опытом и совместной работы.

Список литературы:

1. Полина Гагарина стала официальным амбассадором ювелирного бренда SOKOLOV. – URL: <https://www.thevoicemag.ru> (дата обращения: 19.03.2023).
2. SOKOLOV запустил новую рекламную кампанию с Лолитой Милявской ко дню рождения бренда. – URL: <https://sokolov.ru> (дата обращения: 19.03.2023).
3. Кто такой амбассадор бренда? И может ли обычный человек стать им. – URL: <https://journal.tinkoff.ru> (дата обращения: 19.03.2023).
4. «Таврида» удвоила количество амбассадоров и медиаамбассадоров в регионах. – URL: <https://new.tavrida.art> (дата обращения: 19.03.2023).
5. Как привлечь молодые таланты с помощью амбассадоров: кейс Mail.ru Group. – URL: <https://hh.ru/article/27350> (дата обращения: 19.03.2023).
6. Итоги работы и перспективы развития программы амбассадоров в Санкт-Петербурге. – URL: <https://www.gov.spb.ru> (дата обращения: 19.03.2023).

Секция «Modern economic trends»

Zholob V. A., student
Scientific supervisor: Turalina A. G., Ph.D.,
Eshchenko L. V.
Donetsk State University, Russian Federation
zh05022002@yandex.ru

THE WORLD ECONOMY UNDER THE INFLUENCE OF THE ANTI-RUSSIAN SANCTIONS

Relevance. So far the Russian Federation is the only country in the world that has been under more than 10,000 sanctions imposed by unfriendly countries against the backdrop of a special military operation in Ukraine. The sanctions are designed to comprehensively complicate the conduct of Russia's foreign economic activity: to reduce the volume of both exports and imports. However, the sanctions also have a mirror effect on the global economy, posing a risk that trade in major commodities could be disrupted (especially energy exports to Europe), which in turn led to a price spike. In the long run, this could lead to even more global inflation and recession in the global economy.

Analysis of recent research and publications. Recently a large number of works presented by domestic authors have appeared on the topic of analyzing the impact of anti-Russian sanctions on the world economy, the most striking of which, in my opinion, are the works of D. I. Ushkalov [6] and S. A. Afontsev [7].

Objective of the study. The main objective of my research is to determine the key commodity markets where the Russian Federation has a significant share of influence and how the impact of anti-Russian sanctions has affected these markets in particular and the global economy as a whole.

Research results. The specifics of the current unprecedented sanctions pressure on Russia is determined by a complex of factors, including the speed of escalation of sanctions measures, as well as their scale, resulting from the simultaneous application of both "traditional" sanctions - a model with a wide coverage and the doctrine of "smart" - targeted sanctions. The main qualitative difference between anti-Russian sanctions and others lies in the specifics of the addressee - Russia - and its impact on the global commodity markets: never before have sanctions been applied against a relatively large and diversified economy, which accounts for a significant part of the world supply, as well as exports and imports of an individual a number of important products.

At the end of 2021, the Russian Federation accounted for 1.85% of global GDP at the current exchange rate and 3.1% of global GDP at purchasing power parity. The results of exports and imports for 2019, 2020 and 2021 amounted to 2.32% and 1.32%, 1.96% and 1.33%, 2.34% and 1.37% of world volumes, respectively.

Table 1 shows the statistical data on the participation of the Russian Federation in the export and import of groups of goods with a high level of utility in the world.

Thus, from the point of view of the main commodity markets and statistical data for the period from 2019 to 2021, Russia was acting as the so-called "big country", i.e. a country supplying goods which affects the level of world prices. Limiting the supply of goods by the "big country", or even expecting such a restriction, in the short term inevitably leads to price increases, which were observed throughout 2022 in most key commodity markets.

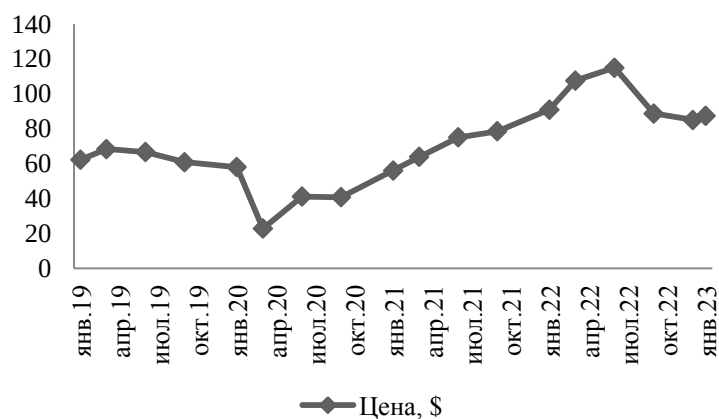
Table 1

Groups of goods with a high level of utility in the world [1]

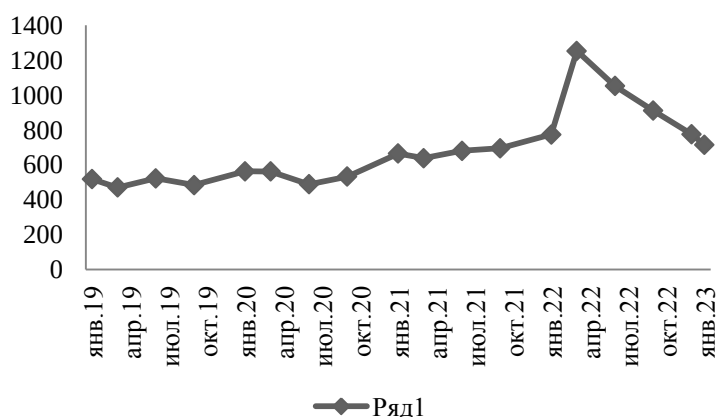
Year	2019		2020		2021	
Product	Imports,*	Exports,*	Imports,*	Exports,*	Imports,*	Exports,*
27 (mineral fuels, petroleum and products of their distillation)	0,08 %	10,39 %	0,10 %	9,79 %	0,08 %	9,53 %
31 (fertilizer)	0,19 %	14,54 %	0,18 %	12,95 %	0,18 %	15,86 %
7201 (cast iron)	0,26%	35,12%	0,04%	29,33 %	-	29,49 %
2814 (ammonia)	-	18,50%	-	15,80%	-	19,01%
7601 (raw aluminum)	0,13%	9,88%	0,06%	9,35%	0,08%	10,16%
1001 (wheat)	0,12%	15,87%	0,15%	17,67%	0,09%	13,53%

* - as a percentage of world volumes

Thus, since March 2022, there has been a sharp increase in oil prices, which has been accompanied by an increase in their volatility (Fig. 1). In the second half of the year, prices began to decline, mainly due to forecasts of a slowdown in the global economy and an increase in the likelihood of a recession, but remain in the range of \$80-100 per barrel, which is above the 2021 average.



Pic. 1 Dynamics of prices per barrel of oil in US dollars over 3 years [2]



Pict. 2/ Dynamics of prices per bushel of wheat in US dollars in dynamics for 3 years [3]

A very similar picture was observed in 2022 in the grain market, in particular wheat. Expectations of the termination of Russian grain supplies under the influence of sanctions and the suspension of Ukrainian grain exports as a result of the blockade of ports led to panic in the market and a sharp increase in quotations (Fig. 2). However, in practice, pessimistic forecasts about the shortage of grain haven't materialized. On the one hand, the export of Ukrainian grain was unblocked as a result of the conclusion of the so-called. "Grain Agreement". On the other hand, Russian exporters have largely adapted to work within the current restrictions. Thus, according to the analytical center "Rusagrotrans", the export of the Russian wheat in July-November 2022 amounted to about 20.2 million tons, which was less than the potential (taking into account the record harvest of that year), but exceeded the same indicators of the previous year by 9.2%. In the absence of a real shortage in the market, wheat prices began to decline in the summer of 2022, but they still significantly exceeded the previous year's rates. According to World Bank estimates, the average grain price in 2022 exceeded them by 20.6%.

The considered commodity markets are not only key in terms of international exchange, but also provide the bulk of Russia's export earnings. Thus, according to the Federal Customs Service of Russia, in 2022, the supply of crude oil provided 22.3% of the Russian exports, oil products - 14.2%, natural gas - 11.3%, nitrogen, potash and mixed fertilizers - 2.6% , wheat - 1.8% [5].

Conclusions. Sanctions imposed against Russia by unfriendly countries have led mainly to an increase in prices for key domestic exports, which made it possible, to a certain extent, to compensate the falling physical volumes of deliveries due to a favorable price environment. On the world commodity markets, this has reflected in the opposite way - from the negative side, because the consumers of these commodity groups have had to overpay and reduce import volumes, which, in turn, can have a negative impact both on the economy of consumer countries and on the standard of living of the population.

References:

1. Сайт мировой статистики TrendEconome [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://trendeconomy.ru/data/commodity_h2?commodity=1001,TOTAL&indicator=TV,tv_world_share&trade_flow=Export,Import&time_period=2021/
2. Quote.rbc.ru: Динамика мировых цен на нефть марки BRENT [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://quote.rbc.ru/ticker/181206?ysclid=lfzs6d5mxz110932188>
3. Trending Economics: Динамика мировых цена на пшеницу. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.tradingeconomics.com/commodity/wheat/>
4. Агентство экономической информации «Прайм» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://1prime.ru/Agriculture/20221111/838795638.html?ysclid=lbc15ooffo759502424>.
5. Официальный сайт ФТС [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://customs.gov.ru/statistic/eksport-rossii-vazhnejshix-tovarov>.
6. Ушкалова, Д.И. Внешняя торговля России в условиях санкционного давления // Журнал Новой экономической ассоциации. – 2022. – N 3 (55). – С. 218–226. DOI: 10.31737/2221-2264-2022-55-3-14.
7. Афонцев, С.А. Политические парадоксы экономических санкций / С.А. Афонцев // Журнал Новой экономической ассоциации. – 2022. – N 3 (55). – С. 193–198. DOI: 10.31737/2221-2264-2022-55-3-10.

Kalyuzhnaya I. V., student
Scientific supervisor: Reva A.O.
FSBEI HE “Donetsk academy of management
and public administration”, Russian Federation
businka08.03@mail.ru

CURRENT STATE AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF THE INTERNATIONAL LABOR MARKET IN THE CONTEXT OF GLOBALIZATION

Relevance. The labor market is the most important link in the economic and socio-political life of society and represents a system of public relations connected with recruitment and supply of labor. It is also an economic space – the sphere of employment in which buyers and sellers of labor interact. The world experience of market economy development shows that the labor market is one of the most important components of the general economic market mechanism.

Analysis of the latest research and publications. The study of this topic has been reflected in the works of a number of scientists, in particular, Arustamov E.A., Podvoysky G. L., Bashkatova B.I., Lokhtin T.N. and others.

The purpose of the study is to consider the theoretical foundations of the international labor market, to assess its current state and predict further development.

The results of the study. The international labor market is an integral part of the world economy, representing the sphere of supply and demand, as well as the commercial exchange of goods and services; a system of stable commodity-money relations between states, entrepreneurs, commercial organizations, firms of different states, interconnected by participation in the international division of labor [1].

The main task of the labor market is to ensure optimal mobility of the employable population and meet the supply and demand for labor.

To achieve this goal, the international labor market performs the following functions:

1. Ensuring a competitive environment among the labor market actors.
2. Setting equilibrium wage rates.
3. Promotion of employment.
4. Satisfaction of the interests of the labor market actors.

The international labor market is formed in two ways: through the migration of labor and capital; through the gradual merging of national labor markets, as a result of which legal, ethnic, cultural and other obstacles between them are eliminated.

The formation and development of the international labor market indicates that currently integration processes do not only cover the economic and technological spheres, but also increasingly involve social and labor relations into their orbit, which also acquire a global characteristic.

Based on the criterion of the minimum number of components, we can distinguish the following components that are necessary for the functioning of the structure of the international labor market:

1. Actors of the labor market (employees, employers, the state).
2. Economic programs, decisions and legal norms adopted by the actors (legislative acts, norms, rules governing the relationship between market entities).
3. Market mechanism (demand, supply of labor, labor price, competition).
4. Unemployment and social benefits associated with it.
5. Market infrastructure. All components of the labor market together ensure a balance between the supply and demand of labor, the realization of people's right to work and free choice of activities, to certain social protection.

It is advisable to analyze the state of the world labor market with the help of a list of key labor market indicators that are published as part of the annual study of the International Labor Organization (ILO) "World Employment and Social Outlook Trends 2023" [2]. This study provides the statistical data of the main indicators characterizing the world labor market.

Figure 1

Dynamics of the main labor indicators 2015-2022								
Parameter	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Labor force, billion people.	3,32	3,35	3,39	3,42	3,46	3,38	3,45	3,36
Labor force participation rate, %	62,9	62,7	62,9	62,7	63,2	61,4	62,2	64,9
Unemployment rate, %	5,63	5,66	5,55	5,37	5,37	6,47	6,2	5,9

Based on the data presented in figure 1, we note that, firstly, the dynamics of the main indicators of the labor market in 2015-2022 was relatively stable, there was no sharp increase or fall in indicators. The volume of labor in the global labor market in 2015 was 3.32 billion people, and in 2022 – 3.36 billion people. Secondly, in 2015, the labor force participation rate was 62.9%, and remained approximately at this level until 2019, but by 2020 it decreased and amounted to 61.4%, in 2022 it returned to previous indicators. This indicates the recovery of the labor market after the pandemic.

One of the most important macroeconomic indicators of the country's development is the level of employment and its component element – unemployment.

Analyzing the data presented in figure 1, we note that the unemployment rate in the world in 2015 was 5.63% and tended to decrease until 2019 – 5.37%, but in 2020 the indicator rose to 6.47%, an increase of 0.84%. However, in 2022, a downward trend became noticeable.

Despite huge efforts to protect employment and support businesses undertaken in most countries, unemployment reached an alarming level in 2021, which led to a drop in income and led many households to poverty.

During 2022, the global economy began to gradually recover, the pace of job creation, as a rule, lagged behind to compensate for earlier job losses, especially in developing countries. This is most typical for those sectors that have been significantly affected by the pandemic – tourism, travel, recreation and hotel business.

Global unemployment is expected to remain above pre-crisis levels at least until the end of 2023. In its report, the ILO also warns that, in general, the consequences of the pandemic in the field of employment are much more serious than the figures show, since many people have stopped working. In 2023, the global share of the economically active population is projected to continue to be inferior to the same indicator in 2019.

The ILO report notes the challenges faced by the global labor market:

1. The slowdown in employment growth.
2. Further increase in income inequality.
3. Reduction of women's employment.
4. Global shortage of jobs.
5. The slowdown in wage growth.
6. Increase in the number of part-time workers.
7. Low proportion of employees paying pension contributions.
8. Growing unemployment.
9. The growth of the share of long-term unemployed.
10. Youth unemployment.

11. Shortage of skilled workers.

To solve all these problems related to the international labor market, the following steps can be taken:

1. Overcoming economic uncertainty in order to increase the volume of investments and the pace of job creation. To do this, it is necessary, especially in developed countries, to develop more coherent and predictable policy plans, take measures to increase income to expand and activate demand, accelerate the implementation of financial reforms in order to restore the much-needed function of the banking sector, such as investment and lending support for small and medium-sized enterprises.

2. Greater coordination of macroeconomic policy. To do this, it is necessary to increase global demand and activate the creation of new jobs. It is necessary to coordinate policy measures to a greater extent in order to rebalance global growth and contribute to the formation of its multipolar mechanisms.

3. Try to overcome the growing discrepancy between the skills of employees and the needs of the labor market.

Governments should be more actively engaged in the development of professional skills and retraining of personnel, and fight with all the means and methods available in their arsenal against growing unemployment. Equally important are measures to return workers to the labor market and employment counseling [3].

4. Take urgent and large-scale measures for youth employment, since there is currently a great risk of the formation of a lost generation.

Conclusions. In recent years, there has been a profound transformation of the global labor market. Its instability and growing imbalances are increasing. In this regard, it is necessary to develop effective measures to overcome the crisis of the world labor market, which should be promptly adopted by the governments of all countries to solve the problems of the international labor market.

References:

1. Arustamov, E.A. Foreign economic activity: studies. manual / E.A. Arustamov, R. S. Andreeva. – Moscow: KnoRus, 2016. – 165 p.

2. ILO Report "World Employment and Social Outlook Trends 2023" [Electronic resource]. – Access mode: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---inst/documents/publication/wcms_865332.pdf (01.04.2023).

3. Podvoysky, G. L. The world labor market: the consequences of globalization and the crisis / G. L. Podvoysky // Bulletin of the Financial University. – 2015. – № 4(88). – P. 132-138.

Kovalchuk D. Yu., student

Scientific supervisor: Boyko A. N., Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,

Mustaieva D. F.

Donetsk State University, Russian Federation

d_kvlchk@mail.ru

TRADE AND ECONOMIC RELATIONS BETWEEN THE RUSSIAN FEDERATION AND THE PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA

Topicality. Relations between Russia and China are progressing due to the conduct of a special military operation on the territory of Ukraine and Western sanctions imposed against Russia and. China provides economic assistance to Russia and, and Russia, in turn, in many aspects has reoriented to the Chinese market, which determines the relevance of the study.

Analysis of recent studies and publications. The analysis of relations between Russia and China was conducted by such speakers and experts as Ch. Litsyun, S. Pavlov, A. Dakhnovsky, Ch. Hanhui. The strategic partnership between Russia and China in the context of the European crisis is being studied by T. Bordachev, V. Kashin, N. Potashev, E. Prokhin, V. Smirnova.

The purpose of the study: the study and analysis of trade and economic relations between Russia and China in modern economic conditions.

Results of the study. At the opening of the Olympic Games, Russian President V. V. Putin held talks with Chinese President Xi Jinping. Since then, much has changed on the world political stage. Food trade is growing. In 2019, China allowed the import of soybeans from Russia, in 2020 it added beef to the import list, and in March 2022, wheat, and Russia also supplies China with flax seeds and sunflower oil. Russia is also a supplier of timber to the Far East. China is also the largest foreign investor in Russia, with loans of at least \$120 billion for infrastructure projects. Relations between Russia and China are listed as a comprehensive strategic partnership.

The main factors in the development of relations between Russia and China are: the complementarity of the economies of the countries, large-scale transport projects, a common border, participation in the BRICS and SCO blocs, cooperation in key sectors.

Export and import. Trade and economic relations between Russia and China are expressed in the export and import of goods between these countries. For example:

1. Russia supplies China with frozen fish - 29.6% in China's imports in 2021, fertilizers - 28%, timber - 16.7%, fuel - 13%, asbestos, electricity, magnesium hydroxide, buckwheat and newsprint.

2. In 2022, China's demand increased for the supply of non-primary goods from Russia: semi-finished products made of unalloyed steel, synthetic rubber, rapeseed oil.

3. Russia is increasing the development of exports of services to China, primarily informational, financial, tourist, as well as telemedicine.

4. In 2022, oil, coal and steel are supplied to China: Chinese companies are actively buying raw materials, as Russia, due to sanctions, is forced to sell at low prices what it did not sell to the European Union. EU countries are gradually abandoning Russian oil and gas, Gazprom has already stopped supplying to Bulgaria and Poland. In May, the Russian Federation came out on top in terms of oil supplies to China. The volume of exports amounted to 8.42 million tons per day, which is 55% more than in May 2021. State-owned companies Sinopec and Zhenhua Oil bought oil at a discount. At the end of May, the Russian Steel Association reported losses in the industry and a reduction in production. In connection with the fall in demand within the country and the closure of Western metallurgy, markets sometimes forced to sell goods to China below cost. In June, China purchased 4.7 million tons

of coal from Russia, in May - 4.5 million. In January and February, the volumes were 3.12 million and 2.61 million tons, respectively, the volume of coal supplied from Russia increased 1.6 times.

5. Gas exports to China through the Power of Siberia gas pipeline are growing under a bilateral long-term contract between Gazprom and CNPC. Russian pipeline gas supplies to China for 6 months of 2022 increased by 63.4%. According to the company's quarterly report, for 6 months of 2021, 4.619 billion cubic meters of gas were delivered to China. For 6 months of 2022, pipeline supplies to China amounted to 7.5 billion cubic meters of gas. Russia has begun construction of a second gas pipeline to China.

6. Since February 2022, several new routes have appeared between Russia and China. On June 10, the first automobile bridge was opened, which connects the Amur Region and Heilongjiang Province. A 745 km highway connecting the borders of Russia and China through the western regions of Mongolia has also opened to traffic. The total length of the transport corridor is more than 4,500 km from Novosibirsk to Urumqi in the Xinjiang Uygur Autonomous Region of China. Carrier Fesco launched two container trains from China to Russia: in May - from Chengdu to Kaliningrad, in July - from Shanghai to Moscow.

7. The supply of chips from China to Russia in January - May 2022 increased by more than 2 times compared to the same period in 2021.

8. Chinese little-known smartphone brands Realme, Vivo, Mi, Tecno, Infinix, iTel and Nokia have become leaders in the number of sales in Russia. In the first half of 2021, 486 thousand Realme smartphones were sold, in 2022 their number increased to 1.1 million. Retailers are expanding their product range with new Chinese brands: Citilink sells Schaub Lorenz and Korting household appliances.

9. The Chinese brand Omoda entered the Russian market of passenger cars. The share of Chinese trucks in the Russian market in June reached 31%, and for half of July it rose to 44%.

10. Russian banks began to buy ATMs from China, as American manufacturers refused to supply and service ATMs.

11. In January-September 2022, Russia doubled the supply of plywood and veneer to China, to \$ 175 million.

12. After the entry into force of the Western embargo on the import of Russian gold, China increased purchases of gold in Russia. In July, the country imported Russian gold for \$ 109 million - 8.6 times more than in June (\$ 12.7 million), and 50 times more than in July last year (\$ 2.2 million), follows from the data of the General Administration of Customs of China.

13. China significantly increased the supply of electricity from Russia in January - July 2022. They increased by 70%, to 2.65 billion kWh. It is noted that the dynamics is caused by abnormal heat and energy shortage.

Russia has become the third country in the world in terms of the volume of offshore payments in yuan (passing outside of China), follows from the SWIFT report. In August, it accounted for 4.3%. The growth of Russia's share in the global volume of payments outside of China began in April amid sanctions.

Turnover. The trade turnover between Russia and China in the first ten months of 2022 increased by 33% and reached a record 153.938 billion dollars. During the reporting period, China imported goods to Russia for 59,596 million dollars, which is 12.8% more than in the same period of 2021, supplies from Russia to China increased by 49.9%, amounting to 94,342 million dollars.

From March to May, Chinese exports to Russia decreased compared to the previous three months: according to CSIS, in dollar terms, the drop was 42%.

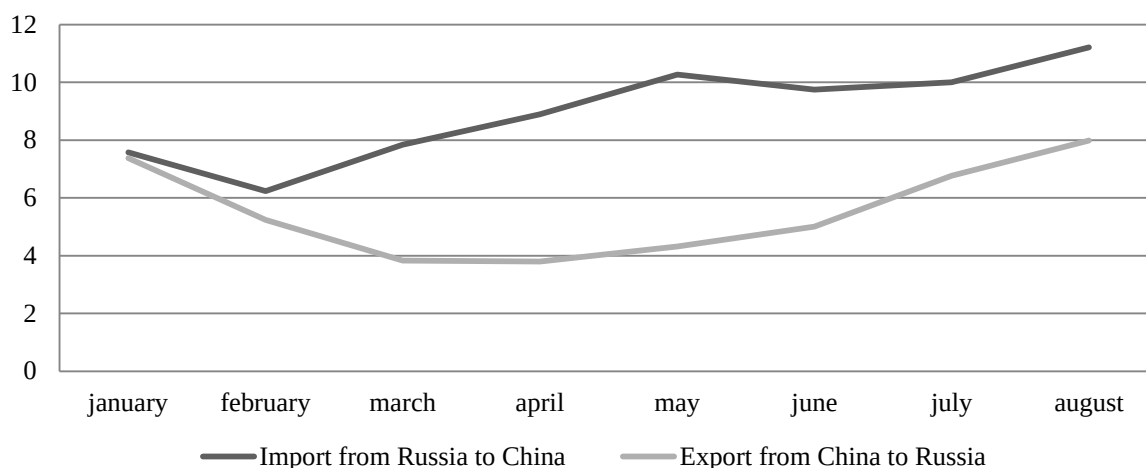


Fig. 1. Growth of trade turnover between China and Russia, 2022, billion dollars

However, Chinese companies are afraid to cooperate with Russia, and there are three reasons for this:

1. Risk of secondary sanctions: Chinese companies fear the automatic imposition of sanctions on them and their trading partners. Moreover, about half of Chinese exports to Russia go through multinational corporations that are not headquartered in China - they cannot bypass sanctions.

2. China's trade with the United States and Europe is higher than with Russia. In 2021, China's trade with the world amounted to more than \$ 6 trillion, of which \$ 755.6 billion, or 12%, accounted for the United States.

3. The political situation inside China is unstable.

Findings. China is trying to take advantage of favorable prices for Russian energy resources. Chinese firms are trying to take more space in the Russian consumer goods market. China is trying to take a flexible position, since it cannot yet abandon American markets and technologies. The number of international associations created on the initiative and with the active participation of Russia and China in modern international relations is very large. The most important task of these relations is to ensure the sovereignty of the two countries and the possibility of calm global development for all. The Russian-Chinese tandem is one of the most important factors for ensuring stability in international affairs, and the interests of the two countries are similar in a number of strategically important sectors of the economy.

References:

1. Rossiya – Kitay [Electronic resource]. – Access mode: <https://roscongress.org/sessions/spief-2022-rossiya-kitay/search/#00:17:59.807> (access date: 04.04.2023).
2. Gerard DiPippo, Strangling the Bear? The Sanctions on Russia after Four Months. – 22.06.2022.
3. Поможет ли российской экономике опыт КНР [Electronic resource]. – Access mode: <https://secretmag.ru/stories/rf-i-kr.htm?ysclid=l63agt60re70576112> (access date: 04.04.2023).
4. Timofey Bordachev, Vasily Kashin, Nikita Potashev, Egor Prokhin, Veronika Smirnova, Alexandra Yankova, Strategic Partnership between Russia and China in the Conditions of the European Crisis – 2022 – pp. 13-28.
5. Ekonomika [Electronic resource]. – Access mode: <https://t.me/economylive> (access date: 04.04.2023).

Koshelets E. A., student
Scientific supervisor: Reva A. O.
FSBEI HE “Donetsk academy of management
and public administration”, Russian Federation
elwsw@mail.ru

MODERN APPROACHES TO THE DEVELOPMENT OF MOTIVATIONAL POLICY

Relevance. The issue of staff motivation is quite acute in today’s realities. In this article, we would like to highlight foreign experience in the field of personnel management and its motivation, and the possibility of transferring these practices to organizations of the Russian Federation in order to increase labor productivity.

Analysis of the latest research and publications. The problem of personnel motivation has been widely analyzed by such outstanding researchers as L.M. Fridman, A.K. Markov, L.I. Bozhovich, A.N. Leontiev, E.P. Ilyin, N.G. Morozova, M.V. Matyukhina, V.V. Cherkasova and many others. Each of these experts defines motivation as a psychological category that determines a person’s actions.

The purpose of the study is to consider the latest methods of staff motivation in world practice, analyze foreign and domestic experience of personnel motivation and the possible application of the considered methods at enterprises of the Russian Federation.

The results of the study. Staff motivation is one of the main functions of proper management, since the achievement of the company’s goals depends on the coordinated efforts of its employees. The task of each manager, regardless of his position in the organization, is to create the most comfortable working environment that could stimulate interest and give employees the opportunity to demonstrate their qualities [1].

Staff motivation consists of a set of incentives that can influence the labor efforts of employees and that are directly related to the quality and results of the company’s activities. In addition, a good manager can and should try to attract and retain the most qualified employees, creating conditions for their creative self-realization.

At the present stage, as part of the active process of using European standards, many domestic organizations often form the basis for developing a system of personnel motivation to use successful foreign experience without taking into account the complexity of misunderstanding the features of the model and the need to adapt it for a particular enterprise.

One of the urgent problems of our contemporaries is a lack of interest in work. We spend most of our lives at work. And if the work is not interesting and does not bring moral satisfaction, then it is useless time spent for both the employee and the employer. It is very important to take into account the specifics of the work. Monotonous work is considered to be the most burdensome work for a person, and every person faces it in his life. Everyone should feel whether they can do monotonous work or not. First of all, monotonous work can have a negative effect on the psyche, leads to a lack of ingenuity in work, does not require mental operations. It happens that a person considers a creative profession boring and routine, and it happens quite the opposite, the staff performing the same operations every day say that their work is very interesting. Satisfaction will be brought not only by wages, but also by the process itself and the content of the work. A person can realize his intellectual potential in an interesting job for him.

Motivation and cognition of motivated behavior are extremely difficult, because people’s behavior is not always consistent or rational, and the level of motivation varies not only among different people, but also within one person at different times. Motivation is one of the most frequently researched topics of people’s behavior in organizations. Individuals

differ not only in the level of motivation – how motivated they are – but also in the direction of this motivation, what drives them. The interest in motivation and the factors that drive it is as old as the human race and arises for three reasons: increasing productivity, efficiency and creativity; improving the quality of working life in organizations; and strengthening competitiveness and success. In addition, motivation management creates corporate resources that cannot be copied, and helps to develop a sustainable competitive advantage. This development requires both external and internal motivation, and in a knowledge-based society, the focus will be on tasks that require employees to identify with their work and enjoy it [2]. According to Mikhailovich, motivation for work can be managed; it can be challenged and encouraged, and an organization can create a model for managing motivated behavior. Knowledge of motivational factors is the key to building a motivated behavior management system.

Currently, many companies are consciously engaged in research in the field of projects, “growing” and “educating” their “own” project managers. For example, modern managers of Western high-tech companies are multifaceted and versatile people. Be a mechanical engineer, understand electronics and logistics, understand marketing, manage risks, be a psychologist, be a politician, be able to build relationships with teams, be sociable and avoid conflicts. But with all this, first of all, priority is given to the personal effectiveness of a specialist: the ability to manage his life, energy, knowledge and technology.

Regardless of the current economic situation of the company, the motivation system should be designed for a long period of time and further changes in conditions in any direction. Changes in the motivation system, as well as changes in the rules of the game, prevent staff from focusing on the development of the organization and setting tasks related to the prospects of personal growth. Thus, the motivation system should be developed with a view to the future and based on existing staff, without the intention to replace some of the staff in the future [3].

The first stage of the introduction of a modern motivation system is its development and design. The system should be based not so much on one of the theories as on the real economic situation of the enterprise and its personnel, prospects and threats. The motivation system should be developed jointly with the labor collective, if there is a trade union at the enterprise, then together with its representatives. The final wage and incentive policy should be able to become part of the collective agreement.

The second stage is planning and budgeting. All motivational payments should have their own budget source, which coincides in the region, division, industry with the direction of costs, or a cross-financing mechanism should be provided. If the budget change requires approval by the Board of Directors, the appropriate justification should be prepared at the planning stage. Despite the budget possibilities, it is necessary to take into account that the motivation system should be adequate to the existing offers on the labor market of the region [4].

The implementation of the motivation system is carried out either throughout the enterprise at a time, or in separate, experienced departments, where it is possible to check the effectiveness of new mechanisms. The implementation of the system involves making changes to existing methods and employment contracts, bringing this to the attention of each of the employees. Any motivation system does not work, remaining a static phenomenon, it is necessary to assume changes in its individual parameters along with changes in the labor market, therefore, the mechanism for approving fundamental documents and making changes to them should be flexible.

Performance monitoring is a necessary element of the system. When creating a motivation system, it should include mechanisms for determining its effectiveness, the actual impact on changes in key performance indicators of the enterprise. The performance

evaluation should be carried out by a department other than management and human resources, preferably by the internal audit service of the enterprise.

Modern approaches to motivation involve constant monitoring of the current state of the labor market and staff growth. Each person becomes an independent value, in the growth of which the company is interested [5]. The use of systems of key performance indicators, assessments in combination with competition increases the competitiveness of the company in the market as a whole.

There are several methods of positive psychology that can be used in the workplace to improve important outcomes, such as reducing stress at work and increasing motivation, engagement and productivity.

One of the newest ways to motivate staff in the Russian Federation is a process called gamification, which dilutes routine work into gameplay. Gamification is a relatively new way of personnel management for Russia. Using game mechanics that are not included in game processes can be a very effective method of solving a wide range of tasks. The main task of gamification is to involve the user, to encourage him to take this or that action with the help of game mechanics.

Employees can be motivated on a competitive basis by organizing various contests that are closely related to the company's field of activity. For example, you can hold a tournament among the employees of the contact center, the winner of which will be the employee who attracted the largest number of customers. Of course, the organization of the tournament should be taken more than seriously: prepare a good prize, compile a table, provide adequate coverage of events in the team. Competitive gamification can bring real results and financial success to a business – it is important to prepare them correctly [6].

The next form of gamification is victorious, when the gameplay itself is interesting and all participants win. As an example, we can cite the introduction of the game currency received for the support of colleagues and necessary for the purchase of interesting gifts.

Aesthetic gamification is also emphasized, which makes it possible to make the company's goals understandable to the whole team and consistent with the desires of employees. An example is the introduction of a system of benefits, in which for each difference, for example, for attracting five, ten, fifteen clients or for five, ten, fifteen months of work, a person receives an appropriate reward.

Many companies have introduced game elements into business processes, both small startups and giants such as Nike, Microsoft, American Express and Samsung. It is important to remember that gamification is a tool designed to make employees happy, give them pleasure and cause an inner desire to perform the actions that the game offers.

The main goal of the motivation policy is to turn the company's employees into personal labor owners who know how to properly and effectively manage the workforce, thereby increasing the productivity and efficiency of the work processes of the entire enterprise [7].

The benefits of labor should be received not only by the company but also by the staff, only then can the greatest contribution to work be achieved. Therefore, in order to achieve the best results of the company's work, it is necessary to find the motives that drive each employee in his work, and create such conditions for him so that he can and wants to fulfill the tasks assigned to him. Namely, to satisfy the lower needs of the employee through material incentives and only then proceed to "education", where the basic system of values of the employee is formed and changed. Wages, which become only a hygienic factor, are replaced by more powerful internal incentives, under the influence of which a person works much more successfully, and the profits received from such activities more than recoup the funds spent by the company to meet the lower needs of the staff.

Conclusion. Thus, the implementation of the motivational policy is carried out through a number of the above measures: design development, budget planning, performance monitoring and the search for the latest practices, such as the gamification mentioned earlier. These aspects will be aimed at further development of the enterprise, increasing productivity and staff interest in work. By resorting to such measures, it will be possible to improve the economic situation of enterprises, and, as a result, the economic situation of the country.

References:

1. Klochkov, A.K. KPI and staff motivation. A complete collection of practical tools / A.K. Klochkov. – Eksmo, 2010. – 160 p.
2. Makushkin, S.A. Motivación del personal de empresas / S.A. Makushkin. – Vol. 40 (Issue 40), 2019. – 23 p.
3. Gurova, I.M. Foreign experience of motivation and stimulation of labor activity / I.M. Gurova, O.V. Gurova / Economy and society: modern models of development. – 2017. – Volume 7. – No. 4. – C. 106-121.
4. Ilchenko, S.V. Research of foreign experience of motivation of labor activity of personnel / S.V. Ilchenko. – Business and design review. – 2021. – № 1 (21). – 60 p.
5. Kolesnichenko, E.A. Increasing the involvement of personnel in the company's activities as a factor affecting its effectiveness / E.A. Kolesnichenko, Ya.Yu. Radyukova, M.V. Bepalov. – 30th IBIMA Conference, Madrid, Spain. – pp. 2170-2179.
6. Kochanova, A. A. Modern practice of personnel motivation / A. A. Kochanova // Economy and society. – 2020. – № 12-1(79). – Pp. 663-666.
7. Afanasyeva, V. S. Effective methods of personnel motivation / V. S. Afanasyeva // Alley of Science. – 2020. – T. 2. – № 12(51). – Pp. 456-458.

Lemba A.V., student

Scientific supervisor: Zabavina E. Y., candidate of economic sciences, associate professor,

Eshchenko L. V.

Donetsk State University, Russian Federation

lembaanton@gmail.com

HEDGE INSTRUMENTS IN RISK MANAGEMENT

Relevance. In today's global financial markets, businesses and investors face a variety of financial risks such as price volatility, interest rate fluctuations, currency fluctuations and credit risk. With the dynamic growth of financial markets and globalization, the need for effective risk management strategies has become even more urgent.

Futures, forwards, options and swaps have become important financial risk management tools in today's unpredictable global economy. They offer investors and businesses the means to manage price risk and protect against potential losses due to market volatility and fluctuations.

They allow companies and investors to manage financial risk by setting prices, reducing uncertainty and increasing profits. Thus, understanding the basic concepts, functions, and applications of these tools is critical for anyone working in the financial sector.

The analysis of recent research and publications is especially relevant for understanding their effectiveness and practical use. The issues of using hedging to minimize financial risks are considered in the works of such authors as: Abdrakhmanova G.T.,

Burenin A.N., Klyuchnikov I.K., Krasovsky N.V., Beschetnova M.A., Shpitsyn A.V., J. Hull, and others.

As financial markets continue to evolve and become more complex, the value of forwards, futures, options and swaps as hedging instruments will only increase. Therefore, it is important to keep abreast of the latest research and best practices in financial risk management.

The purpose of this study is to provide an overview of futures, forwards, options and swaps as hedging instruments.

Research results. Exploring various definitions and opinions authors [1-7], one can find something in common in the meaning of such a concept as hedging:

1. This term is used in several areas activities: commercial, banking and exchange.
2. It stands for various methods of insuring changes in exchange rates or prices when conclusion of transactions, the use of which is envisaged in the future.
3. Hedging can eliminate or reduce the uncertainty of future cash flows, so it is easier for companies will calculate a certain amount of future income.

In recent years, increasing attention has been paid to the importance of futures, forwards, options and swaps as hedging instruments in various industries. This growing importance can be attributed to their ability to manage price risk and improve profitability, especially in the commodities industry.

The modern studies highlighted the effectiveness of futures contracts in the commodities industry as a means of managing price risks and increasing profitability. Hedging with futures can significantly reduce the risks associated with price volatility and lead to improved financial performance.

Moreover, options can be an effective tool for managing foreign exchange risks, particularly in emerging markets where exchange rate volatility is high.

It is imperative for individuals and organizations to develop a thorough understanding of the principles and practices involved in the use of these instruments to effectively manage financial risks and improve their overall financial performance.

Hedging is appropriate when the price of a good, service or work is highly dependent on demand or the exchange rate.

Typically, risks are hedged in situations where the company:
buys raw materials or goods in one currency and sells in another;
trades in goods, services or works, the value of which can change rapidly;
conducts operations with securities;
conducts operations with foreign currency;
purchases commodities and energy carriers;
receives loans, but doubts whether the rate is profitable.

At the same time, the hedger agrees to lose part of the possible income if the market turns favorably.

Financial hedging is implemented through the use of one or another combination of derivatives / term instruments. Their list was defined long ago and includes four basic positions: forward, futures, options and swaps (pic. 1).

A forward contract is a contract for the sale and purchase of an asset with a deferred fulfillment of obligations. The forward wears a delivery form - during its execution, the seller physically delivers the subject of the contract, but with a delay. On the date of the forward, the price, type and quantity of goods are fixed.

Key terms of the forward contract:
parties (buyer/seller);
type (certification) and quantity (volume) of goods;
price (forward price or exchange rate);

final settlement/delivery date.



Pic. 1. Hedge instruments [8]

Calculation and (or) delivery is carried out on a certain date in the future, specified in the contract. By concluding a forward contract, the parties hedge against the risks of fluctuations in prices for the underlying asset: raw materials, currency, future crops, and more.

Hedging by futures is ensured by the parallel movement of the current price in the real market and the price of the futures, as a result of which it is possible to recover losses incurred in the derivatives market incurred in the real commodity market. Futures is a standard exchange contract. It was as if they took one big standard forward for the supply of a ton of sugar, cut it into 10 thousand pieces - into packs of 100 grams and put it into exchange circulation. If you want, then buy any number of futures several times a day, if you want, then sell. The number of main characteristics of the instrument for this asset is narrowed down to the price and maturity.

The option is predominantly an exchange unified instrument, but there are also over-the-counter options. An option gives its owner the right (not the obligation) to buy or sell an underlying asset at a fixed price at a specified date in the future. Unlike the buyer, the seller of the option who wrote it is obliged to fulfill the desire of its owner: to sell or buy. An option to buy is called a call option (call), to sell - put (put). An option with the rights that flow from it costs money. The price of an option that the buyer pays is called the premium. The option contract brought the derivatives market to a higher level.

In the domestic financial market, a standard currency swap is understood as the sale of currency for rubles with an obligation to buy it back at a specified date in the future. A variant of the so-called REPO transaction is a repurchase agreement. The purpose of a currency swap is to obtain ruble financing against a currency, without the final sale of such currency. A currency swap is a loan secured by a currency. The swap rate is the rate of such a loan. Based on it, the repurchase price of the asset is calculated.

Instruments can be combined, for example, hedging a third of an asset in one way, a third in another, and another third without hedging at all, leaving it to the will of the market. Such a hedging strategy will help not only reduce, but also distribute risks.

However, it is important to note that futures, forwards, options and swaps are not without their limitations and risks. For example, their effective use requires a significant amount of knowledge and resources, and there is always a risk of losing money due to market fluctuations. Therefore, it is important to carefully weigh the potential risks and rewards before using these tools as part of a financial risk management strategy.

Conclusion. Futures, forwards, options and swaps are important financial instruments that can be used as hedging instruments. They allow traders to manage their exposure to fluctuations in the prices of various assets, including commodities, stocks and currencies. While these tools share some similarities, they also have some key differences that traders should be aware of. Understanding the advantages and disadvantages of each instrument can help traders make informed decisions when hedging their positions.

References:

1. Black, F., Scholes, M. (1973). The pricing of options and corporate liabilities. *Journal of Political Economy*, 81(3), P. 637-654.
2. Options, futures, and other derivatives / John C. Hull // Pearson Education India. – 2017. – 896 p.
3. Introduction to Derivatives and Risk Management / Don M. Chance, Roberts Brooks // Cengage Learning. – 2015. – 640 p.
4. Argyro Panaretou, Mark B. Shackleton Paul A. Taylor. Corporate Risk Management and Hedge Accounting. – URL: <https://eprints.lancs.ac.uk/id/eprint/45766/1/CRMHA.pdf> (date of access: 22.03.2023)
5. Nelson, J.M., J.S. Moffitt, and J. Affleck-Graves. The impact of hedging on the market value of equity. URL: <https://isiarticles.com/bundles/Article/pre/pdf/14565> (date of access: 22.03.2023).
6. Graham J.R., Rogers D.A. Do Firms Hedge in Response to Tax Incentives? // *The Journal of Finance*, Vol. 57, No. 2, 2002. – P. 815-839.
7. Nance, D.R., C.W. Smith, and C.W. Smithson. On the determinants of corporate hedging. – URL: https://www.researchgate.net/publication/304167833_The_Determinants_of_Corporate_Hedging (date of access: 22.04.2023).
8. Mike Price. What Are Financial Derivatives? – URL: <https://www.fool.com/investing/stock-market/basics/financial-derivatives/> (date of access: 22.03.2023).

Mikhailov M.S., student

Scientific supervisor: Boiko A.N, Assoc. Prof., PhD in Economics ,
Eshchenko L.V.

Donetsk National University, Russian Federation
mihailov.misha@yandex.com

THE ROLE OF THE ENTERTAINMENT INDUSTRY IN THE GLOBAL ECONOMY

The relevance of the work lies in the fact that over the past 20 years, the entertainment industry has become more in demand in countries with developed and developing economies than ever before. With the help of technological progress, companies that are related to the film business, music, television, literature, production of computer programs, video and audio materials have been able to find their customers anywhere in the world, regardless of external conditions. In this regard, it is important to define the role of the entertainment industry in today's global economy.

Purpose of study: to analyze the current state of the world entertainment industry, to determine what trends will influence the development of this sphere in the world market in the future.

Analysis of recent studies and publications. The works of such authors as Kamalov A.V., Stalnaya V.A., Orlov I.B., Garanin N.I., Zhiltsov E.N., Haykin M.M., Yaroshenko N.N., as well as studies of consulting companies PricewaterhouseCoopers and Exploding Topics are devoted to the activity of companies in the world economy.

Research findings. The entertainment industry in the global economy is characterized by an increased rate of economic growth that is often independent of global market conditions. The industry provides a huge number of jobs and generates annual revenues of more than \$2 trillion. Demand for industry products among consumers is based on the basic human need for entertainment and leisure.

Kamalov A.V. outlines the following trends that characterize the global entertainment industry: globalization and consolidation of the global entertainment industry; integration of entertainment into other activities; thematization of the entertainment industry; virtualization of the industry [1].

In our opinion, the most influential driver of change in the entertainment industry over the past decade has been the active transition to digital consumption. This trend increased significantly during the COVID-19 pandemic in 2020. Consumers around the world stayed at home and public entertainment venues were closed. Because of this, the use of digital entertainment services in the home increased dramatically. It has had both negative and positive effects on most segments of the entertainment industry: cinema, OTT video, traditional TV and home video, TV advertising, newspaper and consumer magazines, video games and eSports, consumer books, music, radio and podcasts, Internet advertising.

During the period of severe restrictions, sector participants were forced to restructure their business processes and look for digital sources of profit in order to retain audiences and previous levels of income. Traditional types of entertainment were affected the most, as they were forced to completely shut down their operations due to quarantines. Cinemas, concert halls and amusement parks were primarily affected. Large companies with a diversified range of entertainment services and products found it easier to adapt to the new conditions.

It should be noted that the development of the entertainment and media industry, despite accelerating factors, remains uneven in different regions of the world due to factors such as demographics, consumption patterns, Internet penetration, local or global content choices and the business models used by companies (traditional or new).

In 2020-2021, due to the COVID-19 pandemic, the trend of unsubscribing from paid TV led to the creation of new streaming platforms, and the development of low-cost subscriptions to OTT services. Companies such as Disney, Comcast, WarnerMedia, Apple in the US, Sky in the UK, Star in India, and ProSieben in Germany picked up the trend and created their own OTT services. Total revenue from OTT services in 2022 reached \$0.84 trillion.

It is worth paying attention to the video game segment. From its inception to the present day, it has been growing rapidly. In 2020, the global number of gamers worldwide has already exceeded 2 billion people. Because of the quarantine, the market has only gotten better. All video game platforms saw record numbers of daily consumer activity. This is due to the fact that consumers had more free time at home [3]. In 2022, total revenue from the video game industry reached \$0.53 trillion.

The music sector has also seen changes influenced by COVID-19. In 2019, the market grew by about 16.6%, reaching the \$16.9 billion mark. In 2020, the pandemic significantly impacted revenues from live performances, but they were offset by increased sales on streaming services such as Spotify, Apple Music, YouTube Music, Deezer, and others. Music

streaming has become a major source of revenue for the industry, and at the end of 2022, total revenue from the entire music industry was \$0.72 trillion.

Common trends in the global entertainment industry include: continued digitalization, personalization of products and services, dynamic growth of content consumption via mobile devices, and consolidation.

Let's look at the main trends of the entertainment market by the largest segments (Table 1).

Table 1

The main trends of the entertainment industry market segments [4]

Segment	Trend
Internet access and social networks	The growing popularity of social networks with video content (TikTok)
Film Industry	Increased popularity and emergence of new streaming OTT video services (Netflix, Hulu, Amazon Prime Video)
Music industry	Growing popularity of streaming audio services (Spotify, Apple Music) Increase in the number of podcasts on streaming services
Video games	Development of virtual reality technologies; Increase in the popularity of eSports; Development of mobile gaming; Cloud gaming (Nvidia GeForce Now, Google Stadia, Sony PlayStation Now).

So companies that intend to enter the global entertainment market need to develop these trends in their products. For example, video game companies need to develop the virtual reality segment by developing their own VR glasses or virtual reality games. This product is not as accessible around the world as other gaming devices, but VR is rapidly gaining popularity, so there are possible ways of development for companies that are not yet represented in the VR market.

Conclusion. The role of the entertainment industry in the global economy continues to grow. On the one hand, the steady growth rate of industry revenues has been interrupted by the global consequences of the COVID-19 pandemic. But at the same time, the pandemic has only accelerated the digitalization of industry products. Therefore, the decline in revenues from traditional entertainment began to compensate. The most rapidly growing industry segments in 2022 were OTT services, video games and the music business. Global trends in industry segments are in one way or another related to digitalization. Companies that adapt to these changes and keep an eye on how consumers spend their leisure time are capable of becoming global market leaders.

References:

1. Kamalov A.V. Trends and Problems of Development of the Entertainment Industry in Russia // The Scientific Heritage. 2021. №58-4 [Electronic resource]. – Access mode: <https://cyberleninka.ru/article/n/tendentsii-i-problemy-razvitiya-industrii-razvlecheniy-v-rossii>.
2. Global Entertainment & Media Outlook 2022-2026 [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.pwc.com/>.
3. 2020 results: game industry market [Electronic resource]. – Access mode: <https://hsbi.hse.ru/articles/itogi-2020-goda-rynok-igrovoy-industrii/>.
4. Information resource Exploding topics [Electronic resource]. – Access mode: <https://explodingtopics.com/blog/entertainment-trends>.

Mustaieva A. M., student
Scientific supervisor: Vasiliev A. S., Mustaieva D. F.
Donetsk State University, Russian Federation
alfiyamustaieva@mail.ru

METHODS OF STAFF MOTIVATION IN MODERN CONDITIONS

In modern conditions, the main tool for ensuring the competitiveness of the organization is the staff. The development of the organization, its financial condition and the ability to achieve its goals depend, to a greater extent, on the effectiveness of the staff. The employer needs to achieve the most effective participation of staff in the labor process. A good system of incentives is one of the main conditions for the success of an organization. However, not all organizations have a clear idea of how an effective motivational system should work. Many organizations are limited to financial forms of incentives, which are not always effective, so an integrated approach is needed to improve the efficiency of staff work. [4, с. 491].

The relevance of the topic lies in the fact that an increasing number of heads of organizations conclude that motivated personnel work much more efficiently and bring significant profits to the organization than unmotivated. Motivated staff is the main link of successful work and contributes to the implementation of strategies and the achievement of the goals of the organization. The main goal of the motivational process is to get the maximum return from the use of available labor resources, which makes it possible to increase the efficiency and profitability of the company's activities.

The purpose of the work is to study the theoretical foundations and practical techniques for the formation of system of incentives in modern conditions.

The degree of development of the topic. The issues of labor motivation have been reflected in numerous studies by such well-known authors as F. Gertsberg, A. Maslow, D. McGregor, et al. And also in the works of modern scientists - M.V. Grachev, E.V. Belkin, V.A. Dyatlov, G.E. Slezinger, T.I. Mukhambetov, etc., in which certain aspects of the reform of motivational relations are considered [5, p. 14]. Motivation is the process of psychological and physiological management of human behavior, which determines its organization, orientation, stability and activity. Motivation refers to the urges within the individual, responsible for the level, perseverance and direction of effort expended on work. In motivational personnel management, it is necessary to create conditions for awakening one's own motives and needs of the staff.

Kibanov A. Ya. considers motivation as "the internal state of a person associated with needs that stimulate, activate and direct his actions to the set goals [5, p. 127]. Naumov A.I. and Vihansky O.S. believe that: "motivation is a combination of external and internal driving forces that encourage a person to work, and give this activity an orientation aimed at achieving certain goals" [1, p. 57]. Mescon defines motivation as "the process of stimulating others and oneself to work in order to achieve the general and individual goals of the organization" [6, p. 135].

The results of research. An effective tool that allows you to increase the efficiency and productivity of labor is the material and non-material motivation of personnel. Financial incentives of personnel is the creation of internal motivations of personnel for productive and high-quality work through the use of financial incentives. In other words, the employee understands that the amount he will receive, for the work performed, depends more on the result of his work [2, p. 72].

The main tangible method to motivate the staff is to include remuneration bonuses; bonuses; surcharges for working conditions, etc. Another way to increase motivation is to

increase wages, and the main one is to determine the change in wages. In order to get the most out of an employee, the amount of encouragement should be significant, because this may cause even greater reluctance to perform their official duties directly. A certain number of managers follow the path of least resistance and sometimes increase the wages of employees by insignificant amounts, however, for effective motivation, even a one-time, but significant increase in wages is the most effective. The most common method of financial motivation is monthly or quarterly bonuses, as well as a superannuation bonus.

For example, in the field of trade and the provision of various services, a common motivational tool is interest. The essence of the method is that the employee's remuneration does not have a clearly defined limit, but depends on his professionalism and ability to stimulate the sale of goods or services.

Some companies that also rely on the qualifications of their employees, as a financial motivation, provide a different way – a premium for professionalism. The list of incentives includes various bonuses, but their fixed amount often makes employees demotivated. A fixed amount of payments does not affect the desire to increase the results achieved, because the amount of monetary remuneration will not change anyway. Based on this, in order to increase the effectiveness of motivation, it is necessary to use an extensive system of payment bonuses.

One of the methods of personnel evaluation is personnel certification, the results of which may establish additional payments and compensation, as well as certification of workplaces for working professions. Unfavorable working conditions, if they are practically impossible to improve, should be compensated to the employee, primarily by increasing the rest time, additional free meals, preventive and therapeutic measures. Shift surcharges are set for work in the evening and night shifts. Surcharges for the level of employment during the shift are introduced mainly for multitask workers, adjusters and repair personnel. Also, surcharges are established when combining professions [3, p. 59].

With all the universality and effectiveness of material rewards, limiting only material remuneration will not bring significant results. Moreover, material rewards are calculated based on the results of the work performed and can change even for employees who occupy the same position in the service hierarchy. In some cases, some kind of moral compensation and a balancing factor is simply necessary, these are methods of non-material encouragement, namely: recognition of the merits of the employee, praise; the possibility of training and advanced training; the possibility of career growth and development, etc.

Praise, recognition of the merits of an employee, is one of the most significant methods of non-material motivation of staff. It is extremely important for the management to provide positive feedback to the employee if his work is effective - this motivates the employee to apply even more significant efforts to his activities. Praising an employee in front of the staff is also a way to stimulate not only a distinguished employee, but also his colleagues to improve performance.

The opportunity for professional development and training serve as a good non-tangible motivation method for young and ambitious employees who want to achieve professional qualification in their activities. Continuous improvement of the skill level of employees is a tool for the formation of the strength and competitiveness of every serious enterprise; therefore, these actions must necessarily be followed by any enterprise.

Many employees do not want to stop at the position in which they were hired to a certain position in the organization, so employees must be aware of the opportunities for their career growth and development if they work effectively in their workplace. Upgrading categories, the presence of leadership positions in each bureau and department, as well as the inclusion of the most effective employees in the personnel reserve of the enterprise give a

powerful impetus to fruitful activity to those employees who consider professional growth as an indicator of success and self-realization.

The existence of such things as remuneration for years of service, honorary awards and titles at the enterprise is a kind of recognition of the high professional achievements of an employee, as well as an indicator of respect for his work. They also develop loyalty to the company where the employee works and stimulates young employees to a high level of achievement. The board of honor, various certificates, articles about an employee in a corporate newspaper, set a high bar, which an employee will try to meet and increase the indicators of his work [7, p. 59].

Conclusion. To increase the effectiveness of motivation, it is necessary to compare the criteria of material and non-material incentives with the goals of the organization and provide incentive systems not for the implementation of specific tasks, but for the implementation of general plans and achievement of goals directly. Despite the fact that in modern conditions, preference is given to the material remuneration of certain employees and working groups, because due to these methods it is easier to regulate the motivational potential of an employee, the manager also needs to introduce non-material methods of stimulating employees in the organization.

References:

1. Виханский, О.С. Менеджмент / О.С. Виханский, А.И. Наумов. – М.: Высшая школа, 2009. – 528 с.
2. Егоршин, А.П. Мотивация трудовой деятельности / А.П. Егоршин. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 265 с.
3. Исаев, А. Методы оценки результатов работы и мотивация персонала / А. Исаев // Менеджмент и менеджер. – 2009. – № 4. – С. 57-62.
4. Кибанов, А.Я. Управление персоналом организации / А. Я. Кибанов. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 695 с.
5. Кибанов, А.Я. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности / А.Я. Кибанов, И.А. Баткаева, М.А. Ловчева. – СПб: Питер, 2010. – 346 с.
6. Уткин, Э.А. Мотивационный менеджмент / Э.А. Уткин, Т.В. Бутова. – М.: ТЕИС, 2004. – 236 с.
7. Черни, В. Как мотивировать персонал в условиях кризиса / В. Черни // Менеджмент и менеджер. – 2009. – № 11/12. – С. 57-62.

Nagaytseva K. A., Ovchinnikova P. R., students
Scientific supervisor: Ishchenko V. V., Candidate of Philosophical Sciences,
Associate Professor
FGBOU VO «Siberian State University
of Railways and Communications», Russian Federation
pol1naoff@yandex.ru

INTERDEPENDENT PERSONS IN TAX LAW

This institution plays a great role in Tax Code, and the lack of elaboration of the research topic and the need to improve the legal status of interdependent persons determine the relevance of the chosen topic. According to the clause 1 of the article 105.1 of the Tax Code of the RF, the interdependent persons are the subjects of tax relations, each of which may influence the conclusion of transactions by or with another subject, as well as the results of economic activity, which is performed by the other interdependent person [1, article 105.1].

According to Article 105.1 of the Tax Code of the RF, the following categories of persons: corporate interdependence; management interdependence; contractual interdependence; official interdependence; family interdependence. Interdependent persons may be an entrepreneur, a natural person or a legal entity.

The institution of interdependence is extremely important because in business activities there are often cases when individuals or legal entities are closely related to each other, when one person is in a more privileged position compared to the other and has the ability to influence the other person in the economic sphere. Sometimes because of this connection, the price of goods, services or the results of performed work are deliberately underestimated, the tax base is reduced, and the bulk of the profits remains in the hands of a dishonest taxpayer. In this case, the interests of the state are violated, the budgets of certain levels suffer losses. This requires the establishment of interdependent persons, who acquire this status under the strict control of the tax administration. Therefore, the tax authority is given the right to control transactions of interdependent persons.

Clause 2 of the article 105.1 of the Tax Code sets forth all the grounds on which persons can be considered related. If people fall under at least one of the grounds, their interdependence is considered to be established. The Tax Code does not provide the possibility to provide evidence that the relationship between these persons falls within the concept of interdependent persons.

The role of the recognition of interdependent persons is to enable the tax authorities to pay more attention to these persons and to analyze and control transactions and pricing.

Transfer pricing is controlled by the tax authority. Only as the Federal Tax Service, individual the regional service and the tax authority where the taxpayer conducts current business but is not allowed to receive it. In other words, if the interdependence of the parties is established while the transaction, the taxpayer is being audited by the tax authority, the control of transfer pricing is mandatory.

Only in cases when the interdependence cannot be established in accordance with clause 2 of Article 105.1 of the Tax Code, independent recognition of interdependent persons valid through court decisions is allowed.

Taxpayers are obliged to notify tax authorities in dealings with interdependent persons [3, p. 53].

On this basis, taxpayers must notify the tax authorities when conducting transactions with interdependent persons during the report year. Notification of a controlled transaction shall be submitted in a form approved by decree order of the Federal Tax Service of Russia not later than May 20.

Analyzing judicial practice in cases when the interdependence of persons is recognized, can be concluded that the court resolves such cases, when: firstly, proceeds from the fact that one organization participates in another organization, and secondly, the taxpayer received advantages, unjustified tax benefits after dealing with a counterparty. Consequently, if there are basis for its subordination in civil cases and if the tax authority confirms that one of the participants in these relationships has received unjustified advantages, the court may recognize these persons as interdependent [2].

As mentioned earlier, the tax legislation concerning interdependent persons is not sufficiently developed and does not regulate the issues related to their recognition. One of the problems is to recognize interdependent persons. Article 105.1 of the RF Tax Code, in order to recognize this interdependence valid, a person's share must exceed certain limits, in some cases it is 20 %, in some – 25 %. In practice, however, it is not always possible to determine the exact ratio of shares percentage to in another one. In addition, the Law does not provide for the participation of a third party in the relationship between the first two.

For example, the person X owns the controlling interest of shares of the persons A and B, in this case only interdependence of the persons X and A, X and B will be established, and the persons A and B will not be recognized valid as interdependent, therefore a big number of subsidiaries of big holding structures are involved the scope of these rules.

According to clause 7 of Article 105.1 of the RF Tax Code, which provides that the court may recognize persons as interdependent if the relations between them affect the results and conditions of their economic activities and the results of the transactions that they conclude. The Constitutional Court of the RF has explained that these persons may be recognized as interdependent only if other legal acts establish grounds for recognizing these persons as interdependent. However, the legislative base of the Russian Federation is very large, which gives judges great freedom of action in finding "other" grounds, not established in the Tax Code of the RF [4, p. 1437]. That is why when the court recognizes persons as interdependent for other reasons, the tax authority participates in this process, which limits the arbitrary appointment of judges because of the interdependence of persons.

Moreover, although there are sufficient grounds to assume the interdependence of persons, the court has not legal right to consider these persons as independent of each other. We believe that the court should has special powers to ensure that, even in presumed circumstances, persons can sue their interdependence judicially so that the court itself can charge with the issue based on the particular circumstances. In addition, the court should be authorized to recognize interdependent persons on opposite basis than those provided by Law.

References:

1. Nalogovyy kodeks Rossiyskoy Federatsii (chast pervaya): feder. zakon ot 31 iyulya 1998 g. № 146-FZ (red. ot 28.06.2022) // Sobr. zakonodatelstva Ros. Federatsii. – 1998. – № 31. – St. 3824.
2. Oppedelenie Vepxovnogo Syda PF ot 10.12.2014 № 303-GK14–4580 po dely № A04–5944/2013 // CPC Koncyltant Plyuc (data obpashcheniya: 02.03.2023).
3. Borzunova, O. A. Vzaimozavisimost i nalogi: novyy aspekt pod vliyaniyem sudebnoy praktiki // Vestnik arbitrazhnoy praktiki. – 2011. – № 4. – S. 51 – 57.
4. Ivolzhatov, A. V. Osnovaniya priznaniya yuridicheskikh lits vzaimozavisimymi v kontekste sravnitelnogo mezhotraslevogo issledovaniya // Aktualnyye problemy rossiyskogo prava. – 2013. – № 11. – S. 1434 – 1441.

Palkin M. I., student

Scientific supervisor: Zabavina E. Y., candidate of economic sciences,
associate professor

Language instructor: Eshchenko L.V.
Donetsk National University, Russian Federation
nipsmaks@gmail.com

METHODS OF DEALING WITH THE CRISIS IN THE EUROPEAN UNION

Relevance. In the countries of the European Union, economic risks have sharply increased, and geopolitical and social tensions have escalated. Inflation rose, fueled by a combination of factors such as the high price of fuel, food and commodity prices. Clearly, with more limited fiscal space, countries will need to make increasingly difficult policy trade-offs to counter rising inflation, elevated macro-financial risks and slower growth.

The study also focuses on the refugee crisis, the economic crisis and the COVID-19 pandemic, which are critical issues that have challenged EU unity and cooperation in recent years. The study analyzes the effectiveness of various methods and provides an insight into best practices in crisis management in the EU.

The analysis of recent research and publications is especially relevant for understanding their effectiveness and practical use. The methods of dealing with the crisis to minimize financial losses are considered in the works of such authors as: Scott L. Greer, Nicole Busby, Emmanuel Brunet-Jailly, Madeline Garlick, Dimitry Kochenov, Fabian Amtenbrink, Claudia Sternberg, and others.

The purpose of the study is to provide an overview of methods of dealing with the crisis in the European Union. The study aims to analyze the various strategies, policies and actions taken to overcome the crisis in the EU.

Results: The public debt of the EU-27 rose to 13.2 trillion. euro (85.1% of GDP) in Q3 2022 compared to 13.1 trillion (86.4% of GDP) in Q2 and 12.8 trillion in Q3 2021 (89.7% of GDP). For the year, the increase in debt is only 418 billion euros, which is comparable to the accumulated budget deficit (395 billion euros) for 12 months.

Almost all debt is concentrated in the countries of the Eurozone (12.2 trillion), as is the growth in borrowings over the year - 400 billion euros, however, in the Eurozone, the debt burden is slightly higher than in the EU-27 countries (93%), but is declining compared to Q3 2021 (97.3%) [1].

The EU has implemented several methods to deal with its crises, including the following:

Policy responses: The EU has implemented various policy responses to deal with its crises. For example, during the economic crisis, the EU implemented a policy of fiscal consolidation and structural reforms to reduce budget deficits and increase competitiveness.

The EU also implemented policies to address the refugee crisis, including the relocation of refugees, the establishment of a common asylum system, and the implementation of measures to prevent irregular migration.

Financial support: The EU has provided financial support to member states affected by its crises. For example, during the economic crisis, the EU provided financial assistance to Greece, Portugal, and Ireland through the European Financial Stability Facility (EFSF) and the European Stability Mechanism (ESM).

The EU has also provided financial support to member states affected by the COVID-19 pandemic through the NextGenerationEU recovery package.

Institutional reforms: The EU has implemented institutional reforms to strengthen its governance and decision-making processes. For example, the EU established the European

Stability Mechanism (ESM) to provide financial assistance to member states in financial distress. The EU also established the European Border and Coast Guard Agency (FRONTEX) to strengthen its external borders and prevent irregular migration.

Multilateral cooperation: The EU has engaged in multilateral cooperation to address its crises. For example, the EU has worked with the United Nations and other international organizations to address the refugee crisis. The EU has also worked with the World Health Organization (WHO) and other international organizations to address the COVID-19 pandemic.

The EU has implemented various methods to deal with its crises, including policy responses, financial support, institutional reforms, and multilateral cooperation. These methods have been effective in addressing the EU's crises and maintaining its unity and cooperation. However, the EU still faces challenges, such as the rise of populism and Euroscepticism, and it will need to continue to adapt and evolve to meet these challenges.

In addition to the methods described above, the study also found that communication and public engagement are crucial in dealing with crises in the EU. Effective communication can help build trust and support among the public for policies and measures implemented by the EU to address crises.

Furthermore, the study identified the need for long-term planning and a coordinated approach in dealing with crises. The EU needs to have a long-term vision and strategy to address the underlying causes of crises, such as economic inequality, geopolitical tensions, and climate change. A coordinated approach is also necessary to ensure that policies and measures implemented by the EU are coherent and effective in addressing the crisis.

Conclusion: Clearly, the EU's crisis management system needs to be improved. The EU's crisis management system is fragmented, and there is a lack of coordination among different EU institutions and member states. The EU needs to improve its crisis management system by establishing a central crisis management unit that can coordinate crisis response and ensure effective communication and cooperation between various stakeholders.

Finally, the EU needs to evaluate its past responses to crises and learn from successes and failures in order to improve its crisis management system. Clearly, the EU needs to create a mechanism to monitor and evaluate its crisis management system and implement the necessary reforms to make it more effective.

The EU needs to adopt a coordinated long-term approach including effective communication, public participation, institutional reforms, financial support and multilateral cooperation.

References:

1. Economy of the European Union. – URL: https://tadviser.com/index.php/Article:Economy_of_the_European_Union (date of access: 02.04.2023).
2. Baldacchino, G. The European Union and the migration crisis: The rescue of solidarity. *Journal of Contemporary European Research*, 13(4), P. 1211-1227.
3. European Commission. European Economic Forecast. URL: https://home-affairs.ec.europa.eu/european-agenda-migration-press-material_en (date of access: 02.04.2023).
4. Karamanlis T., & Katsikas E. The role of the EU in the Syrian refugee crisis: A critical appraisal. *Journal of Balkan and Near Eastern Studies*, 19 (5), P. 427-440.
5. Popa, A.I. The institutional reform of the European Union in times of crisis. *Contemporary Readings in Law and Social Justice*, 11 (1), P. 9-17.
6. Vandenbroucke, F. Revisiting the EU's economic governance framework: Lessons from the crisis. *Intereconomics*, 53 (2), P. 71-76.

Protasevich V. D., student
Scientific supervisor: Reva A. O.
FSBEI HE "Donetsk academy of management
and public administration", Russian Federation
vpr11jr2003@gmail.com

ESSENCE OF GLOBAL ECONOMIC PROBLEMS AND THEIR SOLUTION

Relevance. The relevance of the topic is determined by the fact that we live in the era of globalization. The study of world economic problems and attempts to solve them will allow not only to navigate in modern realities, but also to be ready to solve them to improve life being.

Analysis of recent research and publications. M.V. Efremova considered globalization and regional economic integration as complementary processes, T.A. Sapunova considered economic problems at the global level, and V.M. Bondarenko proposed a new scientific paradigm as a basis for solving problems of socio-economic development of the world.

The purpose of the research is to identify areas for improving the methods of economic problems solution based on the generalization of the fundamentals of globalization and the essence of global problems.

Research results. Integration economic processes are actively developing in the modern world. They are conditioned by the desire of developing countries to unite to take advantage of regional economic integration. This is done for the purpose of its own development and strengthening the position of the state in the international arena.

The essence of globalization is that if each country produces goods considering its comparative advantages, and consumes the rest of the goods through international exchange, then the total volume of world production will increase, and costs will decrease. This will lead to an increase in well-being [1].

Global problems are the natural consequences of modern globalization and rampant economic growth. They are the result of:

- irrational management of natural resources;
- expansive nature of the current economy based on hydrocarbons;
- geopolitical confrontation of superpowers with weapons of mass destruction [2].

Global problems are also caused by such processes as uncontrolled production, consumption, environmental pollution, population growth and pressure on ecosystems.

The nature of global economic problems is determined by the fact that they cover the entire world economy. They arose in the XX century in connection with the division of countries into industrialized and agricultural resources. The group of economic problems turns out to be the most difficult compared to other global problems of the modern world, because economic problems are the cause of many others.

The classification of global economic problems identifies several of the most relevant and most common. They are shown in Fig. 1.

The problem of overcoming poverty and backwardness: currently, poverty and backwardness are characteristic mainly of developing countries.

The problem of peace and demilitarization: a prolonged military-political confrontation leads to the accumulation of ammunition, it consumes huge material, financial, intellectual and technological resources.

Food problem: recently, food production has made significant progress – the number of hungry people has almost halved. However, a large number of the world's population is experiencing a shortage of food.

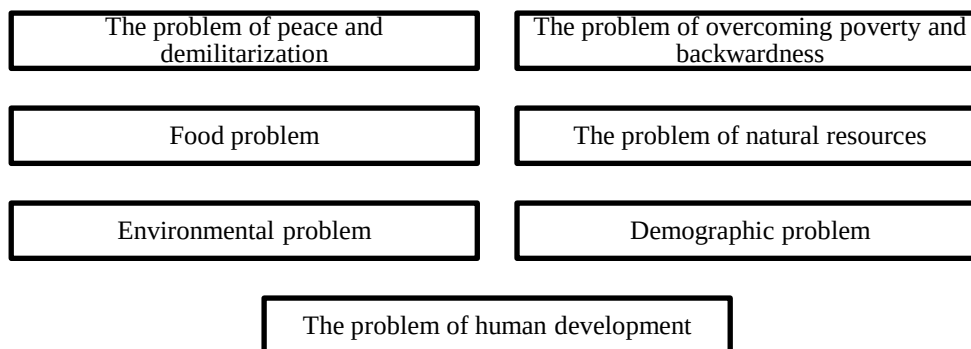


Fig. 1. The classification of global economic problems [3]

The problem of natural resources: energy and raw materials problems together represent one global problem – energy and raw materials. At the same time, the problem of providing the population with energy is more derived from the problem of raw materials, since most of the currently used methods of obtaining energy are the processing of a kind of energy raw materials.

The environmental problem can be divided into two parts: the degradation of the natural environment (for example, a decrease in the number of forests on the planet) due to irrational nature management and pollution by human waste.

Every year the use of various types of raw materials only increases. Most of them turn into waste that pollute the biosphere. The growth in the number of industrial enterprises also has a detrimental impact on the environment.

Demographic problem: the particular severity of the global demographic problem stems from the fact that over 80% of the world population growth is accounted for by developing countries.

The main consequences of rapid population growth are: an increase in the need for resources, the use of resources per capita, as well as anthropogenic pressure on the natural environment in the form of pollution, destruction of ecosystems.

The main consequence of rapid population growth is that in developing countries, a sharp acceleration in population growth has outpaced the modernization of production and the social sphere.

The problem of human potential development: changes in the conditions and nature of work and everyday life during the transition to a post-industrial society have led to the development of two contradictory and at the same time intertwining trends - the increasing individualization of work and the need for skills to work in a team.

Each global problem requires its own methods of solution, which can be both universal and for each specific country.

The most popular approaches to solving global problems are technocratic and philosophical integrated approaches.

Technocratic – modern problems need to be solved through the development and improvement of various technical means, economic facilities and systems.

A comprehensive philosophical approach, unlike a technocratic one, implies the use of many different methods to solve global problems. Changes must be made in people's minds so that they understand the danger of threats of modern global contradictions. The main feature of this approach is that it prioritizes the solution of the root causes of contradictions and, based on this, determines ways to resolve these global contradictions [4].

Specific examples of global problems being solved at the microeconomic or regional level are the city of Kamikatsu in Japan, where garbage was disposed of, the Dutch artist Daan Roosegaarde, who built a tower capable of freeing the air from smog, the Tafel store, which distributes expired products for free, etc.

Modern ways of solving global economic problems can only partially solve them or weaken their impact on the world economy. However, it is necessary to improve the methods of dealing with the problems of all mankind. It is necessary to direct your gaze to the origins of global problems as a whole, which will result in the identification of a new effective approach to their solution.

The results of the new approach were the identification and solution of four tasks to combat global problems: the goal of the development of human society, the movement towards the goal in an evolutionary and involutional way, that is, by the method of "trial and error", time is the only indicator that allows us to bring all of humanity and each individual to the goal, the less the "time between" meanwhile, each individual state, community, business and, most importantly, each individual person begins to realize the goal [5].

Conclusion. Thus, global problems are the natural consequences of modern globalization and unrestrained economic growth.

The main global problems are: the problem of peace, the problem of poverty, the food problem, the problem of natural resources, the environmental problem, the demographic problem, the problem of human development.

Despite the global nature of these problems, we can help to solve them. Certain cities, stores and people have already proved that it is possible.

References:

1. Ефремова, М. В. Глобализация и региональная экономическая интеграция как взаимодополняющие процессы / М. В. Ефремова // Интеллект. Инновации. Инвестиции. – 2013. – № 1 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/globalizatsiya-i-regionalnaya-ekonomicheskaya-integratsiya-kak-vzaimodopolnyayushchie-protsessy>. – (Дата обращения: 01.04.2023).
2. Сапунова, Т. А. Экономические проблемы на глобальном уровне / Т. А. Сапунова // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2021. – № 4 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskie-problemy-na-globalnom-urovne>. – (Дата обращения: 01.04.2023).
3. Прохоров, Д. В. Глобальные проблемы мировой экономики / Д. В. Прохоров, В. Д. Сосновский // StudNet. – 2020. – № 9 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/globalnye-problemy-mirovoy-ekonomiki-1>. – (Дата обращения: 02.04.2023).
4. Грязнова, В. П. Понятие и глобальные проблемы современной мировой экономики / В. П. Грязнова // Проблемы современной экономики (Новосибирск). – 2016. – № 1 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-i-globalnye-problemy-sovremennoy-mirovoy-ekonomiki>. – (Дата обращения: 02.04.2023).
5. Бондаренко, В. М. Новая научная парадигма как основа решения проблем социально-экономического развития России и глобального мира / В. М. Бондаренко // Теоретическая экономика. – 2020. – № 6 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/novaya-nauchnaya-paradigma-kak-osnova-resheniya-problem-sotsialno-ekonomicheskogo-razvitiya-rossii-i-globalnogo-mira>. – (Дата обращения: 02.04.2023).

Sadovnichenko V. A., student

Scientific supervisor: Kravchenko V. A., Assoc. Prof., PhD in Economics,

Eshchenko L.V.

Donetsk State University, Russian Federation

zinka-hohotyshnica@yandex.ru

DEVELOPMENT OF THE INNOVATIVE POTENTIAL OF RUSSIA IN MODERN CONDITIONS

Relevance. Today, the development of Russia's innovative potential is one of the priorities of the strategy for the development of the country's economy as a whole. Innovative development acts as a factor that enhances and expands the composition of the competitive advantages of the country's economic system. The socio-economic progress of Russia is associated with the identification of problems that impede the growth of innovative potential, and the search for ways to overcome them. The need to create an economy with a high innovative potential in Russia determines the need for research in this area.

Analysis of recent research and publications. The paper analyzes the data presented on the official website of WIPO. Also, this topic was considered by such authors as V. V. Vlasova, A. D. Saprykina, N. L. Udaltsova and others.

The objective of the work is a theoretical substantiation and development of recommendations that reveal the features of the development of Russia's innovative potential.

Research results. Russia is a high-potential country in the field of innovation, which has a huge field for research and development of opportunities. But the events of 2022 may slow down the process of the country's innovative development. The entire focus of the economy and all available resources should be directed at assessing and using the innovative potential, maximizing the country's presence in the world's innovation centers as a manufacturer of high-tech goods and high technologies.

In recent years, the domestic economy has continued to have a predominantly raw material orientation with a low share of value added. This is confirmed by the results of the Global Innovation Index (GII) for 2022 (table 1) [1].

Table 1

Global Innovation Index, 2022		
№	Country	Индекс
1	Switzerland	64,6
2	USA	61,8
3	Sweden	61,6
4	Great Britain	59,7
5	Netherlands	58,0
...	...	...
46	Slovakia	34,3
47	Russian Federation	34,3
48	Vietnam	34,2

In 2022, Russia ranks the 47th out of 132 countries; it indicates a low level of science-intensive industry development and the production of innovative products. The data of international ratings testify to the insufficient readiness of the modern Russian economy for an innovative development path, activity in the innovation sphere is much worse than international comparisons.

Relative to the level of 2021, the dynamics for most components of the innovation index is positive (Table 2) [2].

Table 2

Dynamics of Russia's positions in the GII, 2018-2022

	2018	2019	2020	2021	2022
Global Innovation Index	46	46	47	45	47
Innovation Resources	43	41	42	43	46
Innovation Results	56	59	58	52	50
Number of countries analyzed	126	129	131	132	132

There is a systematic increase in the efficiency of innovation activity: the gap between the country's positions in the sub-indices of innovation resources and innovation results is decreasing. But Russia's further advancement in the rankings may be hampered by a slow increase in the resource base for innovation. According to the GII-2022, the country's innovative potential is used by 61%.

In the last year, the position on indicators of the human capital development and the resource base of science has increased, indicators characterizing the level of the domestic market development and the effectiveness of creative activity have increased (fig. 1).

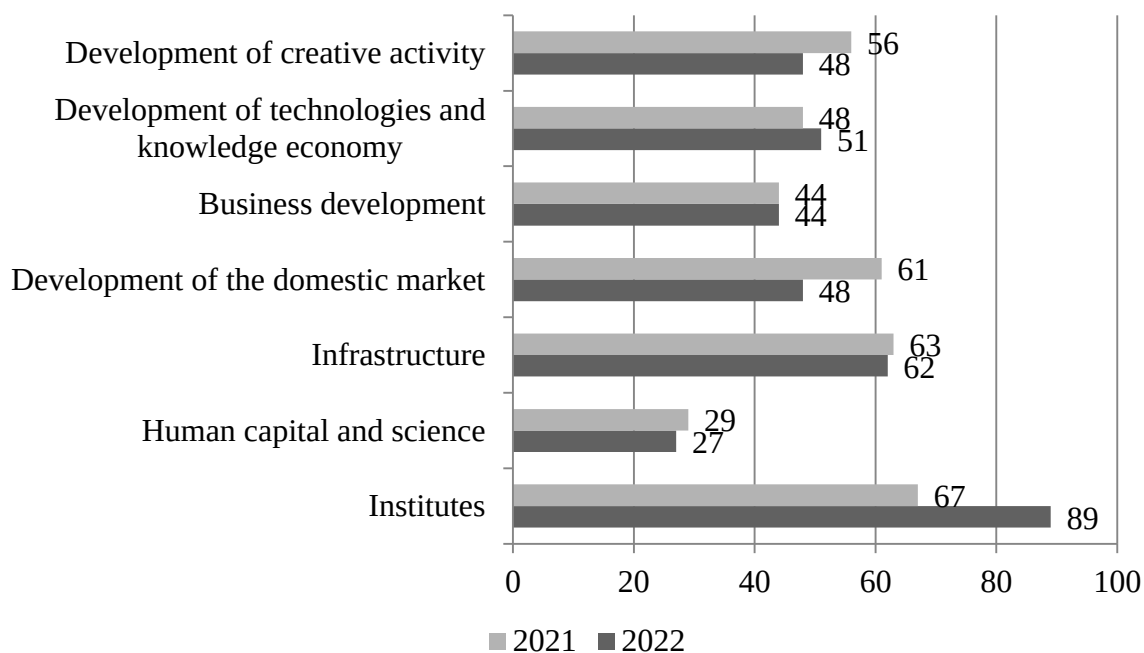


Fig. 1. Positions of Russia in the GII by innovation index components, 2021-2022

The sustainable competitive advantage of Russia's innovation system is represented by six sub-components: trade, industrial diversification and market size, knowledge acquisition, higher education, ICT development, intangible asset creation, and online creativity.

The strengths of the Russian innovation system are: human capital and science, and business development. An obvious advantage compared to other economies of the world is a powerful resource base of science. Strengths are related to indicators: the number of patent applications for utility models and inventions filed by national applicants with the country's patent office; the number of graduates in the natural sciences and engineering specialties.

Weaknesses are mainly related to the insufficient maturity of the framework conditions for innovation – the weakness of the institutional infrastructure and the underdevelopment of the legislative framework in this area. The subcomponents of environmental sustainability and the business environment stand out in particular [3].

In general, the national innovation system of Russia is characterized by the persistence of gaps between science, education and business, a weak level of network cooperation, which forms the basis of innovative growth [4].

In order to eliminate the innovation gap and become a status higher in the global technological development of Russia, it is necessary to create infrastructural conditions for innovative interaction and establish close partnerships between science and business.

Conclusions. Russia has enough opportunities to stimulate innovative development. With the rational implementation of comprehensive incentive measures - optimization of the innovation infrastructure, institutional sphere, maintaining strong relationships between science and business - the state will be able to effectively promote the growth of innovative production and ensure technological security.

Based on this, it seems expedient to develop a state innovation policy for the medium term (up to 10 years), the basis of which should be the strategy of innovative development of the country's economy.

References:

1. Russia is losing trillions on poor management of intellectual property: Vedomosti newspaper - URL: <https://www.vedomosti.ru/economics/articles/2020/11/08/846186-rossiya-teryat>. - Publication date: 09.11.20. – Text: electronic.
2. Database of the Global Innovation Index, WIPO, 2022. – URL: https://www.wipo.int/global_innovation_index/en/2022/index.html (Access date: 03.01.23). – Text: electronic.
3. Vlasova V. V., Saprykina A. D. Global Innovation Index - 2022, ISSEK NRU HSE. – URL: <https://issek.hse.ru/news/777572032.html>. – Publication date: 09.29.22. – Text: electronic.
4. Udaltsova N. L. Systemic problems and threats to the national innovation system of Russia / N. L. Udaltsova. – Text: electronic // Economics and Management. – 2016. – No. 3. – p. 113-119. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sistemnye-problemy-i-ugrozy-natsionalnoy-innovatsionnoy-sisteme-rossii> (Access date: 03.01.23).

Sytnik K. A., student
Scientific supervisor: Reva A.O.
FSBEI HE “Donetsk academy of management
and public administration”, Russian Federation
kristinasytnik036@gmail.com

PECULIARITIES OF FORMING THE IMAGE OF THE COMPANY DEPENDING ON THE TARGET AUDIENCE

Relevance. The formation of the image is one of the important tools in the activities of any organization. A competently created positive image of the company will allow it to achieve significant success in constantly changing market conditions, take a leading position among competitors and gain the trust of consumers. In this regard, the study of the issue of the company's image formation is rather relevant.

Analysis of the latest research and publications. The features of the image of an enterprise as a factor of competitiveness are studied by V.A. Subaeva. V.S. Zhavoronko highlighted and emphasized the peculiarities of image formation depending on the target audience. O.V. Gritskevich considered the features of the company's image formation at the current stage.

The purpose of the study is to define the concept of the target audience, to determine the features of the company's image as a factor of competitiveness and to identify the peculiarities of forming the company's image depending on the target audience.

The results of the study. Speaking of the image of the company, first you need to understand what it is. The image of an organization is an individual image that is created by the media, it can also be created by various social groups, or by the individual's own efforts to attract attention.

The image of any organization directly depends on the stage of the organization's life cycle. To begin with, any organization is formed being focused on a certain market segment. Then there is the formation of the company in the occupied positions, as well as any organization strives for stability. Further, the company shows interest in expanding the market by creating an innovative product or service. And finally, the company is transformed, which leads either to even greater development of the organization, or the organization ceases to exist [1].

Fundamental in the activity of any company is how successfully it is able to maintain competitiveness in the market. Competitiveness, in turn, is influenced by many factors, among which the image of the company is one of the most important. In the modern world, this factor can have an impact not only on the functioning of the company, but also on its existence as a whole. There is a number of cases when one careless word or act of the management or the company's top representatives can reduce customer loyalty and at the same time share price. From this we can conclude that the company's image is directly related to its target audience [2].

The target audience is a group of people to whom the main activity of the company and various promotional events are directed, who are either already real consumers or have the potential for this (table 1).

There are several groups of the target audience: public; investors; state structures; company's staff.

Table 1

Main characteristics of the target audience	
Characteristic	Content
1. Interest	All marketing campaigns and additional stimulators in the form of favorable offers, discounts, promotions, etc. are aimed at inducing this characteristic. With this characteristic, the interaction of the brand and the consumer begins.
2. Solvency	Each product has its own value and the main goal of any company is to extract the maximum benefit from its sale, but this will not be possible if the product is tailored to the needs of an insolvent audience.
3. Receptivity	The main emphasis is on evoking maximum loyalty and dedication to the brand, i.e. to advertise your product in such a way that even if there are analogues on the market, the consumer does not have the desire to purchase it.

Consequently, the image of the company may differ depending on the target audience groups:

for the public it will be important that the company bears the image of a company producing high-quality products, and the company must also show its interest in cooperation and maintaining the interests of its customers (promotions, discounts, etc.);

for investors, the company will have to be highly competitive, loyal from public, state, financial and other organizations;

government agencies will primarily pay attention to the company's responsibility to society and the state as a whole;

the image of the company is important for the personnel of the organization in order to increase the social status and position themselves as a highly qualified employee [3].

Conclusion. When forming the image of any company, it is important to take into account a large number of different factors, and the reaction of the target audience to any actions of the company should be considered first of all, since this is the foundation from which a competent manager should start when creating a brand for the long term. It is also important to take into consideration the nature of the target audience, as well as which group the company interacts with, in order to understand what to focus on in creating the company's image. A thorough analysis and evaluation of the audience will help to form a permanent audience, which in conditions of intense competition will save the company on attracting new customers. These manipulations allow us to assess the importance of creating a high-quality image of the company.

References:

1. Subaeva, A. K. The image of the enterprise as a factor of competitiveness of the enterprise / A. K. Subaeva // Materials of the V International scientific and practical Conference. – Volume 3. – 2013. – pp. 87-91.

2. Zhavoronko, V. S. Features of image formation depending on the target audience / V. S. Zhavoronko // Materials of the X International Youth Forum with international participation. – 2018. – pp. 2497-2501.

3. Gritskevich, O. V. Features of the formation of the image of organizations at the present stage [Electronic resource] / O. V. Gritskevich. – Novosibirsk: 2015. – Access mode: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-formirovaniya-imidzha-organizatsiy-na-sovremennom-etape/viewer> (accessed: 04/01/2023).

Shueva A., student

Research supervisor: Atabekova A.

Donetsk National University of Economics

and trade named after M. Tugan-Baranovsky, Russian Federation

a.shueva01@mail.ru

ECONOMIC SECURITY AS A COMPONENT OF NATIONAL SECURITY

Relevance. Security is the main criterion providing guarantees of personal, natural and inalienable rights and freedoms of a person, as well as the national interests of the state and society in the economic, political, ecological, socio-demographic and other spheres. Thus, the dominant element in the security system of each state is a national security. The national security system is meant to achieve efforts in the governance of state institutions, local governments, business entities, citizens and their organisations to guarantee the principles of democracy and sustainable economic development and prosperity of the country. An unstable economic, negative political environment and low standard of living create a range of new threats to national and international security. Therefore, key aspects of economic security are firmly linked to maintaining macroeconomic stability, sustaining national economies and

financial systems in the face of international processes of financial and economic crisis, protecting countries' economic interests, and maintaining effective oversight and continuity of economic infrastructure.

Analysis of recent studies and publications. The issues of economic security as part of the national security of the state have been dealt with by domestic and foreign scientists: Shustikova A.S., Asanbaev E.T., Alieva M.Z., Shustikova A.S., Shchekochikhin N.V., Portnova G.A., Dovydenko O.G. It should be noted that in foreign literature the topic of economic security assessment as part of national security is not widely reflected.

Purpose of the study is to examine the essence of economic security as part of the national security of the state.

Study results. Economic security of the state can be understood in several meanings [1, p. 82]:

- as a state of resilience to negative factors;
- as a state of protection of national interests;
- as the ability of the economy to meet the needs of the state and society;
- as a state of development of the country's economy;
- as a state of sustainable functioning of the economy.

Thus, in general terms, economic security is such a state of protection of the national economy from external and internal threats, which allows it to ensure economic independence and sovereignty, socio-economic and military-political stability of society and the state and their further development, to create decent living conditions for its citizens.

Let us list the components of economic security for each of the sectors of the national economy:

real sector – production security, environmental security, foreign trade security, investment security, innovation security, sales security, resource and raw material security, technological security;

social sector – cultural security, law and order security, demographic security, political and legal security, social security, food security, information security;

financial sector – financial security, foreign economic security.

In view of the globalization of world processes, a state permanently faces new external and internal threats to its national security, especially economic security as its basic component. In this regard, the country can adequately respond to all challenges of the time, provided two targets are achieved, namely: timely and successful economic reforms and urgent adjustment of all state institutions, ensuring the interests and activities of the national economy both inside and outside the country.

The most likely threats to economic security, which should be localized by state authorities, are [2, p. 77-78]:

1. Increase in property differentiation of the population, and increase in the number of citizens living below the poverty line, which leads to the erosion of social peace and harmony;
2. Deformation of the structure of the economy, which is caused by the following factors:

low competitiveness of the produce of a large number of domestic enterprises;
the curtailment of production in the vital branches of the manufacturing industry;
high level of monopolization of the economy, with a predominant role of fuel and raw materials production;

domination of foreign firms in the domestic market in many groups of consumer goods;
acquisition of domestic enterprises by foreign firms to drive domestic products out of both the foreign and domestic markets;

high level of foreign debt, its growth and the associated increased costs of repayment;

3. Increasing difference in socio-economic development of the regions, like:

objectively existing differences in the level of socio-economic development of regions, the existence of depressed, crisis and economically backward regions caused by structural shifts in industrial production;

disruption of production and technological links between enterprises of different regions of the state.

4. Criminalisation of society and economic activity, caused by the following reasons:

increased unemployment rate, as most of the crimes are committed by people who do not have a permanent source of income;

a high level of corruption;

a weakened state control system, which leads to the expansion of criminal activity in the domestic financial market, in the sphere of privatisation, export-import and trade.

Thus, the threats presented are of a micro-, meso- and megaeconomic nature.

In addition, scientists divide threats to economic security by functional components or by source of origin (production resources, budget, banks, population, natural environment, external environment) and provide a list of indicators characterizing the effect of a specific threat [3].

Conclusions. In order to address these threats, as well as to ensure sustainable development of the national economy, the following recommendations have been developed:

concessional lending system for the real economy and project infrastructure;

maintaining an acceptable standard of living of the population and keeping poverty, property differentiation and unemployment rates within acceptable limits;

eliminating the dependence of the economy from imports, predominance of exports;

restructuring of the economic complex to meet the needs of the population;

the stability of the financial and banking system, and the national currency;

use of the latest technologies in enterprises.

References:

1. Asanbaev, E.T. Economic security as a part of national security in the republic of Kazakhstan // Modern Science. – 2018. – № 3. – С. 81-83.

2. Shustikova A.S. Economic security as part of national security // Symbol of Science: International Scientific Journal. – 2021. – № 5. – С. 76-79.

3. Alieva, M.Z. Economic security of the region: approaches to definition // Bulletin of the Altai Academy of Economics and Law. – 2020. – № 3-1. – P. 11-18.

Shchetinina D., student

Scientific supervisor: Gizhko I.

Donetsk National University of Economics and

Trade named after Mykhailo Tuhan-Baranovskyi, Russian Federation

shchetininadasha@mail.ru

THE GROWTH OF E-COMMERCE

Abstract. E-commerce is rapidly gaining momentum in the field of economics, which very quickly penetrates into all areas of human activity. Traditional schemes of economic activity are not always effective in modern market conditions, therefore, the transition to electronic business methods increases the effectiveness of marketing promotion.

Purpose. Analysis of the role of e-commerce in the modern world and description of development prospects in the near future.

Research results. The concept of e-commerce is defined, the current state of the e-commerce market is studied and the key features of this market are identified.

In the modern world, the economic life of society is undergoing changes in its content and needs for modernization, especially in virtual reality [1].

E-commerce is a type of business related to the sale of goods and services via the Internet. All actions that are aimed at earning money on the Internet, in essence, can be attributed to e-commerce.

The term itself originated in the USA, where the first online sale was made - on August 11, 1994, a Ten Summoner's Tales Sting disc was sold using an encrypted transaction. Since then, despite numerous difficulties, the sphere has become increasingly popular, and the pandemic has only pushed it to the peak of development [2].

This area is very diverse: in addition to online sales themselves, it includes broad categories of online banking dealing with transactions on the network, and Internet marketing, which includes advertising and actions aimed at increasing conversions [2].

If you are looking for a way to increase your sales and take your business to new heights, then you should definitely pay attention to e-commerce. It combines a strong online presence with the latest platforms, which will help you expand your offerings and increase your reach.

Worldwide Growth of E Commerce is widely used by businesses all over the world. E-commerce mostly consists of electronic business transactions related to the purchase and delivery of goods and services. The COVID-19 pandemic, which led to a massive lockdown in 2020, was the impetus for the development of e-commerce. Even then, the volume of the global e-commerce market was estimated at more than \$10 trillion [3]. Let's turn to statistics and future forecasts.

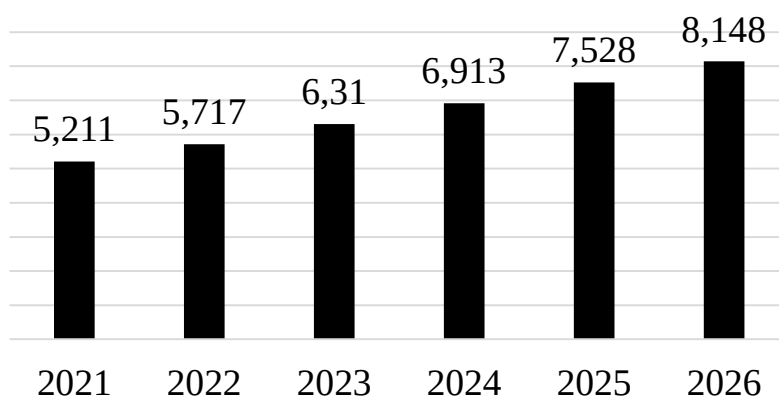


Fig. 1. The Growth in Retail E-commerce Sales Worldwide 2021-2026 in trillions [4]

The diagram shows that an even greater increase in the e-commerce market is expected. E-commerce sales are supposed to increase as well. The focus is shifting to establishing a web presence that can capture online sales. Code-free website builders make this possible with a low barrier to entry. Research shows that it's more than just a trend. Customers will likely continue to turn to the internet every time they want to make a retail purchase.

In addition, there is another important stage in the development of the economy in the 21st century. This is the internationalization of e-commerce. With the advent of e-commerce, trade between countries has become much easier. Major global retailers are adapting to local markets. For example, AliExpress launches localized sites in the countries of its presence with a focus on the most popular categories of goods. Russian companies are also entering the international market. Wildberries has opened sales in Poland, Slovakia, Germany and Israel.

However, there are also disadvantages in e-commerce. Fraud that occurs on an e-commerce platform, such as using a stolen or fake credit card to make a purchase, is considered e-commerce fraud. Unfortunately, e-commerce retailers missed out on about \$41 billion due to e-commerce fraud in 2022 [5]. This scenario inevitably impacts the reputation of merchants and affects the confidence consumers place in them. Online retailers will continue to reduce the risk of e-commerce fraud as much as possible.

Conclusions. E-commerce websites are essential for a business to market its products and services in the global marketplace. The e-commerce sector is rapidly evolving as the Internet becomes more accessible in different parts of the world. Traditional retail businesses are migrating to the e-commerce space. Therefore, expanding their reach to consumers and also staying in the competition.

References:

1. Быстрова Н.В., Хижная А.В., Мазунова А.А., Парадеева И.Н. Имидж организации как фактор повышения ее конкурентоспособности / Н.В. Быстрова, А.В. Хижная, А.А. Мазунова, И.Н. Парадеева // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2017. – №8-2. – С. 321-324.
2. Электронная коммерция: виды и особенности ведения бизнеса // EcomToday. – URL: <https://ru.ecomlife.pro/> (дата обращения: 03.04.2023).
3. Основные тенденции развития электронной коммерции в России и мире в 2023 году: ТОП-15 трендов // vc.ru. – URL: <https://vc.ru/> (дата обращения: 03.04.2023).
4. 38 E-Commerce Statistics Of 2023 // Forbes Advisor. – URL: <https://www.forbes.com/advisor/> (дата обращения: 03.04.2023).
5. E-commerce fraud - statistics & facts // Statista. – URL: <https://www.statista.com/> (дата обращения: 03.04.2023).

Секция «Региональная идентификация в дизайне»

Беленцова О. В., студентка

Научный руководитель: Мальцева Д. М., канд. пед. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
olgabelen@mail.ru

СКЕЛЕТНАЯ АНИМАЦИЯ В РЕКЛАМЕ И АЙДЕНТИКЕ БРЕНДА

Актуальность темы исследования заключается в вечной потребности изобретать новые способы рекламы и продвижения бренда. Потребителю быстро надоедают одни и те же образы и приемы. От простой агрессивной рекламы компании перешли к нативной. Одним из инструментов нативной рекламы является маскот. Он обеспечивает эмоциональную связь покупателей и компании. Маскот должен быть привлекательным. На данный момент для изображения маскотов используется векторная графика и простая, дешевая флэш анимация. Такой подход ограничивает дизайнера. В исследовании рассматривается новая технология анимации, которая, в теории, может изменить подход к созданию маскотов, а также открыть новые способы рекламы бренда.

Целью исследования является рассмотрение возможности применения скелетной 2d анимации для рекламы и айдентики бренда.

Из заданной цели определены следующие **задачи**:

- дать анализ литературным источникам по теме исследования;
- рассмотреть принцип работы скелетной 2d анимации;
- сравнить существующую технологию флэш анимации и скелетной 2d анимации;
- рассмотреть преимущества применения скелетной 2d анимации для рекламы брендов;
- введение авторского подхода использования скелетной 2d анимации в рекламе и айдентике бренда;
- сделать выводы по теме исследования.

В работе использовались следующие **методы исследования**: анализ, сравнение, аналогия, описание.

Результаты исследования. Скелетная 2d анимация использует методы анимирования 3d объектов, но за основу берет нарисованную иллюстрацию. Она примечательна еще тем, что объединяет в себе несколько видов анимации: скелетная, интерполяционная и отчасти анимация перекладки.

Скелетная анимация применяется для 3d моделей, ее основа – создание скелета и взаимосвязанных костей.

Интерполяционная анимация – это подход к анимации, в котором задаются только ключевые кадры, промежуточные же генерируются программой. Самый известный пример использования – флэш анимация.

Анимация перекладки рассчитана на анимирование плоских фигур из бумаги, разделенных на много частей. Это покадровая анимация с передвижением (перекладыванием) частей фигуры.

Скелетная 2d анимация работает по следующему принципу. Художник рисует иллюстрацию, разделенную на много слоев, как для анимации перекладки (неформально это называют «нарезанная модель»). В специальной программе слои объединяются в группы, для модели создается скелет (как в скелетной 3d анимации), а после путем деформирования модели задаются ключевые положения или же кадры

(интерполяционная анимация). В результате получается плавная анимация с иллюзией трехмерности и объема у модели.

На данный момент основной программой для подобной анимации является Live2D Cubism. Представлена она была Тэцуя Накасио еще в 2008 году для нужд интерактивных медиа. Свое применение программа нашла в игровой индустрии, в частности в мобильных играх и визуальных новеллах. Используется в основном в странах Азии, но постепенно распространяется в страны Европы и США. С недавнего времени ее используют в странах СНГ, но только для создания виртуальных аватаров.

Так как программа Live2D Cubism представлена для интерактивных медиа, очень большим упущением является ее неиспользование для рекламы и айдентики бренда.

Вместе с популяризацией программы большую известность приобрели виртуальные аватары – те же маскоты, но для частных лиц. Их стоимость довольно дешевая с точки зрения бюджета компании, а способов применения очень много.

На данный момент многие компании используют маскотов для рекламы. Маскоты являются частью айдентики компании и, в отличие от других элементов фирменного стиля, не обязаны подчиняться его правилам. Задача маскота – наладить связь между компанией и ее потребителями, донести сложную мысль простыми словами, вызвать эмоциональный отклик у аудитории. Привлекательный образ – залог успеха маскота, а анимация «оживляет» маскота, вызывая более яркие эмоции у потребителя.

Для экономии материальных средств используется флэш анимация, у нее много общего со скелетной 2d анимацией. Однако дешевизна накладывает свои ограничения: для анимации используются векторные изображения, а это – потеря красочности, обращение к минимализму в дизайне маскотов.

В виду визуальной простоты векторной графики дизайнеры вынуждены использовать другие приемы для повышения привлекательности маскота. Одним из самых популярных приемов является имитация детского лица. Младенцы беззащитны, поэтому в людях заложен родительский инстинкт. Стимулируют его как раз детские черты лица: круглое лицо, большие щеки и глаза. Это используют дизайнеры для создания привлекательного персонажа. Большинство маскотов создаются на основе детских пропорций.

Выгодное отличие скелетной 2d анимации – возможность анимировать растровые изображения без заметной потери качества. Это открывает много возможностей для создания детализированных маскотов с более живыми эмоциями. Дизайнеры смогут сместить акцент с «бэйби-фэйса» на общую красочность маскота.

Еще один существенный плюс скелетной 2d анимации заключается в том, что цена для нее рассчитывается не в количестве кадров, в отличие от других видов анимации. Стоимость складывается из опытности художника, степени подготовки иллюстрации, а также подвижности готовой модели, то есть количества поз, которые она способна принять.

Стоит отметить, что скелетная 2d анимация тоже считается дешевой. Цена качественно анимированной модели от опытного художника начинается от 30-40 тыс. руб., без учета создания дизайна. Дополнительная плата идет за анимирование эмоций персонажа и его поз.

Из вышеуказанных тезисов исходит главный минус подобной анимации – низкая подвижность готовой модели. Аниматоры и разработчики ПО стараются решить эту проблему, совершенствуя технологию. Практически решена проблема с поворотами головы и туловища, однако ноги, увы, у большинства моделей будут стоять на месте, пока что их не принято анимировать.

Новая технология анимации, помимо дизайна маскотов, может задать и новые способы применения маскотов в рекламе бренда. Для стандартной видеорекламы, к

сожалению, большой пользы не будет. Однако очень хорошо технология себя зарекомендует при создании анимированных баннеров. Таким образом оформляют новости для видеоигр. Интерактивные элементы сайта компании тоже могут сопровождаться анимированными вставками, что позволит частично отказаться от минимализма в дизайне, не делая при этом стиль перегруженным.

Рассуждая конкретно о рекламе с использованием маскота, можно прийти к новым неожиданным решениям. Исходит это из роли маскота – эмоциональное объединение потребителя с производителем. То есть, для рекламы требуется «оживить» маскота.

Интересный способ осуществить эту идею – ведение аккаунтов в социальных сетях от имени маскота. Для их ведения подойдут небольшие ролики, анимированные технологией скелетной 2d анимации. Они не потребуют большой подвижности модели, только яркие эмоции, которые легко создаются с новой технологией. Еще один метод – прямые трансляции. Существуют программы для захвата лица, которые позволят перенести эмоции человека на анимированную модель. Создается эффект, будто сам персонаж ведет трансляцию.

По мнению автора, это очень действенный подход к рекламе, которым нельзя пренебрегать. Важно знать, что, начиная рекламную кампанию в социальных сетях, одной из главных задач становится подталкивание аудитории на создание «мемов». Мемами называют единицу значимой для культуры информации, преимущественно в интернете. Мемом может быть все, что угодно, даже сама рекламная кампания им станет. Однако в данном случае мемами станут различные шутки и информация о бренде, о маскоте, которые привлекут новых потребителей. Мемы отразят реакцию аудитории на действия компании.

При удачной рекламе персонаж-маскот, как и сама компания, получают большую известность и некоторое влияние на мнение людей в интернет пространстве.

Вывод: в сфере дизайна и рекламы многое взаимосвязано. Новая технология анимации может повлиять на использование различных приемов в дизайне маскотов и рекламе самой компании.

Скелетная 2d анимация в свое время совершила революцию в области видеоигр, в частности визуальных новелл, добавив туда интерактивности и живости.

Это доказывает, что у технологии есть все шансы совершить еще один переворот, но уже в мире дизайна и рекламы, раскрыть недавно появившиеся способы продвижения бренда, а также «вернуть на рельсы» забытый дизайнерами растр.

Данная тема все еще требует дальнейшего изучения, так как будущее технологии зависит от ее практического применения.

Список литературы:

1. Elizabeth M. Speers. What is Live2d Models? // Article Sall: сайт. – URL: <https://articlesall.com/what-is-live2d-models/>. – Дата публикации: 11.03.2022.
2. What is Live2D? // Live2D: сайт. – URL: <https://www.live2d.com/en/about/>.
3. Дворников, В. Что такое анимация в компьютерной графике // Интернет технологии.ру: сайт. – URL: <https://www.internet-technologies.ru/articles/newbie/typy-animacii-v-kompyuternoy-grafike.html>. – Дата публикации: 01.06.2022.
4. Джемилева, А. Маскот бренда: что это такое и когда он нужен // Timeweb: сайт. – URL: <https://timeweb.com/ru/community/articles/maskot-brenda-cto-eto-takoe-i-kogda-on-nuzhen>. – Дата публикации: 10.08.2022.
5. Creating Live2D Model // 2an.site: сайт. – URL: <https://kurover.github.io/blog/create-live2d/>. – Дата публикации: 29.08.2022.

Битюцкая Э. Д., студентка

Научный руководитель: Медведева Е. Р., канд. пед. наук, доцент

Донецкий государственный университет, РФ

medvedevalena42@gmail.com

ЭСТЕТИЧЕСКОЕ ВОСПИТАНИЕ СТУДЕНТОВ-ДИЗАЙНЕРОВ

Актуальность исследования. Одним из важнейших условий богатства эстетических потребностей, чувств, переживаний является глубокое интеллектуальное развитие человека. Поэтому цель эстетического воспитания – широко знакомить личность с достижениями мировой культуры, культурными ценностями человечества.

В структуре духовных ценностей личности важное место занимают эстетические ценности и искусство, которое является продуктом художественно – творческой деятельности. Возможность общения с красотой – одна из самых сокровенных сторон человеческой жизни. Благодаря эстетическому воспитанию значительно обогащается духовный мир каждой личности, расширяются горизонты мировосприятия и миропонимания, создаются образы эстетической и художественной картины мира. Человек, не способный воспринимать красоту окружающего мира, эстетические свойства предметов и явлений действительности, является слишком обедненным в своих человеческих потребностях.

Анализ последних исследований и публикаций. Студенческая молодежь, которая должна быть интеллектуальной и нравственно-эстетической элитой общества, особенно требует внимания к уровню развития эстетической и художественной культуры, эстетической воспитанности. Неслучайно этой проблемой занимаются ученые и практики, педагоги, психологи, социологи, эстетики различных стран мира, акцентируя внимание на усилении внимания к проблеме формирования эстетического сознания у студенческой молодежи, подрастающих поколений в контексте современной массовой культуры [4, с. 3].

Значительное внимание в современной теории эстетического воспитания и образовательной практике уделяется в работах Г. Апресяна, А. Букова, В. Иванова, Е. Квятковского, Н. Киященко, Н. Лайзерова, Б. Лихачева, С. Филиппова, Г. Шевченко и других.

Цель исследования – показать эстетическое воспитание студентов в контексте современной культуры.

Результаты исследования. Веками ученые разных стран и разных народов стремились раскрыть тайны влияния прекрасного, совершенного, выразительного на психику человека, на его внутренний мир. Загадочность и очарование эстетического – «выразительного» влияния на личность связаны с пробуждением многих оттенков человеческой души, которая способна реагировать на красоту мира, природы, человека и любого предметного явления [2]. Специфичность искусства заключается в генерировании эстетических ценностей общества. Ученые-эстетики отмечают, что в основе художественного освоения мира лежит эстетическое отношение человека к действительности. Эстетическое наиболее концентрированно представлено в искусстве, которое является уникальной формой фиксации человеческого мира и универсального притяжения к нему. Чтобы искусство было понятным, чтобы оно могло эффективно влиять на процессы воспитания разнообразных эстетических чувств, эстетических вкусов, молодежь должна быть эстетически образованной и хорошо информированной в области искусства. Поэтому в эстетической науке широко употребляемым является термин эстетического образования, который предусматривает вооружение подрастающих поколений системой эстетических знаний, системой эстетических

категорий, основами искусствоведения. Однако, известная и парадоксальная ситуация, когда эстетическая образованность еще не гарантирует эстетическую воспитанность. Поэтому ведущая роль в педагогическом процессе все же принадлежит эстетическому воспитанию. Г. Апресян настаивает, что именно эстетическое воспитание должно формировать у подрастающего поколения привычку «непосредственного и постоянного общения с истинно прекрасным. Такая привычка должна стать устойчивой жизненной потребностью» [1, с. 73].

Эстетическое воспитание – целенаправленное формирование эстетических вкусов и идеалов личности, развитие ее способности к эстетическому восприятию явлений действительности и произведений искусства, а также к самостоятельному творчеству в области искусства [3, с. 799].

Эстетическое воспитание проникает во все сферы жизни личности, оно обеспечивается всеми звеньями воспитания и использует богатство и разнообразие его средств. Все это дает право считать главным принципом эстетического воспитания принцип всеобщности эстетического воспитания и художественного образования.

Одной из основных задач эстетического воспитания является создание его системы. Под системой понимается живой, целенаправленный, организованный и контролируемый процесс художественно-эстетического образования, воспитания молодежи, построенный на основе совокупности методологических принципов, психолого-педагогического обоснования методических документов, обеспечивающих осуществление в неразрывной связи с эстетическим воспитанием личности, ее нравственное и трудовое развитие. Основным структурным элементом системы эстетического воспитания является личность, поскольку цель, задачи, специфические методы эстетического воспитания ориентированы на эстетическое и общее развитие личности, обогащение ее в педагогическом процессе с учетом индивидуальных и психологических особенностей организации влияния на молодежь.

Эстетическая культура личности – это сложившаяся на основе собственного жизненного опыта и путем эстетического воспитания способность человека распознавать и переживать прекрасное и безобразное, возвышенное и низкое, трагическое и комическое в искусстве и окружающей действительности, руководствоваться выработанными культурой, эстетическими ценностями в своей практической деятельности, создавать красоту вокруг себя и преодолевать несовершенство мира.

Выводы. Искусство способствует налаживанию морально-этических отношений в социуме, пробуждению творческой активности и стимулирует стремление к самоопределению. Стремление к искусству, стремление к эстетическому наслаждению является для человека естественным, а значит, необходимым. Когда человек желает развивать свою склонность к творчеству, обогащать свой духовный мир бесконечной количеством впечатлений, которые открывает искусство, то радость ее бытия растет.

Список литературы:

1. Апресян, Г. З. Эстетика и художественная культура социализма: Избр. труды / Г. З. Апресян. – М.: Изд-во Моск. Ун-та, 1984. – 328 с.
2. Лосев, А. Ф. Философия. Мифология. Культура / А. Ф. Лосев. – М.: Политздат, 1991. – 525 с.
3. Педагогическая энциклопедия: В 4 т. / Под ред. И. А. Каирова, Ф. Н. Петрова. – М.: Советская энциклопедия, 1968. – Т. 4. – 911 с.
4. Шевченко, Г. П. Художественно – эстетическое воспитание студенческой молодежи: монография / Г. П. Шевченко, Ю. А. Пастухова. – Луганськ: Изд-во ВНУ им. В. Даля, 2010. – 180 с.

Курчу А. Н., студент
Научный руководитель: Мальцева Д. М., канд. пед. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
kurchu.anna@mail.ru

ХАРАКТЕРИСТИКА И ОСОБЕННОСТИ КАЛЕНДАРЯ

Актуальность: заключается в изучении характеристики календаря, его особенности, а также понимании логики календаря.

Анализ последних исследований и публикаций данной темы в том, что календарь является необходимым атрибутом и используется ежедневно каждым человеком. Наличие календаря помогает определять важные даты и другие немаловажные события, происходящие в жизни каждого человека.

Цель исследования: разработать авторскую модель календаря.

Результаты исследования. Календарь помогает быть организованными, собранными и дома, и на работе. Выполнить дела, запланировать важные проекты или встречи, подготовиться к значимой дате.

Автором был разработан дизайн календаря на весь 2023 год. Также для календаря была подобрана цветовая палитра, олицетворяющая времена года – зиму, весну, лето и осень.

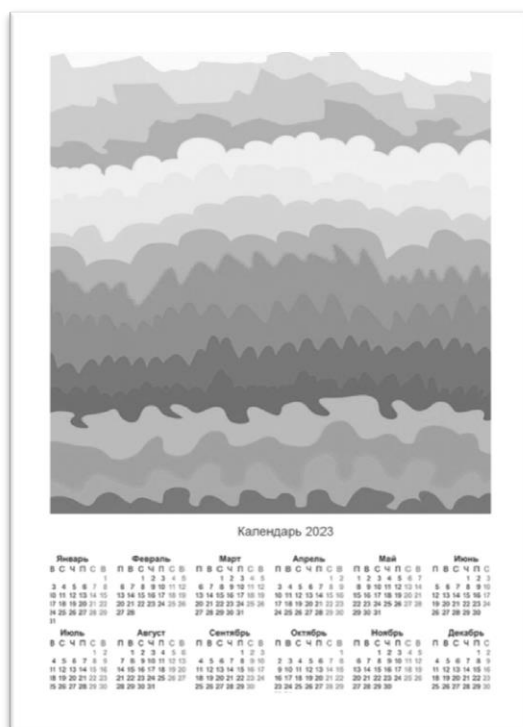


Рис. 1. Дизайн календаря на 2023 год

Авторской моделью является разработка интеллектуальной викторины для учащихся 5 – 8 классов. Подобное занятие помогает учащимся развивать внимание, память, мышление, а также формировать навык работы с календарем.

1. Почему месяц январь назван именно так? (Древние римляне называли его в честь бога мира – Януса).

2. Какой календарь называют солнечным? (Созданный на смене сезонов года).

3. Какой месяц по предложению Марка Антония увековечил память о Юлии Цезаре? (Июль).

4. Какое изменение в определении високосных годов внес григорианский календарь? (Из календаря отбирались високосные года, являющиеся последними годами столетий: 1600, 1700, 1800 и т.д.).

5. Какой русский композитор является создателем музыкального календаря? (П. И. Чайковский).

6. Кто был изобретателем и пользователем календаря, который описывает в своем произведении Д. Дефо следующим образом: «Календарь я устроил так: обтесал топором большое дерево и вбил его в песок на берегу... С тех пор я каждый день делал на своем столбе зарубку в виде короткой черточка. Через шесть черточек я делал одну длиннее – это означало воскресенье. Таким образом я вел мой календарь, отмечая дни, недели, месяцы и годы»? (Робинзон Крузо).

7. Дата рождения Циолковского по новому стилю 17 сентября 1857 года. В какую дату родился ученый по старому стилю? (5 сентября).

8. В какой стране существует календарь, в который могут внести свои ежегодные поправки астрологи, убирая из него неблагоприятные дни или целые месяцы? (Такой календарь существует в Королевстве Бутан. Астрологам разрешено делать поправки в календарь с учетом неблагоприятного сочетания звезд).

Выводы. Календарь играет особую роль в планировании жизнедеятельности человека. Благодаря авторской модели была предоставлена необходимость ее использования, поэтому обязательно стоит учитывать знания и навыки учащихся владением календарем.

Список литературы:

1. Феникс «Календарь и время: история создания, астрономия, особенности, достоинства и недостатки»: официальный сайт. – Москва, 2023. – URL: [https://wiki.fenix.help/astromiya/kalendar-i-vremya-astromiya] (дата обращения 03.03.2023).

2. Типография «Растр»: официальный сайт. – Санкт-Петербург, Москва, 2022. – URL: [https://raster--spb.ru.turbopages.org/turbo/raster-spb.ru/s/articles/22.html] (дата обращения 03.03.2023).

3. Типография «Колорит» издательско-полиграфический центр оперативной печати «Типы и виды календарей в полиграфии»: официальный сайт. – Москва, 2021. – URL: [https://icolorit.ru/blog/typy-i-vidy-kalendarej] (дата обращения 06.03.2023).

4. Онлайн-платформа «Фоксфорд», «Краткая история календарей»: официальный сайт. – Москва, 2023. – URL: [https://media.foxford.ru/articles/istoria-kalendarej] (дата обращения 06.03.2023).

5. Словари и энциклопедии на «Академике», «Календарь»: официальный сайт. – Москва, 2023. – URL: [https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/11786] (дата обращения 06.03.2023).

6. Васянькин, Н. «Особенности календарей» / Н. Васянькин, В.А. Большакова // научно-исследовательский проект. – 2014. – №1. – URL: [https://nsportal.ru/ap/library/drugoe/2014/12/07/osobennosti-kalendarej-nauchno-issledovatel'skiy-proekt] (дата обращения 06.03.2023).

7. «Викторина»: официальный сайт. – Москва, 2023. – URL: [https://gigabaza.ru/doc/92568.html] (дата обращения 15.03.2023).

Кусмарова Ю. А., студент
Научный руководитель: Трошкин А. В., канд. пед. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
juliakusmarova999@gmail.com

ОСОБЕННОСТИ ОРНАМЕНТАЛЬНОЙ ГРАФИКИ В ДИЗАЙНЕ

Актуальность темы обусловлена необходимостью исследования формотворческих воздействий орнамента на образно-пластический язык визуального искусства.

Орнамент является одним из выразительных средств визуального искусства. Орнамент был и остается в пространстве дизайна как один из лучших способов декорирования и применяется при разработке различных проектов. Орнаментальные изображения обладают исключительной способностью эстетической выразительности. Главной закономерностью орнамента является периодическая повторяемость мотива. В нем отражено эстетическое осмысление деятельности человека, творчески преобразующего, упорядочивающего средовое пространство. В орнаменте, особенно в народном творчестве, где он имеет распространение, наиболее ярко отражается фольклорно-поэтическое отношение к миру.

Орнаментальная графика – это, своего рода, художественное отражение мировоззрения и культуры народов, неотъемлемая часть искусства, особый вид художественного творчества, который, как считают многие исследователи, не существует в виде самостоятельного произведения.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросами орнаментальной графики в дизайне занимались такие исследователи, как Ю. Герчук, Я. Чернихов, М. Пресняков и другие.

Целью исследования является рассмотрение понятия «орнамент», изучение особенностей его применения и использования в дизайне.

Результаты исследования. Слово «орнамент» образовано от латинского слова «ornamentum», которое переводится как «украшение». Орнаментом называют узор, с повторяющимися в определённом порядке рисунками. Это одна из древнейших разновидностей изобразительной деятельности человека. Вначале орнамент был почти исключительно геометрическим, состоящим из строгих форм и имел семантическую нагрузку (круг – солнце, квадрат – земля, треугольник – горы, свастика – движение солнца, спираль – развитие, движение), имели предупреждающую функцию, использовались в качестве оберегов, потом – как украшение [2]. Через орнамент возможно отобразить ритм, форму, симметрию.

Современные дизайнеры активно используют геометрический орнамент, но зачастую этот элемент культуры транслируется без учета символической составляющей орнаментальных изображений. Поэтому в целом ряде случаев приходится сталкиваться с тем, что орнаментальный декор не соответствует тематике дизайнерского продукта, противоречит его назначению, форме, материалу, из которого он изготовлен. Такое проектирование соотносится с процессами стандартизации современного человека, но не способствует созданию оптимистичной и содержательной предметно-пространственной среды [6].

Представляется, что, как явление в стадии становления, дизайн пребывает в постоянном поиске, и еще не разорвал окончательную суть, связывающую его с традиционным прикладным искусством. Обратим внимание на мнение современных авторов о смысле дизайна, который определяется как перспектива «стать уникальным, мощным и эффективным стимулом эстетической и культурной активности общества,

способным возвышать личность, делать её полной самоуважения и достоинства, открывать перед ней пути совершенствования себя и окружающего социального и природного мира» [5]. В стремлении выдвинуть дизайн на первый план в визуальном творчестве возникает стремление заменить дизайном все декоративно-прикладное искусство. Однако, вспомним мнение К. А. Макарова, что декоративное искусство никогда не может быть подменено дизайном, поскольку у него свои функции и иная природа формообразования [4]. Вместе с тем, орнаментальная графика находит применение в самых разных видах дизайна. Прикладная область дизайна распространяется не только на эстетическую сторону составления сообщений, но также на установление новых каналов коммуникации. Орнаментальная графика как объект дизайна имеет свои стилевые характеристики и особенности трансляции на различных носителях. Особенно интересным является использование орнамента в полиграфической продукции, а именно в книгах. В книге существуют самые разные приемы декоративной отделки. Аппликационная функция орнамента эпохи модерн, например, находит широкое применение в мотиве волны или «ударе бича» и становится самоцелью, оказываясь автономным художественным образованием [1]. Будучи средством декоративного украшения книги, орнамент не должен быть равнодушным и пассивным по отношению к содержанию. Его задача – эмоционально воздействовать на читателя, «погружать» читателя в книгу, создавать у него определенное настроение. Кроме шрифта, без которого невозможно восприятие содержания печатной книги и иллюстраций, помогающих читателю осваивать ее содержание, большую роль играет декоративное оформление. Орнаментированные заставки, рамки, буквицы определяют начало и конец текста, объединяют и разделяют его, оживляют переплеты, обложки, титульные листы, форзацы, делают их не только радующими глаз, но и осмысленными. Орнамент в книге должен восприниматься как часть дизайна, которая вместе с другими графическими элементами (шрифт, иллюстрация) участвует в формировании цельного образа книги.

В современных условиях проектирование объектов визуальной коммуникации решает очень важную задачу сохранения и развития региональной культуры, а использование мотивов традиционной орнаментальной графики способствует формированию эстетического вкуса у потребителей. Выраженные культурные тенденции, связанные со стремлением к региональной идентичности, самоопределению, открывают перед орнаментальной графикой неисчерпаемые возможности. Использование дизайнерами орнаментальных мотивов в дизайне упаковки, сувенирной продукции, рекламных носителях отражает запросы общества и пробуждают интерес к элементам традиционной культуры.

Учитывая особенности использования орнаментальной графики в дизайне, следует учитывать знаковый смысл и символичность, а не только декоративность узора. Выразительными средствами орнамента являются композиционное построение орнамента, типизация и ритм. Ритм является организатором любой композиции и вносит динамику. Ритм может задаваться разным расстоянием между элементами, а также изменением размеров. Ритмическое закономерное строение украшений лучше для восприятия.

Ритмическая пропорциональность всех частей орнамента – одно из основных условий, что обеспечивают единство орнаментальной композиции. Типизация в орнаменте – это творческая переработка, видоизменение, преобразование форм реальности в формы орнаментальные. Важное влияние на типизацию оказывают назначение орнамента (для книги, архитектурного сооружения, узора на ткани и др.); материал, на котором орнамент выполняется (бумага, камень, холст и т.д.); техника исполнения орнамента.

На протяжении всей истории искусства можно встретить различные виды орнамента. Каждая народность или даже географическая область имеет свой круг орнаментики. На выбор того или иного декора влияет не только форма украшаемого предмета, но и материал, из которого он был изготовлен, его цвет, фактура. Использование орнамента в разработке дизайн проекта, это новая интерпретация стилей прошедших эпох. Внедрение орнамента в дизайн дает возможность подчеркнуть элитарность, состояние, социальный статус заказчика. Также особенности стилей возможно применить в развитии современных рекламных компаний.

Кем бы ни применялся орнамент для украшения среды обитания современного человека, дизайнером или художником, необходимо помнить о значимости самого орнамента. Ю. Я. Герчук в свое время подчеркнул, что орнамент «поднимает предмет над ограниченностью его практического назначения, делает носителем некоего общего принципа, малой моделью гармонического мирового порядка. Он наделяет вещь своей способностью генерировать ритмы времени, зримо воплощать глубинные представления своей эпохи о структуре окружающего мира» [3]. Об этой важнейшей роли орнамента нельзя забывать современному автору дизайнерских проектов.

Выводы. Таким образом, при работе с орнаментами разработчику необходимо учитывать особенности использования орнаментальной графики в проектировании объектов визуальных коммуникаций. Учесть в работе знаковую и символичность декоративных мотивов, их геометричность, плоскостность, декоративность, стилизацию и образность, а также основные средства организации формы, такие как: композиция (симметрия-асимметрия, статика-динамика, контраст-нюанс, ритм-метр), цвет (контраст, тональность, теплохолодность), художественный образ (смысл, эмоциональность, ассоциативность), формотворческий принцип (геометризм, примитивизм, синтетизм), материал и фактура.

Орнамент можно рассматривать как искусство ритмической организации окружающего мира. Он – неотъемлемая составляющая как различных декоративных композиций в архитектуре, декоративно-прикладном искусстве, ремеслах, так и в мировой художественной культуре в целом.

Список литературы:

1. Бесчастнов, Н.П. Орнаментальные мотивы «клетка» и «полоска» в текстильных рисунках для костюма и интерьера / Н.П. Бесчастнов, И.В. Рыбаулина, А.С. Дембицкая // Декоративно-прикладное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА. – 2019. – № 4. – Часть 2. – С. 30–40.
2. Герчук, Ю. Я. Что такое орнамент? Структура и смысл орнаментального образа / Ю. Я. Герчук. – Москва: Галарт, 1998. – С. 33.
3. Краткие очерки орнаментальных стилей по Овен-Джонсу, Расине, Де-Комону, Перро и Шинье и пр. / под редакцией Ф.Ф. Львова, директора Строгановского Центрального училища технического рисования. – Москва: Типография Т.И.Гаген, 1899. – 185 с.
4. Макаров, К. А. Из творческого наследия. Непризнанный гений (скульптор Дмитрий Цаплин). Декоративное искусство в культуре времени / К. А. Макаров. – Москва: НИИ Рос. Акад. художеств, 1998. – 158 с.: ил.
5. Орнаменты и узоры всех времен, стран и народов. – Москва: АСТ, Астрель, 2010. – 264 с.
6. Роль дизайна в современном мире [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://studopedia.ru/7_178685_rol-dizayna-v-sovremennom-mire.html (дата обращения: 13.03.2023).

Токарева В. В., магистрантка
Научный руководитель: Медведева Е. Р., канд. пед. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
tokareva.vasilisa@list.ru

ПОНЯТИЕ О КИНЕТИЧЕСКОЙ ТИПОГРАФИКЕ

Актуальность темы обусловлена возможностью расширить область выражения кинетической типографики, новой визуальной типографии медиа-искусства, за счет изменения идей, эмоционального вдохновения и красочных выражений.

Анализ кинетической типографики и значение социального вклада при использовании в качестве жанра нового медиа-искусства определяет то, как типография стала очевидной во многих сферах современного общества, выражается, изображается и как можно понять ее ценность, функцию и значение в современном дизайне.

Анализ последних исследований и публикаций. Данный вопрос широко рассматривался в исследовательских трудах западных и отечественных авторов, таких как: Т. Курокава, Ч. Приббл, Е. А. Прохорова, И. С. Мурашкин и другие.

Целью исследования является рассмотрение кинетической типографики и предложение новой формы выражения, которая обеспечивает как выражение в невербальной коммуникации, так и улучшение видимости текста, а также зарубежные случаи кинетической типографики как художественной техники.

Результаты исследования. Шрифты, которые в основном использовались в религиозных книгах, начались с рукописей, написанных монахами в средние века, а после эпохи Возрождения они постепенно использовались в качестве декоративных шрифтов, и спрос на них быстро возрастал. В результате были разработаны различные стили шрифтов, а с развитием итальянского и римского шрифтов были определены различные их типы и начали разрабатываться разные техники декорирования шрифтов.

В настоящее время декоративные шрифты используются в основном для логотипов брендов, а также для логотипов компаний, организаций и вещательных каналов. Обычно они используют каллиграфию или сами разрабатывают модифицированные шрифты и гарнитуры. Декоративная концепция дизайна шрифта использовалась для многих целей, и сегодня художественная сфера типографики расширяется за счет движения символов.

Типографика выходит за рамки выражений 2D и 3D, и можно соприкоснуться с движущейся типографикой, называемой кинетической типографикой. Кинетическая типографика может быть создана с помощью программы для работы с изображениями. Можно выразить визуальную технику и художественное движение типографики с помощью профессиональных программ обработки изображений, таких как After Effect и 4D Cinema. Преимущество этого заключается в том, что удобство использования самого веб-дизайна требует эстетики, и в то же время его можно максимизировать художественно, составляя письма с коммуникативной силой и оригинальностью.

В целом кинетическая типографика имеет характеристику движущейся типографики, в которой сам шрифт является основным движением. Это форма, сочетающая движение и звук в соответствии с поставленной целью, в которой буквы нескольких объектов основаны на концепции с одним направлением.

Кинетическая типографика также называется движущимся текстом или типографикой движения. Объекты двигаются со звуком за пределами области 2D-типографики. Движение и звук составлены в соответствии с концепцией, и есть характеристика, которая передает эмоции и сообщения быстрее, чем любой другой носитель. Кроме того, можно сказать, что это мощный композиционный метод дизайна

композиции букв путем наложения различных типов эффектов на шрифт. В частности, это метод, который отличается движением и свободной аранжировкой, подходящей для музыки, динамикой красочных шрифтов, красочной композицией пропорций и масштабов, а также пространственной связью с формами букв, цветами, звуками и фоновыми изображениями.

Компонентами кинетической типографики являются шрифт, идентичность, скорость, эмоции, узнавание, выравнивание, движение, ритм и чтение), темп и т. д. Компоненты кинетической типографики взаимосвязаны. 2D-графика также влечет за собой те же требования к бумажному пространству, но, в частности, движущийся текст кинетической типографики должен более точно этому соответствовать.

Шрифт, ритм и движение должны быть правильно объединены с концепцией, и они должны иметь четкую идентичность и цель. Композиция раскадровки раскрывает характер концепции и может легко передать четкий посыл шрифта, повествования и идентичности. Соответствующее использование этих элементов позволяет нам уловить замысел пространства и формы букв через художественное взаимодействие концепции. Другими словами, это относится к взаимодействию художественности, функциональности, эстетики, удобочитаемости и декоративности. Четкая читаемость даже в области движущихся изображений является важным ключевым требованием для подачи истории.

Важной характеристикой кинетической типографики является процесс демонстрации визуальной идентичности, то есть быстрое, последовательное, визуальное представление, которое не зависит от соседнего текста, и каждый раз, когда он манипулирует типографской формой, такой как размер слова или относительно большой объем текста. Это можно выразить, показав его на небольшой площади.

Описание временных форм относится к формальному измерению цвета и шрифта при разработке типографики. Тон и голос определяются как вариации произношения, когда единицы произношения, такие как слоги, слова и фразы, сегментируются. Кинетическая типографика может быть визуализирована в аудиальном голосе путем регулировки размера шрифта, преобразования формы и регулировки интонации сообщения этих сегментов. Это действие выходит за рамки символики самого слова, и значение, передаваемое через трансформацию букв, возрастает.

Примеры дизайнерского применения кинетической типографики.

Зарубежный пример кинетической типографики – это фильм под названием «Поймай меня, если сможешь», дизайн – Соул Басс. Дизайн последовательности был разработан с помощью кинетической типографики. Основанный на реальной истории через многогранную двойственность персонажей фильма и высокую степень обмана. Сдержанное движение типографики и иллюстрации добавляет напряжения. В частности, в качестве метода рисования линий использовался эффект удлинения штриха персонажа и непрерывность типографики. Дизайн последовательности заголовков сам по себе является привлекательным способом сделать вывод о напряжении всего фильма и его истории.

Раскадровка «Running Animation» Яна Авендано (рис. 1). Техника движения, которая дает ощущение скорости, сохраняя при этом простую визуальную красоту сдержанного шрифта текста и горизонтального расположения, оригинальна.

Выводы. С помощью каллиграфии и изобразительного искусства, слияние сообщения, визуальной эстетики и звука может быть выражено более глубоко, чем с помощью любого другого средства. Во-первых, понимается концепция проектируемого продукта, и когда концепция того, какой сценарий составить каждое ключевое слово, а также кинетический эффект изображения и звук сливаются воедино, прогнозируется,

что ожидаемое визуальное образовательное представление может иметь значительный эффект.



Рис. 1. Раскадровка «Running Animation» Яна Авендано

Скорость, движение и шрифт типографского потока, соответствующие характеру концепции, являются наиболее важными требованиями, которые необходимо учитывать во время работы.

Список литературы:

1. Курокава, Т. Невербальный интерфейс / Т. Курокава. – Институт инженеров электроники, информации и связи: Омша, 1994. – 266 с.
2. Прибл, Ч. Навстречу 21 веку: межкультурная коммуникация / Ч. Прибл. – Наканисия, 2000. – 153 с.
3. Прохорова, Е. А. О классификации шрифтов и их функциях / Е. А. Прохорова // Вестник Челябинского государственного университета. – 2011. – № 13. – вып. 54.
4. Мурашкин, И. С. Эстетика шрифтов в современной типографике / И. С. Мурашкин, М. В. Решетов // Вестник МГУКИ. – 2016. – Т. 4. – № 72.
5. Вон Гын Джанг. «Танцующая типографика» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://blog-naver-com.translate.Google.com/section/30003523420?_x_tr_sl=ko&_x_tr_tl=ru&_x_tr_hl=ru&_x_tr_pto=sc (дата обращения: 11.11.2022).

Тюркеджи Е.В., магистрантка
Научный руководитель: Медведева Е. Р., канд. пед. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
eua.kukuruza@gmail.com

ВИЗУАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ ДЛЯ КИНОТЕАТРОВ (НА ПРИМЕРЕ КИНОТЕАТРА «ЗВЕЗДОЧКА» Г. ДОНЕЦК)

Актуальность. Для успешного сосуществования в постоянно конкурирующей среде, любому бренду необходимо выделяться, доказывать потребителям, почему именно он заслуживает их внимания. Но для успешной работы недостаточно исключительного предоставления услуг, в век социальных сетей, необходимо проявлять визуальный нарратив, позволяющий только взглянув на изображение, понять, что за бренд перед нами, и какие характеристики и качества он из себя представляет. Упоминание успешных брендов, это упоминание идет всегда в тандеме с

сильным дизайн-решением, такие компании, как: Disney, Apple, Nike, и сотни других стали узнаваемы благодаря сильной визуальной составляющей.

Создать самобытный и запоминающийся фирменный стиль кинотеатра «Звездочка», который будет считываться во всех его составляющих, что поможет выделить облик кинотеатра на фоне конкурирующей среды, запомниться потенциальным посетителям, а также более успешно продвигаться на медиа-платформах в интернет-пространстве. Проблема обусловлена визуально устаревшим логотипом, отсутствием доминантной айдентики, привлекающей внимание визуальной составляющей в рекламе, коммуникациях, интернет-публикациях и так далее.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросами визуальных коммуникаций занимались: Г. Л. Багиев, Т. А. Селезнева, Н. Н. Ярошенко и другие.

Цель исследования – обосновать необходимость ребрендинга и предложить эффективное решение проблемы.

Результаты исследования. В современном мире, где нас окружают бесчисленные объемы информации, любой компании или бренду кроме анализа рынка, необходима также коммуникация с внешним миром, для выстраивания тесных взаимоотношений между субъектами рынка. Для любой компании жизненно важно как привлекать новых клиентов, так и выстраивать долгосрочные, взаимовыгодные отношения с уже существующими. В данном случае мы можем быть солидарны с Г. Л. Багиевым, который считает, что преимущество выбранной компании теперь будет формироваться исключительно методами продвижения [1, с. 51].

Во многих источниках к методам продвижения относят маркетинговые приемы и инструменты, используемые для оповещения потенциальных потребителей, формирования положительного имиджа компании и поддержания позиции среди конкурентов. Г. В. Бороздина трактует продвижение как любую форму распространения информации, направленную на то, чтобы помочь фирме информировать, убедить, напомнить о своих товарах и услугах [3, с. 68].

Ребрендинг в своих работах К. Дори определяет как «комплекс маркетинговых мероприятий коммуникационного характера по изменению бренда или его составных частей. Это активная маркетинговая стратегия для полного обновления бренда. Ребрендинг – чрезвычайно эффективный маркетинговый инструмент, который, при правильном использовании, принесет прибыль» [2, с. 82].

После правильного ребрендинга бренд становится актуальным и более интересным, учитывая текущие потребности участников рынка. Он привносит свежие эмоции, свежие идеи. Хотя иногда требуется полная смена бренда, создание совершенно нового образа, обычно старый бренд не исчезает полностью, так как некоторые элементы узнаваемости сохраняются. Для примера можно рассмотреть этапы ребрендинга элементов фирменного стиля знаменитой компании Apple. Первоначально на их логотипе в 1976 году был изображен Исаак Ньютон, сидящий под деревом. В том же году логотип был изменен и стал выглядеть как разноцветное надкусанное яблоко. Начиная с 1998 года, логотип Apple превратился в простое черное надкусанное яблоко, позже изменив цвет на серебристый с тенью отливом. В этот период времени он снова представляет собой черное яблоко.

Удачный ребрендинг дает возможность организации выйти на новый уровень развития, увеличить уровень лояльности существующих потребителей и даже привлечь новых.

Если формулировать задачи, стоящие перед ребрендингом, более четко, получим следующий перечень:

1. Укрепление лояльности существующих клиентов. Для каждой компании важно удерживать существующего клиента, поэтому ребрендинг должен учитывать потребности

целевой аудитории и быть направлен на повышение лояльности клиентов. Это значительно укрепит позиции организации на рынке.

2. Увеличение числа потребителей. Через свой бренд компания показывает, насколько важен для нее каждый потребитель. Правильный ребрендинг поможет учесть потребности целевой аудитории и не только удержать существующих клиентов, но и создать новые прочные связи [3].

3. Усиление уникальности. На современном рынке существует широкий спектр организаций, поэтому для компании важно подчеркнуть свою уникальность, сделав ее более заметной и дав шанс выделиться из толпы. Схожесть цвета или логотипа с другими компаниями вряд ли гарантирует приток прибыли.

Обоснованием проведения ребрендинга в проектной деятельности послужило полное отсутствие единой стилистической модели кинотеатра Звездочка, что спорно транслируется в современные реалии продвижения брендов, учитывая, что почти все бренды реализуют свои рекламные-кампании и посредством интернет-сети, где визуальная составляющая имеет первостепенное значение.

Исходя из этих положений, автором было принято решить проблемы исследования не просто ребрендингом, а созданием единой айдентики, где будет фигурировать маскот.

Маскот – это своего рода визуальный идентификатор, представляющий компанию или бренд. Использование талисмана вызывает более активный эмоциональный отклик у потребителя, поскольку он вызывает ассоциации с теплыми воспоминаниями из детства, когда человек смотрел на животных, книжные иллюстрации и мультфильмы. Талисман также повышает узнаваемость бренда, в отличие от стандартного шрифтового логотипа. Визуальные образы легче обрабатываются и запоминаются нашим мозгом, а учитывая, что талисман будет появляться почти во всех рекламных роликах кинотеатра, он запомнится потребителям надолго.

Основная идея ребрендинга: создать новый, дружелюбный образ, который можно использовать в качестве маскота, что создает дополнительную гибкость в реализации фирменной продукции и рекламе, так как «Звездочка» перестает быть безликим образом, а становится персонажем, который будет вызывать положительную ассоциацию у посетителей, и влиять на узнаваемость кинотеатра. Уже исходя из названия, происходит более дружелюбный и теплый визуальный ряд, а также беря в расчет, что большую половину кинопроката занимают фильмы и мультфильмы, ориентированные на детскую аудиторию, ребрендинг будет более приемлем.

Старый логотип сделан более строго, и его последующее размещение на материальных атрибутах, а также в онлайн и других рекламных акциях будет создавать более серьезное, сдержанное настроение, что не совсем коррелируется с атмосферой кинотеатра, куда приходят люди, чтобы получить хорошее настроение, что и отражает новый маскот кинотеатра.

Выводы. Таким образом, брендинг является ключом к эффективному функционированию компании на рынке. Его смысл заключается в возможности передать потребителям уникальное послание в виде символов, он должен рождать желание сотрудничества с фирмой, желание приобрести продукт, который выпускает компания. Когда бренд себя изжил – осуществляется ребрендинг, чтобы вдохнуть новую жизнь, новую энергию в бренд компании.

Список литературы:

1. Багиев, Г. Л. Маркетинг: учебник для ВУЗов / Г. Л. Багиев. – СПб.: Питер, 2014. – 160 с.

2. Дори, К. Персональный ребрендинг / К. Дори. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 290 с.

3. Селезнева, Т. А. Бизнес индустрии развлечений и социальная ответственность: эволюция позиций / Т. А. Селезнева, С. И. Батина // Бизнес и стратегии. – 2017. – № 2(07). – С. 51-55.

4. Ярошенко, Н. Н. Индустрия развлечений в современном культурном пространстве России / Н. Н. Ярошенко // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. – 2016. – № 3(71). – С. 122-132.

Черепанов А. В., магистрант

Научный руководитель: Тышкевич Г. А., народный художник Украины, профессор
Донецкий государственный университет, РФ
g.tishkevich@donnu.ru

ОСНОВНЫЕ ФУНКЦИИ И ПРИНЦИПЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ

Актуальность. В настоящее время руководители даже небольших компаний приходят к осознанию того, что корпоративная символика необходима. Но разработать хороший фирменный стиль в начале деятельности компании достаточно не просто. Главная проблема компании состоит даже не в количестве денег, а в осознании своего уникального образа, а идея образа – это основа фирменного стиля. Безликий, ни о чем не говорящий стиль – это отсутствие стиля.

Анализ последних исследований и публикаций. Данный вопрос изучали следующие ученые: В. А. Барежев, А. А. Малькевич, Ф. И. Шарков и другие.

Целью исследования является рассмотрение важных функций и основных принципов проектирования товарных знаков.

Результаты исследования. На основе рекламно-маркетинговых исследований формулируется идея, отвечающая образу компании. Идея стиля является его основой. Какими бы замечательными ни были его отдельные элементы, они теряют смысл и становятся бесполезными, если не объединены одной идеологией. Фирменный стиль является одним из компонентов имиджа компании. Следовательно, продумывая идею стиля компании, надо решить, какой у нее имидж, какой она хочет преподнести себя аудитории: серьезной или веселой, солидной или креативной, современной или консервативной и т. д. [2].

Товарный знак – это один из наиболее современных и актуальных видов рекламы. Многими исследователями он рассматривается как особый вид маркетинговых коммуникаций. Под этим определением понимают набор цветовых, графических, словесных и прочих постоянных элементов, обеспечивающих визуальное и смысловое единство товаров (услуг), всей исходящей от фирмы информации, ее внутреннего и внешнего оформления. Использование стиля компании предполагает единый подход к оформлению, цветовым сочетаниям, образам в рекламе, деловых бумагах, технической и деловой документации, упаковке продукции и пр.

Фирменный товарный знак в жизни организации выполняет следующие важные функции: 1) имиджевая функция. Формирование и поддержка быстро узнаваемого, оригинального и привлекательного образа компании, что способствует повышению ее престижа и репутации. Положительное восприятие фирмы целевой аудиторией переносится и на ее продукцию. Многие люди считают качество товаров с известным товарным знаком, намного превосходящим качество анонимных изделий и готовы заплатить за них больше; 2) идентифицирующая функция. Способствует идентификации товаров и рекламы, указывает на их связь с фирмой и их общее

происхождение; 3) дифференцирующая функция. Выделение товаров и рекламы фирмы из общей массы аналогичных. Он является определенным «информационным носителем» и помогает потребителю ориентироваться в потоке товаров и рекламы, облегчает процесс выбора.

Когда целевая аудитория знает данный знак компании, она с большей долей вероятности обратит внимание на знакомый товарный знак, цвета, шрифты, выделит конкретное рекламное сообщение из общего рекламного шума, который становится с каждым днем все более интенсивным. Использование единого фирменного товарного знака во всех формах рекламной кампании сделает рекламу более целостной. Кроме того, значение этого знака состоит в том, что он позволяет фирме с меньшими затратами выводить на рынок свои новые товары, повышает эффективность рекламы и улучшает ее запоминаемость.

Фирменный товарный знак упрощает разработку маркетинговых коммуникаций, сокращает время и расходы на их подготовку, способствует повышению корпоративного духа, объединяет сотрудников, вырабатывает «фирменный патриотизм», положительно влияет на визуальную среду фирмы и эстетическое восприятие ее товаров (красивый, привлекательный товарный знак повышает эстетическую ценность изделия).

Таким образом, товарный знак компании является сегодня основой всей коммуникационной политики фирмы, одним из главных средств борьбы за покупателя, важной составляющей брендинга. Товарные знаки отличаются своей многочисленностью и многообразием.

Проектирование товарного знака подразумевает совокупность и сочетание элементов (определенных графических объектов и шрифтовых решений), которые обеспечивают единство внешнего вида всех объектов, имеющих отношение к фирме (продукции, упаковки товаров, помещений, оборудования, документации, рекламы, одежды и т. п.) [3]. Сам фирменный стиль является одним из главных рекламных и маркетинговых инструментов любой современной компании. В проектировании товарных знаков большое значение имеет выделение ключевых моментов, определяющих конкурентные преимущества вашего товара [1].

Таким образом, основными принципами проектирования товарных знаков, выделенных нами, являются: принцип научности, принцип доступности, систематичности и последовательности, принцип оптимизма, принцип индивидуального подхода, принцип модернизма, абстракционизма, принцип креативности и творчества, принцип культуросообразности, комплексности, принцип системности, динамичности и открытости, целеустремленности и результативности, принцип эффективности, наглядности, обратной связи. Также отметим принципы амбивалентности и самостоятельности.

Выводы. Проектирование собственного товарного знака компании основывается на оптимальном подборе графических объектов и шрифтовых решений, которые будут использоваться во всей рекламной и корпоративной продукции. В то же время товарный знак компании не может быть похож на любой другой и должен ассоциироваться у потенциального покупателя с конкретной продукцией.

Список литературы:

1. Бареев, В. А. Организация и проведение PR-кампаний / В. А. Бареев, А. А. Малькевич. – СПб.: Питер, 2012. – 131 с.
2. Роль фирменного стиля; Элементы фирменного стиля; Роль фирменного сочетания шрифтов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.advesti.ru> (дата обращения: 05.03.2023).
3. Шарков, Ф. И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учебное пособие, 3-е изд. / Ф. И. Шарков. – М.: Дашков и Ко, 2017. – 270 с.

СОДЕРЖАНИЕ

Полшков Ю. Н. Вступительное слово к сборнику материалов VII Международной научной конференции молодых учёных и студентов «Проблемы развития социально-экономических систем».....	3
Секция «Теория и практика управления экономическими системами»	
Безуглая М. С., Волков Д. А. <i>Научный руководитель:</i> Ялунер А. Ф. Особенности системы управления рисками на предприятиях пищевой промышленности.....	5
Городецкий Е. С. <i>Научный руководитель:</i> Егоров Е. Е. Вопросы использования информационных систем в управлении предприятием.....	8
Ефименко С. А. <i>Научный руководитель:</i> Ялунер А. Ф. Особенности управления региональной экологической безопасностью...	10
Журбинова А. А. <i>Научный руководитель:</i> Романюк Н. В. Концепция «шесть сигм» в системе методов управления качеством, экономическое обоснование ее эффективности на промышленном предприятии.....	13
Каменева А. И. <i>Научный руководитель:</i> Химченко А. Н. Экологическая составляющая экономического роста.....	16
Колесникова В. О. <i>Научный руководитель:</i> Бурденко Е. В. «Зеленая» экономика в российских реалиях.....	19
Кудряшов М. А. <i>Научный руководитель:</i> Соловьев Н. Н. Составляющие системы управления проектами и особенности ее внедрения на современных предприятиях.....	22
Лубская Д. Р. <i>Научный руководитель:</i> Кравец Е. О. Мотивация персонала в условиях цифровизации.....	25
Масалитова А. Р. <i>Научный руководитель:</i> Гришина И. В. Методы повышения эффективности управления малым бизнесом.....	27
Панфилова А. Б. <i>Научный руководитель:</i> Гришина И. В. Роль лидерства в повышении эффективности управления предприятием...	30
Петренко И. Д. <i>Научный руководитель:</i> Ахмедьяров Е. А. «Зеленая экономика» как новый тип экономического развития.....	33
Подопригора А. В. <i>Научный руководитель:</i> Половян А. В. Совершенствование реализации управленческих решений в ПАО «Сбербанк»	35
Прохоренко С. Д. <i>Научный руководитель:</i> Ялунер А. Ф. Использование метода коучинга в системе управления персоналом.....	38
Сиволап А. А. <i>Научный руководитель:</i> Ялунер А. Ф. Особенности применения экологических инноваций на промышленных предприятиях.....	41
Работаева А. В. <i>Научный руководитель:</i> Горбань С. Н. Цифровизация как инструмент антикризисного управления предприятием	44
Солдатенко С. С. <i>Научный руководитель:</i> Ялунер А. Ф. Проблема повышения конкурентоспособности российских товаров.....	46
Солохина В. Ю. <i>Научный руководитель:</i> Ялунер А. Ф. Особенности управления экономикой в условиях глобализации.....	48
Татарнинова В. С. <i>Научный руководитель:</i> Комарницкая Е. В. Антикризисные стратегии развития предприятий.....	50

Терентьева М. Ю. Научный руководитель: Половян А. В.	
Управление инвестиционными проектами в промышленности региона...	53
Федотова Ю. Г. Научный руководитель: Каримова С. А.	
Влияние ESG – рисков на процесс обеспечения качества услуг в нефтегазовой отрасли.....	56
Чебакова М. Д. Научный руководитель: Ялунер А. Ф.	
Методы оценки риска в процессе принятия управленческих решений.....	59
Шаповал А. К. Научный руководитель: Кравец Е. О.	
Управление предприятием в условиях цифровизации.....	61
Секция «Управление персоналом и экономика труда»	
Аганесова К. А. Научный руководитель: Балтачеева Н. А.	
Формирование эффективной системы оценки персонала предприятия.....	65
Акиншина М. В. Научный руководитель: Осипов Д. В.	
Основы адаптации персонала в холдинге ОАО «РЖД».....	68
Алькевич М. А. Научный руководитель: Писарева Ю. С.	
Теоретические подходы к определению понятия трудовой миграции.....	70
Ахмедпашаева А. Ш. Научный руководитель: Елисеева Н. А.	
Управление рабочим временем работников предприятия.....	72
Безкоровайная Е. С. Научный руководитель: Лукьянова К. К.	
Особенности управления персоналом в государственном учреждении.....	75
Белякович Е. А. Научный руководитель: Лукьянова К. К.	
Наставничество как один из методов мотивирования нового персонала.....	78
Бобко Д. В. Научный руководитель: Сердюк О. Ю.	
Недостатки систем премирования и пути их решения.....	81
Божко Д. Р. Научный руководитель: Васильев А. С.	
Ротация кадров как системный элемент управления персоналом организации.....	84
Ватутина К. Н. Научный руководитель: Елисеева Н. А.	
Проблема текучести кадров и пути ее снижения.....	87
Выходцева А. А. Научный руководитель: Шевченко Э. В.	
Мотивация и стимулирование персонала на предприятии.....	90
Гаглюева Э. Б. Научный руководитель: Ибрагимхалилова Т. В.	
Факторы, влияющие на формирования человеческого капитала	92
Гапоненко А. Д. Научный руководитель: Лукьянова К. К.	
Мотивация персонала в современном обществе.....	95
Гринева К. Н. Научный руководитель: Балтачеева Н. А.	
Современные тенденции на рынке труда Донецкой Народной Республики	97
Гришунина Ю. А. Научный руководитель: Ганич Л. В.	
Ключевые показатели эффективности системы KPI – инструмент управления организацией.....	100
Демиденко О. И. Научный руководитель: Штреккер И. А.	
Конкурентоспособность работников на внутрифирменном рынке труда.....	102
Еверзов Н. М. Научный руководитель: Лукьянова К. К.	
Влияние мотивации персонала на сокращение текучести кадров.....	105
Елисеева А. В. Научный руководитель: Писарева Ю. С.	
Трудовые ресурсы и проблемы их рационального использования в современных условиях.....	108
Журавлев Б. А. Научный руководитель: Воробьева О. Г.	
Гендерные аспекты занятости населения и их особенности.....	111

Завгородняя Д. С. Научный руководитель: Лапшина Е. А.	
Управление конфликтами внутри коллектива.....	114
Каравская Я. С. Научный руководитель: Елисеева Н. А.	
Прогнозирование и планирование развития персонала	116
Киевская В. В. Научный руководитель: Елисеева Н. А.	
Внедрение современных методов профессионального подбора кадров	119
Кольцова А. А. Научный руководитель: Шевченко Э. В.	
Эффективные принципы организации развития персонала	122
Лазепниченко Д. М. Научный руководитель: Бунтовская Л. Л.	
Особенности формирования системы мотивации персонала в авиакомпании «Аэрофлот».....	125
Мананкина А. А. Научный руководитель: Очеретко Т. А.	
Роль системы мотивации в управлении персоналом.....	128
Мартынова А. Е. Научный руководитель: Лукьянова К. К.	
Нематериальная мотивация – фактор повышения эффективности труда.....	131
Масленникова В. С. Научный руководитель: Ганич Л. В.	
Оценка развития кадрового потенциала образовательных учреждений: инновационные методы.....	134
Остапченко А. Ю. Научный руководитель: Ганич Л. В.	
Использование технологий машинного обучения в управлении персоналом: преимущества и недостатки.....	137
Панин Е. И. Научный руководитель: Васильев А. С.	
Современные методы обучения персонала на предприятии.....	140
Пашкова К. А. Научный руководитель: Штрекер И. А.	
Система социальной защиты населения Донецкой Народной Республики...	142
Петраш О. В. Научный руководитель: Важинская В. В.	
Влияние государственной образовательной политики на конъюнктуру рынка труда.....	145
Петраш Ю. В. Научный руководитель: Карпенко Н. А.	
Государственное регулирование рынка труда в современных условиях.....	149
Пискунова Е. В. Научный руководитель: Васильев А. С.	
Инструменты управления охраной труда на предприятии.....	152
Романова М. А. Научный руководитель: Шевченко Э. В.	
Организация работы кадровой службы на предприятии.....	155
Сергеев Р. Ж. Научный руководитель: Иванова И. В.	
Аттестация производственных рабочих промышленного предприятия.....	157
Смирнов С. Б.	
Величина минимального размера оплаты труда: соотношение динамики с ростом потребительских цен в России.....	159
Татарченко Ю. А. Научный руководитель: Лукьянова К. К.	
Методы управления конфликтами в организации.....	163
Тимошкова В. Д. Научный руководитель: Очеретко Т. А.	
Совершенствование системы кадровой политики отечественных предприятий.....	166
Устименко В. Д. Научный руководитель: Лукьянова К. К.	
Совершенствование кадровой политики на предприятии.....	169
Федюшина К. В. Научный руководитель: Елисеева Н. А.	
Разработка мероприятий занятости молодежи Донецкой Народной Республики с целью закрепления молодых кадров.....	171

Чернявская В. О. <i>Научный руководитель:</i> Воробьева О. Г. Разработка мероприятий по оптимизации государственной миграционной политики.....	174
Чиркова Д. А. <i>Научный руководитель:</i> Лукьянова К. К. Современные тенденции безработицы в Российской Федерации.....	177
Шевченко В. А. <i>Научный руководитель:</i> Севрюкова С. В. Современные аспекты качества жизни населения в условиях трансформации экономики.....	180
Шеремет А. А. <i>Научный руководитель:</i> Бунтовская Л. Л. Совершенствование системы управления кадровой политикой организации.....	183
Щецура А. В. <i>Научный руководитель:</i> Севрюкова С. В. Совершенствование системы развития и обучения персонала в условиях социально-экономического развития.....	186
Юрьева Ю. С. <i>Научный руководитель:</i> Карпенко Н. А. Внутрифирменная политика оплаты труда на предприятии.....	189
Секция «Международный бизнес и GR-менеджмент»	
Бак И. А. <i>Научный руководитель:</i> Костина Т. В. Перспективы применения нейронных сетей в международном бизнесе.....	192
Бондарь Е. В. <i>Научный руководитель:</i> Костина Т. В. Анализ волатильности рынка Vodafone Group PLC.....	195
Бурко А.Р. <i>Научный руководитель:</i> Воробьева Ю. С. Мировая проблема голода и недоедания.....	198
Мазно К. Э. <i>Научный руководитель:</i> Козаченко Ж. Н. Инвестиционная деятельность банка.....	202
Некрасов М. А., Крачинова А. А. <i>Научный руководитель:</i> Забавина Е. Ю. Проблемы антикризисного управления в банковском секторе.....	205
Простотина Я. Д. <i>Научный руководитель:</i> Козаченко Ж. Н. Франчайзинг как форма международного партнёрства предпринимателей.....	208
Стрюков Н. С. <i>Научный руководитель:</i> Забавина Е. Ю. Управление конкурентоспособностью компании Reckitt Benckiser Group PLC.....	212
Усатюк А. Ю. <i>Научный руководитель:</i> Костина Т. В. Концепция прогнозирования финансового состояния международной компании как базис ее эффективной деятельности.....	215
Филатова А. А., Попов Я. В. <i>Научный руководитель:</i> Воробьева Ю. С. Влияние экологических катастроф на стоимость компании (на примере Норникеля).....	218
Харченко Д. С. <i>Научный руководитель:</i> Костина Т. В. Концепция ESG в fintech отраслях.....	223
Черненко Д. А., Хоменко Д. Д. <i>Научный руководитель:</i> Воробьева Ю. С. Исследование уровня финансовой грамотности населения в Донецкой Народной Республике.....	226
Чернявская А. А. <i>Научный руководитель:</i> Козаченко Ж. Н. Последствия влияния санкций на российскую промышленность.....	230
Эккерт У. С. <i>Научный руководитель:</i> Козаченко Ж. Н. Информационные технологии в корпоративном бизнесе.....	232

Секция «Маркетинг и логистика: теория и практика»

Аброськина А. В. <i>Научный руководитель:</i> Беспятая М. Н. Тара и упаковка в логистике перевозки грузов.....	236
Агамерьянц А. А. <i>Научный руководитель:</i> Чижова Н. Е. Потребительская лояльность как один из факторов эффективности компании.....	239
Акимов А. И., Демина Е. А. Ладецкая М. Д. <i>Научный руководитель:</i> Герасимова Е. А. Логистика снижения аварийности на водном транспорте.....	242
Бабаев М. О. <i>Научный руководитель:</i> Дудник В. В. Конференции и выставки как один из инструментов событийного маркетинга.....	245
Большакова Д. В., Щепеткова К. А., Багрова И. В. <i>Научный руководитель:</i> Сафронов С. А. Развитие российской составляющей коридора «Север-Юг».....	248
Бочарова Е. М. <i>Научный руководитель:</i> Кужелева А. А. Особенности маркетинговой системы досуговых услуг.....	251
Брюханов П. А., Зотова Е. В., Джумаева А. И. <i>Научный руководитель:</i> Куренков П. В. Внешнеторговые перевозки через порт Владивосток.....	254
Власов М. А., Данчина Д. А. <i>Научный руководитель:</i> Карышев М. Ю. Логистика и антилогистика в транспортной отрасли.....	257
Гаврилова Ю. И. <i>Научный руководитель:</i> Ибрагимхалилова Т. В. Трансформация медиарынка в условиях санкций, влияние на построение имиджа компании.....	260
Грошев А. Р. <i>Научный руководитель:</i> Чижова Н. Е. Интернет-маркетинг в продвижении продукции компании «Тех-Tri» (ООО «Гобал костюм») на рынке.....	263
Ёлкин А. Е., Калинин В. Г., Воронкова В. М. <i>Научный руководитель:</i> Сафронов С. А. Логистика контейнерных перевозок в Приморском крае	266
Затынацкая Е. Ю. <i>Научный руководитель:</i> Беспятая М. Н. SMM, как инструмент PR-деятельности в рамках продвижения предприятия.....	269
Земляная П. В. <i>Научный руководитель:</i> Дудник В. В. Оценка эффективности логистической деятельности предприятия и пути ее повышения.....	272
Иванов А. П., Кулагина Э. Д., Хачатрян С. Э. <i>Научный руководитель:</i> Карышев М. Ю. Стратегия контейнерных перевозок в приморском крае	274
Киселев Д. А., Пьянова Е. С., Гузенко В. А. <i>Научный руководитель:</i> Малышева О. В. Цифровая трансформация транспортного рынка.....	277
Конищева А. С. <i>Научный руководитель:</i> Молохова Я. О. Современные тенденции развития цифрового маркетинга как инструмента коммуникации предприятия.....	280
Кравченко М. И. <i>Научный руководитель:</i> Лапшина Е. А. Маркетинг и логистика в условиях цифровизации экономики.....	282

Курганова Н. В., Макарова А. А., Михайлова А. А. <i>Научный руководитель:</i> Малышева О. В. Перспективы и тенденции развития контейнерных перевозок грузов в Приморском крае.....	285
Кутафина Е. А., Захаров А. А., Данилова Ю. Д. <i>Научный руководитель:</i> Герасимова Е. А. Беспилотные транспортные технологии – шаг в будущее.....	288
Лакошка Д. А. <i>Научный руководитель:</i> Дудник В. В. Преимущества и недостатки собственного и арендованного склада.....	291
Ларина И. С., Поливанова Д. К., Калинина Е. Д. <i>Научный руководитель:</i> Куренков П. В. Логистика новых маршрутов грузопотоков с запада на восток.....	294
Николаева Д. В., Степанова Д. Ю., Алексеева Т. А. <i>Научный руководитель:</i> Сафронов С. А. Логистика А-модального букинга транспортных средств.....	297
Новикова Д. И. <i>Научный руководитель:</i> Петенко И. В. Использование платформы Hubspot для максимизации эффективности маркетинговых коммуникаций.....	300
Петров М. Я., Долганова А. С., Медянцева Т. А. <i>Научный руководитель:</i> Карышев М. Ю. Правовая логистика международной деятельности.....	303
Полосков П. А. <i>Научный руководитель:</i> Чижова Н. Е. Управление цепями поставок на предприятии и их совершенствование	306
Пономаренко Д. И. <i>Научный руководитель:</i> Божко Е. В. Сравнительная характеристика производителей кондитерских изделий в Донецкой Народной Республике.....	309
Присяжный Д. В., Головачев М. Д. <i>Научный руководитель:</i> Лебедева А. С. Исследование специфики применения модели совместного потребления в транспортно-логистической деятельности РФ.....	312
Простотина Я. Д., Третьяков М. П. <i>Научный руководитель:</i> Ибрагимхалилова Т. В. Характеристика понятия «транспортно-логистическая инфраструктура», его сущность и подходы.....	315
Пыхтина С. В. <i>Научный руководитель:</i> Авакян Л. А. Разработка международной маркетинговой стратегии.....	318
Савенков А. А. <i>Научный руководитель:</i> Чижова Н. Е. Влияние искусственного интеллекта на маркетинг.....	321
Самойлюк А. И. <i>Научный руководитель:</i> Кужелева А. А. Роль «зеленой» логистики для современного бизнеса.....	323
Свистун П. П. <i>Научный руководитель:</i> Ибрагимхалилова Т. В. Виды патриотической рекламы в России во время специальной военной операции на Украине.....	325
Сидоров О. И., Макаров А. Ю., Козлов С. Л. <i>Научный руководитель:</i> Малышева О. В. Логистика грузовой и коммерческой работы на речном транспорте.....	327
Согоян С. А. <i>Научный руководитель:</i> Пономарева М. А. Анализ российской практики проведения рекламных кампаний, направленных на массового потребителя.....	330

Тереничев Л. В., Минасян К. М., Овчинников В. А. <i>Научный руководитель:</i> Куренков П. В.	
Специфичность логистики перевозок опасных грузов.....	333
Уздемир Е. А. <i>Научный руководитель:</i> Беспятая М. Н.	
Маркетинг в период санкций.....	336
Унгуриян Е. В. <i>Научный руководитель:</i> Чижова Н. Е.	
Особенности «зеленой» логистики.....	339
Усатенко Т. А. <i>Научный руководитель:</i> Чижова Н. Е.	
Информационные логистические системы на предприятии.....	342
Фадеев А. В., Афанасьева В. А., Плетенкова А. И.	
<i>Научный руководитель:</i> Герасимова Е. А.	
Логистика грузовых перевозок на железных дорогах Монголии.....	345
Шилан М. Н., Мамаева Л. Н.	
Амбассадорские программы как инструмент продвижения организации....	348
Секция «Modern economic trends»	
Zholob V. A. <i>Scientific supervisor:</i> Turalina A. G., Eshchenko L. V.	
The world economy under the influence of the anti-russian sanctions.....	351
Kalyuzhnaya I. V. <i>Scientific supervisor:</i> Reva A. O.	
Current state and prospects of development of the international labor market in the context of globalization.....	354
Kovalchuk D. Yu. <i>Scientific supervisor:</i> Boyko A. N.	
Trade and economic relations between the Russian federation and the People's Republic of China.....	357
Koshelets E. A. <i>Scientific supervisor:</i> Reva A. O.	
Modern approaches to the development of motivational policy.....	360
Lemba A. V. <i>Scientific supervisor:</i> Zabavina E. Y., Eshchenko L. V.	
Hedge instruments in risk management.....	363
Mikhailov M. S. <i>Scientific supervisor:</i> Boiko A. N., Eshchenko L. V.	
The role of the entertainment industry in the global economy.....	366
Mustaieva A. M. <i>Scientific supervisor:</i> Vasiliev A. S., Mustaieva D. F.	
Methods of staff motivation in modern conditions.....	369
Nagaytseva K. A., Ovchinnikova P. R. <i>Scientific supervisor:</i> Ishchenko V. V.	
Interdependent persons in tax law.....	372
Palkin M. I. <i>Scientific supervisor:</i> Zabavina E. Y., Eshchenko L. V.	
Methods of dealing with the crisis in The European Union.....	374
Protasevich V. D. <i>Scientific supervisor:</i> Reva A. O.	
Essence of global economic problems and their solution.....	376
Sadovnichenko V. A. <i>Scientific supervisor:</i> Kravchenko V. A., Eshchenko L. V.	
Development of the innovative potential of russia in modern conditions.....	379
Sytnik K. A. <i>Scientific supervisor:</i> Reva A. O.	
Peculiarities of forming the image of the company depending on the target audience	381
Shueva A. <i>Scientific supervisor:</i> Atabekova A.	
Economic security as a component of national security.....	383
Shchetinina D. <i>Scientific supervisor:</i> Gizhko I.	
The growth of e-commerce.....	385

Секция «Региональная идентификация в дизайне»

Беленцова О. В. <i>Научный руководитель:</i> Мальцева Д. М. Скелетная анимация в рекламе и айдентике бренда.....	388
Битюцкая Э. Д. <i>Научный руководитель:</i> Медведева Е. Р. Эстетическое воспитание студентов-дизайнеров.....	391
Курчу А. Н. <i>Научный руководитель:</i> Мальцева Д. М. Характеристика и особенности календаря.....	393
Кусмарова Ю. А. <i>Научный руководитель:</i> Трошкин А. В. Особенности орнаментальной графики в дизайне.....	395
Токарева В. В. <i>Научный руководитель:</i> Медведева Е. Р. Понятие о кинетической типографике.....	398
Тюркеджи Е.В. <i>Научный руководитель:</i> Медведева Е. Р. Визуальные коммуникации для кинотеатров (на примере кинотеатра «Звездочка» г. Донецк).....	400
Черепанов А. В. <i>Научный руководитель:</i> Тышкевич Г. А. Основные функции и принципы проектирования товарных знаков.....	403

Научное издание

Проблемы развития социально-экономических систем

Материалы VII Международной научной конференции
молодых учёных и студентов
(Донецк, 20 апреля 2023 г.)

Том 2

Ответственный за выпуск
председатель Совета молодых ученых экономического факультета
ФГБОУ ВО «ДонГУ» Воробьева Ю. С.

Оргкомитет конференции не несёт ответственности за достоверность информации,
предоставленной в рукописях
Напечатано с оригинал-макета, предоставленного авторами

Под общей редакцией *Ю. Н. Поликова*
Ответственный за выпуск *Ю. С. Воробьева*

Дизайн обложки *К. А. Амирханян*
Технический редактор *Ю. С. Воробьева*

Электронный макет разработан оргкомитетом конференции
в Совете молодых ученых экономического факультета
ФГБОУ ВО «ДонГУ»
РФ, Донецкая Народная Республика, 283015, г. Донецк, ул. Челюскинцев, 186.
e-mail: ef.smo@donnu.ru

Подписано в печать 31.05.2023 г.
Формат 60х84/8. Бумага офсетная.
Печать цифровая. Усл. печ. л. 48,24
Тираж 100 экз. Заказ №31май

Донецкий государственный университет
83001, г. Донецк, ул. Университетская, 24.
Свидетельство о внесении субъекта
издательской деятельности
в Государственный реестр
Серия ДК 1854 от 24.06.2004 г.