

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ

**ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ (ПЕНЗЕНСКИЙ ФИЛИАЛ)**

**НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ НИЖЕГОРОДСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМ. Н.И. ЛОБАЧЕВСКОГО**

ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

МЕЖОТРАСЛЕВОЙ НАУЧНО-ИНФОРМАЦИОННЫЙ ЦЕНТР ПГАУ

ОПЫТ И ПРОБЛЕМЫ РЕФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА НА СОВРЕМЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ: ТАКТИКА И СТРАТЕГИЯ

**Сборник статей
XXI Международной
научно-практической конференции**

24–25 февраля 2022 г.

**Пенза
ПГАУ
2022**

УДК [65.011.8:378.147] (061.2)
ББК 65.290-2+74.580.5
О60

Под редакцией доктора экономических наук, профессора ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского» **Удалова Ф.Е.** (г. Н. Новгород);
доктора экономических наук, профессора ФГБОУ ВО «Финансовый университет при правительстве Российской Федерации» (Пензенский филиал) **Бондаренко В.В.** (г. Пенза).

Опыт и проблемы реформирования системы менеджмента на современном предприятии: тактика и стратегия: сборник статей XXI Международной научно-практической конференции / Министерство науки и высшего образования РФ, Финансовый университет при правительстве Российской Федерации (Пензенский филиал) [и др.]; под ред. Удалова Ф.Е, Бондаренко В.В. – Пенза: Пензен. гос. аграр. ун-т, 2022. – 338 с. – URL: http://mnic.pgau.ru/file/konferencii/2022/Сборник_МК-7-22.pdf. – Текст: электронный.
ISBN 978-5-00196-054-6

В сборнике научных статей представлены результаты научных исследований Российских и Зарубежных исследователей, практиков, изучающих вопросы стратегического менеджмента, управления, применения современных информационных технологий и повышения кадрового потенциала на предприятиях и в организациях различных форм собственности.

The collection of scientific articles presents the results of scientific research by Russian and foreign researchers, practitioners studying issues of strategic management, management, the use of modern information technologies and improving human resources at enterprises and organizations of various forms of ownership.

УДК [65.011.8:378.147] (061.2)
ББК 65.290-2+74.580.5

ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРИ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ КОМПАНИИ

В.И. Абрамов, А.В. Борзов

*Национальный исследовательский ядерный институт МИФИ,
г. Москва, Россия*

В данной работе рассмотрено понятие инновационного потенциала компании и особенности метода его оценки в ходе проведения цифровой трансформации. Обозначена важная роль проведения такой оценки в условиях стремительно меняющихся реалий бизнес-среды. Показано, что достаточный уровень инновационного потенциала предполагает не только развитие компании благодаря способности создавать и увеличивать стоимость за счет применения цифровых технологий, но и её ускоренное развитие в логике постоянного поиска новых возможностей.

Ключевые слова: инновация, цифровая трансформация, цифровые инновации, инновационный потенциал, цифровая зрелость, инновационная активность

Экономические реалии последних лет ясно показали, что ориентация на стратегию инновационного развития является одним из необходимых условий обеспечения конкурентоспособности и долгосрочной устойчивости предприятия. Для того, чтобы быть результативным в условиях современного рынка, предприятие должно уметь быстро реагировать на изменения рыночной конъюнктуры, быть способным в короткий срок переориентироваться для формирования новых предложений и реструктуризации бизнес-моделей, теряющих эффективность [1].

Одной из наиболее острых проблем в мире и у нас в стране является дальнейшее развитие бизнеса в условиях пандемии Covid-19, которая привела к ускорению процессов цифровизации экономики и общества в целом. Вместо термина VUCA-мир (акроним от слов волатильный, неопределенный, сложный и неоднозначный) постковидное состояние человечества и его окружения и его последующее развитие предлагается называть BANI-мир (хрупкий, тревожный, нелинейный и непонятный) [2]. В этих условиях переход на инновационные цифровые технологии дает новые ресурсы и создает потенциал экономического роста у нас в стране. Именно поэтому поставлена задача совершить необходимый рывок в программе «Цифровая экономика Российской Федерации». Цифровые технологии также могут играть ключевую роль в обучении сотрудников, обмене знаниями, реализации инновационных идей, в том числе и в социальной сфере [3].

В быстро изменяющихся условиях, когда старые модели перестают работать, необходимым фактором устойчивой конкурентоспособности предприятия является цифровая трансформация. Цифровая трансформация представляет собой стратегическую трансформацию всех аспектов бизнеса, которая образует новую экосистему, где технологии создают и приносят многогранность во взаимодействие заинтересованных сторон, позволяя компании быстрее адаптироваться к меняющимся обстоятельствам [4].

Важно понимать, что цифровая трансформация представляет собой долгий и непрерывный процесс изменений, успех которой зависит от уровня цифровой зрелости, выражающейся в степени владения соответствующими компетенциями и способностью предприятия создавать и увеличивать стоимость благодаря использованию цифровых технологий [5]. В работе [6] перечислены основные проблемы и трудности, возникающие у компаний в ходе цифровой трансформации и в процессе повышения цифровой зрелости. Определение уровня своей цифровой зрелости – ценное знание, получение которого дает компаниям возможность осознанно спланировать свою дальнейшую деятельность [7]. В зависимости от уровня цифровой зрелости предприятие может выявить желаемый и возможный уровень цифровой зрелости, обнаружить области развития и адаптивно подойти к задаче по разработке наиболее эффективной стратегии цифровой трансформации.

Для того, чтобы успешно реализовывать свои возможности на всех этапах трансформации, компании необходимо постоянно повышать уровень цифровой зрелости [7]. Вместе с тем, компании необходимо вести непрерывный поиск инновационных решений, так как в текущих реалиях инновации быстро устаревают либо копируются конкурентами. В работе [8] представлено исследование, которое свидетельствует о личностной, индивидуалистической принадлежности инновационного потенциала.

Необходимая компаниям цифровая трансформация напрямую связана с внедрением технологических инноваций. При этом очевидно, что принятию решения о выборе и внедрении технологии в промышленную эксплуатацию должны предшествовать анализ на соответствие выбранной технологии стратегическим целям компании, определение ее коммерческой зрелости, а также готовности инфраструктуры и стейкхолдеров [9].

Определяющим фактором, который позволяет компаниям вести свои инновационные преобразования в различных сферах и определяет их готовность к процессу трансформации, является уровень инновационного потенциала. Инновационный потенциал в значительной степени влияет на выстраивание системы инновационного управления в целом. Благодаря своей инновационности компании могут формировать более эффективные ответы на возникающие угрозы путем быстрого поиска новых возможностей и альтернативных способов развития. Кроме того, значительно повышается приспособляемость к изменяющимся условиям и адаптивность управления, а также расширяется арсенал используемых технологий и продуктов, спектр принятия ключевых управленче-

ских решений. Таким образом, инновационный потенциал позволяет наращивать как инвестиционные, так и материальные активы, имеющие впоследствии конверсию в коммерциализацию и потребительский спрос. Высокий уровень данной характеристики предприятия выражает его большую относительную экономическую безопасность и устойчивость при изменениях внешней среды.

В контексте быстрой и значительной изменчивости условий для бизнеса инновационный потенциал играет определяющую роль в процессах поиска инноваций и возможностей для роста. Такие инновации, ориентированные на цифровую трансформацию компании, предлагается рассматривать как цифровые инновации. Цифровая инновация определяется как создание (и, как следствие, изменение) рыночных предложений, бизнес-процессов или моделей в результате использования цифровых технологий. На рисунке 1 представлена структура цифровых инноваций [10].



Рисунок 1 – Структура цифровых инноваций

Первая категория связана с использованием цифровых технологий для разработки инновационных продуктов или услуг. Вторая категория относится к оптимизации цифровых бизнес-процессов, дающей возможность повысить качество обслуживания или расширить производственные возможности. Внедрение цифровых продуктов и услуг, а также бизнес-процессов, становится основной предпосылкой к созданию цифровой бизнес-модели организации в целом.

За основу оценки инновационного потенциала компании с учетом специфики цифровых инноваций в ходе цифровой трансформации предлагается взять системную методологию оценки инновационного потенциала. Данная модель представляет собой экономико-математическую модель оценки инновационного потенциала на микроуровне, которая выражается следующей зависимостью:

$$IP = PIN \times IC \times IK, (1)$$

где IP – индекс (0–1) инновационного потенциала; PIN – индекс потенции личности инноватора; IC – индекс умений личности инноватора; IK – индекс оценки идеи инноватора [11]. Каждая из этих компонент уравнения интерпретируется при помощи различных методов и алгоритмов. Так, индекс потенции личности инноватора PIN рассчитывается при помощи метода квалитетриче-

ской оценки. Описание индекса умений личности инноватора ИС производится при помощи трехступенчатых дискретных шкал оценки, в которых знания подразделяются на отсутствующие, первичные и развитые, а навыки - на отсутствующие, первичные и повторные. И, наконец, индекс оценки идеи инноватора рассчитывается с помощью экономико-математического выражения: $IK = IM \times IT$, где IM – индекс (0–1) влияния идеи на рынок (новизна); IT – индекс технологической готовности идеи. Таким образом, данная модель оценки инновационного потенциала позволяет перевести такие качественные характеристики компонентов инновационного потенциала как потенции, умения и идеи в количественные, индексные переменные.

Инновационный потенциал, ориентированный на цифровую трансформацию и использование цифровых технологий, логично назвать цифровым потенциалом. На данный момент научное сообщество еще не сошлось в едином мнении относительно определения данного термина. Существует несколько определений, где основная функция и роль цифрового потенциала заключается в определении возможностей предприятия к развитию использования цифровых технологий, а также постановке необходимых задач для достижения необходимого уровня цифровизации организационных процессов, что не отражает способности компании к инновационному развитию.

Подводя итоги теоретического анализа работ и методологий, связанных с оценкой инновационного потенциала, можно сформулировать следующие выводы. Оценка инновационного потенциала ориентирована на уровень подготовки персонала в организации, в первую очередь топ-менеджеров и управленческой команды в целом. Такая оценка формируется из таких составляющих, как умения, навыки, идеи, лидерство, вовлеченность, корпоративный климат и культура и др. Учет всех этих факторов может способствовать переходу к новой системе повышения эффективности цифровой трансформации компании.

Список использованных источников

1. Bolewski, A., Piletska S. Topical issues in analysis of the innovative potential of enterprises: дис. – National Aviation University, 2021.
2. Grabmeier, S. BANI versus VUCA: a new acronym to describe the world / Blog. Grabmeier S. 2020. [Электронный ресурс]. URL: <https://stephangrabmeier.de/bani-vs-vuca> (дата обращения: 21.10.2021).
3. Нестеренко, Е.С. К вопросу о значении цифровизации в трансформации экономики государства / Е.С. Нестеренко // Актуальные проблемы экономики и менеджмента. – 2020. – № 6 (26). – С. 85-94.
4. Ross, J. Digital success requires breaking rules. / MIT Sloan Management Review, - 2019.: <https://sloanreview.mit.edu/article/digital-success-requires-breaking-rules/>.

5. Оценка цифровой зрелости для повышения эффективности. [Электронный ресурс] – URL: <https://www.bcg.com/ru-ru/capabilities/digital-technology-data/digital-maturity>

6. Абрамов, В.И., Борзов А.В. Цифровые технологии в менеджменте: трудности внедрения и перспективы / В.И. Абрамов, А.В. Борзов // Актуальные вопросы экономической теории: развитие и применение в практике российских преобразований: материалы X Международной научно-практической конференции. Уфа: УГАТУ, 2021. – С. 118-123.

7. Абрамов, В.И., Борзов А.В., Семенов К.Ю. Теоретико-методологический анализ моделей цифровой зрелости для российских компаний / В.И. Абрамов, А.В. Борзов, К.Ю. Семенов // Известия высших учебных заведений. Серия «Экономика, финансы и управление производством». – 2021. – № 04(50). – С.42-51. DOI: 10.6060/ivecofin.2021504.566.

8. Абрамов, В.И. Теоретико-методологический анализ принадлежности инновационного потенциала // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2012. – № 5(91). – С. 5-8.

9. Ценжарик, М.К., Крылова Ю.В., Стешенко В.И. (2020) Цифровая трансформация компаний: стратегический анализ, факторы влияния и модели. Вестник Санкт-Петербургского университета. Экономика. Т. 36. Вып. 3. С. 390–420. <https://doi.org/10.21638/spbu05.2020.303>

10. Nambisan, S., Lyytinen, K., Majchrzak, A., Song, M. Digital innovation management: reinventing innovation management research in a digital world. MIS Quarterly. 2017. – 41(1), С.223-238.

11. Абрамов, В.И. Методология оценки инновационного потенциала: автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук. – Санкт-Петербург, 2012. – 38 с.

FEATURES OF THE ASSESSMENT OF INNOVATIVE POTENTIAL IN THE DIGITAL TRANSFORMATION OF THE COMPANY

V.I. Abramov, A.V. Borzov

*National Research Nuclear University MEPhI,
Moscow, Russia*

In this paper, the essence of the innovative potential of the company is considered, as well as the features of methods for its assessment during the digital transformation. The important role of conducting such an assessment in the rapidly changing realities of the business environment is outlined. It is shown that a sufficient level of innovation potential implies not only the development of the company due to the ability to create and increase value through the use of digital technologies, but also accelerated development in the logic of a constant search for new opportunities.

Keywords: innovation, digital transformation, digital innovation, innovation potential, digital maturity, innovation activity

РЕИНЖИНИРИНГ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ В УСЛОВИЯХ ВНЕДРЕНИЯ СОВРЕМЕННЫХ МЕТОДОВ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Э.А. Авхадиева, Е.А. Ехлакова, В.Н. Макришин*

*Казанский государственный энергетический университет,
г. Казань, Россия*

**Казанский (Приволжский) федеральный университет,
г. Казань, Россия*

В статье затрагиваются основные шаги по реинжинирингу бизнес-процессов на предприятии. Раскрываются стадии описания и моделирования бизнес-процессов, а также эффективные методики для пересмотра стиля управления организацией.

Ключевые слова: реинжиниринг бизнес-процессов, бизнес, управление, предприятие, моделирование, процессный подход

Когда руководство компании приходят к идее реинжиниринга, оно понимает, что этот проект будет нести за собой риски. Грубо говоря, переосмысление бизнеса может осуществляться только от непосредственного начальства до исполнителя (исполнителем может выступать менеджер). Отзывы показывают, что около пятидесяти процентов проектов реинжиниринга, к сожалению, провалились. Поэтому, идя на такой серьезный шаг, руководители должны чётко понимать: при каких условиях будет успех проекта, а при каких их идеи приведут к неудачам [1].

Основные принципы и методы реструктуризации бизнес-процессов:

– Несколько задач компании объединяются в одно полноценное дело. На данный момент в компаниях тратится большая часть времени не на саму работу, а на взаимодействие между коллегами (изучение недостатков заданной задачи, выявления подробностей по делу), в то время как такие контакты зачастую не конструктивны и не имеют ценности. Объединение нескольких задач как раз—таки выполняется для минимизирования взаимодействия между мелкими делами.

– исполнители самостоятельно принимают решения. Данный принцип способствует уменьшению контакта с руководителями на протяжении всего процесса. Вместо того, чтобы сразу идти к начальству с просьбой дать ответ на ваш запрос, что, естественно, затормаживает весь процесс работы, сам сотрудник начинает делегировать для принятия индивидуальных решений. В последствии компании имеют: меньший расход времени обсуждения рабочих вопросов, а также повышается эффективность принятия решений;

– работа над процессом осуществляется в их естественном чётком порядке. Фундаментальное переосмысление и радикальное перепроектирование бизнес-процессов, т.е. реинжиниринг даёт возможность не добавлять аксессуарных требований, чтобы работа была четко и слажено выполнена;

– работа может выполняться в удобном месте для самого работника. Организационная структура и границы компании должны дать возможность исполнителям работать там, где им наиболее приятно. От этого метода будет рост эффективности и качества разрабатываемого продукта, а также повысится работоспособность компании;

– исполнители могут творчески подходить к решению задач. Все работники разны по своей сути. Кто-то может успешно работать по шаблону, а кому-то требуется внести творческую нотку в реализацию проекта. Именно из-за этого исполнители могут выполнять задачи, смотря на них с разных углов. Варианты решения проблем могут выбираться в зависимости от ситуации [2].

Реструктуризация бизнес-процессов может осуществляться только сверху вниз (от руководства к менеджеру) командами, специально созданными для этого на предприятии.

Проект реконструкции состоит из следующих этапов:

1. Моделирование, прогнозирование и анализ существующих бизнес-процессов.

2. Деконструктивизация и совершенствование основных бизнес-процессов.

3. Внедрение и воплощение свежих бизнес-процессов.

При выполнении первого шага следует помнить, что организационная структура и схема процессов компании - это совершенно разные вещи. В процессе может участвовать несколько подразделений компании или, наоборот, в одном отделе может быть несколько транзакций. Первостепенными процессами производственного предприятия являются разработка продукции, планирование и поддержка клиентов, развитие производственных мощностей, общение с клиентами и выполнение заказов. Особенности продукта включают разложение, его разработку, планирование и поддержку клиентов, наращивание потенциала, общение с заказчиками и выполнение заказов. Каждую из этих операций можно разделить на ряд подзадач. Скажем, выполнение заказов включает в себя сбор требований, а также планирование объема производства, поставку необходимых материалов и компонентов, производство, доставку, техническое обслуживание и переработку (утилизацию) [3].

Последствия реструктуризации бизнес – процессов следующие:

1. Происходит преобразование от функциональной структуры агрегатов к командам операций. Такого типа горизонтальная структура способствует решению проблем несогласованности и зачастую даже несоответствия деятельности.

Работа исполнителей становится наиболее ясной. Тут говорится об обогащении работы менеджера, что само по себе может стать авторитетным фактором в мотивации его работы.

Вместо выполнения задач, находящихся под контролем, сотрудники принимают решения самостоятельно и по своему усмотрению выбирают возможные варианты достижения своих целей. Менеджеры не обязаны и не должны ждать указаний сверху, а вынуждены действовать по собственной инициативе в рамках значительно расширенных полномочий.

Оценка производительности труда и заработной платы варьируется от оценки деятельности до оценки результатов. После переоснащения техническая команда несет ответственность за результаты процесса, и в этом случае компания может оценить эффективность команды и произвести соответствующую оплату за результат [2].

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что подобный подход в менеджменте, ориентированный на фундаментальное переосмысление и радикальное перепроектирование процессов производственной деятельности существенно улучшает такие ключевые для современного бизнеса показатели, как результативность, затраты, качество, уровень обслуживания клиентов и оперативность.

Список использованных источников

1. Бовыкин, В.И. Новый менеджмент: управление предприятием на уровне высших стандартов; теория и практика эффективного управления. - М.: Экономика, 2007. – 368 с.
2. Робсон, М. Практическое руководство по реинжинирингу бизнес - процессов/ Робсон М. – Москва: Аудит, 2008. – 112 с.
3. Цоглева, Л.Н. Радикальный реинжиниринг производства / Л.Н. Цоглева. – Москва: ИНФРА - М, 2010. – 245 с.

REENGINEERING OF BUSINESS PROCESSES IN THE CONDITIONS OF THE INTRODUCTION OF MODERN METHODS OF ENTERPRISE MANAGEMENT

E.A. Avkhadieva, E.A. Ekhlakova, B.N. Makrishin*

*Kazan State Power Engineering University,
Kazan, Russia*

**Kazan (Volga Region) Federal University,
Kazan, Russia*

The article touches upon the main steps for reengineering business processes in an enterprise. The stages of description and modeling of business processes are revealed, as well as effective methods for revising the style of managing an organization.

Key words: business process reengineering, business, management, enterprise, modeling, process approach

СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ НА ПРИМЕРЕ ПАО «СИБУР ХОЛДИНГ»

Д.А. Ануфриев, Е.А. Ехлакова

*Казанский государственный энергетический университет,
г. Казань, Россия*

В статье проведен анализ стратегии развития предприятия. Определены задачи и значение стратегии развития в организации, приведена общая характеристика предприятия, изучены особенности прогнозирования стратегии развития.

Ключевые слова: стратегия развития, общество, задачи, миссия, рынок, компания

Успех любого предприятия в современных условиях невозможен без выстраивания устойчивой долговременной стратегии. Благодаря постоянно растущей конкуренции на российском и международном рынке, все крупные предприятия разрабатывают стратегию развития на пять, десять или двадцать лет вперед, которую каждый может изучить на сайте компаний и увидеть в каком направлении движется их деятельность [2, с.42].

Стратегия планирования развития – это мощный инструмент предприятий, который позволяет адаптировать и продвигать бизнес в рыночной и общественной среде. С помощью стратегии развития предприятие наглядно демонстрирует общественную пользу, которую оно приносит своей деятельностью. Разработка стратегии развития предприятия включает в себя пошаговый принцип создания эффективного инструмента продвижения компании [1, с.108]. Первоначально определяется миссия предприятия, описывающая роль компании в жизни общества и пользу для потребителей. Затем ставятся задачи, которые возможно решить при помощи стратегии развития, такими задачами в основном являются:

- Обновление образа предприятия;
- Планирование результатов по ключевым показателям деятельности компании;
- Разработка плана реализации стратегии;
- Составление графика действий по внедрению стратегии;
- Назначение ответственных лиц за реализацию стратегии.

Это лишь часть основных задач при разработке и реализации стратегии развития предприятия.

Рассмотрим «Стратегию устойчивого развития» крупнейшей нефтегазо-химической компании России ПАО «Сибур Холдинг». Данная стратегия появилась 17 декабря 2019 года и рассчитана на ближайшие 5 лет. Миссия компании гласит: «Меняться самим и менять окружающий мир к лучшему». Это говорит о том, что компания, занимаясь своей очень непростой основной деятельностью будет прилагать усилия для сохранения природных ресурсов и пытаться сделать комфортным жизнь общества вокруг себя.

Сама же стратегия развития компании разделена на 5 основных глобальных задач, а именно:

- Ответственное ведение бизнеса
- Охрана окружающей среды
- Общество и партнерство
- Устойчивый продуктовый портфель
- Снижение климатического воздействия [3].

Ответственное ведение бизнеса задействует охрану труда, промышленную безопасность, управление персоналом и комплаенс. Планируется ежегодно сокращать количество производственных травм на 5 %, к 2025 году снизить количество смертельных случаев до нуля, увеличивать вовлеченность сотрудников, приумножить долю женщин в компании и развивать корпоративные навыки сотрудников.

Деятельность Сибура в сфере охраны окружающей среды ориентирована на снижение рисков и сокращение негативного воздействия, применение передового опыта и технологий, соблюдение законодательных и международных требований в области экологии.

В рамках целей для партнерств и общества компания планирует развивать социальное предпринимательство, вовлекать сотрудников в волонтерские и социальные проекты, обучать сотрудников компании и сотрудников компаний-партнеров, заключить не менее двух международных партнерств, активно участвовать в инициативах, направленных на ответственное отношение с полимерными отходами.

Устойчивый продуктовый портфель будет достигаться благодаря разработке новых безопасных для потребителей и окружающей среды продуктов и следованию принципам экономики замкнутого цикла на всех этапах жизненного пути продукта.

Для снижения климатического воздействия Сибур будет стремиться сокращать выбросы парниковых газов от производства путем повышения энергоэффективности, развития и внедрения низкоуглеродных технологий.

По окончании каждого квартала на сайте компании публикуются отчетности по достижению конкретных задач из программы устойчивого развития, более подробные отчеты выходят ежегодно. Проанализировав отчет за 2021

год, можно понять, что большинство этих глобально сложных задач на ближайшие пять лет постепенно реализовываются в соответствии с графиком.

Ознакомившись со стратегией развития ПАО «Сибур Холдинг», можно сделать вывод о том, что современной, конкурентоспособной сильной компании необходимо выстраивать свою стратегию, ориентированную на сохранение и преумножение природных благ, развитие сотрудников, повышение комфортабельности жизни общества, крупные партнерские соглашения, современные тенденции развития общества, международные стандарты ведения бизнеса и декларации ООН. Но самое главное конечно не сама стратегия развития, а ее качественная реализация и понимание всей огромной ответственности предприятий, которой они на себя возлагают. Такие компании лидируют на российских и международных рынках, их знают и изучают крупнейшие инвесторы мира, люди к таким предприятиям относятся с уважением.

Список использованных источников

1. Лысоченко, А.А., Свиридов О.Ю. Теоретические основы стратегического управления. – Москва: Содействие - XXI век, 2016. – 420 с.
2. Малюк, В.И. Стратегический менеджмент. Организация стратегического развития. – Москва: Юрайт. 2017. – 362 с.
3. ПАО «СИБУР-Холдинг» [Электронный ресурс]: <https://www.sibur.ru/compliance/>

ISTRATEGIES FOR THE DEVELOPMENT OF ENTERPRISES ON THE EXAMPLE OF PJSC SIBUR HOLDING

D.A. Anufriev, E.A. Ekhlakova

*Kazan State Power Engineering University,
Kazan, Russia*

The article analyzes the enterprise development strategy. The tasks and significance of the development strategy in the organization are determined, the general characteristics of the enterprise are given, the features of forecasting the development strategy are studied.

Key words: development strategy, society, tasks, mission, market, company

ИЗУЧЕНИЕ МЕТОДОВ ИССЛЕДОВАНИЯ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ КАК СПОСОБ ВЫСТРАИВАНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ ОТЕЛЯ

А.А. Ануфриева

*Санкт-Петербургский государственный экономический университет,
г. Санкт-Петербург, Россия*

Статья посвящена анализу методов исследования целевого сегмента отеля. В статье определены критерии, с помощью которых можно производить сегментирование потребительского рынка, и выявлены некоторые методы изучения потребителей, потребительского спроса.

Ключевые слова: гостиничный маркетинг, продажи в гостинице, каналы продаж в отеле, целевая аудитория, сегментирование

Основная цель отдела маркетинга и продаж отеля заключается в продвижении услуг и в обеспечении нового притока клиентов, а также сохранение постоянных гостей в своей клиентской базе. Маркетинг в отеле можно определить как систему управления и организацию деятельности предприятия по разработке, организации и предоставлению услуг, основанную на комплексном учете процессов происходящих на рынке, ориентированных на удовлетворение потребностей целевого сегмента и обеспечение достижения отелем своих целей.

Маркетинг – социальный процесс, с помощью которого компании и индивидуумы обмениваются созданной ценностью с целью удовлетворения своих потребностей – так определяет маркетинг Ф.Котлер. В период 2020 и 2021 года произошли изменения покупательского поведения в связи с пандемией COVID-19. Многие отели потеряли своих основных гостей и были вынуждены искать новых потребителей своих услуг, что в свою очередь ведет к изменению маркетингового плана отеля, способов продвижения и обновлению коммуникационной политики. В гостиничной индустрии потребитель является центром внимания производителя услуг (персонала гостиничного предприятия). Для эффективной реализации гостиничных услуг необходимо понимать гостя, его поведение, мотивы выбора услуг той или иной гостиницы, его ожидания и потребности.

По сути, основная цель, стоящая перед отельерами в период пандемии и постковидный период – найти и создать новую ценность своих услуг, которая актуальна для современных потребителей, а главную задачу можно охарактеризовать как поиск способов полезной реализации имеющихся активов на основе выявленных целевых сегментах. Другими словами, получение дохода теми

доступными и возможными способами, которые предлагает рынок в сложившихся обстоятельствах.

В основу современной концепции маркетинга положены идеи удовлетворения потребностей потребителей. Целевая аудитория – аудитория, на которую, в первую очередь, целевым образом направлена маркетинговая коммуникация, это и потенциальные покупатели товаров и услуг. Целевая аудитория имеет общие или схожие признаки; представление о «качестве» услуги (звездность отеля), предпочтения к способу бронирования. Зная целевую аудиторию, предприятию проще разрабатывать свою стратегию.

Для определения целевой аудитории необходимо провести сегментирование рынка. Это процедура разделения рынка на однородные группы потребителей. Для сегментирования потребительского рынка необходимо установить критерии. Выделяют основные и специфические признаки, они отражены в таблице 1.

Таблица 1 – Признаки сегментирования потребительского рынка

	Признак	Показатель
основные	Демографический	Возраст, пол, наличие детей, религия
	Географический	Область, тип населенного пункта, климат
	Социально-экономический	Доход, образование, класс
специфические	Психографический	Стиль жизни
	Покупательские мотивы	Желаемый эффект
	Покупательское поведение	Интенсивность потребления, марка
	Чувствительность к инструментам маркетинга	К цене, рекламе, качеству обслуживания

Средствам размещения, проводя сегментирование рынка, в первую очередь следует учитывать и брать во внимание такие признаки как: пол, возраст, уровень дохода потребителя. В соответствии с одной из моделей поведения покупателя этот механизм включает в себя: осведомленность, интерес, желание, действие. Очень важно знать, как и когда покупатель начинает проявлять интерес к товару, под воздействием каких факторов формируется его желание или необходимость воспользоваться гостиничными услугами, как направить это желание на конкретную гостиницу.

Выбор покупателя складывается из совокупности некоторых факторов, которые в большей степени на него влияют. Выделяют четыре группы факторов. Наглядно это изображено в виде схемы на рисунке 1.

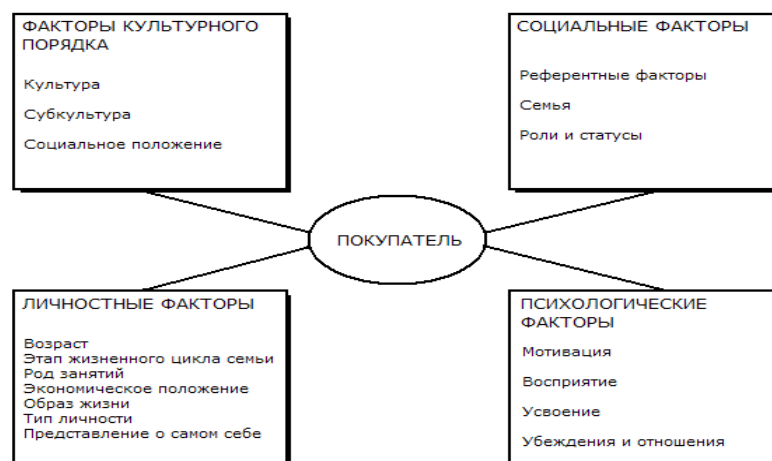


Рисунок 1 – Факторы, влияющие на поведение потребителей

Как видим, это факторы культурного порядка, социальные факторы, личностные и психологические.

Культура – это ценности человека, желания, поведенческие особенности, которые он усваивает, живя в обществе. Специалисты по маркетингу постоянно пытаются определить тенденции изменений в культуре, чтобы разрабатывать новые товары и услуги, которые формирующийся рынок способен оценить. Например, тенденция современного мира к здоровому питанию и образу жизни привела к появлению во многих гостиницах спортзалов, SPA-салонов.

Общественные классы – это относительно стабильные неупорядоченные подразделения человеческого общества, члены которых имеют сходные интересы, ценности и поведенческие нормы.

Социальные группы. Большое влияние на поведение, выбор человека оказывает его окружение, которое представляет различные социальные группы. Референтные группы – группы, которые влияют на позицию и поведение индивида и с которыми он прямо или косвенно сравнивает свои поступки. Сегодня один из самых быстрых способов, при помощи которого можно добраться до своей целевой аудитории – это инфлюенсеры, лидеры мнений, блогеры, поэтому сотрудничество с блогерами сейчас на пике спроса. Эти люди демонстрируют стиль жизни; формируют жизненные установки, концепцию, потенциальные потребители хотят быть похожими на них. В каждой роли содержится указание на статус индивида – его положение в обществе, который отражает большее или меньшее уважение к нему со стороны других членов группы. Например, один бизнесмен бронировал номер люкс класса и очень расстроился, когда ему предложили заселиться в номере класса стандарт. Однако причиной его расстройства было не то, что в стандартном классе хуже обслуживание, а то, что его знакомые могли бы подумать о нем.

Личностные факторы. Материальное положение сильно влияет на характер и количество совершаемых ими путешествий и пользование гостиничными услугами. Переживая экономические трудности, потребители снижают расходы

на отдых, поездки, питание в ресторанах, развлечения. Занимаясь маркетингом, необходимо наблюдать за тенденциями в распределении доходов, наличии сбережений и процентных ставок на вклады. Если экономический барометр предсказывает спад, необходимо срочно изменять позиционирование и ценовую политику. И наоборот, период экономического процветания создает новые благоприятные возможности.

Интерес людей к определенным товарам или услугам с течением времени и под влиянием различных внешних факторов видоизменяется. Поэтому целевая аудитория может меняться, и ее выявление – это не однократное мероприятие. Сегодня маркетинг – это уже не столько анализ сложившихся на рынке спроса и структуры потребительских предпочтений, сколько поиск возможностей для расширения емкости рынков, прогнозирование будущих потребностей. Чтобы успешно конкурировать на рынке сегодня, необходимо заблаговременно предвидеть и предугадывать малейшие изменения в предпочтениях, нуждах и запросах потребителей, заранее перестраивая под них свою производственную программу.

Зная критерии, признаки своего покупателя, составив портрет покупателя, можно ответить на вопрос, как найти свою целевую аудиторию. Проведенный в статье анализ методов исследования целевой аудитории нельзя считать исчерпывающим, однако изложенные идеи и выводы могут вызывать интерес и послужить основой других исследований.

Список использованных источников

1. Баумгартен, Л.В. Маркетинг гостиничного предприятия: Практикум / Л.В. Баумгартен. М.: Вузовский учебник: ИНФА-М, 2016. – 162 с.
2. Гладких, Я.Н. Роль целевого потребителя в современном маркетинге/ Я.Н.Гладких, Д.М. Пузикова // АЛЛЕЯ НАУКИ . – 2018. – №6 (22). – С. 201-207.
3. Салманлы, А.А. Управление доходами, как неотъемлемая часть маркетинга //Стратегии и современные тренды развития предприятий туристского и гостиничного бизнеса. – 2020. – С. 224-233.
4. Семенова, Л.В. Маркетинг гостиничного предприятия: учебное пособие / Л.В. Семенова, В.С. Корнеевец, И.И. Драгилева. – Москва: Дашков и К°, 2016. - 204 с.
5. Суворова, И.Н., Старостина М.И. Каналы сбыта гостиничных услуг и коммерческие аспекты мотивации их участников // Научный вестник МГИИТ. – 2019. – №. 3. – С. 47-55.

THE STUDY OF RESEARCH METHODS OF THE TARGET AUDIENCE AS A WAY OF BUILDING THE MARKETING POLICY OF THE HOTEL

A.A. Anufrieva

*St. Petersburg State University of Economics,
Saint Petersburg, Russia*

The article focuses to the analysis of research methods of the target segment of the hotel. The article defines the criteria by which it is possible to segment the consumer market, and identifies some methods of studying consumers, consumer demand.

Key words: hotel marketing, hotel sales, hotel sales channels, target audience, segmentation

УДК 316.46

РОЛЬ ЛИДЕРСТВА В СИСТЕМЕ МЕНЕДЖМЕНТА ПРЕДПРИЯТИЯ

А.И. Барова, О.Н. Пушкарев

*Казанский государственный энергетический университет,
г. Казань, Россия*

В данной статье рассматривается роль лидерства, как неотъемлемая часть в системе предприятия. Работа руководителя заключается в воздействии на группу людей, чтобы повлечь их за собой для совместной реализации различных решений по достижению определенных целей. Эффективное использование статуса лидера, влияния и власти – основа управления.

Ключевые слова: лидерство, авторитет, власть, руководитель, подчиненный

Лидерство в классическом варианте рассматривается как особое качество, модель поведения человека или компании, обеспечивающие передовые позиции [1].

Слово лидер (leader) происходит от английского lead – вести. Лидер – это тот, кто ведет за собой, идет впереди. Основу лидерства составляют доверие, авторитет, признание высокого уровня квалификации, стремление поддерживать коллектив во всех начинаниях, личные симпатии, готовность обучаться и перенимать опыт. Авторитет руководителя организации или компании играет

большую роль в производственном процессе и оказывает сильное влияние на порядок работы. В настоящее время для наибольшей эффективности организации необходимо учитывать соотношение сил. Лидер не должен злоупотреблять своим авторитетом: отношения «лидер-подчиненный» должны строиться на доверии, уважении и взаимной поддержке, так как психологическая обстановка в коллективе и состав и качество трудовых отношений зависят от него.

Современный менеджмент невозможен без индивидуального подхода к изменяющимся обстоятельствам для достижения новых перспективных направлений развития, то есть менеджмент невозможен без лидеров. В современном менеджменте лидерство интегрирует межличностные факторы организации для ориентации их на достижение целей организации.

Организацию можно рассматривать в двух аспектах: как формальную и неформальную.

Возникают отношения двух типов: отношения первого типа – должностные, функциональные; отношения второго типа – психологические, эмоциональные. Руководство занимает особое место в системе формальных отношений, а лидерство – феномен, порожденный системой неформальных отношений. Причем роль и функции менеджера в организации изначально определены, а роль лидера возникает стихийно без ее формального определения и описания [2].

Согласно концепции власти и теории группового подхода к деятельности лидера выделяются следующие ключевые функции, отличающие его от формального руководителя: - формирует, устанавливает и поддерживает эталоны приемлемого группового поведения; - установив нормы, обычаи, традиции, мотивирует поведение каждого члена группы, заставляя его соблюдать эталоны группового поведения.

В настоящее время хороший руководитель предприятия – это человек, который одновременно является менеджером и лидером, следовательно, качественно управляет организацией, ее формальной и неформальной средой.

Лидерство – это своего рода управленческое взаимодействие, основанное на сочетании различных источников власти, наиболее эффективных для конкретной ситуации и направленных на то, чтобы побудить людей к общей цели.

Для эффективного влияния на людей, лидер должен иметь власть – способность воздействовать на других людей, выполнять свою работу по своему усмотрению. Зачастую рассматриваются пять видов власти:

1) Власть, основанная на законе. Нередко ее называют традиционной властью. Человек, который подчиняется такому авторитету, уверен и согласен с тем, что руководитель имеет право брать на себя решения, отдавать приказы и командовать подчиненными. Подобная власть основана на иерархической структуре организации, в которой люди располагаются на ступенях организации.

2) Власть, основанная на принуждении. Влияние такого рода власти заключается в страхе, который вызывает сильный лидер. Это опасение обуслов-

лено следующими полномочиями обладателя власти: расторжением договора, использованием различных мер наказания, лишением премий и других материальных благ. Такой тип власти эффективен, если соблюдаются определенные правила, независимо от того, нуждается ли человек в явных благах либо нет.

3) Власть, основывающаяся на поощрении и вознаграждении. Сотрудник занимается исполнением своих обязанностей в этом случае потому, что он верит в возможность удовлетворения своих потребностей через поощрения.

4) Экспертная власть. Советы экспертов выполняются, потому что они знают способы решения проблем, различных трудностей и способы достижения целей.

5) Эталонная власть. Этот вид власти, которая основана на влиянии примера, то есть силе личных качеств и лидерских навыков. Сторонники такого лидера испытывают необходимость принадлежать к его группе, и уважают эту группу.

Эталоном для лидера является бесконфликтная организация, где все идет по плану, своим чередом. Однако таких организаций не бывает. В коллективе не обходится без недопониманий, случаются ситуации, когда работник зачастую спорит со своим начальником. Затянувшиеся споры могут привести к конфликту между руководителем и подчинённым. Пресекать споры стоит тогда, когда сотрудник таким методом пытается избежать работы. В остальных случаях необходимо выслушать сотрудника и дать понять, что поводы для беспокойства отсутствуют [3].

Руководитель – это ключевая фигура в коллективе. От того, как он себя ведёт, поощряет и наказывает, зависит обстановка в коллективе и результативность работы.

Лидерство на предприятии определяется как способность воздействовать на других людей и ориентировать их работу на достижение бизнес-целей. Основа лидерства – это власть и влияние. Власть – это способность человека контролировать рабочий процесс работника или группы, а влияние – это действие, основанное на власти. Другими словами, руководитель способен влиять на процессы принятия решений и их реализацию лишь в том случае, если у него есть доля власти. Таким образом, лидерство является не силовой формой влияния.

Исходя из вышеизложенного, необходимо помнить, что не существует лидера, имеющего универсальные способности и одинаково эффективно действующего в различных ситуациях. Любой человек индивидуален, но самое главное – лидер должен уметь руководить, организовывать и поддерживать работу коллектива, быть готовым к действию и риску. Поэтому лидерство – это своего рода управленческое взаимодействие, основанное на самом эффективном сочетании разных источников власти для конкретной ситуации и направленное на то, чтобы подтолкнуть людей к достижению совместной цели. Руководитель играет много социальных ролей, для каждого из которых необходимы определенные знания и навыки. В современных условиях маловероятно, что

лидер, у которого нет команды за спиной, сможет качественно управлять компанией.

Список использованных источников

1. Васюхин, О.В., Варзунов А.В. Информационный менеджмент: краткий курс. – СПб.: СПбГУ ИТМО, 2010.
2. Блинов, О. А. Искусство управления персоналом: учебник для вузов / О.А. Блинов. – М.: Гелан, 2011. – 411 с
3. Виханский, О.С., Наумов А.И. Менеджмент: учебник для вузов / О.С. Виханский, А.И. Наумов. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва: Экономистъ, 2006. – 670 с.

THE ROLE OF LEADERSHIP IN THE MANAGEMENT SYSTEM OF THE ENTERPRISE

A.I. Barova, O.N. Pushkarev

*Kazan state power engineering University,
Kazan, Russia*

This article discusses the role of leadership as an integral part in the enterprise system. The job of a leader is to influence a group of people in order to lead them to jointly implement various decisions to achieve certain goals. Effective use of leadership status, influence and power is the basis of management.

Keywords: leadership, authority, power, leader, subordinate

УДК 331

АДАПТАЦИЯ ПЕРСОНАЛА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Н.А. Богодист, А.А. Солдатов

*Санкт-Петербургский государственный университет гражданской авиации,
г. Санкт-Петербург, Россия*

В статье рассматривается, как грамотно выстроенный процесс адаптации персонала способствует снижению текучести кадров, повышению имиджа предприятия и конкурентоспособности на рынке труда.

Ключевые слова: адаптация, процесс и методы адаптации, программа адаптации на современных предприятиях

Адаптация – это процесс приспособления сотрудника к работе в новой организации. Так же под адаптацией персонала понимается взаимное приспособление работника в организации, основывающиеся на постепенном включении работника в процесс производства на новых для него профессиональных, психофизиологических, социально-психологических, организационно-административных, санитарно-гигиенических и бытовых условий труда и отдыха [2].

На современном этапе развития, принимая во внимание влияние глобализации, рынок труда подвергся существенным изменениям, и этот процесс непрерывно продолжается. Со временем также значительно меняются социальные ценности, а глобализация способствует ускорению социальных изменений, которые касаются рынка труда, карьеры, условий контрактов для подготовленного и мобильного нового поколения. Человеческие ресурсы являются основой современного предприятия, и именно они определяют его конкурентоспособность. При этом эффективная работа предприятия зависит не только от того, насколько грамотно служба управления персоналом осуществляет подбор и отбор персонала, но и от того, уделяет ли внимание руководство предприятия процессу адаптации персонала. [4].

Адаптация является двусторонним процессом, который протекает достаточно длительно, временные рамки которого могут варьировать от нескольких недель до нескольких месяцев. Дело в том, что адаптация – это процесс, протекающий постоянно в меру изменения факторов внешней среды трудовой деятельности работника, да и изменения самого человека. Поэтому адаптация имеет отношение и к человеку, который не менял рабочего места.

В процессе адаптации осуществляется установление контакта между работником и предприятием, а именно:

- получение работником дополнительных знаний в профессиональной сфере;
- его приспособление к характерным особенностям выполнения функциональных обязанностей;
- приобщение к имеющейся корпоративной культуре;
- взаимодействие с коллегами;
- приспособление коллектива предприятия к новому работнику [6].

Виды трудовой адаптации и их характеристики представлены в Таблице

1.

Таблица 1 – Виды трудовой адаптации и их характеристики

Вид адаптации	Характеристика
Профессиональная	Характеризуется освоением работником новых знаний, умений и навыков.
Производственная	Включение сотрудника в процесс производства, изучение трудовых норм и производственных условий, сюда можно отнести привыкание к новой технике и программному обеспечению.
Физиологическая	Предполагает приспособление к новым условиям работы, графику, нагрузкам.
Социально-психологическая	Предполагает приспособление человека к производственной деятельности, к новому коллективу, его нормам и традициям, к стилю работы руководства. Построение отношений с коллективом и руководством.
Организационно-административная	Усвоение работником особенностей организационного механизма управления, понимание места и роли своего подразделения и должности в общей системе целей и организационной структуре.
Экономическая	Приспособление работника к системе экономических условий: оплате труда, материальному стимулированию, действующих на конкретном предприятии.
Санитарно-гигиеническая	Освоение работником требований трудовой, производственной и технологической дисциплины, правил трудового распорядка, санитарных и гигиенических норм.

То, насколько на современных предприятиях будет успешно протекать процесс адаптации сотрудника на новом рабочем месте, зависит от многих условий, а именно:

- 1) существует ли и насколько функционирует на предприятии система адаптации персонала;
- 2) система обучения персонала в организации;
- 3) социально-психологический климат в коллективе;
- 4) психологические черты характера сотрудника, его возраст, семейное положение [5].

Также на успешность протекания процесса адаптации влияет то, существует ли программа адаптации на современных предприятиях, которая способствует:

- 1) ускорению процесса вхождения нового работника в должность;

2) снижению текучести кадров: минимизация числа кандидатов, которые не прошли испытательный срок; снижение количества работников, покинувших предприятие в течение года после принятия на работу;

3) росту эффективности использования рабочего времени как руководителя, так и рядового работника, так как программа помогает эффективно использовать время каждого из работников;

4) формирование позитивного образа предприятия у работников, а также непосредственно к работе, которую они выполняют [5].

Найм сотрудника – длительная и сложная процедура. Работник еще не приступил к своим обязанностям, а в него уже вложены финансовые и временные ресурсы. Любой работодатель заинтересован в том, чтобы адаптация новых сотрудников проходила как можно быстрее. Грамотно выстроенный процесс адаптации персонала поможет быстрее работнику войти в коллектив, а для предприятия такой успешный процесс будет способствовать снижению текучести кадров, повышению имиджа и конкурентоспособности на рынке труда. Для этого применяют соответствующие методы адаптации.

К методам адаптации персонала, которые применяются на сегодняшний день, относят:

1) Ротация кадров. Это вид повышения квалификации. Ротация подразумевает временное перемещение работников по должностям внутри организации, что позволяет работникам побыть в разных ролях и попробовать свои силы на другом месте.

2) Разработать план адаптации. Это пособие для кадровой службы и руководителя новичка, где поэтапно отражены мероприятия по введению сотрудника в курс дела. Сюда можно включить:

- ознакомительную экскурсию. Не стоит пренебрегать этим, часто сотрудник стесняется спросить, где находится столовая или комната отдыха;

- внутренние правила и нормы: режим труда и отдыха, правила пользования мобильным телефоном в рабочее время, график совещаний и мероприятий по тимбилдингу, принятый в компании дресс-код;

- прием сотрудника на работу: подписание трудового договора, выпуск приказа о приеме на работу, запись в трудовой книжке;

- знакомство сотрудника с тем, как происходит обмен информацией в компании: через мессенджеры, почту, а также выдача логина и пароля от корпоративной почты.

3) welcome! Тренинг – шанс для организации произвести для новых работников хорошее впечатление. Цель welcome! Тренинг – формирование лояльности персонала к организации. Он включает в себя: сведения о предприятии, направления деятельности, существующую корпоративную культуру, просмотр вводного обучающего видеокурса и т.д.

3) Наставничество. Благодаря хорошему наставнику, новичок быстро «вольется» в коллектив. Именно наставнику новый сотрудник может задать любые вопросы по организации работы, коммуникации с другими отделами и

прочим важным нюансам. Организация повышает профессиональный и культурный уровень подготовки работников, а также улучшаются взаимоотношения между работниками и др. [1].

4) Наладить общение с непосредственным руководителем. Новичок должен получать обратную связь от своего начальника. Возможно, на это стоит выделить специальное время, когда можно будет задать все вопросы и получить отзыв о своей работе. Руководителю важно обратить внимание на признаки дезадаптации в поведении сотрудника: снижение работоспособности в течение последнего времени, плохие отношения с коллективом, пренебрежение нормами корпоративной культуры, нарушения дисциплины, зависимость от наставника или руководителя, снижение мотивации.

5) Включить новичка в жизнь коллектива. Нужно обязательно представить сотрудника коллективу, рассказать, что будет входить в его обязанности, по каким вопросам к нему можно будет обращаться. Если организация большая, лучше продублировать эту информацию в рассылке по электронной почте. Также для этого подходят мероприятия по тимбилдингу. Новичок может проявить себя в спортивных состязаниях или творческих проектах. Не все готовы сразу активно включаться в корпоративную жизнь, но если человек проявляет инициативу – нужно дать ему эту возможность.

Таким образом, необходимо отметить, что адаптация персонала – необходимый элемент кадровой политики, позволяющий удержать персонал и как можно быстрее ввести его в курс дела. Адаптация персонала дает возможность продуктивному взаимодействию нового сотрудника с организацией, а также наиболее качественному его освоению за счет повышения информативности, коммуникабельности, мотивации, предопределяя направления развития нового работника и поощряя инициативу и любознательность.

Важно понимать, что длительность адаптации не совпадает с длительностью испытательного срока, она может занимать до четырех месяцев и более. Ускорить ее поможет разработанный план адаптации, прикрепление наставника, система тренингов и корпоративного обучения.

Список использованных источников

1. Анисимов, А.Ю. Управление персоналом организации: учебник для вузов/А. Ю. Анисимов, О.А. Пятаева, Е.П. Грабская. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 278 с.

2. Кибанов, А.Я. Управление персоналом организации: учебник/под ред. А. Я. Кибанова. – 4-е изд., доп. и перераб. – Москва: ИНФРА-М, 2021. – 695 с.

3. Управление персоналом: учебник и практикум для вузов/А. А. Литвинюк [и др.]; под редакцией А.А. Литвинюка. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 461 с.

4. Беленченкова, Т.В. Адаптация персонала в современной компании / Т. В. Беленченкова. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2016. – №

19 (123). – С. 439-441. – URL: <https://moluch.ru/archive/123/34021/> (дата обращения: 16.10.2021).

5. Макайкина, Н.В. Адаптация персонала на предприятии/Н. В. Макайкина. – текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2019. – № 43 (281). – С. 181-183. – URL: <https://moluch.ru/archive/281/63288/>.

6. Руденко, Ю.В. Формирование адаптации персонала на предприятии // Научный журнал. – 2017. – № 2. – С.75-76.

ADAPTATION OF PERSONNEL AT ENTERPRISES IN MODERN CONDITIONS

N.A. Bogodist, A.A. Soldatov

*Saint-Petersburg State University of Civil Aviation,
Saint-Petersburg, Russia*

The article examines how a competently structured process of personnel adaptation helps to reduce staff turnover, improve the image of the enterprise and competitiveness in the labor market.

Key words: adaptation, process and methods of adaptation, adaptation program at modern enterprises

УДК 331.101

МОТИВАЦИЯ СОТРУДНИКОВ К ОБУЧЕНИЮ

Н.А. Богодист, Ю.В. Карачалова

*Санкт-Петербургский государственный университет гражданской авиации,
г. Санкт-Петербург, Россия*

В статье рассматривается мотивация сотрудников к обучению как важное направление работы современного предприятия, которое позволяет повысить эффективность работы, квалификацию сотрудников и ценность человеческого потенциала.

Ключевые слова: виды мотивации, обучение персонала, процесс обучения, мотивация к обучению

Развитие современного рынка осуществляется в условиях нестабильности экономической и социальной среды, частых кризисов и высокого уровня конкуренции. Каждая компания, стремящаяся обойти своих конкурентов и быть

лучшей в области своей деятельности, должна постоянно искать способы повышения эффективности, рационально используя при этом все виды ресурсов.

Главный ресурс любой организации, обеспечивающий эффективность функционирования компании и рыночную устойчивость, – персонал организации. Развитие невозможно без постоянного обучения и совершенствования. Обучение сотрудников – одно из ключевых направлений деятельности аппарата управления организации, позволяющее увеличить эффективность работы и создать конкурентное преимущество. Важное условие обучения – сотрудник должен быть замотивирован на получение новых знаний, чтобы время и деньги не были потрачены зря.

Прежде чем говорить о мотивации к обучению, разберемся с тем, что представляет собой мотивация и как она работает.

По мнению Кибанова А.Я., «мотивация – это процесс побуждения себя и других к определенной деятельности» [2].

Зайцев Г.Г. дал мотивации следующее определение – это побуждение к активной деятельности личностей, коллективов, групп, связанное со стремлением удовлетворить определенные потребности [1].

Мотивация как процесс (внешний или внутренний) побуждения к деятельности, связанный с целеполаганием отдельного субъекта, группы и организации [4].

Мотивация как целостная система внутренних факторов, которые определяют направленную активность организма, формируют определённое поведение субъекта. В структуру мотивации как системы входят потребности, цели, мотивы, интересы [4].

Современная психология выделяет два вида мотивации: внутреннюю и внешнюю.

Внутреннюю мотивацию связывают с интересом к профессиональной деятельности, значимостью выполняемой работы, свободой действий, возможностью реализовать себя, развить свои способности, умения и навыки.

Внешняя мотивация обусловлена воздействием внешних факторов, связанных с условиями оплаты труда, социальными гарантиями занятости, возможностями служебного продвижения и т.п. Внешние факторы оказывают сильное воздействие, но не всегда длительное. Следовательно, строить мотивационную политику персонала на развитии внешней мотивации не всегда эффективно. Более эффективной оказывается такая система факторов, которая одновременно влияет как на внешнюю, так и на внутреннюю мотивации [3].

Существует немало теорий мотивации персонала (Д. МакГрегор, Ф. Герцберг, В. Врум и др.). Основные теории мотивации представлены в таблице 1 [9].

Таблица 1 – Сущность основных теорий мотивации

Теории мотивации	Сущность	Основатели теорий	Применение в управлении
Содержательные	Фокус – на внутренних факторах, определяющих поведение человека	А. Маслоу - Теория иерархии потребностей; К. Альдерфера – 3-уровневая теория потребностей Ф. Герцберга - Двухфакторная теория мотивации; Теория потребностей Д. МакКлелланда.	Менеджерам необходимо знать о различиях в потребностях, намерениях и целях людей, поскольку многие индивиды по своему уникальны.
Процессуальные	Фокус – на процессах поведения	В. Врум – теория ожидания мотивации; Д.С. Адамса - Теория справедливости; Л.Портер, Э.Лоулера - Комплексная теория мотивации; Д. МакГрегора - Теория X и теория Y.	Менеджерам необходимо понимать процесс мотивации и то, как индивиды делают свой выбор.

Суть всех теорий сводится к тому, что в основе построения системы мотивации сотрудников в любой организации лежит осознание и учет их потребностей.

Правильно проведенные мероприятия по мотивации сотрудников приводят к таким положительным результатам, как:

- повышение эффективности, качества и производительности труда;
- возрастание ответственности сотрудников к выполнению своих служебных обязанностей;
- появление командного духа в коллективе;
- улучшение производственных показателей;
- уменьшение показателя текучести кадров;
- быстрое развитие компании и т. д.

Мотивация персонала не может существовать и применяться само по себе. Для применения стимулирования персонала должны быть основания, которые поясняют, к чему следует стимулировать персонал. Таким основанием служит стратегия организации на рынке, которая определяет приоритетность целей и порядок действий для достижения результатов и сохранения для организации конкурентного положения на рынке. Всё это невозможно без развития персонала организации. Роль обучения сотрудников в общем развитии компании очень важна.

Под обучением, в узком смысле, понимается руководство учением. В широком понимании обучение – процесс двусторонний, он включает передачу и усвоение учебного материала, то есть деятельность преподавателя и учащихся [6].

Процесс обучения представляет собой целенаправленно организованный, планомерно и систематически осуществляемый процесс овладения знаниями, умениями, навыками и способами общения под руководством опытных преподавателей, наставников, специалистов, руководителей и т.п.

Процесс обучения персонала представлен на рисунке 1.



Рисунок 1 – Процесс обучения персонала организации

В современных организациях профессиональное обучение представляет собой комплексный непрерывный процесс.

Профессиональное обучение - вид образования, который направлен на приобретение обучающимися знаний, умений, навыков и формирование компетенций, необходимых для выполнения определенных трудовых, служебных функций (определенных видов трудовой, служебной деятельности, профессий) [10].

Обучение персонала – важное направление работы современного предприятия, которое позволяет повысить эффективность работы, квалификацию сотрудников и ценность человеческого потенциала [5].

Методы повышения квалификации персонала [7]:

1) Личностные – предоставление возможности и поощрение сотрудников в самообучении и самосовершенствовании.

2) Директивные – очное обучение, которое организует тренер, преподаватель, наставник, коуч, инструктор. В рамках курса могут быть организованы обучающие занятия, семинары, лекции, тренинги, инструктаж и т.д.

3) Интерактивные – онлайн обучение в удобное время, в комфортных условиях при помощи интерактивных технологии. Это конференции, семинары, вебинары, дистанционные занятия.

Эффективное обучение персонала – обязательное условие для стабильного и успешного развития бизнеса в современном мире. Стоит отметить, что наилучший результат дает лишь обучение заинтересованных в этом сотрудников, в то время как обучение немотивированных сотрудников вызывает лишь сопротивление, недовольство и, как результат, минимум усвоенных знаний и выброшенные на ветер деньги и время работодателя. Чтобы исключить такое неудачное обучение, необходимо использовать современные, разнообразные способы стимулирования сотрудников к процессу обучения.

Обучение новым навыкам и компетенциям – важная часть личного роста любого сотрудника и необходимый элемент для развития компании в целом: чем компетентнее работники, тем эффективнее производственные процессы.

Мотивация работников на обучение – комплексный и систематический процесс. Он позволяет вывести образование на уровень бонуса или привилегии, сформировать аспект корпоративной культуры и повысить интерес сотрудников к приобретению новых навыков и компетенций [8].

Мотивировать сотрудников можно различными способами: личным примером, привлечением к образовательным программам лидеров организаций, составлением разнообразной и интересной программы, фокусом на вовлеченных работников.

Мотивация к обучению должна быть грамотно построена и не должна быть ограничена премиями, выговорами и штрафами. Стоит также обратить внимание на личные мотивы. Для этого нужно создать среду, в которой раскроется внутренняя мотивация человека.

Мотивирование персонала считается одним из главных средств обеспечения рационального использования ресурсов, мобилизации имеющегося кадрового потенциала. Главная цель процесса мотивации - это повышение общей результативности и прибыльности деятельности предприятия/организации за счёт извлечения максимальной отдачи от использования имеющихся трудовых ресурсов.

Таким образом, проблема развития мотивации персонала к обучению, является важной для повышения качества деятельности организации, посредством личностной заинтересованности сотрудников предприятия.

Список использованных источников

1. Альберт, М. Основы менеджмента / М. Альберт, Ф. Хедоури // Пер. с английского. – Москва: Дело, 2008. – 318

2. Кибанов А.Я., Баткаева И.А., Митрофанова Е.А., Ловчева М.В. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности: Учебник Под ред. А.Я. Кибанова. инфра-М, 2010. (Высшее образование)
3. Ковалев, В.И. Мотивы поведения и деятельности / В.И. Ковалев. – Москва: Наука, 2008. – 193 с.
4. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности: учебник и практикум для вузов / Е. А. Родионова, В. И. Доминяк, Г. Жушман, М. А. Экземпляров; под редакцией Е. А. Родионовой. – Москва: Издательство Юрайт, 2020. – 279 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-01566-9. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/450765> (дата обращения: 17.10.2021.).
5. Организация системы обучения персонала // Poisk-ru.ru [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://poisk-ru.ru/s10484t1.html> (дата обращения 16.10.2021)]
6. Педагогическая энциклопедия. 1966. – Т. 3, с. 286.
7. Развитие персонала: 3 кита системы обучения сотрудников // Аргументы и Факты [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://aif.ru/boostbook/razvitie-personala.html> (дата обращения 10.10.2021].
8. Силантьева А.Д. Производственный менеджмент: теория, методология, практика. – 2016. – № 5. – С. 60-62.
9. Соловей, П.И. Хвисевич В.М. Менеджмент и управление: сущность и проблематика [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://studall.org/all-48061.html> (дата обращения 11.10.2021).
10. Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ (ред. от 02.07.2021) «Об образовании в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2021).

EMPLOYEE MOTIVATION FOR TRAINING

N.A. Bogodist, Yu.V. Karachalova

*Saint-Petersburg State University of Civil Aviation,
Saint-Petersburg, Russia*

In the article considers the motivation of employees to study as an important area of work of a modern enterprise, which allows to increase the efficiency of work, the qualifications of employees and the value of human potential.

Key words: types of motivation, staff training, learning process, motivation to learn

ОСОБЕННОСТИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

Е.А. Буранова, Д.П. Бирюкова

*Академия ФСИН России,
Рязанский институт (филиал) Московского политехнического института,
г. Рязань, Россия*

В статье рассматривается регион как социально-экономическая система, которая оценивается как с количественной, так и с качественной стороны.

Ключевые слова: регион, социально-экономическое развитие, экономическое пространство, система

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что в современной экономике Российской Федерации происходят качественные изменения в социально-экономическом развитии регионов. Началом экономической реформы послужило усиление дифференциации в социально-экономическом положении регионов, что привело к обострению социальных противоречий, что стало причиной для дальнейшего развития процессов сегментации рыночного пространства и развития отдельных регионов.

Произошедшие за последние годы изменения в экономике России выявили ряд новых актуальных проблем, носящих теоретический и методологический характер и имеющих большое научно-практическое значение для обеспечения устойчивого и динамичного развития региона и предприятий в нем.

Как социально-экономическая система регион может быть представлен совокупностью пяти основных подсистем, к которым относятся: системообразующая база, системообслуживающий комплекс, экология, население, инфраструктура рынка.

Главным фактором, обеспечивающим взаимосвязь и взаимодействие указанных подсистем, интегрирующим их в единую социально-экономическую систему, является деятельность людей проживающих в выбранном регионе.

Кроме этого, всякому региону присуще внутреннее хозяйственное единство, основанное на хозяйственном (производственном) комплексе региона и формирующие социально-экономическое развитие региона.

Термин «социально-экономическое развитие» часто употребляется в разных сочетаниях: экономическое развитие, социально-экономическое развитие, развитие экономики России (или другой страны), развитие региона, города.

Под социально-экономическим развитием, чаще всего, подразумевается любое прогрессивное изменение, прежде всего в экономической сфере. Об эко-

номическом росте, можно говорить, если изменение является количественным. При качественном изменении речь может идти о структурных изменениях или об изменении содержания развития, или о приобретении экономической системой новых характеристик [2].

Параметры социального развития часто рассматривают наравне с чисто экономическими характеристиками. К тому же полноправными показателями стали считаться, социальные характеристики, которые оценивают и показывают степень развития страны или региона.

В современных условиях исследования регионального развития должны проводиться на федеральном и региональном уровнях. При этом аналитические исследования нацелены на обслуживание текущих потребностей федеральных и региональных органов управления, на выявление долговременных тенденций регионального развития и острых региональных проблем, на обоснование региональных прогнозов и целевых программ, на создание информационной базы для выработки стратегии территориального развития и региональной политики.

Региональные проблемы развития страны существенно отличаются от проблем экономического и социального развития отдельного региона. В первом случае основная задача – использование разнообразия условий и возможностей регионов для достижения наибольшего интегрального эффекта, т.е. экономическое пространство России следует организовывать таким образом, чтобы обеспечивать наиболее целесообразную специализацию регионов и формировать действенную их экономическую интеграцию, соблюдая при этом согласование федеральных и региональных интересов.

Во втором случае задача заключается в таком выстраивании экономической политики субъекта Федерации, чтобы обеспечивалось стабильное социальное развитие на основе наиболее полного использования экономического потенциала региона и межрегиональных связей при соблюдении согласованных с регионами федеральных интересов. Указанные различия в содержании региональной федеральной политики и политик социально-экономического развития региона предопределяет различия в задачах и содержании анализа на федеральном и региональном уровнях [1].

Объективную количественную оценку социально-экономического развития субъекта Российской Федерации за определенный период времени дают комплексные показатели, учитывающие одновременное влияние ряда показателей социально-экономического развития. При этом основной целью комплексной оценки уровня социально-экономического развития субъектов Российской Федерации является определение возможности решения текущих и долгосрочных задач на основе имеющегося потенциала и источников экономического роста, а также эффективности мер по реализации региональной политики.

Сейчас главной целью экономического развития множества стран мира, а так же их регионов является увеличение состояния условий жизни населения. Поэтому процесс социально-экономического развития включает в себя три важнейшие составляющие:

- повышение доходов, улучшение здоровья населения и повышение уровня его образования;
- создание условий, способствующих росту самоуважения людей в результате формирования социальной, политической, экономической и институциональной систем, ориентированных на уважение человеческого достоинства;
- увеличение степени свободы людей, в том числе их экономической свободы.

Если говорить о специфике России, то проявляющаяся, в ее масштабности и региональной дифференциации, требует более активной по сравнению с типичной мировой практикой деятельности государства по устранению диспропорций в национальном экономическом пространстве, решению сложных региональных проблем, созданию условий для стабильного развития всех регионов и страны в целом [2].

Регион рассматривается, в качестве сложной формой системной организации, а, как и государство, является непростой социально-экономической системой. Строение элементов и сложные социально-экономические связи этой системы определяют и понятие его развития. Понятие развития региона как системы, очевидно, должно подразумевать, положительную динамику его параметров в целом.

Социально-экономическое состояние регионов определяется как объективными (макроэкономические условия, положение региона в общественном разделении труда, отраслевая структура, географическое положение, природные ресурсы), так и субъективными факторами, и в первую очередь – методами регионального управления. За последнее время экономических реформ, было выявлено, что в меньшей степени подвержены кризисным тенденциям, те регионы, которые применяют прогрессивные методы управления своим развитием. Некоторое преимущество выхода в сложных условиях из кризиса имеют, те регионы, которые использовали адекватные методы и инструменты управления своим развитием.

Таким образом, социально-экономическое развитие регионов - это не столько количественный рост, сколько качественные изменения регионов, основанные на повышении доходов, улучшении здоровья населения и повышении уровня его образования; создании условий, способствующих росту самоуважения людей в результате формирования социальной, политической, экономической и институциональной систем, ориентированных на уважение человеческого достоинства; увеличении степени свободы людей.

Список использованных источников

1. Буранова, Е.А., Балян Э.В., Москвитина О.А. Экономическая безопасность: монография. – М.: Изд-во «Научный консультант», 2017. – 166 с.
2. Львов, Д.С., Гневко В.А., Рохчин В.Е. Актуальные проблемы реформирования и стратегического управления развитием России: методологические

аспекты решения. – СПб.: Изд-во Санкт-Петербургской академии управления и экономики, 2017. – 318 с.

FEATURES OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE REGION

E.A. Buranova, D.P. Biryukova

*Academy of the Federal Penitentiary
Service of Russia, Ryazan Institute (branch) Moscow Polytechnic Institute,
Ryazan, Russia*

The article considers the region as a socio-economic system, which is evaluated both quantitatively and qualitatively.

Keywords: region, socio-economic development, economic space, system

УДК 332.1

ПОКАЗАТЕЛИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

Е.А. Буранова, Д.П. Бирюкова

*Академия ФСИН России,
Рязанский институт (филиал) Московского политехнического института,
г. Рязань, Россия*

В статье рассматриваются показатели социально-экономического развития региона более подробно на примере Рязанской области, что позволяет определить его состояние в настоящее время.

Ключевые слова: социально-экономические показатели, развитие, эффективность, регион

В настоящее время существует множество различных подходов, ориентированных на разработку и применение различных методов оценки экономического развития регионов. Важным условием в формировании и оценке показателей является получение максимально объективных данных о состоянии экономического положения регионов.

Рост доходов, улучшение качества питания, образования, здравоохранения, а так же оздоровление окружающей среды, снижение уровня нищеты, равенство возможностей, расширение личной свободы, обогащение культурной

жизни всё это рассматривается в качестве целей социально-экономического развития региона.

Для оценки динамики развития разумно использовать показатели, оценивающие темпы экономического роста в регионе: темпы роста душевого дохода, производительности труда, а также темпы структурной трансформации производства и общества. Воздействие на темпы экономического роста – жизненно важный вопрос для экономической политики как страны в целом, так и отдельного региона [1].

В полной мере не могут воспроизвести полную оценку социально-экономического развития региона такие показатели, какими являются ВВП, душевой доход, производительность труда и темпы их роста. Также очень важными являются показатели продолжительность жизни, уровень здоровья населения, степень его образования и квалификации, а также показатели структурных изменений в производстве и обществе.

На уровне региона можно выявить и другие критерии вместе с соответствующими им показателями социально-экономического развития:

- ВВП или ВВП (абсолютная величина и на душу населения) и темпы роста этих показателей;
- средний уровень доходов населения и степень их дифференциации;
- продолжительность жизни, уровень физического и психического здоровья людей;
- уровень образования;
- уровень потребления материальных благ и услуг (продуктов питания, жилья, телефонных услуг), обеспеченность домашних хозяйств товарами длительного пользования.

Более подробно показатели социально-экономического развития Рязанской области, а также их фактические значения в динамике можно наблюдать в таблице 1 [2].

Таблица 1 – Показатели социально-экономического развития Рязанской области

Показатели	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.
1	2	3	4	5
1. Население				
1.1 Численность населения (на 1 января), тыс. чел.	1121,5	1114,1	1108,2	1101,4
1.2 Численность населения трудоспособного возраста (на 1 января), тыс. чел.	604,9	618,1	618,2	618,4
1.3 Ожидаемая продолжительность жизни при рождении, число лет	72,8	73,8	72,7	72,9

Продолжение таблицы 1

1	2	3	4	5
1.4 Общий коэффициент рождаемости, число родившихся живыми на 1000 человек населения	9,2	9,3	9,1	8,8
1.5 Общий коэффициент смертности, число умерших на 1000 человек населения	15,4	15,0	15,6	15,8
2. Валовой региональный продукт				
2.1 Валовой региональный продукт, млн. руб.	383551	405607	418329	438116
2.2 Индекс физического объема валового регионального продукта, в % к предыдущему году	102,3	101,4	97,3	101,8
2.3 Индекс-дефлятор объема валового регионального продукта, в % к предыдущему году	104	104,3	106	102,9
3. Малое и среднее предпринимательство, включая микропредприятия				
3.1 Количество малых и средних предприятий, включая микропредприятия (на конец года), единиц	17675	16992	17162	17334
3.2 Среднесписочная численность работников на предприятиях малого и среднего предпринимательства (включая микропредприятия) без внешних совместителей, тыс. чел.	99,9	100,5	102	105
3.3 Оборот малых и средних предприятий, включая микропредприятия, млрд. руб.	361,5	380,5	385,5	411,3
4. Денежные доходы населения				
4.1 Прожиточный минимум в среднем на душу населения (в среднем за год), в том числе по основным социально-демографическим группам населения, руб./мес.:	9545	10057	10217	10535
- трудоспособного населения, руб./мес.	10317	10924	11089	11443
- пенсионеров, руб./мес.	7927	8388	8515	8793
- детей, руб./мес.	9510	9916	10066	10398

Продолжение табл. 1

1	2	3	4	5
4.2 Численность населения с денежными доходами ниже прожиточного минимума к общей численности населения, %	12,8	13	13	11,2
5. Труд и занятость				
5.1 Численность рабочей силы, тыс. чел.	529,3	533,3	533,3	534,4
5.2 Среднегодовая численность занятых в экономике (по данным баланса трудовых ресурсов), тыс. чел.	498,3	508,7	509,2	510,2
5.3 Среднемесячная начисленная заработная плата наемных работников в организациях, у индивидуальных предпринимателей и физических лиц (среднемесячный доход от трудовой деятельности), руб.	27800,0	29495,8	31059,1	33077,9
5.4 Темп роста среднемесячной начисленной заработной платы наемных работников в организациях, у индивидуальных предпринимателей и физических лиц (среднемесячный доход от трудовой деятельности), %	110,6	106,1	105,3	106,5
5.5 Индекс производительности труда, в % к предыдущему году	100,4	101,3	97,2	101,6
5.6 Общая численность безработных (по методологии МОТ), тыс. чел.	22,0	22,4	23,5	23,0
5.7 Численность безработных, зарегистрированных в государственных учреждениях службы занятости населения (на конец года), тыс. чел.	4,0	4,6	4,5	4,4

В сравнении с субъектами Российской Федерации, входящими в состав ЦФО, Рязанский регион занимает 11 место по численности населения и 6 место по площади территории.

Таким образом, экономика Рязанской области достаточно тесно агрегирована в мировую и российские экономические системы. По общему уровню развития область относится к среднеразвитым регионам ЦФО.

Негативным явлением на региональном рынке труда остается дисбаланс спроса и предложения рабочей силы по территориальному признаку. Около 60% вакансий сосредоточены в областном центре города Рязани, в то время как около 80 % от общего количества безработных граждан проживают в различных муниципальных образованиях Рязанской области. Существует проблема нехватки квалифицированных кадров по ряду рабочих профессий и специальностей, связанная с падением их престижа в молодежной среде.

Показатели социально-экономического развития региона используются в ходе анализа неравномерности социально-экономического развития в территориальном разрезе. Эта неравномерность во многом определяется обеспеченностью природными ресурсами, исторически сложившейся инфраструктурой, природно-климатическими условиями, менталитетом населения и другими факторами объективного характера. Наряду с объективными факторами существенное влияние на развитие субъектов Российской Федерации оказывают региональная экономическая политика и условия ведения бизнеса. Большое значение имеет то, насколько эффективно в регионе используются природные или исторические преимущества или, напротив, насколько восполняется недостаток этих преимуществ за счет скрытых потенциальных резервов. Все это находит отражение в показателях экономики, бюджета, социальной сферы регионов.

Список использованных источников

1. Буранова, Е.А., Балян Э.В., Москвитина О.А. Экономическая безопасность: монография. – Москва: Издательство «Научный консультант», 2017. – 166 с.
2. <https://minfin-rzn.ru/portal/Menu/Page/106>.

INDICATORS OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE REGION

E.A. Buranova, D.P. Biryukova

*Academy of the Federal Penitentiary Service of Russia, Ryazan Institute (branch)
Moscow Polytechnic Institute,
Ryazan, Russia*

The article examines the indicators of socio-economic development of the region in more detail on the example of the Ryazan region, which allows us to determine its current state.

Keywords: socio-economic indicators, development, efficiency, region

УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМИ ПРОЕКТАМИ НА ПОЛИГРАФИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

О.И. Викулова, О.Е. Лемешко

*Новочеркасский инженерно-мелиоративный институт
имени А.К. Кортунова, ФГБОУ ВО Донской ГАУ,
г. Новочеркасск, Россия*

В статье указано, что инновационный менеджмент относится к функциональному или специальному менеджменту. Приведены примеры наиболее перспективных в ближайшее время инноваций в полиграфической промышленности. Раскрыто содержание инновационных проектов, реализуемых на предприятиях.

Ключевые слова: инновации, инновационный проект, полиграфические предприятия, функциональный (специальный) менеджмент, проектный подход

Управление инновациями, хотя и базируется на основополагающих принципах общего (генерального) менеджмента, представляет собой особое направление в менеджменте предприятий, так называемый функциональный или специальный менеджмент. Его суть состоит в организации управления отдельными сферами деятельности предприятия.

Инновационная деятельность как раз и представляет собой такую специфическую область управленческой деятельности на предприятии. Её характерные особенности обусловлены тем, что инновации являются своего рода связующим звеном между отличающимися по характеру и методам управления сторонами хозяйственной деятельности предприятия, объединяя научные исследования, производственный процесс, необходимые инвестиции и реализацию продукции.

Инновации можно классифицировать по различным признакам, в частности, по характеру инноваций и потребности в инвестициях для их осуществления различают производственно-технические и менеджерские инновации.

Производственно-техническое развитие полиграфической отрасли происходит бурными темпами, среди наиболее перспективных нововведений можно отметить следующие:

– многоканальные технологии, возможности и процессы для печатания на всех видах материалов и поверхностях, а не только на привычных бумаге и картоне (к таким материалам, на которых становится доступной современная печать, относятся керамика, стекло и изделия из него, продукты электроники, компоненты автотранспортных средств и т. п.);

– 3Dпечать, переходная специализированная технология с большим по-

тенциалом развития;

- новые возможности в производстве упаковочной продукции, функциональное и промышленное его развитие;
- соблюдение экологических стандартов в полиграфическом производстве;
- различные каналы распространения и доставки одного и того же контента.

Представленные направления, являясь самыми многообещающими на ближайшие годы, служат центром притяжения основной массы инвестиций, направляемых в полиграфию [2].

Внедрение новшества является достаточно сложным и трудоёмким процессом, многоплановость которого напрямую связана с характером инновации.

Смысл инновационной деятельности в условиях предприятия заключается в разработке и реализации инновационных проектов.

Содержание инновационных проектов возможно интерпретировать в различных смыслах:

- совокупность мероприятий для достижения поставленных инновационных целей;
- процесс осуществления инновационной деятельности;
- пакет документов, описывающих эти мероприятия.

Содержание и объём инновационного проекта зависят от характера нововведения. Его разработка и реализация осуществляются на этапе подготовки производства. Из рассматриваемых двух категорий инноваций – производственно–технические и менеджерские – наиболее трудоёмкими являются производственно–технические, а именно проекты, связанные с внедрением новой техники и технологии.

Менеджерские инновации, с одной стороны, могут разрабатываться непосредственно на предприятии, следовательно, стоимость их закупки «нулевая», а с другой стороны, не являются абсолютно бесплатными, так как необходимо материальное стимулирование и поощрение разрабатывающих и реализующих данный вид инноваций управленческих работников предприятия.

Стоимость внедрения производственно–технических инноваций зависит от того, в каком виде приобретается технология. Существуют два варианта:

- в «связанном виде» (покупка технологии вместе с необходимыми машинами, оборудованием и т. д.);
- в «чистом виде» (покупка только лицензии).

Приобретение и последующее внедрение технологии в «связанном виде» является менее трудоёмким процессом по сравнению с покупкой лицензии, однако, как правило, и более дорогостоящим. На основании этого ни один из вариантов нельзя рекомендовать как однозначно предпочтительный. Решение следует оставить за менеджерами, управляющими инновационным проектом, на основе учёта имеющихся у конкретного предприятия материальных, трудовых и финансовых ресурсов.

Финансовую возможность реализации инновационных проектов следует рассматривать в рамках проектного финансирования, которое является одной из форм финансового и банковского участия в инновационной деятельности [4].

Проектный подход позволяет обеспечить комплексность и взаимосвязанность при воплощении разнообразных научно-технических проектов. При этом необходимо учитывать, что по мнению Г.М. Загидуллиной и др. [3], реализация инновационного проекта зависит от человеческих и интеллектуальных ресурсов в большей степени, чем другие виды деятельности предприятия. Из этого следует, что процесс управления инновационными проектами приобретает особую важность в общей структуре управления предприятием и, в свою очередь, может стать катализатором развития необходимых менеджерских инноваций.

Привлечение методологии управления проектами в качестве инструмента планирования, контроля и координации осуществления проектов позволяет экономить значительные средства, реализовывать цели проекта в меньшие сроки и реализовывать успешное управление.

Однако успешность реализации инновационного проекта не обусловлена целиком и полностью только качеством инновационного менеджмента на предприятии. От него зависят так называемые внутренние (хорошо управляемые) факторы: способ представления, степень доведенности проекта, организация работ. Другая группа факторов – внешние факторы, гораздо труднее поддаются контролю и управлению на уровне предприятия: наличие финансирования на доведение разработки, уровень налогообложения, законодательство, объём рынка [1].

Тем не менее, пусть даже и без возможности полного учёта всех влияющих на инновационную деятельность факторов проектный подход позволяет взять под контроль и направить в нужное русло процесс управления инновациями на полиграфическом предприятии.

Список использованных источников

1. Богомолова, А.В. Управление инновациями / А.В. Богомолова. – Томск: Эль Контент, 2015. – 144 с.
2. Дубина, Н. Инновации в полиграфии / Н. Дубина [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://compuart.ru/article/25297> (дата обращения: 21.02.22).
3. Загидуллина, Г.М. Реализация инновационных проектов как основа экономического развития / Г.М. Загидуллина, Д.Р. Зайнуллина, А.Р. Мавлютова, Э.Р. Сиразетдинова // Российское предпринимательство. – 2017. – Т. 18. – № 23. – С. 3725-3738.
4. Инновационная деятельность полиграфического предприятия, содержание и направления [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://kazedu.com/referat/200213/23> (дата обращения: 21.02.22).

INNOVATIVE PROJECT MANAGEMENT AT PRINTING ENTERPRISES

O.I. Vikulova, O.E. Lemeshko

*Novocherkassk Engineering Meliorative Institute named after A. K. Kortunov,
FSBEI HE Donskoy SAU, Novocherkassk, Russia*

The article states that innovation management refers to functional or special management. Examples of the most promising innovations in the printing industry in the near future are given. The content of innovative projects implemented at enterprises is disclosed.

Keywords: innovations, innovative project, printing enterprises, functional (special) management, project approach

УДК-37.07

ФОРМИРОВАНИЕ МОДЕЛИ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИЙ РАБОТНИКОВ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ

В.В. Воронкина, С.А. Ярушева

*Челябинский государственный университет,
г. Челябинск, Россия*

В статье рассматриваются особенности формирования системы оценки работников образовательных учреждений с использованием компетентностной модели. Особенности формирования моделей оценки работников образовательных учреждений заключается в том, что они должны учитывать наличие базовых компетенций и приобретение определенного уровня овладения профессиональными компетенциями в результате работы. Данная модель может быть использована для процедуры аттестации педагогических работников образовательных профессиональных учреждений.

Ключевые слова: оценка работников образовательных учреждений, образовательные учреждения, оценка персонала, оценка компетенций, модель оценки компетенций

Эффективно выстроенная модель оценки компетенций персонала имеет большое значение в управлении человеческими ресурсами.

Модели компетенций разрабатываются на разных уровнях. Модель может действовать по отношению ко всей организации целиком, либо представлять собой модель оценки профессиональных компетенций каждого отдельно взятого сотрудника.

Таким образом, существует как минимум два уровня моделей компетенций: корпоративная модель и индивидуальная модель компетенций.

Корпоративная модель компетенций разрабатывается как стандарт компании, состоящий из нескольких кластеров компетенций.

Индивидуальная модель компетенций – это, по сути, профиль компетенций сотрудника, который состоит из набора ключевых компетенций, которыми должен обладать эффективный сотрудник [2].

Модели оценки по компетенциям имеют два направления, которые обладают едиными методологическими корнями и схожей терминологией, но различаются ключевыми задачами:

- метод оценки по компетенциям, применяемый в образовании, для формирования и соблюдения стандартов обучения (например, федеральных образовательных стандартов);

- метод оценки по компетенциям в общем и кадровом менеджменте, позволяющий управлять эффективностью исполнения и обеспечивать интеграцию организационных и личностных компетенций.

«Система оценки компетенций персонала – это набор нескольких инструментальных систем, прочно связанных основными функциями управления персоналом:

- Подбор и расстановка персонала;
- Мотивация, компенсации и льготы;
- Обучение и развитие;
- Работа с кадровым резервом;
- Контроль и принятие кадровых решений.

Оценка подразумевает наличие критериев оценки (компетенции, KPI) и шкалы оценки. Оценка персонала принято делить на:

- Оценку компетенций (знаний, умений, навыков, ценностей, личностных особенностей);
- Оценку результативности (достижение целей, бизнес-результатов, KPI).

Выделяют следующие методы оценки компетенций

- Комплексный компетентностный анализ;
- Ассессмент-центр;
- Тестирование;
- Интервьюирование;
- Деловые игры [3].

Оценка персонала на основе компетентностного подхода основана на процессах сравнения таких характеристик работы, как: результативность, качество и сложность труда с эталонными значениями данных характеристик в раз-

резе конкретной должности. Таким образом, набор компетенций, отраженный в модели компетенций, задает эталонные значения характеристик работы посредством достаточно точного описания стандартов трудового поведения, необходимого для успешного выполнения работ по конкретной должности или по группе аналогичных должностей.

При формировании модели оценки компетенций можно воспользоваться уже готовыми существующими моделями, взять их за основу или использовать в первоизданном виде, а можно адаптировать под деятельность организации или создать принципиально новую модель.

Попытаемся выявить особенности формирования данной модели для образовательных организаций.

Анализ различных источников позволил сделать вывод, что готовой модели, которая могла бы использоваться в образовательных организациях без адаптации с учетом специфики деятельности не существует.

Опыт субъектов Российской Федерации показывает, что для оценки компетенций работников образовательных организаций успешно применяются различные методы оценки компетенций: беседа, анкетирование, наблюдение, тестирование, анализ результатов деятельности (анализ портфолио), решение задач (кейсов), самооценка. Но данные методы применяются разрозненно, бессистемно, так как модели, которая бы позволила структурировать использование различных методов оценки нет.

На сегодняшний день существует и уже апробирована модель оценки персонала образовательных учреждений общего образования (для оценки учителей общеобразовательных школ).

Применимость данной модели подтверждена результатами анализа региональных практик по оценке компетенций работников образовательных организаций в 50 субъектах Российской Федерации. В 2019 году была проведена оценка компетенций учителей общеобразовательных школ в рамках апробации модели оценки компетенций работников образовательных организаций, разработанной на основе Модели уровневой оценки компетенций учителей (Государственный контракт от 17.08.2018 г. № Ф-17-кс-2018). Модель позволяет проводить: – оценку предметных и методических компетенций учителей, обеспечивающих предметные результаты освоения обучающимися основной образовательной программы основного общего и/или среднего общего образования по предметам (учебным предметам) / предметным областям [1].

Результаты апробации модели оценки компетенций работников образовательных организаций (учителей) показали возможность применения данной модели при проведении процедур аттестации учителей и руководителей образовательных организаций.

Но данная модель требует адаптации для образовательных учреждений профессионального или высшего образования.

Аттестация работников образовательных организаций должна проводиться в логике компетентностного подхода путем оценивания результатов выполне-

ния диагностических работ с использованием тестовых технологий и экспертного оценивания.

Таким образом, правильно разработанная модель компетенций и профилирование должностей – это надежная основа для эффективного построения всех систем управления персоналом компании с целью максимально полного и эффективного использования профессионального потенциала ее работников.

Нами была предпринята попытка разработать компетентностную модель, которая могла бы быть реализована в профессиональных образовательных учреждениях (техникумах, колледжах и пр.).

Модель основана на концепции, что профессиональные компетенции педагогических работников таких образовательных учреждений формируются за счет наложения на уже имеющиеся базовые умения, знания и навыки приобретенного опыта, навыков, дополнительных знаний и пр.

Кроме того, в модели предусмотрена возможность оценки профессиональных компетенций, с указанием методов, которые могут быть использованы. Данная модель представлена на рисунке 1.



Рисунок 1 – Компетентностная модель для учреждений профессионального образования

Данная модель включает в себя 4 основные группы компетенций, которыми, по нашему мнению, должен обладать педагог образовательного учреждения в сфере профессионального образования: профессиональные компетенции, коммуникационные компетенции, культурные и личностные компетенции.

Для оценки можно использовать такие методы как: квалификационный экзамен, задания, тестирование, метод наблюдения, метод экспертных оценок, анкетирование, ассесмент-центр, метод 360° и пр.

Методы оценки могут быть распределены на группы с учетом оцениваемых элементов, пример приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Рекомендуемые методы оценки компетенций

Оцениваемые элементы	Методы оценки
Знания	тест, квалификационный экзамен
Умения	ассесмент-центр, интервью, тестирование, практические задания, анкетирование
Навыки	экспертная оценка, метод 360°, практические задания, оценка руководителем, наблюдение

Так, например, для оценки профессиональных навыков можно использовать метод тестирования на знание предмета, квалификационный экзамен, метод экспертной оценки разработанных методических материалов, и др.

Для оценки культурных компетенций можно использовать метод наблюдения, метод опроса обучающихся, и пр.

Взяв эту модель за основу необходимо составить профиль педагогических должностей с учетом специфики преподаваемых предметов.

На основе данной модели упростятся такие процессы как: аттестация педагогических работников, планирование развития персонала, мотивация и стимулирование персонала и мн. др.

При должной доработке предлагаемой нами модели есть возможность оценивать компетенции работников по уровням, например: базовый (уровень понимания, но отмечается несоответствие по некоторым компетенциям), пороговый (компетенции соответствуют профилю должности, но требуют развития) и продвинутый (работник соответствует завышенным требованиям и может продвигаться либо по карьерной лестнице, либо претендовать на более высокую профессиональную категорию).

Таким образом, на основе данной модели упростятся такие процессы как: аттестация педагогических работников, планирование развития персонала, мотивация и стимулирование персонала и мн. др.

Список используемых источников

1. Модель оценки компетенций работников образовательных организаций, осуществляющих образовательную деятельность по образовательным программам общего образования, необходимых для осуществления воспитательной деятельности (разработана в рамках Государственного контракта от 23.06.2021 г. №Ф-17-кк-2021)[Электронный ресурс]// Режим доступа: https://edu-monitoring.ru/wp-content/uploads/2021/09/Модель-ОК_2021.pdf (дата обращения 12.01.2022).

2. Оценка персонала. Википедия.[Электронный ресурс]// Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Оценка_персонала (дата обращения 02.02.2022).

3. Скорых, Н. Формирование модели компетенций для оценки персонала организации[Электронный ресурс]// Режим доступа: http://dspace.bsu.edu.ru/bitstream/123456789/22762/1/Skorykh_Formirovanie_16.pdf (дата обращения 18.01.2022).

FORMATION OF A MODEL FOR ASSESSING THE COMPETENCIES OF EMPLOYEES OF EDUCATIONAL INSTITUTIONS

V.V. Voronkina, S.A. Yarusheva

*Chelyabinsk State University,
Chelyabinsk, Russia*

The article discusses the features of the formation of the evaluation system of employees of educational institutions using the competence model. The specifics of the formation of evaluation models for employees of educational institutions is that they must take into account the availability of basic competencies and the acquisition of a certain level of mastery of professional competencies as a result of work. This model can be used for the certification procedure of teaching staff of educational professional institutions.

Keywords: assessment of employees of educational institutions, educational institutions, personnel assessment, competence assessment, competence assessment model

УДК 338

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИЯМИ

Ю.Н. Воронцова, К. А. Панченкова

*Воронежский государственный университет инженерных технологий,
г. Воронеж, Россия*

В статье рассмотрен вопрос управления инновациями в аспекте повышения эффективности деятельности предприятий. Применение инноваций позво-

ляет предприятиям составить достойную конкуренцию на высококонкурентном рынке.

Ключевые слова: управление инновациями, эффективность деятельности, инновации

Успешная реализация стратегии развития любого предприятия предусматривает осуществление не только результативной, но и эффективной хозяйственной деятельности. Результативность является следствием выполнения необходимых мероприятий, а эффективность - следствие того, что эти мероприятия правильно создаются. Первое и второе является одинаково важным.

Инновационный потенциал предприятия – это экономические возможности, определяющие способность организации к эффективному вовлечению в хозяйственный оборот новых технологий, или множественная совокупность ресурсов различных видов, необходимых для осуществления инновационной деятельности. Инновационный потенциал предприятия отражает его способность к наиболее эффективной реализации тех или иных функциональных задач при условии максимального использования имеющихся в его распоряжении экономических ресурсов.

В условиях рынка инновационная деятельность предприятий является необходимой, поскольку продукция предприятий, не способных к нововведениям, перестает пользоваться спросом, что влечет за собой банкротство. Для обеспечения устойчивости в рыночной среде предприятия осуществляют инновации, обусловленные реакцией на преобразования конкурентов и изменения внешней среды.

Процесс управления инновациями способствует формированию инновационной системы, соответствующей стратегическим целям функционирования предприятия и направленной на сохранение краткосрочной и долгосрочной устойчивости предприятия.

Часто устойчивость предприятия определяют как финансовое состояние предприятия, хозяйственная деятельность которого обеспечивает в нормальных условиях выполнение всех его обязательств [1].

Деятельность современного предприятия происходит в условиях «новой» экономики. Неопределенность, нестабильность и высококонкурентная среда заставляют предприятие пересмотреть свои цели, приоритеты и сложившуюся систему управления. В условиях «новой», информационной экономики управление предприятием переходит от приспособления к внешней среде к ее формированию. В центре «новой» экономики стоит клиент, ради которого предприятие и существует. Применяемые им инструменты и методы управления в условиях «новой» экономики необходимо актуализировать. Для обеспечения устойчивости и достижения конкурентных преимуществ в условиях колебания рынка необходим поиск новых или совершенствование существующих инструментов и методов.

Наиболее актуальным инструментом для решения проблемы повышения устойчивости предприятия является инновация, которая не только обеспечивает устойчивость по отношению к рынку, но повышает конкурентоспособность.

Инновации – ключевой фактор развития современных предприятий. Их разработка и внедрение требуют значительных ресурсов – трудовых, финансовых, организационных, но решение соответствующих задач необходимо в целях обеспечения эффективности предприятия в целом.

Под инновацией принято понимать некоторое новшество в сфере технологических разработок, реализации управленческих решений, организации бизнес-процессов, которое базируется на использовании передовых достижений в различных сферах науки. Важный критерий признания того или иного решения инновационным – принципиальное улучшение того или иного технологического или управленческого процесса при его внедрении [2].

Инновации, как объект управления, обладает таким набором особенностей, которые требуют использования специальных приёмов и методов для управления ими. В течение сорока последних лет управление инновациями формировалось как особая профессиональная область деятельности и самостоятельная дисциплина, вооружающая руководителей технологиями и инструментальными средствами планирования, контроля и координации.

Особенностями инновационного процесса промышленного предприятия являются цикличность и этапность, сущность которых состоит в том, что любое новое знание проходит полный цикл до момента морального устаревания воплотивших его продуктов и процессов в разрезе отдельных стадий и этапов. В зависимости от масштабов инновационной деятельности существуют циклы различного уровня. Поэтому собственно инновационный процесс предприятия можно трактовать двояко.

Инновации необходимы для того, чтобы фирмы имели возможность: оставаться в бизнесе; получать преимущество в конкурентной борьбе; повышать качество продукции и услуг; восхищать потребителей; привлекать и сотрудничать с наилучшими исполнителями [1].

Инновации – это действенный инструмент конкурентной борьбы, позволяющий обойти конкурентов за счет освоения эффективных технологических процессов или выхода с новой продукцией на рыночное пространство либо на неосвоенные рынки или нахождения своей ниши.

Инновационная деятельность обеспечивает субъектам предпринимательства возможность эффективного развития с точки зрения динамики финансово-хозяйственных процессов в зависимости от состояния рынка. При этом, в числе основных видов инновационной активности предприятий выделяют следующие: продуктовые, связанные с разработкой и выпуском современных или улучшенных видов продукции; организационные, обусловленные совершенствованием структуры управления и методов производства; маркетинговые,

изыскивающие новые сферы внедрения и применения продукции; технологические, новейшие или улучшенные производственные процессы, технологии.

На современном этапе развития перед предприятиями стоит новая чрезвычайно важная задача – не просто увеличить объемы производства традиционных продуктов, но и обеспечить все слои населения доступными оздоровительными, профилактическими, функциональными продуктами. Внедрение нового продукта в ассортимент позволяет предприятиям выходить на новые рынки и составлять конкуренцию известным брендам. Данная задача продиктована необходимостью повышения уровня жизни людей, улучшения состояния их здоровья за счет коррекции структуры и качества, обеспечения безопасности.

Таким образом, управление инновациями на предприятиях отрасли играет значительную роль для любого предприятия и является необходимым для успешного функционирования организации в конкурентной борьбе.

Список использованных источников

1. Воронцова, Ю.Н. Управление продуктовыми инновациями на предприятиях пищевой промышленности / Ю.Н. Воронцова, А.З. Магомедова / Сборник статей XXXIV международной научно-практической конференции, часть II Москва: «Научно-издательский центр «Актуальность. РФ», 2020. – 132 с.

2. Василенко, И.Н. Управление инновационной деятельностью на рыбоперерабатывающих предприятиях Воронежской области / И.Н. Василенко, Ю.Н. Воронцова / Управление инновационным развитием агропродовольственных систем на национальном и региональном уровнях: материалы II международной научно-практической конференции: в 2 частях. – Ч. I. – Воронеж: ФГБОУ ВО Воронежский ГАУ, 2020. – 211 с.

IMPROVING THE EFFICIENCY OF THE COMPANY'S ACTIVITIES ON THE BASIS OF INNOVATION MANAGEMENT

Yu. N. Vorontsova, K. A. Panchenkova

*Voronezh State University of Engineering Technologies,
Voronezh, Russia*

The article considers the issue of innovation management in the aspect of improving the efficiency of enterprises. The use of innovations allows enterprises to compete in a highly competitive market.

Keywords: innovation management, performance, innovation

ДИВЕРСИФИКАЦИЯ КАК СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

А.А. Гаврилов

*Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина,
г. Краснодар, Россия*

В статье рассматривается диверсификация производственной деятельности. Приведены основные задачи и характеристики процесса, выделены направления стратегии диверсификации производственной деятельности.

Ключевые слова: производственная деятельность, диверсификация, стратегия диверсификации, экономическая эффективность

Современные рыночные отношения находятся в постоянной динамике, поэтому предприятиям крайне сложно поддерживать привлекательность занятой отрасли. Для многих компаний приоритетом становится завоевание новых рынков сбыта. В этих условиях повышению продуктивности работы компании и каждого его подразделения способствует грамотно спланированный и организованный процесс диверсификации [3].

Охарактеризовать диверсификацию можно как процесс вступления компании в новые производственные отношения, путем более эффективного менеджмента. Цель, которую ставит перед собой диверсификация, – при максимальном использовании имеющихся ресурсов добиться повышения эффективности производства.

Основными характеристиками процесса диверсификации являются либо развитие нового производства, либо увеличение объемов продукции с использованием новых видов ресурсов и инновационных технологий и, соответственно, выход на неизученные рынки сбыта, поиск на них сильных позиций [???]. Это понятие можно охарактеризовать как перераспределение ресурсов, которые используются компанией в несхожие с имеющимися, новые сферы деятельности.

Существующие разнообразные варианты определений диверсификации можно объединить в рамках концепций, которые следует считать ключевыми, в зависимости от способа интерпретации исследуемого понятия имеющих различный смысл:

- «номенклатурная (ассортиментная)» – внутри предприятия расширение ассортиментного перечня продукции;
- «без явных связей» – выход на новые рынки, в связи с расширением производственной структуры предприятия [1].

На основании приведенных выше подходов, сформулируем следующее определение: диверсификация производства – это переход компании к внедрению и выпуску совершенно новой продукции, применению ранее используемых технологий производства, управления, предпринимательства; который ведет к освоению новых рынков и осуществляемый на основе перераспределения и рационализации используемых ресурсов.

Сам процесс диверсификации производственной деятельности невозможен без перехода на новые технологии, отрасли, рынки, с которыми компания никогда не была связана, и это ведет к производству совершенно новой продукции, но для это требуются дополнительные инвестиции. Диверсификация тесно связана с разнообразными сферами применения продуктов компании, независимо от того, каким будет жизненный цикл товара, повышая эффективность ее деятельности. В том случае, если выпускаемые конкретной компанией продукты, имеют незначительный рынок сбыта, являются специфическими и узконаправленными, но обнаружены новые области, в которых они могут использоваться, то такая компания уже будет диверсифицированной.

Особое внимание исследователей стало привлекать все, что связано с диверсификацией в период перехода российской экономики к рыночным отношениям [5]. Это произошло в связи с тем, что отечественные предприятия, функционирующие в различных отраслях, взяли ориентир на диверсификацию производственной деятельности.

Выделяют ряд причин, которые влияют на выбор стратегии диверсификации. К ним относятся:

- стремление к росту масштаба производства;
- неполная загрузка производственных мощностей;
- наличие свободных оборотных средств;
- усилением конкуренции на рынке, в результате которой увеличивается риск;
- падение рентабельности основного производства [2].

Поэтому процесс диверсификации производственной деятельности решает следующие основные задачи:

- 1) изменить, улучшить модель роста компании, в последствии сделать компанию растущей;
- 2) сделать компанию более стабильной, несмотря на наличие случайностей, имеющих неблагоприятные для компании последствия [4].

Особенность, которая характерна для российских предприятий, заключается в способности организации «упорядочить» свой капитал и интеллект, для обеспечения возможностей дальнейшего роста и для управленцев создания огромного поля деятельности. В соответствии с этим диверсификация означает включение предприятия в новую сферу производства, в которую оно может внести новый способ управления деятельностью фирмы или эффективный ме-

неджмент. Таким образом, формулировка главной цели диверсификации такова – в будущем добиться повышения показателей экономической эффективности при полном использовании ресурсов.

Список использованных источников

1. Литвиненко, Г.Н. Внедрение lean-технологий как метод повышения эффективности производства / Г.Н. Литвиненко, Л.Ю. Богинович, А. А. Латышенко // Экономика и предпринимательство. – 2017. – № 12-1 (89). – С. 854-858.
2. Семенова, В.А. Диверсификация деятельности многопрофильных компаний: ее мотивы, виды и формы // Актуальные проблемы экономики и управления. – 2014. – № 3. – 105-112.
3. Соколова, А.П. Экономические условия и приоритетные направления инновационного развития экономики России / А.П. Соколова, Е.А. Кабанник// Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2020. – № 1-1. – С. 86-94.
4. Стусь, А.А. Пути повышения конкурентоспособности предприятия / В. А. Стусь Г. Н. Литвиненко // В сборнике: Вестник научно–технического творчества молодежи Кубанского ГАУ Сборник статей по материалам научно–исследовательских работ: в 4 томах. сост. А. Я. Барчукова, Я. К. Тосунов; под ред. А. И. Трубилина, отв. ред. А. Г. Кощачев, 2017. – С. 159-162.
5. Sokolova, A. P. Directions and efficiency of innovative development of agricultural enterprises / A. P. Sokolova, O. A. Sukhareva // Studies in Systems, Decision and Control. 2020. T. 282. C. 401-407.

DIVERSIFICATION AS AN ENTERPRISE DEVELOPMENT STRATEGY

A.A. Gavrillov

*Kuban State Agrarian University named after I.T. Trubilin,
Krasnodar, Russia*

The article deals with the diversification of production activities. The main tasks and characteristics of the process are given, the directions of the strategy for diversifying production activities are highlighted.

Keywords: production activity, diversification, diversification strategy, economic efficiency

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОБОРОТНЫХ СРЕДСТВ ДЕРЕВООБРАБАТЫВАЮЩЕГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Т.Г. Гарбузова, А.А. Смирнова

*Санкт-Петербургский государственный лесотехнический университет
имени С.М. Кирова,
г. Санкт-Петербург, Россия*

В статье приведены основные направления повышения эффективности использования оборотных средств деревообрабатывающего предприятия.

Ключевые слова: оборотные средства, эффективность, оборачиваемость оборотных средств, деревообрабатывающие предприятия

Оборотные средства являются составной частью имущества предприятия и представляют собой денежные ресурсы, авансируемые в оборотные активы для поддержания текущей производственно-коммерческой деятельности. Успешное использование оборотных средств предприятия способствует активному экономическому развитию и высокой эффективности деятельности организации [1].

Оборотные средств включают оборотные фонды и фонды обращения. Структура оборотных средств влияет непосредственно на финансовое состояние организации в определенный момент времени производства. Именно поэтому важно контролировать уровень оборотных средств в организации.

Единой рекомендации по формированию структуры оборотных средств не существует и каждое предприятие имеет свои особенности. Для деревообрабатывающих предприятий характерно наличие больших запасов сырья и материалов, так как деревообрабатывающая отрасль относится к материалоемкой. Так, для получения 1 тонны целлюлозы необходимо в среднем 5-6 м³ древесины, 350 м³ воды, 2000 кВт-час электроэнергии. Высокая материалоемкость отрасли обусловлена сложными условиями заготовки и вывозки древесины, что в свою очередь вызывает ее высокую стоимость и большой удельный вес оборотных средств деревообрабатывающих предприятий, отвлекаемых в запасы сырья и незавершенного производства. Не смотря на то, что деревоперерабатывающая промышленность является одним из наиболее значимых и динамично развивающихся сегментов народного хозяйства России и обеспечивает своей продукцией практически все ведущие отрасли национальной экономики [2, 3], доля материальных затрат, включая энергетические, достигает 70 и более процентов.

Особые условия снабжения сырьем и производства продукции деревообрабатывающей промышленности вызывают наличие специфических особен-

стей в структуре оборотных средств предприятий отрасли, в управлении оборотными средствами. Поэтому для деревообрабатывающих предприятий проблема повышения эффективности оборотных средств имеет более значимый характер, чем для предприятий фондоёмких отраслей.

К основным показателям эффективности использования оборотных средств относят:

- коэффициент оборачиваемости,
- длительность одного оборота,
- материалоотдачу,
- материалоемкость,
- сумму годового экономического эффекта от ускорения оборачиваемости оборотных средств,
- коэффициент закрепления оборотных средств.

Повышение эффективности использования оборотных средств может быть достигнуто за счет абсолютного и относительного высвобождения оборотных средств в виду ускорения их оборачиваемости или путем роста объема реализованной продукции. Ускорение оборачиваемости оборотных средств приводит к абсолютному и относительному высвобождению оборотных средств. Абсолютное высвобождение предполагает сокращение стоимости оборотных средств предприятия в анализируемом периоде по сравнению с предшествующим при росте объемов реализации продукции; а относительное высвобождение оборотных средств присутствует, когда сравнительно меньшим объемом данных средств обеспечивается больший объем реализации. Таким образом, оно характеризует процесс, при котором темпы роста реализации продукции опережают темпы роста оборотных средств.

К основным факторам ускорения оборачиваемости оборотных средств можно отнести:

- оптимизация имеющихся запасов деревообрабатывающего предприятия;
- эффективное использование материальных и других ресурсов деревообрабатывающего предприятия;
- сокращение длительности производственного цикла;
- сокращение сроков пребывания оборотных средств в остатках готовой продукции и в расчетах.

Основными мерами, направленными на повышение эффективности использования оборотных средств, можно указать следующие:

- управление и оптимизация уровня дебиторской задолженности предприятия;
- управление величиной денежных средств в целях обеспечения текущей платежеспособности предприятия;
- нормирование величины запасов с целью формирования их оптимальной величины;
- ускорение оборачиваемости оборотных средств.

Управление и оптимизация уровня дебиторской задолженности может быть обеспечена за счет следующих мер:

- осуществлять контроль финансовой устойчивости действующих и потенциальных партнеров предприятия;
- вести учет и контроль расчетов с дебиторами предприятия по срокам задолженности, по покупателям и по форме расчетов;
- использовать взаимозачеты как инструмент погашения дебиторской задолженности;
- проводить работу по взысканию просроченной дебиторской задолженности;
- использовать факторинговые операции как инструмент погашения дебиторской задолженности.

Управление величиной денежных средств может быть реализовано за счет следующих мер:

- создание «страхового запаса» денежных средств;
- достаточный объем реализации готовой продукции наряду с разумной ценовой политикой;
- обеспечить контроль поступления денежной выручки на расчетный счет предприятия;
- использовать систему скидок для покупателей, приобретающих продукцию с условием предоплаты 100 %;
- своевременно погашать кредиторскую задолженность и обеспечить возможность получения скидок от поставщиков за своевременное погашение задолженности.

Таким образом, повышение эффективности использования оборотных средств деревообрабатывающего предприятия способствует обеспечению стабильности и устойчивости его работы, повышению финансовых результатов производства и его рентабельности.

Список использованных источников

1. Полянская, О.А. Система мониторинга оборотных средств / О.А. Полянская, В.В. Беспалова // Современные аспекты экономики. – 2016. – № 6(226). – С. 41-44.
2. Гарбузова, Т.Г. Основные направления инновационной деятельности в лесопромышленном комплексе России / Т.Г. Гарбузова, И.А. Захаренкова // Приоритетные направления инновационной деятельности в промышленности: Сборник научных статей III международной научной конференции, Казань, 30–31 марта 2021 года. – Казань: Общество с ограниченной ответственностью «КОНВЕРТ», 2021. – С. 222-223.
3. Полянская, О.А. Общая характеристика текущей экономической ситуации ЛПК России и перспективы развития / О.А. Полянская, А.Е. Михайлова, А.А. Тамби // Современные машины, оборудование и IT-решения лесопромыш-

ленного комплекса: теория и практика: Материалы Всероссийской научно-практической конференции, Воронеж, 17 июня 2021 года. – Воронеж: Воронежский государственный лесотехнический университет им. Г.Ф. Морозова, 2021. – С. 101-106.

WAYS TO IMPROVE THE EFFICIENCY OF THE WOOD PROCESSING ENTERPRISE WORKING CAPITAL

T.G. Garbuzova, A.A. Smirnova

*Saint Petersburg State Forest
Technical University named after S.M. Kirov,
Saint-Petersburg, Russia*

The article presents the main directions of improving the efficiency of using working capital of a wood processing enterprise.

Keywords: working capital, efficiency, turnover of working capital, wood processing enterprises

УДК 656.7

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ БЕЗОПАСНОСТИ В ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ

Н.А. Городнова, Д.З. Измайлова

*Ульяновский институт гражданской авиации им. Б.П. Бугаева,
г. Ульяновск, Россия*

В статье рассматриваются роль и место психологии безопасности в гражданской авиации.

Ключевые слова: психология безопасности, авиационная психология, работники гражданской авиации, профессиональный психологический отбор

В наше время на многих предприятиях есть психолог, который отслеживает психологическое состояние работников. Управление предприятием насквозь пронизано психологическим содержанием, т.к. главным функционирующим звеном его является человек со своими способностями, интеллектом, мотивацией, личностными и другими особенностями [6].

Авиационная психология – это отрасль психологии, которая может оценивать, диагностировать, лечить и выбирать профессионалов в области авиации с лучшими навыками и психическим здоровьем. Основные направления авиационной психологии группируются вокруг следующих проблем: изучение воздействия на психические функции факторов полёта и разработка рекомендаций по профилактике неблагоприятных воздействий; исследование деятельности по управлению воздушным судном (ВС) с целью максимального приспособления техники к психическим возможностям человека; установление психологических причин и предпосылок к лётным происшествиям и разработка мер их предупреждения; исследование психических качеств, способствующих благополучному выполнению лётной деятельности с целью отбора кандидатов в учебные заведения и определения годности лётчиков к полётам; улучшение методики подготовки авиаспециалистов на основе изучения психологических закономерностей обучения и формирования качеств личности [1, 2].

На первоначальной стадии при устройстве на работу сотрудник гражданской авиации (ГА) должен проходить профессиональный психологический отбор, в ходе которого должны вскрываться психологически нестабильные личности, лица с асоциальными установками, устанавливается уровень профессиональной адаптации кандидата и т.д. Авиационные психологи оценивают профпригодность пилотов, бортпроводников и авиадиспетчеров.

Практика работы авиадиспетчеров демонстрирует, что в процессе управления воздушным движением они могут допускать всевозможного рода ошибки, главными причинами которых могут быть: информационная перегрузка, дефицит времени, помехи, снижение профессиональных функций, понижение эмоциональной устойчивости, утомление, недостаточный уровень профессиональной подготовки. Знание законов психики, устройства собственной личности, принципов взаимодействия между экипажем ВС и авиадиспетчером – непереносимое требование для предупреждения ошибок при управлении воздушным движением и безопасности полетов.

При анализе инцидентов необходимо оценивать действительные на период происшествия составляющие психики пилотов: психофизиологические резервы, стрессоустойчивость, пространственная ориентация, реакция, быстрота оценки ситуации, принятия решения, точность его выполнения, автоматизм при ручном управлении по приборам. Эти качества психики понижаются при нарушениях режима труда и отдыха, чем катастрофически страдают большинство авиакомпаний, а так же при утрате автоматизма ручного пилотирования по приборам (при налете 5-7 минут за рейс в режиме ручного пилотирования), при мотивации экипажей на принятие решений на вылет при недостаточном отдыхе, при рискованных метеоусловиях, при возникновении каких-то замечаний по состоянию ВС [5].

Если специалист работает в системе обслуживания людей (сервиса), важно научить его быть ориентированным на пассажира. Например, если это дис-

петчер по регистрации авиабилетов, то в центре его внимания должен быть не билет, а человек, желающий зарегистрировать свой билет.

Другое значимое направление деятельности психолога состоит в консультационной работе. Наиболее распространенные темы консультаций – это производственные конфликты (в частности, с начальством), семейные отношения, а также проблема профессиональной адаптации сотрудников к новой специальности, к новым условиям труда, которые неблагоприятно воздействуют на качество труда работников.

С развитием воздушного транспорта возникла опасность незаконного вмешательства в его деятельность. С целью защиты пассажиров, сотрудников, а также инфраструктуры гражданской авиации от актов незаконного вмешательства создается служба авиационной безопасности (САБ). Авиационная безопасность (АБ) обеспечивается комплексом мер, гарантирующих формирование и функционирование САБ, охрану аэропортов, воздушных судов и объектов ГА, досмотр членов экипажей, обслуживающего персонала, пассажиров, ручной клади, багажа, почты, грузов и бортовых запасов, предотвращение и устранение попыток захвата и угона ВС. В связи с этим, появляется потребность в обеспечении гражданской авиации дипломированными специалистами в области авиационной безопасности. В САБ важное значение имеет не только уровень подготовки сотрудника, наличие необходимых знаний, но и психологическая подготовка сотрудников, так как это может напрямую воздействовать на уровень безопасности.

Психологическая работа в авиации представляет собой деятельность, ориентированную на формирование у авиаработников профессионально-значимых психологических качеств личности, психологической устойчивости и готовности к эффективному исполнению оперативно-служебных задач [4].

Психологическая работа проводится по следующим направлениям:

- психологическая работа при приёме сотрудника на работу;
- изучение и анализ психологического состояния работников;
- повышение компетенции руководителей;
- обеспечение готовности к действиям в чрезвычайных ситуациях.

При отборе претендента на должность сотрудника САБ учитываются такие качества, как физическая подготовка, состояние здоровья, отсутствие правонарушений, психологическая пригодность. Проведение профессионального психологического отбора необходимо для комплектования САБ наиболее компетентными и психологически устойчивыми к такой работе специалистами, в том числе в условиях чрезвычайной ситуации. При отсутствии психологического отбора при приёме на работу кандидата есть риск того, что сам сотрудник станет угрозой АБ.

Для повышения уровня эффективности работы сотрудников САБ необходимо проводить социально – психологическую работу с сотрудниками. Она предполагает собой следующие мероприятия:

- формирование благоприятного социально–психологического климата в коллективе;
- предупреждение конфликтов между сотрудниками;
- помощь молодым сотрудникам в адаптации в коллективе;
- составление рекомендаций в управлении руководителям САБ и т.д.

Данные мероприятия реализуются путём регулярных обследований сотрудников, осуществления личных бесед с целью обнаружения неудовлетворенностей и проблем в коллективе.

Важно подчеркнуть, что эксперимент иностранных авиакомпаний уже демонстрирует успешность и эффективность использования научно-психологических методов в решении проблем управления предприятием и сервиса на борту самолета. Для того, чтобы российским авиакомпаниям занять достойное место в ряду ведущих авиакомпаний мира, в их систему также необходимо ввести психологическую службу.

Работа практического психолога в сфере авиации – это, прежде всего, работа с людьми. Этот факт характеризует перечень качеств, необходимых психологу в работе по специальности. Психолог-профессионал должен уметь следить за своей внешностью, быть приятным в общении человеком. Также психологу очень пригодятся такие качества как сильный, подвижный тип нервной системы и высокая трудоспособность, самодостаточность, уверенность в себе и в потребности своей работы. Неотъемлемым требованием к авиационным психологам является знание специфики условий и особенностей летного труда [3].

Итоговая цель психологии безопасности в ГА заключается в том, чтобы поднять на более высокий уровень производительность труда как рядовых сотрудников, так и руководителей авиакомпании. Именно поэтому первостепенными задачами психологов являются: выработка критериев профессиональной пригодности различных категорий авиаработников, обучение работников службы сервиса основам психологии межличностного общения, изучение взаимоотношений в группе сотрудников и их влияния на качество обслуживания пассажиров безопасность полетов.

Список использованных источников

1. Донина, О.И. Модель государственно-частного партнерства для подготовки авиационных специалистов / О. И. Донина, А. В. Кузнецов, Ю. В. Кузнецов // Симбирский научный вестник. – 2015. – № 1(19). – С. 63-68.
2. Евстигнеев, Д.А. Авиационная психология: учебник в 2 т. / Д.А. Евстигнеев. – Ульяновск: УВАУГА (И), 2012 – 280 с.
3. Нужна ли нам авиационная психология? – Ответы на вопросы // AviaSafety.ru URL: <https://aviasafety.ru/27311/> (дата обращения: 07.11.21).
4. Измайлова, Д.З. Роль физических психофизиологических качеств человека в обеспечении безопасности труда (на основе профотбора) / Д. З. Измайлова, А. М. Стельмах, Э. И. Шаяхметова // Наука молодых – будущее России:

сборник научных статей 5-й Международной научной конференции перспективных разработок молодых ученых : в 4 т., Курск, 10–11 декабря 2020 года. – Курск: Юго-Западный государственный университет, 2020. – С. 363-366.

5. Измайлова, Д.З. Сравнительный анализ показателей происшествий на различных видах транспорта, с целью выявления наиболее безопасного / Д.З. Измайлова, А.В. Попов, К. Р. Юнушев // Modern Science. – 2020. – № 7-2. – С. 336-341.

6. Гарифуллина, Р.М. Транспортные системы будущего и безопасность полетов / Р. М. Гарифуллина, Д.З. Измайлова, Э. И. Нагина // Экология и безопасность жизнедеятельности: сборник статей XX Международной научно-практической конференции, Пенза, 14–15 декабря 2020 года. – Пенза: Пензенский государственный аграрный университет, 2020. – С. 56-59.

PSYCHOLOGICAL ASPECTS OF SECURITY IN CIVIL AVIATION

N.A. Gorodnova, D.Z. Izmailova

*Ulyanovsk Institute of Civil Aviation named after B.P.Bugaev,
Ulyanovsk, Russia*

The article discusses the role and place of safety psychology in civil aviation.

Keywords: safety psychology, aviation psychology, civil aviation workers, professional psychological selection

УДК 338.33

ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТ ПО ОБЕСПЕЧЕНИЮ БЕЗОПАСНОСТИ НА ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ОБЪЕКТАХ

А.И. Донсков, С.И. Пентегов

*Академия ФСИН России,
г. Рязань, Россия*

В статье рассматриваются вопросы организации деятельности по обеспечению производственной безопасности на предприятиях. Автор рассмотрел ключевые направления данной работы. А также предложил возможные подходы, позволяющие повысить качество организации процесса по обеспечению безопасности труда на предприятиях.

Ключевые слова: безопасность труда, промышленная безопасность, кадровая работа, производственный объект, оценка безопасности, качество

Актуальность проблемы обеспечения безопасности на промышленных объектах определяется, тем что безопасность предприятия является важнейшим фактором, влияющим на функционирование предприятия.

Процесс обеспечения безопасности подразумевает комплекс мер, предохраняющих предприятие от случайного или преднамеренного вмешательства в его функционирование. Стоит помнить, большинство несчастных случаев происходит из-за отсутствия отлаженной системы охраны труда и оборудования для обеспечения безопасности, не системного обучения сотрудников, или нарушения безопасности.

Безопасность на рабочем месте на предприятии достижима, при условии если руководитель и ответственное лицо, знает потенциальные источники угроз безопасности и способы их предотвращения. Эффективная оценка рисков может помочь оставаться в курсе опасностей, присутствующих на предприятии, и выделить время на необходимое техническое обслуживание и ремонт оборудования.

При организации системы промышленной безопасности на крупных и средних предприятиях важно иметь специалиста, который имеет необходимые знания и допуск к работе. Рекомендуются привлекать данного специалиста для разработки рисков, в котором будут определены всевозможные угрозы, связанные с конкретным производственным подпроцессом. Эффективная оценка риска позволит проверить безопасность и рабочее состояние оборудования и рекомендовать необходимые меры контроля.

Кроме того, такие методы, как FMEA и доска Andon, могут помочь в оценке и управлении рисками безопасности на этажах производственного предприятия. Производители могут внедрить FMEA-анализ процесса, чтобы предвидеть несоответствия, влияющие на качество и безопасность продукции. В действующем производстве метод может эффективно применяться для устранения несоответствий и их причин, не выявленных при разработке или обусловленных факторами изменчивости процессов производства.

Доска Andon помогает производственным фирмам и производственным предприятиям подавать сигнал команде о возможном дефекте или проблеме в оборудовании, позволяя им предпринять необходимые действия. Такая система оповещения может помочь обнаружить потенциальные опасности в системе, тем самым снижая риск несчастных случаев на рабочем месте.

Создание безопасной рабочей среды начинается со всесторонней оценки рисков. Проведите тщательную оценку рисков производственного предприятия, чтобы устранить потенциальные опасности и создать безопасную рабочую среду для сотрудников.

Производственные площади часто не соответствуют санитарным и техническим нормам организации труда. Загроможденная рабочая зона, а также

провода жала или шланги баллонов могут увеличить риск несчастных случаев на рабочем месте, которых можно было избежать. Очень важно содержать проходы и рабочее место в чистоте.

Руководству на местах важно своевременно избавляться от металлической стружки и легковоспламеняющихся материалов, поместив их в специальные контейнеры. В проходах не должно быть стеллажей, поддонов, шлангов, шнуров питания и другого оборудования. Важно расположить все оборудование и аксессуары в надлежащем порядке, чтобы снизить риск серьезных несчастных случаев.

Все производственные помещения должны быть спроектированы так, чтобы обеспечивать безопасность на рабочем месте. Территория вокруг рабочего места должна быть защищена ограждениями и ограждениями, позволяющими входить в зону только квалифицированным работникам. Плохо обслуживаемые ограждения могут стать причиной случайного проникновения на территорию, что может привести к травмам, связанным с барьером, для рабочих, которые не носят подходящее защитное снаряжение для работы.

Если эти защитные механизмы не установлены должным образом, это может привести к серьезным травмам на рабочем месте. Перед началом работы рекомендуется обязательно проверить неисправные инструменты и защитные механизмы.

Производственные рабочие всегда должны носить защитное снаряжение, когда находятся на полу предприятия, чтобы снизить вероятность получения травм.

Руководству важно контролировать, что задействованные рабочие хорошо изолированы от электрода и земли, используя прочные сапоги с резиновыми носками и перчатки. Ношение защитных очков и сварочных капюшонов во время процесса защитит их от ожогов ультрафиолетовым и инфракрасным излучением и токсичных сварочных дымов.

Независимо от того, является ли сотрудник учеником или экспертом, он должен пройти обучение по соблюдению протокола безопасности, что снизит риск несчастных случаев и травм на рабочем месте. Более того, поскольку национальные правила техники безопасности для обрабатывающей промышленности постоянно меняются, необходимо проводить периодическое обучение рабочих, чтобы на оборудовании работал только квалифицированный персонал.

Кроме того, неправильное использование инструментов или отсутствие опыта могут привести к серьезным несчастным случаям. Следовательно, необходимо обеспечить надлежащее обучение, позволяющее работникам использовать инструменты в соответствии с протоколом безопасности.

Например, нельзя позволять рабочим обращаться с тяжелым оборудованием вручную. Вместо этого их следует поощрять к использованию механизированного погрузочно-разгрузочного оборудования, такого как траверсы или подъемные траверсы, чтобы предотвратить травмы спины, плеч и другие виды травм.

Помимо обучения работников тому, как предотвратить распространенные несчастные случаи на рабочем месте, правильное обучение может помочь им безопасно утилизировать отходы, сообщать о дефектах оборудования и выполнять требования по техническому обслуживанию, если таковые имеются.

К сожалению, внедрение FMEA как мощного инструмента для постоянного улучшения пока встречается не часто. Если система постоянного улучшения не сформирована на предприятии, нет анализа рисков на всех уровнях в целом до уровня каждого конкретного рабочего места, а есть только работа по факту возникновения проблем, то FMEA так и будет восприниматься как каторга, которую прошли и к которой не очень хочется возвращаться. Без наличия общей системы улучшений, без персонала, настроенного на постоянное улучшение, без четкой системы проектирования и разработки FMEA будет только разовой и нелюбимой работой.

В рамках данной статьи нами были рассмотрены некоторые аспекты организации эффективной системы обеспечения промышленной безопасности, при этом стоит отметить, что указанные автором аспекты должны в обязательном порядке учитываться на любом предприятии.

Список используемых источников

1. Кузнецова. Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2020. – № 24 (314). – С. 535-538. – URL: <https://moluch.ru/archive/314/71477/> (дата обращения: 06.02.2022).

2. Культура безопасности как неотъемлемый элемент культуры производства. Г. З. Файнбург, А. А. Гавриков (№ 2, 2017) <https://biota.ru/publishing/magazine/bezopasnost-i-oxrana-truda-№2>.

3. Чернова, Е.Ю. Безопасность на производстве / Е.Ю. Чернова, Э.А.

4. Петухов, Р.Н. Обеспечение безопасности на промышленных предприятиях / Р. Н. Петухов. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2016. – № 1 (105). – С. 455-458. – URL: <https://moluch.ru/archive/105/24979/> (дата обращения: 06.02.2022).

ORGANIZATION OF WORK TO ENSURE SAFETY AT PRODUCTION FACILITIES

A.I. Donskov, S.I. Pentegov

*Academy of the Federal Penitentiary Service of Russia,
Ryazan, Russia*

The article deals with the problem of organizing activities to ensure industrial safety at enterprises. The author considered the key directions of this work. He also

suggested possible approaches to improve the quality of the organization of the process to ensure labor safety at enterprises.

Key words: support labor safety, industrial safety, personnel work, production facility; safety assessment; quality

УДК 308

РЫНОК ЧАТ-БОТОВ И ИХ ПРЕИМУЩЕСТВА ДЛЯ БИЗНЕСА

Е.А. Еремеева¹

*Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна,
г. Санкт-Петербург, Россия*

В данной статье говорится о чат-ботах как актуальных инструментах интернет-коммуникаций, способных выстроить новую ветвь взаимоотношений между бизнесом и потребителями. Раскрывается понятие «чат-бот», рассмотрены типы и функции чат-ботов. В ходе работы были перечислены основные задачи, которые способны решить чат-боты, преимущество их внедрения в стратегию современных компаний.

Ключевые слова: чат-бот, бот, автоматизация, искусственный интеллект, бизнес, информационные технологии, виртуальный помощник

На сегодняшний день почти во всех сферах нашей жизни присутствуют информационные технологии. Они широко применяются и в бизнесе. С расширением бизнеса технологии приходят на помощь и делают работу предприятия удобнее и проще. Для компаний чрезвычайно важно уметь своевременно приспособиться к новым технологиям, чтобы улучшать качество обслуживания клиентов, получать стратегическое конкурентное преимущество, сокращать расходы и увеличивать прибыль.

Стоит отметить, что в условия непрерывного развития технологий потребители стали все более требовательны, особенно когда дело доходит до быстрых форм общения через различные программы обмена сообщениями. Задав вопрос онлайн, 51 % пользователей ожидает получить ответ сразу же, в любое время суток. Еще часть людей согласна подождать в течение дня. На текущем рынке улучшение качества обслуживания клиентов является одним из способов повышения коэффициента конверсии. Для достижения данной цели бизнесы

¹ Научный руководитель: к.э.н., доцент Леонов С.А.

запускают круглосуточную службу поддержки, которые требуют значительные затраты человеческих и финансовых ресурсов. Решить данную проблему, улучшить контакт с потребителем и уменьшить затраты помогут чат-боты.

Чат-бот – это системы искусственного интеллекта, которые, имитируя реальный разговор, позволяют взаимодействовать с пользователем с помощью текста или речи. Социальные сети, мессенджеры, мобильные приложения, веб-сайты – основные платформы для внедрения ботов. Чат-ботов можно назвать виртуальными помощниками, ведь они дополняют существующий персонал, чтобы автоматизировать рутинные операции и удовлетворить потребности потребителей. Процесс автоматизации общения с пользователем способствует экономии времени и финансов компании. Боты ведут диалог, выполняя просьбы человека, отвечая на запросы или развлекая своими ответами. Данные программы – это настоящее и будущее взаимодействия с клиентами.

Чат-боты начали набирать популярность в 2017 году, после их активного внедрения в мессенджеры и социальные сети. После широкого распространения нового инструмента интернет-коммуникации стало возможно получать рассылку новостей, информацию об акциях и предложениях в сфере товаров и услуг, стало автоматизировано получение развлекательного контента.

Обратим внимание на то, что чат-боты стали намного эффективнее своих предшественников. В настоящее время актуальность и востребованность чат-ботов велики. Не желая отставать от современных бизнес-тенденций, все больше компаний планируют интегрировать ботов непосредственно в свою работу.

Чат-боты выполняют различные задачи и функции. Перед внедрением бота в бизнес необходимо понимать, как именно будет функционировать программа, какие цели и задачи будут перед ней поставлены. Использовать онлайн-помощника можно по-разному. Посмотрим на конкретные примеры.

1. Поддержка клиентов. В службах технической поддержки бот отвечает на типовые вопросы клиента. Виртуальный консультант способен ответить на сообщение в любое время суток, сразу же, как поступил вопрос, тем самым он освобождает сотрудников от лишней работы.

2. Продажи и клиентский сервис. Чат-бот может помочь совершить покупки и заказать услуги. Он полезен, когда пользователю нужно помочь разобраться с ассортиментом. Бот рассказывает об акциях и предложениях, увеличивает объем продаж. Через короткий опрос онлайн-помощник поймет, что ищет клиент, и отправит соответствующую ссылку.

3. Маркетинг. Чат-бота можно использовать как еще один инструмент маркетинга. Бот-информатор может создать рассылки, распространить информацию об акциях, мероприятиях, собрать обратную связь по качеству товаров, услуг или сервиса.

4. Работа внутри компании. Такие чат-боты разработаны для внутрикорпоративных коммуникаций. Роботизированный ассистент может помочь опти-

мизировать процессы работы самих сотрудников и повысить эффективность предприятия. Чат-боты способны распределять задачи, помогать в планировании встреч, напоминать о запланированных делах. Сотрудники могут использовать этих ботов, например, для проверки показателей продаж, ускорения и улучшения принятия решений или определения эффективности маркетинговых кампаний.

5. Рекрутинг. Чат-бот полезен на разных этапах подбора персонала и способен помочь в наиболее эффективном для компании выборе. Бот отбирает резюме кандидатов, наиболее соответствующих требованиям, собирает первичную информацию о потенциальных сотрудниках, составляет рейтинг, отправляет приглашения на собеседование. Он способен провести диалог с потенциальными кандидатами, в результате которого они более подробно знакомятся с вакансией и подтверждают своё участие.

Таким образом, чат-бот представляет собой не просто автоматизированный инструмент интернет-коммуникации. Его можно назвать универсальным сотрудником, который будет способен функционировать и помогать работе компании в любое время суток. Боты действительно революционизируют работу компаний. В ближайшие годы использование программ, созданных с помощью искусственного интеллекта, позволит создавать совершенно новые продукты, услуги и рынки; повысить производительность труда сотрудников и эффективность предприятия.

В заключение следует сказать, что потенциальные преимущества чат-ботов сложно игнорировать. Использование диалоговых ботов сокращают расходы на обслуживание клиентов и приносит большую прибыль. Чат-боты кардинально меняют бизнес и предоставляют все более интересные возможности для решения управленческих задач. За ботами большие перспективы, так как они постоянно модернизируются и становятся универсальными. Они способны быстро самообучаться и адаптироваться к новым условиям. Тенденция на внедрение чат-ботов в бизнес продолжает укрепляться. Прогнозируется, что чат-боты перейдут от простых пользовательских запросов к более продвинутым разговорам в реальном времени на основе прогнозной аналитики. Рынок чат-ботов будет непрерывно расти. С учетом новых тенденций в данной области и перспектив развития рынка ботов компаниям крайне важно внедрять инновационные способы обеспечения постоянного взаимодействия с клиентами.

Список использованных источников

1. «Чат-боты для бизнеса: сценарии использования, сервисы, а также удачные и не очень кейсы компаний» [Электронный ресурс]: официальный документ – Режим доступа: <https://texterra.ru/blog/chat-boty-dlya-biznesa-stsenarii->

ispolzovaniya-servisy-a-takzhe-udachnye-i-ne-ochen-keysy-kompaniy.html#h2-2 (дата обращения: 29.11.2021).

2. «Сколько стоит чат-бот и в чем его преимущества для бизнеса» [Электронный ресурс]: официальный документ – Режим доступа: <https://www.unisender.com/ru/blog/kuhnya/chat-boty-vnedrenie/> (дата обращения: 29.11.2021).

3. K. Srinivasan, C. Nguyen, P. Tangutur «Chatbots are here to stay. So what are you waiting for?» // Accenture Digital. 2018. URL: https://www.accenture.com/_acnmedia/pdf-77/accenture-research-conversational-ai-platforms.pdf (дата обращения: 29.11.2021).

4. Chatbot market in 2021: Stats, trends, and companies in the growing AI chatbot industry. 2021 г. [Электронный ресурс] URL: <https://www.businessinsider.com/chatbot-market-stats-trends> (дата обращения: 29.11.2021).

5. What is the Future of Chatbots? 2021 г. [Электронный ресурс] URL: <https://botup.com/what-is-the-future-of-chatbots> (дата обращения: 29.11.2021).

6. Леонов С.А. Форсированная цифровизация бизнеса в условиях «индустрии 4.0» // Дневник науки. 2021. №10 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2021/10/economy/Leonov.pdf> (Дата обращения 09.11.2021).

7. Леонов, С.А. Принципы эффективной разработки бизнес-плана // Дневник науки. 2020. №12 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2020/12/economy/Leonov.pdf> (Дата обращения 07.01.2021).

THE MARKET OF CHAT BOTS AND THEIR BENEFITS FOR BUSINESS

E.A. Eremeeva

*St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design,
St. Petersburg, Russia*

This article talks about chatbots as relevant tools for Internet communications that can build a new branch of relationships between business and consumers. The concept of «chatbot» is revealed, the types, functions of chatbots are considered. In the course of the work, the main tasks that chatbots can solve and the advantage of their introduction into the strategy of modern companies were listed.

Keywords: chatbot, bot, automation, artificial intelligence, business, information technology, virtual assistant

ПРОБЛЕМА ПОКУПАТЕЛЬСКОЙ СПОСОБНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В МИКРОЭКОНОМИКЕ

Л.Д. Ефимов¹

*Санкт-Петербургский государственный университет
промышленных технологий и дизайна,
г. Санкт-Петербург, Россия*

Статья раскрывает вопрос: как микроэкономика влияет на выбор потребителей. Определяет и дает характеристики теории фирм и теории потребителей.

Ключевые слова: неограниченные потребности, микроэкономика, теория потребителей, макроэкономика, теория фирмы

Экономика делится на макроэкономику и микроэкономику. Макроэкономика, сконцентрирована на национальной или региональной экономике в целом: совокупных товарах и услугах, безработице, ценах и экономических решениях, которые принимают люди и компании. Микроэкономика анализирует выпуск продукции отдельных компаний, цены на конкретные товары, эффективно распределяет ограниченные ресурсы, фокусируется на спросе и предложении. Другими словами, микроэкономика пытается понять потребительский выбор.

Микроэкономика делится на:

- теорию потребителя, которая объясняет, как покупатели тратят свой доход с целью максимизации своих потребностей. Теория показывает, каким образом на выбор влияют цены товаров, доход потребителя и его личные предпочтения;
- теорию фирмы, которая решает вопросы максимизации прибыли, объема выпуска, ценообразования.

В XIX веке экономисты называли потребителей «экономическими людьми» [1]. Этот термин относится к идее, что люди принимают решения, основываясь на рациональном преследовании своих личных интересов. Для экономиста поведение рационально, если оно помогает достигать поставленных целей. Чтобы что-то купить, потребитель должен взаимодействовать с производителем – продавцом, будь то магазин цветов или Amazon. Теория потребителей утверждает [2], что потребители изучают цены, так как заинтересованы в получении тех товаров и услуг, на которые рассчитывают, по минимально возможной

¹ Научный руководитель: к.э.н., доцент Леонов С.А.

цене. От выбора, который сделают потребители, после того как они соотнесут свои желания с потребительскими возможностями тех или иных товаров, зависит то, на какое количество благ будет предъявлен спрос.

Спрос единичного потребителя называется «индивидуальным спросом». Чем ниже уровень цен на товары, тем более привлекательными они будут для покупателя.

Существуют методы, позволяющие предположить возможное поведение потребителя:

- маркетинговое изучение поведения потребителей ориентируется на запросы и требования потребителей;
- системный анализ. Общие принципы и методы исследования объясняют поведение и спрос потребителя.

Разные покупательские возможности делают различным спрос на товар с определенной ценой. Каждому потребителю будет соответствовать свой индивидуальный спрос на определенный товар.

Центральная проблема в теории потребителей – это изучение того, как потребители стремятся максимизировать свою полезность в рыночных условиях, покупая товары, что им нравится, на те деньги, которые у них есть. Микроэкономистов, изучающих максимальную степень полезности покупательских способностей, увлекает то, что основная проблема прекрасно иллюстрирует основное несогласие в экономике – как лучше всего удовлетворить неограниченные потребности ограниченными средствами.

«Неограниченные потребности» [3] охватываются понятием полезности, а «ограниченные средства» относятся к конечному доходу или бюджету потребителя.

Неотъемлемой частью микроэкономики является теория фирмы – термин, который экономисты используют для компаний. Экономисты считают, что бизнес существует потому, что коллективное производство эффективно и сводит к минимуму затраты на заключение контрактов. Компании, как и отдельные люди, пытаются решить проблему максимизации: как максимально увеличить свою прибыль. Но помимо этого фирмы решают ряд других не менее важных задач [4, 6]. В экономической теории сформировалось два подхода к изучению фирмы:

- технологический;
- институциональный [5].

В технологическом подходе проблема определения оптимального размера, или границ фирмы, является центральной. В этом подходе прибегают к эффекту экономии в масштабах производства. Компании ограничены своими техническими возможностями и стоимостью затрат на такие ресурсы как капитал и рабочая сила. Альтернатива технологическому подходу к проблеме поведения фирм была разработана в рамках институциональной экономической теории. В

соответствии с институциональным подходом, центральной проблемой изучения фирмы становятся не условия максимизации прибыли, а объяснение возникновения фирмы, закономерностей ее дальнейшего развития. Микроэкономика изучает потребности компаний и потребителей, чтобы можно было понять, почему обществу нужна экономическая политика для регулирования и формирования потребностей.

Список использованных источников

1. Каков он – человек экономический? <https://scientificrussia.ru/articles/homo-economicus-kakov-on-chelovek-ekonomicheskij> (дата обращения 19.11.2021).
2. Новая теория потребления: экономика боли и удовольствия <http://www.finmarket.ru/main/article/3200014> (дата обращения 20.11.2021).
3. Безграничные потребности <https://neftegaz.ru/tech-library/economy/146908-bezgranichnye-potrebnosti/> (дата обращения 20.11.2021).
4. Экономическая теория фирмы https://www.vopreco.ru/jour/article/view/747?locale=ru_RU (дата обращения 20.11.2021).
5. Теория фирмы <https://www.economicportal.ru/ponyatiya-all/teoriya-firmy.html> (дата обращения 26.11.2021).
6. Леонов, С.А. Особенности реализации товаров субъектами предпринимательской деятельности на маркетплейсах // Дневник науки. 2021. №8 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2021/8/economy/Leonov3.pdf> (Дата обращения 07.09.2021).

THE PROBLEM OF CONSUMER PURCHASING POWER IN MICROECONOMICS

L.D. Efimov

*St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design,
St. Petersburg, Russia*

The article reveals the question: how does microeconomics influence consumer choice. Defines and characterizes the theory of firms and the theory of consumers.

Key words: unlimited needs, microeconomics, consumer theory, macroeconomics, theory of the firm

ЗНАЧЕНИЕ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОГО ПРОГРЕССА В РЕФОРМИРОВАНИИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Е.А. Ехлакова, А.С. Доронкина, А.А. Лифанов*

*Казанский государственный университет,
г. Казань, Россия*

**Казанский (Приволжский) федеральный университет,
г. Казань, Россия*

В данной статье рассматривается научно-технический прогресс, его влияние на функционирование предприятий, их усовершенствование и, в целом, роль НТП в жизни общества.

Ключевые слова: развитие, научно-технический прогресс, предприятие, новая техника, новые технологии производства, реформирование, модернизация

В наши дни на российском рынке существует множество предприятий, функционирующих в самых разных отраслях промышленности. И с каждым годом их число только увеличивается. Общество открывает для себя всё новые горизонты, изучая и развивая информацию, предметы, их свойства и характеристики. Хочется подчеркнуть два понятия: «изучая» и «развивая», ведь именно благодаря им отрасли не стоят на месте, а постоянно совершенствуются [2].

«Развитие» принято рассматривать процесс закономерного изменения, переход от старого к новому, от простого к сложному, от низшего к высшему. Именно оно является ключевым понятием прогресса, который и способствует расширению списка отраслей промышленности. Эволюционное развитие всех элементов производственных сил общественного производства открыло для человека понятие «научно-технического прогресса».

По большому счёту, все отрасли промышленности можно поделить на три группы – это старые, новые и новейшие отрасли, которые представлены в таблице 1 [4].

Таблица 1

Старые отрасли	Новые отрасли	Новейшие отрасли
Каменноугольная промышленность Железорудная промышленность Металлургическая промышленность Судостроение Текстильная промышленность	Автомобилестроение Выплавка алюминия Производство пластмасс Производство химического волокна	Роботостроение Вычислительная техника Атомное производство Аэрокосмическое производство Микробиология Химия органического синтеза Индустрия информатики

Мы видим, что каждая новая появившаяся отрасль требует более сложных и усовершенствованных средств её осуществления. То есть иными словами, например – железорудная промышленность (из старых отраслей). Если для добывания железа и руды требуется земляной бур, которым они выкапываются и потом из него плавится какой-то предмет, то для атомного производства (новейшая отрасль), например, создания ядерных реакторов, очевидно, что необходимы более сложные и модернизированные оборудования. И конечно же, процесс производства этих реакторов будет организован совершенно по-другому. Или, например, аэрокосмическое производство - это строение ракет, луноходов и тому подобное, с целью освоения космоса. Технология производства меняется, техника, с помощью которой создаются запчасти, тоже меняются. И из этого мы можем сделать вывод - в каждой современной отрасли появляются новые технологии, оборудование, техника, то есть мы наблюдаем усовершенствование знаний и достижений человека. Таким образом, прогресс предприятий набирает обороты [3].

Предприятие осуществляет определенный вид деятельности с целью достижения своей цели. Если смотреть в общем, каждая компания стремится к достижению одной единственной цели – это получение прибыли и сохранении своих позиций на рынке. А как мы заметили ранее, с течением времени и ростом НТМ осваиваются новые сферы и, соответственно, невозможно гарантировать, что то, что имело спрос раньше, в дальнейшем будет иметь успех. Именно поэтому каждое предприятие должно идти вровень с изменениями, изучая и постоянно усовершенствуя свой продукт или услугу. А это, в свою очередь, возможно исключительно при реформировании предприятий, то есть при введении новых правил, методов и приёмов усовершенствования деятельности, нового оборудования и приборов, обеспечивающих постоянно развивающийся процесс [4].

Все вышеизложенное можно объединить в одно полное заключение: научно-технический прогресс способствует реформированию предприятий, благодаря чему у компаний появляется возможность осваивать новые сферы жизни: микробиологию, космос, индустрию информатики и многое другое, что, в свою очередь, обеспечивает развитие страны в целом.

Список использованных источников

1. Информационные технологии в производстве / Под ред. М. Желены. - СПб: Питер, 2020. – 1120 с.
2. Друкер Питер Ф. Энциклопедия менеджмента: Пер. с англ. – Москва: Издательский дом «Вильямс», 2021. – 432 с.
3. Автоматизация управления предприятием / В.В. Баранов и др. – Москва: ИНФРА – М, 2019. – 240 с.

4. Автоматизированные технологии в производстве / М.И. Семенов, И.Т. Трубилин, В.И. Лойко, Т.П. Барановская. Под общ. ред. И.Т. Трубилина. – Москва: Финансы и статистика, 2021. – 123 с.

THE SIGNIFICANCE OF SCIENTIFIC AND TECHNICAL PROGRESS IN REFORMING ENTERPRISES

E.A. Ekhlakova, A.S. Doronkina, A.A. Lifanov*

*Kazan State Power Engineering University,
Kazan, Russia*

**Kazan (Volga Region) Federal University,
Kazan, Russia*

This article discusses scientific and technological progress, its impact on the functioning of enterprises, their improvement and, in general, the role of scientific and technical progress in society.

Keywords: development, scientific and technological progress, enterprise, new equipment, new production technologies, reform, modernization

УДК 338

ВЛИЯНИЕ АКТИВНОЙ ДОБЫЧИ КРИПТОВАЛЮТЫ НА РЫНОК ВИДЕОКАРТ

Д.О. Задорожная¹

*Санкт-Петербургский государственный университет промышленных
технологий и дизайна,
г. Санкт-Петербург, Россия*

Данная статья посвящена анализу влияния майнинга криптовалюты на рынок видеокарт. Другими словами, в исследовании рассматривается понятие криптовалюты в экономике, ее влияние на рынок, а также на количество, продажи и стоимость видеокарт.

Ключевые слова: майнинг, криптовалюта, влияние, рынок, видеокарты

Криптовалюты оказали огромное влияние на современный мир, вызвав своим появлением огромную волну, по своим масштабам напоминающую былую золотую лихорадку. На сегодняшний день добыча биткоина и других циф-

¹ Научный руководитель: к.э.н., доцент Леонов С.А.

ровых валют вызвала резкое увеличение спроса на видеокарты, что вылилось в их дефицит сразу в нескольких регионах. Ключевую роль в повышении спроса на видеокарты сыграло увеличение стоимости криптовалют. Зачастую, когда речь заходит о цифровых валютах и их добыче принято использовать понятие майнинг.

Так, говоря более доступным для обывателей языком майнинг - это процесс добычи криптовалют, который построен на решении компьютерами сложных математических задач. Сам процесс майнинга заключается не только в добывании виртуальных денег, но и в поддержании стабильности всей финансовой системы. Соответственно майнером принято называть человека, активно занимающегося майнингом.

Теперь давайте попробуем разобраться из-за чего возник дефицит видеокарт.

Одной из причин, повлиявшей на полупроводниковую индустрию, стал коронавирус, а именно карантины и локдауны вызванные им. Производители по всему миру столкнулись с нехваткой комплектующих, особенно специальных подножек, необходимых для печати чипов.

Еще одним фактором, осложнившим ситуацию на рынке стал биткоин.

Принято говорить о двух валютах: биткоин («биток») и Ethereum («эфир»). Интерес к криптовалюте возрос в 2017 году, на тот момент стоимость биткоина взлетела в 16 раз и едва не превысила отметку в 20 000 долларов. После этого произошло падение и резкий спад цена на цифровые валюты. С осени 2020 года произошел новый пик интереса к биткоину. На тот момент стоимость биткоина начиналась с 10 000 долларов, а сейчас котируется на уровне около 55 000 долларов. Немаловажным является и тот факт, что количество биткоина ограничено, а его цена растет.

Поскольку с помощью видеокарт майнить биткоин не рентабельно, манеры по всему миру перешли на другую валюту - Ethereum. Эта валюта является номером два сразу после биткоина. На данный момент «эфир» оценивается более чем в 1800 долларов. На рынке вновь возник дефицит видеокарт, причем это относится не только к новым моделям. Интерес майнеров привлекли также карты прошлых лет. Многие модели видеокарт подорожали, а потом и вовсе исчезли с продажи. Отмечу что, стандартная карта 2019 или 2020 годов с учетом затрат на электроэнергию приносит 3-4 доллара ежедневно.

Давайте разберем плюсы и минусы майнинга. Это поможет нам понять как связан заработок криптовалюты и видеокарты. Итак, положительная сторона майнинга:

1. Конфиденциальность личной информации на собственном компьютере.
2. Возможность пассивного заработка. Достаточно лишь установить специальную программу, а дальше всю работу она сделает за вас.
3. Стабильность заработка.
4. Относительная лёгкость перевода из криптовалюты в реальные деньги.

5. Возможность вывести деньги в неограниченном количестве в любое время.

Мы разобрали плюсы майнинга, теперь давайте рассмотрим и минусы:

1. Слишком завышенная стоимость на видеокарты.
2. Постоянный шум, вызванный работой вентиляторов и охлаждающих систем.

3. Риск поломки компьютера, из-за перегрева и загрузки карты.

4. Невозможность совмещать майнинг и повседневные задачи, так как компьютер просто не справится с несколькими задачами.

5. Сильное тепловыделение, видеокарты во время работы перегреваются, что приводит к необходимости установки хорошего охлаждения.

Те, кто строит свой заработок на основе майнинга, как правило имеют мощную технику с высоким уровнем производительности. Многие создают целые майнинг - фермы с 4-5 видеоадаптерами, а также большим числом дополнительной техники и процессоров.

Учитывая, все вышеперечисленное можно с уверенностью говорить о том, что цифровая валюта постепенно меняет мировую экономику, давая возможность как обычным пользователям, так и компаниям новые возможности для финансового роста.

Как и для чего используются криптовалюты в современном мире:

– На сегодняшний день цифровые деньги упрощают международные переводы, делая их более дешевыми и быстрыми.

– Операции с криптовалютами проводятся без посредников

– Кроме всего вышеперечисленного цифровые технологии позволяют компаниям получать и отправлять платежи виртуально, что также снижает расходы бизнеса.

– Все происходящее с деньгами и переводами процессы производятся автоматически, регистрируются в сети. Тем самым проводимые сделки становятся прозрачными, а также легко отслеживаемыми.

– Независимо от мировой политики и событий, происходящих в мире, криптовалюта позволяет проводить различные финансовые сделки.

– Возможность странам, без развитых банковских услуг, получить цифровые кредиты под небольшие проценты.

– В экономике Российской Федерации цифровая валюта признана имуществом. С ней, как и с имуществом можно совершать различные финансовые операции - покупать, продавать, хранить, обменивать и вносить в залог.

Поговорим о будущем криптовалюты и ее влиянии на экономику.

Многие эксперты по-разному оценивают будущее цифровых денег. Так, например, Сергей-Трошин – руководитель дата – центра Six Nines считает, что криптовалюты со временем станут использоваться во всем мире, но некоторые из них могут быть использованы для обхода ограничений государств. В то же время Макс Крупышев – CEO криптовалютного проекта CoinsPaid придерживается мнения о том, что одним из путей развития станет взаимное проник-

новение цифрового и традиционного рынков друг в друга, что позволит создать экосистему, где один сектор экономики будет представлен в другом. Таким образом, следует сделать вывод о том, что доступность видеокарт напрямую зависит от стоимости цифровых валют. Биткоин, так или иначе, на данный момент не собирается дешеветь. Следовательно, новые видеоускорители продолжают быть дорогим дефицитом, практически недоступным простому пользователю.

Список использованных источников

1. Как криптовалюта связана с видеокартой [Электронный ресурс] - URL: <https://kripto365.ru/info/kak-kriptovalyuta-svyazana-s-videokartoy.html>.
2. Насколько сильно майнеры биткоина влияют на рынок [Электронный ресурс] - URL: <https://forklog.com/naskolko-silno-majnery-bitkoina-vliayut-na-rynok-novuj-podhod-ot-coin-metrics/>.
3. Что такое майнинг? Библия начинающего майнера и основы разгона видеокарт на разных алгоритмах [Электронный ресурс] - URL: https://2bitcoins.ru/chto-takoe-majning-bibliya-nachinayushhego/#videokarty_dlya_majninga.
4. Леонов С.А. Форсированная цифровизация бизнеса в условиях «индустрии 4.0» // Дневник науки. 2021. №10 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2021/10/economy/Leonov.pdf> (Дата обращения 09.11.2021).
5. Леонов, С.А. Влияние миссии компании на организацию внутренних бизнес-процессов // Дневник науки. 2021. №8 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2021/8/economy/Leonov2.pdf> (Дата обращения 07.09.2021).

THE IMPACT OF ACTIVE CRYPTOCURRENCY MINING TO THE VIDEO CARD MARKET

D.O. Zadorozhnaya

*St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design,
St. Petersburg, Russia*

This article is devoted to the analysis of the impact of cryptocurrency mining on the video card market. In other words, the study examines the concept of cryptocurrency in the economy, its impact on the market, as well as on the number, sales and cost of video cards.

Keywords: mining, cryptocurrency, influence, market, video cards

ИССЛЕДОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ АТТРИБУТОВ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

А.В. Земцов

*Самарский университет государственного управления
«Международный институт рынка»,
г. Самара, Россия*

Уровень управления в организациях определяет функции повышения качества и эффективности всех видов деятельности. На основе исследования были определены основные проблемы важнейших атрибутов управленческой деятельности организации, которые напрямую связаны с реализацией стратегией её функционирования и развития. Разработаны предложения по устранению выявленных проблем для рассмотрения и последующей реализации. Основные проблемы и предложения были рассмотрены по параметрам опасности, полезности и целесообразности их последующей реализации в организации.

Ключевые слова: управленческая деятельность, атрибуты, проблемы, опасность, предложения, параметры, целесообразность, оценка

На данный момент многие исследователи обращают всё большее внимание на объекты и процессы управления в самой организации. Такой акцент вполне объясним постоянно увеличивающейся сложностью организаций и с каждым годом повышающейся интенсивностью отношений и связей внутри организации [1, 2]. Изучение внутренних атрибутов организации позволяет находить и решать проблемы на ранних этапах, что в перспективе открывает путь для быстрого и безболезненного роста организации.

Целью работы является исследование заданных атрибутов и проектирование предложений по их улучшению [3].

Для достижения цели необходимо решить следующие задачи:

- определение характеристик организации;
- исследование заданных атрибутов управленческой деятельности организации;
- выявление проблем реализации заданных атрибутов управленческой деятельности организации;
- разработка предложения по развитию заданных атрибутов;
- определение параметров проблем и предложений по развитию заданных атрибутов управления организации.

Объектом исследования является ООО «СДЕК», предметом исследования являются атрибуты её управления. Выбранная организация является известным оператором на логистическом рынке, в первую очередь, ввиду доступной цено-

вой политики и развитую и эффективную инфраструктуру доставки в России и входит в круг лидеров среди курьерских служб страны.

Для глубокого понимания принципов работы организации обратимся к исследованию ключевых атрибутов. Фрагмент содержания ключевых атрибутов ООО «СДЕК» приводятся в таблице 1.

Таблица 1 – Содержание ключевых атрибутов ООО «СДЕК» (фрагмент)

Наименование	Характеристика
1. Услуга	Основная: доставка товара от отправителя получателю Дополнительная: хранение товара, экспресс-доставка, приём наложенного платежа, курьерская доставка до двери
2. Цель	Доставка грузов своевременно и с максимальной прибылью
3. Миссия	Оказывать людям и организациям спектр логистический услуг наивысшего качества
4. Вход (назначение)	Клиенты желающие получить максимально выгодные логистические услуги
5. Основные преобразования	сбор посылок оформление документации подбор логистического решения сортировка посылок доставка посылок выдача посылок
6. Выход (результаты)	Удовлетворенность от доставленных в целостности и в срок грузов по оптимальной цене

Исследование деятельности ООО «СДЕК» позволило сделать вывод, что данная организация имеет обширное представительство на российском и международном рынке, имеет сложную и развитую внутреннюю структуру и серьёзное техническое обеспечение [9]. В связи с данным содержанием атрибутов организации она считается интересным объектом для дальнейшего исследования.

Для выявления точек роста и разработки предложений в существующих процессах и их частях в рамках организации было выбрано несколько важнейших атрибутов управления, для которых были чётко установлены их назначение и содержание [11, 12].

Прогнозирование – это оценка, предвидение, предсказание, предположение о развитии избранного объекта управления в ближайшем или далёком будущем основанная на фактах и текущих тенденциях развития окружающей среды [13].

Учет – это составная часть управления экономическими процессами и объектами, сущность которого состоит в фиксации их состояния и параметров, сборе и накоплении сведений об экономических объектах и процессах, отражении этих сведений в учетных ведомостях» [14].

Культура – это набор поведенческих паттернов, выработанных в организации, для создания социально-психологического климата и деловых отношений между членами коллектива, а также в контактах с внешней средой.

Результаты – итоги хозяйственной деятельности организация или его подразделений или это наличие зарегистрированного состояния продукта, процесса или вида деятельности, направленного на реализацию цели и задач.

В ходе рассмотрения выбранных атрибутов управления было приобретено понимание атрибутов управления и появилась возможность рассматривать проблемы организации, связанные с состоянием реализации выбранных атрибутов и искать пути их разрешения [6, 7].

В рамках исследования деятельности базовой организации необходимо было определить противоречия или патологии, сформулировать для них четкое определение, методы поиска и выявления точек развития выбранных атрибутов управленческой деятельности, вынести причины их возникновения и спрогнозировать последствия выделенных проблем. Фрагмент результатов исследования ООО «СДЕК» представлены в виде таблицы 2.

Таблица 2 – Проблемы и точки развития заданных атрибутов управленческой деятельности ООО «СДЕК» (фрагмент)

Наименование проблемы (точки развития)	Методы исследования	Причины возникновения	Ожидаемые последствия
культура			
1. Использование не нормативной лексики на рабочем месте	Наблюдение Обобщение опыта	Попустительство руководства	Разрозненность коллектива Неисполнение заданий и поручений руководства
прогнозирование			
2. Наличие несогласованных (не запланированных) трат	Анализ документации Обобщение опыта Моделирование	Разработанный бюджет неполный Ответственные сотрудники допускают нецелевые расходы	Нехватка денежных средств Перерасход финансовых ресурсов
учет			
3. Большое количество посылок, внесённых в базу некорректно	Обобщение опыта Анализ процесса	Отсутствие качества системы учёта посылок Низкая квалификация персонала	Увеличение финансовых издержек Увеличение сроков доставки
результаты			
4. Срыв сроков выполнения обязательств	Анализ процесса Обобщение опыта	Не адекватная оценка сроков выполнения обязательств	Финансовые потери Репутационные потери

В ходе исследования атрибутов управленческой деятельности было определено наименование проблемы, методы поиска точек развития атрибутов управленческой деятельности, причины возникновения выявленных и последствия выделенных проблем и точек развития. На основе данных изысканий следует разрабатывать пути решения выявленных проблем [8].

Для преодоления выявленных ранее проблем были разработаны инновационные предложения, которые трактуются это авторские нововведения для улучшения атрибутов управленческой деятельности, содержащие наименование предложения, средства реализации и ожидаемые результаты от их внедрения [5]. Фрагмент результатов проведенных работ по реформированию заданных атрибутов управленческой деятельности ООО «CDEK» представлен в виде таблицы 3.

Таблица 3 – Предложения по развитию заданных атрибутов управленческой деятельности ООО «CDEK» (фрагмент)

Наименование проблемы (точки развития)	Наименование предложения	Средства реализации	Ожидаемые результаты
<i>культура</i>			
1. Использование ненормативной лексики на рабочем месте	Повышение уровня корпоративной культуры в организации	Мероприятия по командообразованию и тимбилдингу Введение системы штрафов и премий	Улучшение культуры общения внутри организации Сплочение коллектива
<i>прогнозирование</i>			
2. Наличие несогласованных (не запланированных) трат	Разработка плана оптимизации трат	Разработка нового бюджета Переобучение ответственных лиц	Появление свободных финансовых ресурсов Уменьшение нецелесообразных трат
<i>учет</i>			
3. Большое количество посылок, внесённых в базу не корректно	Изменение системы учёта посылок	Внедрение новой системы отслеживания перемещения товаров Переобучение сотрудников ответственных за учёт	Наличие актуальной информации о движении товаров Уменьшения объёма потерянной продукции
<i>результаты</i>			
4. Сорванные сроки выполнения обязательств	Индивидуальный подход к расчёту стоимости доставки	Изменение подхода к расчётам сроков доставки	Получение адекватных сроков доставки Повышение репутации организации

Рассмотрение проблемы и разработка предложений по их решению позволило создать предпосылки для формирования возможностей по их устранению и продвижению к ожидаемым результатам ходе реализации предложений [10].

На данном этапе исследования проблем внутри атрибутов управленческой деятельности мы имеем понимание их содержания, выявленные проблемы, потенциальные пути их решения, но нет понимания важности проблем и актуальности их решения. Для распределения приоритетов в решении проблем предлагается сначала сложность изучения выявленных проблем, затем необходимость их решения и на основе этих данных расставить приоритеты в решении проблем стратегического менеджмента в рамках изучаемых атрибутов.

Для исследования и определения значимости проблем состояния заданных атрибутов управленческой деятельности организации предлагаются следующие показатели: важность проблемы, сложность исследования проблемы, необходимость устранения проблемы, компетентность понимания проблемы. Фрагмент результатов значений оценки параметров проблем заданных атрибутов управленческой деятельности ООО «СДЕК» представлен в виде табл. 4.

Таблица 4 – Значения оценок параметров проблем заданных атрибутов управленческой деятельности ООО «СДЕК» (фрагмент)

Наименование проблемы (точки развития)	значение параметров				
	важност ь (a_i)	сложность исследования ($с_{и_i}$)	необходимость устранения (d_i)	компетентность понимания (k_i)	опасность (o_i)
<i>культура</i>					
1. Токсичная культура внутри организации	5	6	3	3	15
<i>прогнозирование</i>					
2. Наличие несогласованных трат	9	2	3	3	33
<i>учет</i>					
3. Большое количество потерянной продукции	5	3	5	1	8,5
<i>результаты</i>					
4. Сорванные сроки выполнения обязательств	7	3	9	3	13

Проведя исследование значимости проблем состояния заданных атрибутов управленческой деятельности организации, по выделенным показателям, можно дать объективную оценку опасности каждой из рассматриваемой проблемы [4].

Для определения значимости предложений по развитию заданных атрибутов управленческой деятельности организации предлагаются следующие по-

казатели: важность, сложность и обеспеченность реализации, компетентность понимания. Фрагмент значений оценок параметров предложений заданных атрибутов управленческой деятельности ООО «CDEK» представлен в таблице 5.

Таблица 5 – Значения оценок параметров предложений заданных атрибутов управленческой деятельности ООО «CDEK» (фрагмент)

Наименование предложения	Значение параметров				
	важность (B_i)	сложность реализации (Cy_i)	обеспеченность реализации (O_i)	компетентность понимания (K_i)	полезность реализации (Π_i)
<i>культура</i>					
1.Повышение уровня корпоративной культуры в организации	9	7	6	3	34,5
<i>прогнозирование</i>					
2. Оптимизация трат организации	7	4	8	3	39
<i>учет</i>					
3. Изменение системы отслеживания перемещения товаров	8	3	9	2	31
<i>результаты</i>					
4. Индивидуальный подход к расчёту доставки	10	9	3	3	25,5

Проведение исследования значимости предложений по развитию заданных атрибутов управленческой деятельности организации по выделенным показателям позволило дать оценку для реализации предложений.

Оценка целесообразности реализации предложения представляет собой интегральный показатель необходимости и возможности его реализации всеми участниками. Фрагмент Значения оценок параметров реализации предложений по улучшению заданных атрибутов управленческой деятельности ООО «CDEK» представлены в виде таблицы 6.

Таблица 6 – Значения оценок параметров реализации предложений по улучшению заданных атрибутов управленческой деятельности ООО «CDEK» (фрагмент)

№ п/п	Наименование предложения	Значение		
		O_i	Π_i	i
3	Повышение уровня корпоративной культуры в организации	15	34,5	27
4	Изменение системы отслеживания перемещения товаров	8,5	31	26,75
5	Оптимизация трат организации	33	39	22,5
10	Индивидуальный подход к расчёту стоимости доставки	43,5	25,5	3,75

В ходе анализа предложений была дана оценка важности проблем и сложность пути их решения. На основе полученных данных, была произведена оценка целесообразности реализации предложения. После этого стало возможно расставить приоритеты для решения проблем и реализации предложений по улучшению рассоренных атрибутов управленческой деятельности.

Исследование проблем и формирование пути решения позволили разработать инновационные предложения по улучшению атрибутов управленческой деятельности. Дна оценка важности проблем и сложность пути их решения. На основе оценок целесообразности введения предложений расставлены приоритеты для решения проблем и реализации предложений по улучшению рассоренных атрибутов управленческой деятельности.

Список используемых источников

1. Адизес, И.К. Управляя изменениями. Как эффективно управлять изменениями в обществе, бизнесе и личной жизни / пер. с англ. – Москва: Манн, Иванов и Фербер. 2014. – 368 с.
2. Акофф, Р., Эмери Ф. О целеустремленных системах / пер. с англ. – Москва: Сов. радио, 1974. 272 с.
3. Васяйчева, В.А., Герасимов Б.Н. Развитие процесса инновационной деятельности организация // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2018. – №10 (168). – С. 69-76.
4. Герасимов, Б.Н. Исследование и определение направления развития стратегии деятельности организации // Менеджмент и бизнес-администрирование. – 2021. – №1. – С. 81-95.
5. Герасимов, Б.Н. Технологизация атрибутов процессов в экономических системах типа «организация» // Менеджмент и бизнес-администрирование. – 2020. – №1. – С. 109-120.
6. Герасимов, Б.Н. Методологические инструменты науки управления в социальных и экономических средах // Менеджмент и бизнес-администрирование. – 2020. – №4. – С. 4-17.
7. Герасимов, Б.Н., Герасимов К.Б. Методологические атрибуты управления // Онтология проектирования. – 2020. – Т. 10, №3(37). – С. 296-306.
8. Герасимов, Б.Н., Герасимов К.Б. Построение систем управления: теория, методология, технологии. Saarbrücken: LAP LAMBERT Academic Publishing, 2014. – 298 с.
9. Герасимов, Б.Н., Герасимов К.Б. Теория управления: онтология, структура, содержание // Проблемы теории и практики управления. – 2021. – №5. – С. 130-144.
10. Герасимов, Б.Н., Герасимов К.Б. Практика управления: онтология, структура, содержание // Менеджмент и бизнес-администрирование. – 2021. – №2. – С. 4-15.
11. Гуияр, Ф.Ж., Келли Д.Н. Преобразование организации / пер. с англ. М.: Дело, 2000. – 376 с.
12. Пригожин, И., Стенгерс И. Порядок из хаоса. М.: Прогресс, 1986, 432 с.

13. Сивко, П. Инновационная деятельность организации // Менеджмент сегодня. – 2005. – №4. – С. 47-59.

14. Щедровицкий, Г.П. Оргуправленческое мышление: идеология, методология, технология. 5 изд. – Москва: Изд-во студии Артемия Лебедева, 2018. – 644 с.

RESEARCH AND DEVELOPMENT OF MANAGEMENT ATTRIBUTES ORGANIZATIONS

A.V. Zemtsov

*Samara University of Public Administration
«International Market Institute»,
Samara, Russia*

The level of management in organizations determines the functions of improving the quality and efficiency of all types of activities. On the basis of the study, the main problems of the most important attributes of the organization's management activity were identified, which are directly related to the implementation of its functioning and development strategy. Proposals have been developed to eliminate the identified problems for consideration and subsequent implementation. The main problems and proposals were considered according to the parameters of danger, usefulness and expediency of their subsequent implementation in the organization.

Keywords: managerial activity, attributes, problems, danger, proposals, parameters, expediency, evaluation

УДК 33.338

МИНУСЫ АДМИНИСТРАТИВНО-КОМАНДНОЙ СИСТЕМЫ ЭКОНОМИКИ И ПОЧЕМУ ОНА НЕ ПОДХОДИТ ДЛЯ СОВРЕМЕННОГО МИРА

Ю.А. Иванова¹

*Санкт-Петербургский государственный университет промышленных
технологий и дизайна,
г. Санкт-Петербург, Россия*

В данной статье освещается командно-административная экономика, в какие годы она применялась и как проходило её внедрение. В ходе работы были раскрыты достоинства и недостатки такой системы, проведен анализ на

¹ Научный руководитель: к.э.н., доцент Леонов С.А.

примере стран, и обоснована неактуальность этой системы по современным меркам ведения политики.

Ключевые слова: административно-командная система, концепция управления, государство, практическое применение, научно-техническая революция, жесткие методы

На сегодняшний день выделяются абсолютно разные типы систем управления экономики, в которых лидирующие позиции занимают различные типы власти. Рассматривая одну из них, а именно административно-командную систему управления, можно выделить её минусы, которые играют значительную роль для нынешнего времени.

Так, понятие административно-командной системы управления подразумевает под собой систему управления, главную роль в которой играют распределительно-командные методы, а власть, в свою очередь, отводится центральным органам правления.

Говоря о характерных чертах данной системы, можно выделить четыре главных из них:

- Общегосударственная собственность в большей части финансовых ресурсов;
- Абсолютизирование имущества страны в естественные, а также финансовые средства;
- Жесткую централизацию в процессе распределения экономических ресурсов, а также результата хозяйственной деятельности;
- Запрещение или ограничение частной предпринимательской деятельности.

Тем не менее, командно-административная система имеет некоторые преимущества для государства, которые позволяют значительно снижать или вообще убирать некоторые виды издержек, таких как: поиск информации, поиск наиболее выгодных условий и т.п. Также способность распределения материальных средств между предприятиями, тем самым уравнивая их между собой.

Проще говоря, это концепция управления, в которой характерным является централизация хозяйственной деятельности, идеологический метод правления, а основная роль отводится распределительно-командным методам, где власть принадлежит центральным органам правления.

Следовательно, хозяйство представляется цельной «фабрикой», а главные органы, которые занимаются планированием, решают, что, как и для кого производить, исходя из этого, определяющим фактором является предложение товаров и услуг, а не спрос, как в рыночной системе. Грубо говоря, государство подминает под себя всю экономику и управляет ею с помощью приказов и законов.

Если смотреть на практическое применение данной системы, то её вполне можно использовать в послевоенное время, при разрухе, голоде или других

массовых бедствиях, так как она позволяет в достаточно короткие сроки сосредоточить все ресурсы (материальные, людские, финансовые) на решение важных для всей страны задач.

Например, именно после революции, во время войн 20-го века, командно-административные методы управления оказались наиболее успешными и действенными. Жесткие или даже жестокие методы приносили свои плоды, так как в условиях тотального упадка народного хозяйства автоматическое урегулирование экономики невозможно. Первая пятилетка оказалась очень успешной: развивалась промышленность и народное хозяйство также было почти восстановлено, хотя стоит отметить, что в сельском хозяйстве наблюдался небольшой кризис.

А также, если смотреть на статистику СССР, то во второй половине 30-х годов наблюдается полное исчезновение безработицы, то есть большая часть населения страны в трудоспособном возрасте имели рабочие места. Они были сосредоточены в разных отраслях деятельности, при этом рабочий получал гарантированную зарплату (средняя зарплата составляла 204,3 рубля в месяц на 1980 год), но на то время в СССР, она не зависела от качества работы, что приводило к снижению качества продукции. При том, что у рабочего был достаточно большой выбор профессии, но не безграничные права относительно выбора отрасли промышленности и особенно района занятости, в котором он хотел бы работать, это и напрямую влияло на безразличие к работе.

Большая часть рабочего населения была сфокусирована в государственном секторе экономики, так как все предприятия являлись собственностью государства.

Переходя к недостаткам, можно выделить самые основные:

1. Дефицитность экономики.
2. Невосприимчивость к достижениям научно-технической революции.
3. Милитаризация экономики.

В такой системе, рынок переполняется товарами, которые не очень пользуются спросом у покупателей, потому что конкуренции полностью отсутствует. Это происходит из-за того, что государству не важен спрос на товар, оно требует – производство делает. Например, покупателя интересуют кроссовки, но рынок переполнен только полуботинками, естественно покупатель переплатит за кроссовки, которые продаются по более высокой цене – именно это является предпосылкой появления черного рынка.

Смотря на отношение к научно-технической революции, можно сказать, что отсутствие конкурентоспособности не заставляет производителей заботиться о качестве товара, из этого следует, что производителей-монополистов не особо интересовали достижения НТР, тем более, на научные разработки уходили огромные деньги. Большая часть денег уходило на ВПК, в промышленность почти не внедрялись новые технологии, продукция советских производителей становилась неконкурентоспособной.

Милитаризация экономики в СССР происходила следующим образом: на армию уходило 30 % ВВП страны, при том, что в США оно составляло всего 5-7 %, расходы на военную промышленность составили 83 млрд. рублей на 1985 год, что составило где-то 18 % бюджета страны, при том, что деньги требовались на поднятие и развитие сельского хозяйства наряду с социальной политикой. Несмотря на эти показатели, государство старалось минимизировать расходы и до 1989 года включали военную часть этих расходов в народное хозяйство.

Так как командно-административная экономика уже применялась в странах в очень тяжёлое для них время, можно сказать, что она хороша только в этом, исходя из содержания статьи, особенно опираясь на приведённые примеры, говорить о необходимости её применения в современном мире не стоит.

Список использованных источников

1. «Типы экономических систем» [Электронный ресурс]: <https://skysmart.ru/articles/obshchestvoznaniye/typy-ekonomicheskikh-sistem> (дата обращения 25.11.2021 г.)

2. «Командная экономика простыми словами [Электронный ресурс]: <https://vfinansah.com/other/komandnaya-ekonomika> (дата обращения 26.11.2021 г.)

3. «Достоинства и недостатки административно-командной экономики» [Электронный ресурс]: <https://tutlink.online/2021/05/16/dostoinstva-i-neydoshtatki-administrativno-komandnoy-ekonomiki/> (дата обращения 26.11.2021 г.)

4. «Плюсы и минусы командно-административной экономики» [Электронный ресурс]: https://spravochnik.ru/ekonomika/komandnaya_ekonomika/plyusy_i_minusy_komandnoy_ekonomiki/ (дата обращения 26.11.2021 г.)

DISADVANTAGES OF THE ADMINISTRATIVE AND COMMAND SYSTEM OF THE ECONOMY AND WHY IT IS NOT SUITABLE FOR THE MODERN WORLD

Y.A. Ivanova

*Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design,
Saint Petersburg, Russia*

This article highlights the command and administrative economy, in which years it was used and how its implementation took place. In the course of the work, the advantages and disadvantages of such a system were revealed, an analysis was carried out on the example of countries, and the relevance of this system by modern standards of policy was justified.

Keywords: administrative and command system, management concept, state, practical application, scientific and technical revolution, rigid methods

ЭФФЕКТИВНАЯ СТРУКТУРА МАРКЕТИНГОВЫХ ЗАТРАТ КОМПАНИИ

М.И. Ильин¹

*Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна,
г. Санкт-Петербург, Россия*

Данная статья посвящена составу бюджета на маркетинг и рекламу и принятию решений по формированию структуры затрат в рамках бюджета.

Ключевые слова: бюджет на маркетинг, ATL реклама, Digital

Бюджет на маркетинг и рекламу входит в структуру затрат любой компании. От эффективности маркетинговых затрат зависят коммерческие показатели, лояльность потребителей к продуктам компании, конкурентный рейтинг компании на рынке.

Обычно затраты на маркетинг составляет 0,005–0,07 или 0,5–7 %. Или больше, в случае необходимости вывода на рынок новых продуктов. Например, бюджет 100 тыс. руб. при выручке 2 млн. руб. – это 5 %.

Здесь нужно отметить, что формирование бюджета маркетинга как доли от дохода не совсем правильно, эффективнее было бы рассматривать маркетинговые затраты как своего рода инвестиции, приносящие больше, чем требующие. Формировать бюджет на маркетинг и рекламу, а также его структуру правильнее от целей:

- компании и её позиции на рынке, цели увеличения доли рынка
- маркетинговых стратегий брендов
- вывода продукции на новые каналы продаж,

Но, при этом важно учитывать:

- финансовые возможности компании, ограничения по cash flow (денежному потоку) компании,
- анализ эффективности затрат в предыдущие годы,
- плановые активности конкурентов на рынке, их бюджеты.

Маркетинговая стратегия бренда в свою очередь должна определяться: положением бренда на рынке (новые запуски и рост брендов, требуют активного продвижения, устойчивая позиция на рынке – требует рекламной поддержки); целями рекламной кампании; аудиторией, на которую будет направлена рекламная кампания; необходимостью ликвидацией основных барьеров, стоящих перед целевой аудиторией; существующих и целевых имиджевых характе-

¹ Научный руководитель: к.э.н., доцент Леонов С.А.

ристик бренда; географией рекламной кампании; активностью конкурентов в сегменте рынка.

В затратах на маркетинг можно выделить три основные группы:

- торговый маркетинг или трейд-маркетинг для конечного потребителя (маркетинговые активности на территории торговых площадках: промоакции, в т. ч. с подарками за покупку, стимулирование торгового персонала, товаро-продвигающая продукция – баннеры, воблеры, шелф-баннеры, промо-стойки, брендрование холодильного оборудования),

- бренд-маркетинг (медиа-реклама, сэмлиги продукта вне торговых площадок, разработка и производство материалов для медиа-рекламы (ТВ-ролики, контент для digital рекламы), дизайн упаковки продукта, POS-материалов, проведение ивентов, спонсорские мероприятия, коллаборации, PR мероприятия),

- маркетинговые исследования (фокус-группы, тесты продукта, концепций и стратегий, оценка позиционирования).

В структуре затрат на бренд-маркетинг выделяют ATL («Above the line» - англ.- «над чертой») – это активности по размещению так называемой «прямой рекламы», т.к. рекламы через традиционные средства массовой информации (СМИ) – ТВ, радио, пресса, наружная реклама, предполагающее одностороннее воздействие с широким охватом) и BTL («below the line» - англ.- «под чертой»), предполагающее нестандартное воздействие, вовлечение покупателя в диалог, донесение рекламного сообщения непосредственно в месте продажи, там, где принимается решение о покупке, направленные на более узкую целевую аудиторию.

Обычно доля ATL/BTL рекламы составляет 50/50, либо доля ATL рекламы больше.

В структуре ATL рекламы большая доля уделяется ТВ и Digital.

Сегодня эффективными комбинациями будут являться сочетания как ATL, как и BTL рекламы:

- Промо-акция + Digital коммуникации
- Промо-акция + поддержка на ТВ + поэтапные ивенты
- Сэмплинг на ивент-активации + поддержка на телевидении/в печатных СМИ/ в Интернете.

До недавнего времени ожидалось, доля немедийных средств и участия компаний в качестве спонсоров и рекламодателей на ивентах (музыкальных и иных мероприятиях) будет расти, что такого вида коммуникации будут увеличиваться, т. к. именно в этой сфере есть возможность прямого воздействия на целевого потребителя, в том числе стимулирование спонтанных покупок

Однако, в условиях пандемии Covid 19, ситуации временных локдаунов и карантинов, привела к значительному усилению сплита ТВ + Интернет (Digital) в структура ATL затрат.

Например, расходы на ТВ-продвижение и e-commerce начали расти еще в 2018 г., а пандемия и домашняя изоляция еще более способствовали развитию этого процесса.

Самыми динамичными по росту ТВ и Интернет бюджетов в 2020 году оказались рекламодатели из категорий «корм для животных» (+36 %), «моющие и чистящие средства» (+21 %), «продукты питания» (кроме напитков и шоколада, +16 %), «интернет-торговля/сервисы» (+16 %, с учетом всех рекламодателей онлайн-среды +23 %) и «финансовые услуги» (+11 %).

Развитие интернет-технологий в последние годы меняет структуру бюджета маркетинга в части ATL рекламы компаний в пользу Digital рекламы: размещение баннеров на сайтах в сети интернет, контекстная реклама, размещение OLV, видео сидинг, продакшен и размещение спецпроектов на сайтах и в сети интернет, работа с блогерами в Инстаграмм, Youtube, контекстная реклама).

Это обуславливается следующими факторами:

- фокус рекламодателей на новые поколения (Z и Y), сильно зависящих от интернета, соцсетей, покупок в онлайн,
- рост гейминга как отрасли гигантскими темпами, вложения ИТ-гигантов в эту отрасль,
- рост видео платформ и перестройка всех основных каналов в интернете под видео формат (статьи и заметки уже не так популярны среди потребителей). Появление 100 % диджитал продакшенов (ТНТ-Премьер, Окко, IVI), которые создают фильмы и сериалы только для интернета,
- создание мобильными операторами своих видео-платформ,
- рост мессенджеров внутри социальных сетей,
- вложения финансового сектора в сторону создания экосистем для потребителей с не только сугубо банковской сферой услуг - Сбер, Альфа-банк, ВТБ, ПСБ.

Подводя итоги вышесказанного, следует отметить, что на сегодняшний день в условиях пандемии, удаленной работы, самоизоляции, увеличивающих медиа-потребление, ориентация на молодое поколение, будет эффективным при составлении бюджета на маркетинг наращивать долю затрат на рекламу на digital-площадках и в экосистемах, которые будут давать возможность не только продвигать товар, но и отслеживать информацию о компании, выстраивать прямую коммуникацию с потребителем.

Список использованных источников

1. «Управление маркетингом: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500 «Маркетинг»» / Н. Д. Эриашвили, А. В. Коротков, И. М. Синяева [и др.] ; под редакцией А. В. Коротков, И. М. Синяева. – 2-е изд. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 463 с. – ISBN 5-238-00883-X.

2. Реклама во время и после COVID-19 / 23 апреля 2020 // Маркетинговое агентство «Сбер Маркетинг»: [сайт]. – URL: <https://sbermarketing.ru/news/forecast> (дата обращения: 20.11.2021)

3. Леонов С.А. Форсированная цифровизация бизнеса в условиях «индустрии 4.0» // Дневник науки. 2021. №10 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2021/10/economy/Leonov.pdf> (Дата обращения 09.11.2021).

4. Леонов С.А. Влияние миссии компании на организацию внутренних бизнес-процессов // Дневник науки. 2021. №8 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2021/8/economy/Leonov2.pdf> (Дата обращения 07.09.2021).

5. Леонов, С.А. Принципы эффективной разработки бизнес-плана // Дневник науки. 2020. №12 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2020/12/economy/Leonov.pdf> (Дата обращения 07.01.2021).

EFFECTIVE STRUCTURE OF THE COMPANY'S MARKETING COSTS

M.I. Ilyin

*Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design,
Saint Petersburg, Russia*

This article is devoted to the composition of the budget for marketing and advertising and decision-making on the formation of the cost structure within the budget.

Key words: marketing budget, ATL advertising, Digital

УДК 656.7

РОЛЬ КАЧЕСТВ ЛИЧНОСТИ АВИАЦИОННОГО СПЕЦИАЛИСТА В ОБЕСПЕЧЕНИИ БЕЗОПАСНОСТИ ПОЛЁТОВ

Д.З. Измайлова, А.И. Самаркина, К.В. Сорокина

*Ульяновский институт гражданской авиации им. Б.П.Бугаева,
г.Ульяновск, Россия*

В данной статье рассматриваются особенности личности авиаспециалистов, роль моральных качеств личности в обеспечении безопасности полетов и пути их формирования.

Ключевые слова: морально-нравственные и профессиональные качества, авиаспециалисты, безопасность полётов

Актуальность исследуемой темы состоит в том, что развитие гражданской авиации невозможно без профессионально-важных, нравственных и деловых достоинств человека, действующего в данной отрасли, одни из которых появляются в процессе жизнедеятельности человека, а другие заложены в человеке с рождения. Эти качества ярко проявляются на примере выдающихся лётчиков.

Александр Прокофьев-Северский служил в бомбардировочной эскадрилье Балтийского флота. Во время своего первого ночного полёта он был сбит, ему оторвало правую ногу. Несмотря на раны, он не сдался и не бросил своё любимое дело. В своей рабочей деятельности был награждён множеством боевых наград [4]. Не будем забывать и о подвигах современных пилотов. 11 февраля 2016 года Константин Парикоза, командир лайнера Boeing 777 спас 376 человек, находящихся на борту. Во время полёта загорелся левый двигатель самолёта. Пилот сумел посадить воздушное судно с полным баком топлива на землю. Давая интервью после происшествия, пилот признался, что не чувствовал страха за себя, а переживали лишь за пассажиров [5].

Для того, чтобы стать выдающейся личностью в авиации, нужны не только профессиональные навыки, но и, прежде всего, человеку необходимы высокие морально-нравственные и волевые качества, такие как ответственность, дисциплинированность, целеустремлённость, мужество, доброта. Из этого следует, что личность человека в авиационной профессии занимает ведущее место. Под личным фактором в авиации принято считать способности к летной деятельности, индивидуальные качества, как в моральном, так и физическом планах, общее состояние организма, уровень подготовленности к работе в небе, ответственность и дисциплинированность.

Работа в небе связана с непривычными условиями для организма: большой поток информации, стрессовые условия в отрыве от земли, шум, вибрация, пониженное давление в кабине ВС, длительные психофизиологические перегрузки и т.д. [3]. Поэтому человек, желающий связать себя с авиацией, должен являться личностью зрелой, готовой ко всем трудностям, саморазвитию и преодолению психологических и профессиональных переломных моментов. Её формирование происходит под влиянием многих факторов, однако большую роль в ней занимает воспитание. С первых дней и до конца жизни на каждого действует целенаправленное влияние со стороны родителей, учителей, наставников. Главной задачей такого влияния является развитие лучших качеств человека, его индивидуальности [1].

На становление личности большое действие оказывает коллектив. Огромную роль имеет и наследственность. Именно в ней заложено первоначальное составляющее человека. Воспитание лишь раскрывает качества, заложенные в утробе матери.

Роль психофизиологических качеств человека в обеспечении безопасности полетов очень важна, поскольку среди причин аварий и катастроф значительное место занимают организационно-психологические причины, в том числе низкий уровень профессиональной подготовки и допуск к работе лиц, психофизиологические качества которых не отвечают требованиям [1]. Профессионально-психологический отбор позволяет выяснить готовность человека, его соответствие выбранной профессии [3].

В результате научных исследований и благодаря обширной практике в авиации сотрудниками медицины Министерства транспорта РФ была выявлена классификация и структура профессионально значимых качеств (Таблица 1).

Таблица 1 – Профессионально значимые качества пилота

1. Личностные качества
– выдержанная временем мотивация к работе в небе; – оптимальная самооценка; – быстрая психическая приспособленность в экстремальной работе; – крепость характера при негативных взаимоотношениях; – черты характера: независимость и смелость в принятии решений, творческий потенциал и созидательность, стремление к самоутверждению, упорство и мужество; – моральные качества: патриотизм, честь, преданность, нравственность, – социальные качества: стремление к лидерству, справедливость, отзывчивость
2. Умственные показатели
– хорошее развитие зрения и мировосприятия; – контроль пространственного мышления; – продуктивность в поиске новых знаний; – прочность памяти; – острота внимания; – хороший ориентир в непредвиденных ситуациях; – умение работать при ограниченных условиях и времени
3. Психофизиологические качества
– нервно–эмоциональный баланс; – стойкость при большом объеме работы; – способность к саморегулированию своего психического состояния
4. Показатели физиологического состояния организма
– хороший вестибулярный аппарат; – устойчивость психических процессов к внешним раздражителям
5. Физическая подготовка
– выносливость организма, быстрота и сила; – физическая подготовленность к неблагоприятным факторам летной деятельности.

Не менее важны моральные качества личности для работников наземного обслуживания ВС и аэропорта, так как они ещё на земле закладывают безопасность дальнейшего полёта. Специалисту гражданской авиации необходимо нести ответственность не только за себя, но и за пассажиров, нужна любовь и преданность к своей профессии. К сожалению, профотбор определяет только профессиональные качества человека, а наличие моральных качеств он не в силах установить. Поэтому наличие психологов в работе авиации необходимо, это поможет выявить отклонения в личности авиационного работника, тем самым предотвратить авиапроисшествия, избежать жертв.

Безопасность полетов – это интегральное свойство, определяемое, как принято считать, качествами компонентов авиационной системы «пилот (экипаж) – воздушное судно – среда». В данном постулате скрыт важный ресурс, гарантирующий успешное выполнение полетов – это духовно-нравственный и профессиональный потенциал руководителей, ответственных за надежное функционирование авиационной системы. Руководители в гражданской авиации несут двойную ответственность за обеспечение как безопасности полетов, так и за безопасность своих подчиненных, что обуславливает необходимость подбора на руководящие должности людей с высокими моральными принципами и качествами [2].

Пути совершенствования личности авиаспециалиста

1. В первую очередь нужно любить авиацию, а не идти в данную отрасль из-за достойной заработной платы или по рекомендациям друзей и родных. Большинство людей, работающих в авиации и добившихся высот в своём деле, с детства мечтали о небе, представляли себя за штурвалом «железной птицы».

2. Получение качественного профессионального образования в специализированных авиационных учреждениях.

3. Развитие в себе широкого кругозора, так как пилот в процессе своей деятельности может повстречается с немалыми трудностями.

4. Необходимо быть всегда собранным и уверенным в себе, однако нужно адекватно оценивать свои способности.

5. Пилот должен обладать таким качеством как гуманность, так как в руках пилотов находятся жизни людей.

6. Стремление повышать свои знания, умения и навыки в данной области.

7. Дисциплина – залог хорошего будущего, в авиации она крайне необходима.

8. Нужно вести здоровый образ жизни (правильное питание, занятия спортом и поддержание себя в хорошей физической форме).

В настоящее время авиация является важным показателем экономического развития страны, авиационная техника всё более усложняется, что определяет необходимость предъявлять особые требования к особенностям личности авиаспециалистов в современных условиях [3].

Поэтому в процессе обучения в авиационном ВУЗе, идет ежедневная работа по повышению уровня профессиональных психофизиологических качеств будущих авиаспециалистов. Целенаправленное формирование необходимых качеств осуществляется в процессе профессионального обучения и создания рационального режима труда и отдыха курсантов УИ ГА.

Таким образом, основой настоящего личности является её духовный мир. Под этим принято понимать его отношения и ценности, нормы поведения и уважение к уже принятым уставам. Без духовно-нравственного воспитания авиационная деятельность не может гарантировать полную безопасность гражданам. Увеличение эмоциональной устойчивости и воспитание морально-нравственных качеств личности авиаспециалистов является одним из ведущих факторов улучшения состояния безопасности полётов. Данные качества необходимо развивать не только будущим пилотам, но и наземным работникам авиации, отвечающим за безопасность полётов.

Список использованных источников

1. Зырянова, У.П., Кудюрова А.В. Цифровизация производства и сферы услуг. // Информационная среда в современной России: риски и возможности: материалы Международной научно-практической конференции. – Барнаул, 2020. – С. 24-26.

2. Измайлова, Д.З., Стельмах А.М., Шаяхметова Э.И. Роль физических психофизиологических качеств человека в обеспечении безопасности труда (на основе профотбора) // Наука молодых - будущее России: сборник научных статей 5-й международной научной конференции перспективных разработчиков молодых ученых: в 4 т. – Курск, 2020. – С. 363-366.

3. Измайлова, Д.З., Попов А.В., Юнушев К.Р. Сравнительный анализ показателей происшествий на различных видах транспорта, с целью выявления наиболее безопасного // Modern Science. – 2020. – № 7 –2. – С. 336-341.

4. Козлов, В. О духовности и человечности руководителя в обеспечении безопасности полетов/ Козлов. В //Авиапанорама №6, 2020– С. 31-34.

5. Мокеева, Н. С. Влияние человеческого фактора на безопасность полета / Н. С. Мокеева. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2020. – № 9 (299). – С. 153-156. – URL: <https://moluch.ru/archive/299/67794/> (дата обращения: 11.12.2021).

6. Шуреков, В.В., Самохина С.С., Мухунова Ю.В. Пониженное давление воздуха как один из вредных факторов для кабинного экипажа воздушного судна // XXI век: итоги прошлого и проблемы настоящего плюс. –2019. – Т. 8. № 4 (48). – С. 227-232.

THE ROLE OF MORAL QUALITIES OF AN AVIATION SPECIALIST IN ENSURING FLIGHT SAFETY

D.Z. Izmailova, A.I. Samarkina, K.V. Sorokina

*Ulyanovsk Institute of Civil Aviation named after B.P. Bugaev,
Ulyanovsk, Russia*

Abstract: this article examines the personality characteristics of aviation specialists, the role of moral qualities of a person in ensuring flight safety and the ways of their formation.

Keywords: moral and professional qualities, aviation specialists, flight safety

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА: СУЩНОСТЬ, ЭВОЛЮЦИЯ И ПРИНЦИПЫ РЕАЛИЗАЦИИ

Я.В. Ильницкая¹

*Донской государственный аграрный университет,
п.Персиановский, Россия*

В данной статье рассмотрена история возникновения стратегического менеджмента, его этапы и эволюция развития. Выявлена сущность стратегического управления, приведены принципы, лежащие в основе стратегии, а так же этапы стратегического менеджмента и их содержание.

Ключевые слова: стратегический менеджмент, стратегии, этапы, управление предприятиями, управление, процессы

В современном обществе растёт уровень нестабильности условий внешней среды, следовательно, повышается потребность в ориентации на стратегическое управление.

Стратегическое управление (стратегический менеджмент) – функция управления, направленная на долгосрочные цели и действия, а также комплекс долгосрочных мер и подходов по улучшению жизнеспособности и мощи лица или группы лиц по отношению к их конкурентам.

Формулировка стратегии – образа действий, и её чёткий инструментарий являются ядром управления и важным признаком хорошего менеджмента.

В области управления стратегическое управление включает формулирование и реализацию основных целей и инициатив, предпринимаемых высшим руководством организации от имени владельцев, на основе учёта ресурсов и оценки внутренней и внешней среды, в которой работает организация.

Стратегия в смысле стратегического управления организацией – образ организационных действий и управляющих подходов, используемых для достижения организационных задач и целей организации [1].

Стратегический менеджмент обеспечивает общее управление предприятием и включает определение целей организации, разработку политики и планов, направленных на достижение этих целей, а также последующее распределение ресурсов для реализации этих планов.

По своей природе стратегический менеджмент не является стратегическим, так как модели часто включают в себя цикл обратной связи с целью контроля достигнутых результатов и информировании о следующем этапе планирования [2].

¹ Научный руководитель: С. Г. Сафонова

Начиная с истоков и на протяжении всей 40-летней истории развития теории самые важные результаты были получены американскими учеными и аналитиками бизнеса. Развитие теории стимулировалось, с одной стороны, изменениями условий бизнеса (менялся характер конкуренции, принципы организации успешных компаний), с другой стороны – расширением взаимодействия менеджмента с другими экономическими исследованиями и дисциплинами. Сегодня стратегический менеджмент – признанный раздел научных знаний о компаниях и их рыночном поведении.

Стимулирующим фактором исследований по методологии и периодизации теории стратегического менеджмента выступает необходимость систематизации ее результатов для разработки новых подходов и методических рекомендаций по формированию эффективных стратегий компаний в динамично меняющихся условиях внешней среды бизнеса.

Основными факторами, определяющими эффективность развития промышленных предприятий в условиях постиндустриальной экономики, является высокая насыщенность рынка, определяемая конкуренцией. Это означает постепенное замедление темпов роста объемов производства, с одной стороны, и замещение количественного роста качественными инновационными изменениями промышленности, с другой стороны [3].

Стратегическое управление так же, как и любой другой процесс управления, включает в себя этапы собственного планирования и реализации принятого решения.

Основными этапами стратегического менеджмента являются:

- определение сферы бизнеса и разработка назначения организации;
- трансформация назначения в частные долговременные и краткосрочные цели деятельности;
- определение стратегии достижения целей деятельности;
- разработка и реализация стратегии;
- оценка деятельности, слежение за ситуацией и введение корректирующих воздействий.

Стратегический менеджмент распространяется на долгосрочные цели и действия компании. Можно сказать, что формулировка стратегии (образа действий) и ее четкий инструментарий являются ядром управления и наиболее верным признаком хорошего менеджмента компании.

В основе стратегического менеджмента лежат такие стратегические решения и принципы, как:

1. Научность. Руководитель, выполняя свои обязанности, должен, в сочетании с элементами искусства, пользоваться данными и выводами из различных научных областей. Так же должен иметь индивидуальный подход к решению различных поставленных задач.

2. Целенаправленность. Формирование стратегии и стратегический анализ должны быть целенаправленными, то есть всегда быть ориентированы на выполнение глобальной цели предприятия.

3. Гибкость. Данный принцип предполагает возможность корректировки ранее принятых решений или их пересмотра в любой момент в соответствии с изменившимися обстоятельствами.

4. Единство стратегических программ и планов. Здесь очень важна согласованность и тесная взаимосвязь решений на разных уровнях. Оно достигается путём консолидации стратегий каждого структурного подразделения предприятия, согласования планов всех его функциональных отделов.

5. Создание условий, способствующих реализации стратегии. Само по себе наличие стратегического плана не гарантирует то, что он обязательно будет успешно выполнен. В процессе стратегического управления должны создаваться организационные условия для реализации программ и планов, такие как: создание крепкой оргструктуры, разработка системы мотивации, повышение эффективности системы управления.

Подводя итог, можно сказать, что стратегический менеджмент рассматривается как совокупность пяти взаимосвязанных процессов: анализа среды (внешней и внутренней), определение миссии и целей, анализа и выбора стратегии, реализации стратегии, оценки и контроля степени реализации стратегии. Стратегический менеджмент включает формулирование стратегий, развитие деловых способностей в компании и управление реализацией данных стратегий и развитием способностей.

Методы стратегического менеджмента применялись в основном крупными корпорациями, снижающими неопределенность деятельности в нестабильных условиях внешней среды посредством разработки систем стратегического управления. Концепция традиционного стратегического управления в экономике возникла в 1960-1970-х гг. на основе развития методов стратегического менеджмента и стратегического планирования для обеспечения конкурентного преимущества в рыночных условиях [5]. В отличие от стратегического менеджмента, традиционное стратегическое управление позволяет выйти за пределы управляемого процесса или подсистемы, предвидеть результаты и факторы функционирования, предотвратить неблагоприятные события и негативные рискованные ситуации. Стратегическое управление использует модель долгосрочного планирования – «от образа будущего – к настоящему» [4].

Список использованных источников

1. Стратегическое управление [Электронный ресурс] <https://ru.m.wikipedia.org>
2. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс] <https://upravlenie1.ru>.
3. Петров, В.С. К вопросу обеспечения эффективности развития промышленных предприятий в условиях постиндустриальной экономики. // Транспортное дело России, №4, 2014.

4. Филин, С.А. Теоретические основы и методология стратегического управления инновационным развитием: монография. – Тула: Изд-во ТулГУ. 2010. – 425 с.

5. Ходжич, М.В. Основные понятия стратегического планирования как функции стратегического управления // Вестник Владимирского юридического института. – Владимир: Изд-во ВЮИ ФСИН России. 2009. – № 1 (10). – С. 171-173.

THEORETICAL ASPECTS OF STRATEGIC MANAGEMENT: ESSENCE, EVOLUTION AND PRINCIPLES OF IMPLEMENTATION

Ya.V. Ilitskaya

*Don State Agrarian University,
Persianovsky village, Russia*

This article discusses the history of strategic management, its stages and evolution of development. The essence of strategic management is revealed, the principles underlying the strategy are given, as well as the stages of strategic management and their content.

Keywords: strategic management, strategies, stages, enterprise management, management, processes

УДК 658.562

ВЗАИМОСВЯЗЬ ЭКОНОМИКИ И СПОРТИВНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ: ЭКОНОМИКА РОССИИ И ПРОВЕДЕНИЕ ЧЕМПИОНАТА МИРА ПО ФУТБОЛУ 2018 ГОДА

П.А. Кирик¹

*Санкт-Петербургский государственный университет промышленных
технологий и дизайна,
г. Санкт-Петербург, Россия*

В данной статье рассматривается влияние спортивного мероприятия на экономику страны. В ходе работы были приведены сведения о расходах на подготовку к турниру, а также сведения о доходах страны после проведения чемпионата.

Ключевые слова: экономика, внутренний валовой продукт, инфраструктура, расходы и доходы

¹ Научный руководитель: к.э.н., доцент Леонов С.А.

2 декабря 2010 года Россия официально получила право на проведение чемпионата мира по футболу в 2018 году. Страна первый раз в истории должна была проводить мировой футбольный чемпионат, финальная часть которого состоялась 14.06-15.07, в 11 городах. Совет Международной Федерации футбола признал 21-й чемпионат мира лучшим в истории, и согласно финансовому отчёту, составленному Федерацией, данный чемпионат был признан самым прибыльным, принеся организации 5,357 миллиардов долларов выручки.

Крупные спортивные мероприятия всегда сильно влияют на экономику страны. Почти во всех секторах происходит увеличение предложения услуг и выпуск продукции, которое будет влиять на ВВП несколько лет. Говоря об экономической стороне чемпионата, стоит рассмотреть расходы и доходы России, а также в целом влияние чемпионата на экономику и жизнь страны.

Как было сказано ранее, чемпионат проходил на 12 стадионах страны в 11 городах. По требованиям ФИФА, каждый город должен быть оснащён стадионом, удовлетворяющим всем представленным требованиям, которые проверялись делегацией, а также всей необходимой инфраструктурой, в том числе и спортивными базами для размещения сборных, которым предстояло участие в турнире.

В первую очередь, необходимо было выполнить все требования ФИФА по созданию инфраструктуры. Из 12 стадионов, которые приняли по несколько матчей, больше половины было построено с нуля за несколько лет до старта турнира. Четыре стадиона предстояло реконструировать. В целом, каждый из стадионов подвергся строительству, финансирование которых взял на себя федеральный бюджет. На строительство и дополнительную реконструкцию транспортной отрасли было выделено 352,5 млрд. рублей, из которых 170,3 млрд. рублей должен был выделить федеральный бюджет, ещё 35,1 млрд. рублей – регионы и 147,1 млрд. рублей – инвесторы. Подготовку железнодорожной инфраструктуры оценивали в 350 млрд. рублей. В реконструкции нуждалась и авиационная инфраструктура, в которую входило введение нового оборудования, а также строительство дополнительных взлётных полос, которое в сумме оценивалось в 117,8 млрд. рублей. Важной частью стало строительство гостиниц в городах, принимающих чемпионат, и реконструкция тренировочных баз для всех сборных, которые приезжали в Россию минимум за две недели до старта турнира в целях адаптации к местному климату и отказа от перелётов перед важными матчами. Как дополнение, в городах были построены специальные зоны с большими мониторами для болельщиков. Заранее было указано, что федеральный бюджет профинансирует только строительство важнейших частей для проведения турнира (реконструкцию стадионов и тренировочных баз, дорог до мест проведения матчей, ремонт аэропортов), а остальные расходы каждый регион вынужден брать самостоятельно. Таким образом, итоговые затраты на подготовку России к мировому соревнованию оценивались примерно в 884 млрд. рублей (13,47 млрд. долларов) и были полностью покрыты прибылью.

После окончания Чемпионата мира, Оргкомитет представил итоговый отчёт «Россия-2018», в котором было рассмотрено влияние турнира на экономику России. Согласно данному отчёту, суммарный вклад предварительной подготовки и самого проведения турнира представляет 952 млрд. рублей в период с 2013 по 2018 годы, что составляет почти 1 % валового внутреннего продукта (ВВП) страны. Данная сумма складывается из инвестиций в инфраструктуру, расходов туристов - посещение матчей, проживание на территории страны, покупка сувенирной продукции, посещение дополнительных мероприятий, а также улучшения уровня жизни жителей страны.

Стоит отметить, что приток туристов обеспечил вклад в 201 млрд. рублей – почти 21 % от общего эффекта проведения чемпионата мира, а также был обеспечен прирост валового регионального продукта (ВРП) регионов – 93 млрд. рублей. Почти 490 тысяч иностранных зрителей посетили страну во время чемпионата мира, что показывает увеличение внешнего туристического потока более чем в 2 раза, сравнивая с показателями других годов. По показаниям статистики, изменилась и продолжительность пребывания гостей в России: она составила в среднем 12 дней, что в 2,5 раза дольше, чем до чемпионата.

Иностранные зрители неоднократно говорили, что посоветуют Россию как туристический маршрут для своих знакомых, что в будущем может привести к ещё большему увеличению числа туристов. Кроме этого, жители России также неоднократно переезжали между городами, что также говорит об прибыли в транспортной сфере. Билеты на матчи чемпионата продавались в три этапа, а ценовая категория зависела от выбранного сектора. Уже к маю 2018 года было объявлено, что около 89 % всех билетов продано. Больше половины представленных билетов были раскуплены иностранными болельщиками. За неделю до начала турнира ФИФА предоставила статистику о продаже 2,5 миллионов билетов на матчи. По статистике, больше всего билетов было куплено гражданами США, Бразилии и Колумбии. Кроме того, страну во время чемпионата посетили главы многих стран.

Подготовка страны к чемпионату привела к появлению почти 315 тысяч дополнительных рабочих мест для населения, что в свою очередь привело к росту доходов рабочих на 459 млрд. рублей. Произошло увеличение выручки малого и среднего предпринимательства в связи с высоким вкладом туристической и строительной отраслей. Проведённый чемпионат повлиял и на прибыль регионов, где проходили матчи, что стало более заметным, так как вклад подготовки и проведения для них составил 2-20 % ВРП в год. Стоит отметить и 164 млрд. рублей дополнительных налоговых сборов, которые поступили в бюджеты благодаря подготовке страны к турниру.

В отчёте отмечено, что после проведения чемпионата в течении последующих пяти лет влияние на ВВП может продолжать расти. Это произойдёт благодаря инфраструктуре, используемой после проведения чемпионата. Например, стадион в Санкт-Петербурге является домашним стадионом футбольного клуба «Зенит», а на стадионе в Казани играет клуб «Рубин». Почти все стадионы, строящиеся к чемпионату, до сих пор используются клубами, выступаю-

щими в Российской Премьер-Лиге, и собирают большое число зрителей на домашние матчи. Рост ВВП также будет продолжаться благодаря росту показателей туризма не только в более известные города страны, но и в регионы, которые принимали несколько матчей на своих стадионах.

Сравнивая чемпионат мира, прошедший в России, с чемпионатами, проходящими в других странах, стоит отметить, что влияние турнира на ВВП России превосходит эффект от турниров в Бразилии, Германии, ЮАР. За счёт туризма экономика России получила более 3 млрд. долларов, что превышает доход прошедших чемпионатов в Бразилии, Японии и ЮАР. Подводя итог, стоит отметить, что футбольный чемпионат, прошедший в России, был отмечен многими важными людьми как лучший в истории. Благодаря проведению турнира, была улучшена большая часть инфраструктуры, а также увеличился рост туристов, в особенности из других стран. Иностранные зрители отмечали, что изменили своё мнение о России в лучшую сторону и обязательно вернутся в качестве туристов вновь, что влияет не только на экономику, но и на социальную жизнь. А также, из положительных сторон чемпионата стоит отметить рост интереса людей к здоровому образу жизни, спорту и футболу, в частности, улучшение спортивных школ и секций.

Список использованных источников

1. Оргкомитет «Россия-2018» «Исследование влияния Чемпионата мира по футболу FIFA 2018 в России на экономическую, социальную и экологическую сферы» [Электронный ресурс]: официальный документ – Режим доступа: <https://drive.google.com/file/d1p6r0-1AgmQgnhUOIY9eOdtT-OAdGsq1W/view> (дата обращения 16.11.2021 г.)

2. Российский футбольный союз [Электронный ресурс]: официальный документ – Режим доступа: <https://rfs.ru/news/208313> (дата обращения 16.11.2021 г.)

3. Чемпионат мира по футболу 2018 [Электронный ресурс]: официальный документ – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Чемпионат_мира_по_футболу_2018 (дата обращения 16.11.2021 г.)

THE CONNECTION BETWEEN THE ECONOMY AND SPORTING EVENTS: THE RUSSIAN ECONOMY AND THE 2018 FIFA WORLD CUP

P.A. Kirik

*St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design,
St. Petersburg, Russia*

This article is showed the impact of a sporting event on a country's economy. In the course of the work, information was provided on the costs of preparing for the tournament, as well as information on the country's income after the championship.

Keywords: economy, gross domestic product, infrastructure, expenses and income

ЭКОНОМИКА ОБЛАЧНЫХ ВЫЧИСЛЕНИЙ

Е.Д. Кобцев¹

*Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна,
г. Санкт-Петербург, Россия*

Данная статья посвящена экономии облачных серверов для малого и среднего бизнеса. Другими словами, в исследовании рассматривается понятие облачных и локальных серверов, их влияние на бюджет компании, а так-же на принятие решений бизнесменами какой сервер лучше подойдет для их компании.

Ключевые слова: облачный, сервер, локальный сервер, облачная экономика

«Облачные сервисы» это сеть мощных компьютеров - серверов, которые позволяют клиентам, компаниям пользоваться своими ресурсами через интернет: хранить файлы и обмениваться ими, работать в онлайн - офисах, производить вычисления. Такой вид сервера подойдет больше для малых и средних компаний.

Альтернатива облачным сервисам, свой личный локальный сервер. Это практически то же самое, что и облачный сервис, но сеть мощных компьютеров стоят в офисе компании. Поэтому для локального сервера компании придется выделять отдельный кабинет или даже помещение. Локальный сервер для малых компании довольно рискованно. Поэтому этот вид сервера используют крупные компании.

Также крупные компании пользуются сразу двумя видами серверов. Такой метод называется гибридный.

Если использовать облачный и локальный сервер одновременно, то организация добьются максимальной гибкости и увеличит свою эффективность. Такое решение позволяет легко перемещать файлы из локального и облачного сервера.

Плюсы такого метода:

- Контроль. Организация поддерживает частную инфраструктуру для ресурсов;
- Гибкость. Использование облачного сервера, когда это нужно;
- Рентабельность. Возможность масштабирования облачного сервера, позволит платить за дополнительную вычислительную мощность, когда это потребуется.

¹ Научный руководитель: к.э.н., доцент Леонов С.А.

Для чего нужен облачный и локальный сервер организациям? Сервер контролирует, администрирует, обслуживает, техническую часть компании. Данные и другие сведения передаются между компьютерами через сеть.

В локальном сервере расходы на содержание подведомственной бюджетной сети планируются, как правило, не исходя из объемов оказываемых ими услуг, а исходя из необходимости содержания существующих мощностей. Поэтому малые компании не могут себе обеспечить такой вид сервера так как нет постоянной занятости проектами. Компания платит за обслуживание сервера, а работы никакие не идут. Планирование осуществляется, по большей части, методом индексации существующих расходов, сохраняя их структуру в неизменном виде. В результате отсутствует стимул к оптимизации расходов как в части их совокупных объемов, так и в части их структуры.

В наше время очень удобно использовать облачные сервисы не только физическому лицу, но и компаниям. Поэтому все больше компаний переходят с локальных серверов на облачные по ряду причин. Облачные технологии предоставляют массу экономических преимуществ.

Если взглянуть на то, как организации управляют инфраструктурой своих дата-центров, то можно увидеть, что лишь 20 % времени и усилий, потраченных на создание приложений – от чего по большей части зависит стоимость бизнеса – уходит на разработку самих приложений. Рутинные и второстепенные задачи, например, отладка операционной системы или создание резервных копий, отнимают существенное время у IT-отдела. Облачные вычисления являются инструментом, который полностью переворачивает описанный выше принцип и дает IT-отделам возможность выделять 80 % своего времени на ключевые бизнес-процессы, в частности, на разработку бизнес-приложений. Операционные затраты более выгодны организации потому, что у нее есть возможность их сокращать по собственному желанию и без привязки к приобретенным серверам и ПО. Независимо от того, как часто они используются в работе, организация вынуждена нести эксплуатационные издержки, возникающие в виде амортизационных исчислений. Когда же приоритет отдается операционным затратам, то в случае, если организация не нуждается в оборудовании или ПО, ее расходы могут резко сократиться.

Из выше сказанного, можно обобщить и рассказать о плюсах, а также о минусах облачного и локального сервера.

Плюсы облачного сервера:

- Управление расходами (Плата идет исключительно за пользование. Также часто выражаются фразой «pay-as-you-go»);
- Расчет экономической эффективности (По легкой формуле можно будет рассчитать стоимость сервера);
- Не нужен дополнительный персонал и помещение.

Минусы:

- Безопасность.

Плюсы локального сервера:

- Минимум сбоев и неполадок сети;
- Конфиденциальность информации.

Минусы:

- Примерно каждые десять лет придется обновлять локальный сервер;
- Нужно дополнительное помещение;
- Сложно оптимизировать затраты.

Исходя из вышеперечисленного, можно сделать вывод о том, что облачный сервер подойдет для малых и средних компаний из-за того, что такие компании не могут обеспечить себя постоянными проектами. В локальном сервере плата идет всегда независимо от того, как часто они используются в работе. Также есть гибридное решение, которое поможет компаниям получить максимальную гибкость и увеличить свою эффективность. Но на сегодняшний день все больше компаний из малого и среднего бизнеса полностью переходят на облачный сервер из-за больших преимуществ.

Список использованных источников

1. Облачное хранилище против локальных серверов [Электронный ресурс].-URL: <https://www.microsoft.com/ru-ru/microsoft-365/business-insights-ideas/resources/cloud-storage-vs-on-premises-servers> (дата обращения 01.11.2021).
2. Экономика облачных вычислений [Электронный ресурс].-URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomika-oblachnyh-vychisleniy/viewer> (дата обращения 01.11.2021).
3. Леонов, С.А. Влияние миссии компании на организацию внутренних бизнес-процессов // Дневник науки. 2021. №8 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2021/8/economy/Leonov2.pdf> (Дата обращения 07.09.2021).
4. Леонов, С.А. Особенности реализации товаров субъектами предпринимательской деятельности на маркетплейсах // Дневник науки. 2021. №8 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2021/8/economy/Leonov3.pdf> (Дата обращения 07.09.2021).
5. Леонов, С.А. Форсированная цифровизация бизнеса в условиях «индустрии 4.0» // Дневник науки. 2021. №10 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2021/10/economy/Leonov.pdf> (Дата обращения 09.11.2021).
6. Леонов, С.А. Принципы эффективной разработки бизнес-плана // Дневник науки. 2020. №12 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2020/12/economy/Leonov.pdf> (Дата обращения 07.01.2021).

THE ECONOMICS OF CLOUD COMPUTING

E.D. Kobtsev

*St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design,
St. Petersburg, Russia*

This article is devoted to saving cloud servers for small and medium-sized businesses. In other words, the study examines the concept of cloud services, their

impact on the company's budget, as well as on the decision-making of businessmen which server is best suited for their company.

Key words: cloud, server, local server, cloud economy

УДК 338.3

РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО ПРЕДОТВРАЩЕНИЮ НЕЭФФЕКТИВНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МАТЕРИАЛЬНЫХ РЕСУРСОВ В ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

К.А. Козырева, Л.А. Чернобродова

*Академия ФСИН России,
г. Рязань, Россия*

В статье отражены актуальные вопросы, раскрывающие механизм оценки эффективности использования материальных ресурсов в производственных организациях, а также предложены мероприятия, направленные на повышение эффективности использования материальных ресурсов в производственной организации. Рассмотрены трактовки материальных ресурсов различными авторами.

Ключевые слова: материальные ресурсы, трактовки материальных ресурсов, эффективность использования, показатели эффективности, мероприятия

В настоящее время наблюдается множественность трактовок материальных ресурсов. Причем нередко производственные ресурсы приравниваются к материальным ресурсам.

Так, Головачев А.С. считает, что материальные ресурсы - это потребляемые в процессе производства предметы труда, которые однократно участвуют в процессе производства и переносят свою стоимость на стоимость производимой продукции [3].

Волков В.П., Ильин А.И. определяют материальные ресурсы как потребляемые в процессе производства предметы труда, к которым относятся основные и вспомогательные материалы, полуфабрикаты, комплектующие изделия, топливо и энергия на технологические нужды [2].

Щербаков В.В. считает, что материальные ресурсы, хранящиеся в сфере производства и сфере обращения, являются необходимым условием непрерывности процесса воспроизводства [4].

Необходимо отметить, что приведенные определения не противоречат, а дополняют друг друга. С разных сторон раскрывают свойства материальных ресурсов как экономической категории.

Актуальность статьи состоит в том, что деятельность любого коммерческого предприятия основана на потреблении материальных ресурсов. На обоснованное использование материальных ресурсов оказывает влияние множество факторов, включая технологические, конструктивные, организационные. Их детальное изучение дает возможность определить различные методы и средства экономии материалов. Своевременность выявления факторов, способных повлиять на эффективность использования материальных ресурсов, как в сторону ее повышения, так и ее снижения, позволяет принимать грамотные управленческие решения. Эффективное использование материальных ресурсов позволяет снижать себестоимость выпускаемой продукции, повышать ее конкурентоспособность, улучшать финансовое положение хозяйствующих субъектов [1].

В настоящей статье в качестве примера использованы данные предприятия ООО «СПК НОВОСЕЛКИ», расположенного в селе Новоселки Рыбновского района Рязанской области, и на их основе рассчитаны показатели эффективности использования материальных ресурсов. Вид деятельности предприятия – разведение молочного крупного рогатого скота, производство сырого молока.

Для оценки эффективности использования материальных ресурсов организации рассчитывают следующие основные показатели, представленные в таблице 1.

Таблица 1 – Показатели эффективности использования материальных ресурсов

Наименование показателя	Формула расчета	Характеристика показателя
Материалоотдача	$M_o = B / M_3$, где B - выручка; M_3 - материальные затраты	Определяется отношением выручки к величине материальных затрат, то есть показывает, сколько произведено продукции с каждой денежной единицы использованных ресурсов
Материалоемкость	$M_e = M_3 / B$ где B - выручка; M_3 - материальные затраты	Является показателем, обратным материалоотдаче, отражает величину материальных затрат на одну денежную единицу выпущенной продукции
Удельный вес материальных затрат в себестоимости продукции	$УВ_{мз} = M_3 / C$, где $УВ_{мз}$ – удельный вес материальных затрат C – себестоимость продукции	Характеризует долю затрат материальных ресурсы в себестоимости продукции
Период оборота запасов	$T_{мз} = 365 / K_{омз}$, где, $T_{мз}$ – период оборота материальных запасов, $K_{омз}$ – коэффициент оборачиваемости материальных запасов	Отражает период времени совершения одного оборота

Результаты расчета показателей эффективности использования материальных ресурсов ООО «СПК НОВОСЕЛКИ» отражены в таблице 2.

Таблица 2 – Показатели эффективности использования материальных ресурсов ООО «СПК НОВОСЕЛКИ», 2019-2020 гг.

Показатели	Ед. изм.	2019 год	2020 год	Абс. изм.	Темп изменения, %
Материалоотдача	руб./руб.	1,54	1,20	-0,34	-22,1
Материалоемкость	руб./руб.	0,65	0,83	0,18	27,7
Удельный вес материальных затрат в себестоимости продукции	%	65,00	68,00	3,00	4,62
Период оборота	дн.	236,87	304,30	67,43	28,47

Материалоотдача в 2020 г. сократилась по сравнению с 2019 г. на 22,1 %. Данное обстоятельство в первую очередь связано с сокращением общей выручки от реализации продукции предприятия. Материалоемкость в 2020 г. по сравнению с 2019 г. увеличилась на 27,7 %. Данный показатель свидетельствует о том, что на 1 рубль выручки приходилось от 65 до 83 копеек материальных затрат, что при условии ее повышения является негативным фактором. Удельный вес материальных затрат в себестоимости продукции в 2020г. по сравнению с 2019 г. увеличился на 3 %. Период оборота вырос на 28,47 %, что является негативным фактором.

Сопоставление доли затрат материальных ресурсов в себестоимости готовой продукции ООО «СПК НОВОСЕЛКИ» со среднеотраслевыми показателями показано на рисунке 1 [5].

Анализ показывает, что доля материальных затрат в себестоимости готовой продукции ООО «СПК НОВОСЕЛКИ» отклоняется от значений среднеотраслевых показателей по России и составляет значительную часть общих затрат. Так, в 2019 г. доля затрат на материалы в ООО «СПК НОВОСЕЛКИ» была меньше на 1,4 % среднеотраслевого показателя, а в 2020 г. превысила его значение на 1,6 %.

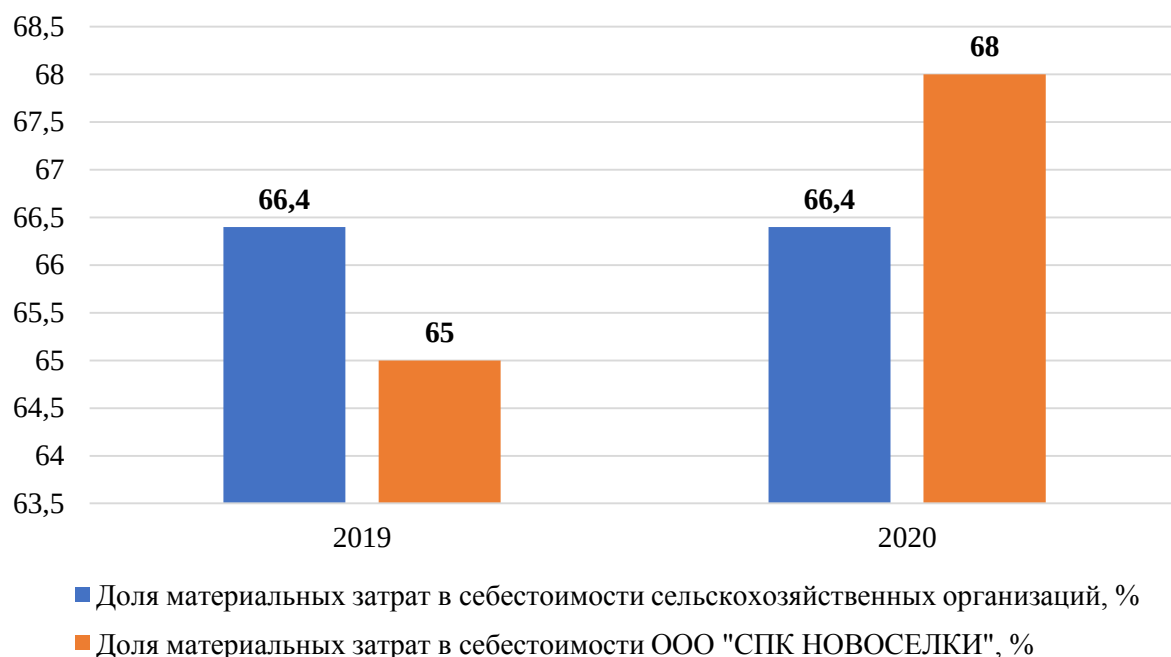


Рисунок 1 – Доля материальных затрат в себестоимости продукции, 2019-2020 гг.

Таким образом, анализ использования материальных ресурсов в хозяйственной деятельности организаций является важнейшим направлением аналитической работы. Проведенный анализ показал, что материальные затраты составляют значительную долю всех затрат на производство продукции организации, поэтому желаемый уровень эффективности бизнеса может быть достигнут не только при условии обеспечения производственного процесса необходимыми материальными ресурсами, но и повышения эффективности их использования.

Ухудшение показателей эффективности использования материальных ресурсов ООО «СПК НОВОСЕЛКИ» свидетельствует о необходимости совершенствования форм и методов управления материальными ресурсами, а именно нормирования, планирования, организации учета. Поэтому ООО «СПК НОВОСЕЛКИ» необходимо провести следующие мероприятия:

- разработать нормы потребления материальных ресурсов;
- принять меры по ускорению их оборачиваемости;
- разработать мероприятия по предотвращению порчи материальных запасов (зерна, кормов, удобрений) в условиях длительного хранения, по экономному потреблению топлива и т. д.

Список использованных источников

1. Базылев, Н.И., Базылева М.Н. Экономическая теория. – Минск: Современная школа. – 2018. – 640 с.

2. Волков, В.П., Ильин А.И., Станкевич В.И. Экономика предприятия. – Москва: Новое знание. – 2020.–677 с.
3. Головачев, А.С., Кудашов В.И. Экономика организации (предприятия). – Минск: Изд-во МИУ. – 2019. –588 с.
4. Щербаков, В.В. Основы логистики. СПб.: Питер.– 2018. – 432 с.
5. Сельское хозяйство в России. 2021: Стат.сб./Росстат – С. 29. – Москва: – 2021. – 100 с.

DEVELOPMENT OF MEASURES TO PREVENT INEFFICIENT USE OF MATERIAL RESOURCES IN PRODUCTION ORGANIZATIONS

K.A. Kozyreva, L.A. Chernobrodova

*Academy of the FPS of Russia,
Ryazan, Russia*

The article reflects topical issues that reveal the mechanism for assessing the effectiveness of the use of material resources in production organizations, and also suggests measures aimed at improving the efficiency of the use of material resources in a production organization. The interpretations of material resources by various authors are considered.

Key words: material resources, interpretations of material resources, efficiency of use, performance indicators, measures

УДК 338

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО ВИДЕОКОНТЕНТА НА СТРИМИНГОВЫХ ПЛАТФОРМАХ

В.П. Кондауров¹

*Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна,
г. Санкт-Петербург, Россия*

В данной статье рассказывается о таком виде деятельности, как стриминг. Какие площадки используют стримеры, как они зарабатывают. Рассматривается что важно для начинающего стримера. Обоснована актуальность покупки рекламы на прямых трансляциях. Раскрыты проблемы стримеров. Как стримеры повлияли на развитие различных платформ.

¹ Научный руководитель: к.э.н., доцент Леонов С.А.

Ключевые слова: стрим, стример, аудитория, рекламодатель, развитие, блогер, качества стримера, заработок

В современном мире интернет является не только инструментом для развития бизнеса или продвижения различных продуктов. Многие люди находят в этом свои хобби. Занимаются творчеством, учатся, общаются и развлекаются. Технологии вывели общение между людьми на новый уровень. Стало легче стать медийной личностью и получить большую аудиторию, которая будет наблюдать за чужим творчеством и жизнью. К примеру, не так давно стало популярным создавать видеоконтент, выкладывать его на различные площадки и публиковать в социальные сети. Однако интернет не только даёт возможность размещать заранее подготовленный видеоконтент, но и проводить стримы.

Что такое стрим? Стрим – это сленговое название потоковой передачи данных, прямых трансляций в сети интернет, возникло от английского слова Stream, буквально: поток [1]. Сейчас существует множество площадок для проведения стримов, уже в каждой социальной сети любой из пользователей может запустить свою видеотрансляцию. Но всё-таки самыми популярными стриминговыми платформами являются Twitch и YouTube. Если на YouTube функция проведения трансляций не основная, то Twitch изначально создавался для проведения стримов. Есть много аспектов по которым зритель и сам выбирает платформу, которой он будет пользоваться. Для зрителя, конечно же, самым главным будет наличие его любимого стримера на данной площадке и популярность самой платформы. А для стримера главными аспектами будут являться наличие большой аудитории и рекламодателей, получение большей конверсии от стримов, удобство использование интерфейса, жесткость правил платформы. Из-за появления стримов контент в интернете несколько изменился. В современном понимании слово стрим больше всего ассоциируется платформа Twitch. На нём многие люди начали заниматься стримами за бесплатно, однако спустя несколько лет, когда проведение прямых трансляции стало приносить прибыль стали приходить всё новые стримеры и новая аудитория.

Некоторые люди предпочли стримы блогерству, это увеличило приток аудитории на платформу. Однако, нельзя сказать, что блогер и стример один и тот же вид деятельности. Конечно в первую очередь такие люди должны заинтересовать людей, дать то, ради чего пользователь будет смотреть публикуемый контент. Но пока блогеры составляют сценарии, снимают видео, монтируют его и наконец публикуют в сеть, стримеры должны в реальном времени каким-то образом развлекать людей, без сценария и без подготовки. Люди не приходят на прямые трансляции за чем-то конкретным, они проходят посмотреть на своего стримера и чем он занимается, а для этого стримеру необходимо иметь четкую речь, хорошее чувство юмора и харизму.

Стоит сказать, что всё-таки быть стримером это сложная работа, каждый день человек должен общаться с зрителями и развлекать их, а это приводит к выгоранию, которое может привести к потере онлайн на трансляциях и как следствие к падению заработка. В самом начале своей карьеры, стримеры не зарабатывают, но при этом делают вложения. Если же всё-таки у начинающего

стримера начинает появляться аудитория, то она может присылать ему пожертвования, то есть донаты и подписываться платной подпиской на его канал, которая даёт им некоторые привилегии. С растущей аудиторией также приходят рекламодатели. Обычно рекламодатель может приобрести баннер прямо на экране, баннер в описании к стриму, заключить какой-либо контракт. Популярные стримеры, особенно зарубежные, достаточно обеспеченные люди. Из-за этого начинающих стримеров становится очень много и появляется довольно большая конкуренция. На самом деле реклама на стримах очень выгодное вложение для многих компаний. Если стример играет на стримах в игры, то его аудитория, наверняка, интересуется играми, а значит, что им хорошо будут продаваться комплектующие для ПК и различные аксессуары. То есть рекламодателю не нужно искать целевую аудиторию из множества людей, она уже собрана в группы в виде зрителей на стриме. Стримера также можно приглашать на различные мероприятия и благодаря этому притягивать больше людей.

Сегодняшняя ситуация с вирусом SARS-CoV-2 дала толчок развитию стримерства. Во время карантина онлайн заметного стримера вырос в среднем в 2-3 раза. Благодаря этому появилось ещё больше рекламодателей и ещё больше стримеров популярных. Благодаря стримерам у людей появилось ещё одна причина остаться дома и не передавать болезнь другим людям. Поэтому в какой-то мере стримы это не только развлечения, и они помогли, в какой-то мере, не так сильно распространиться короновирусной инфекции, как могло быть. В основном аудитория стримов это подростки от 14 до 23 лет. У каждого стримера это значение более точное. Это подрастающее поколение смотрит на своих кумиров и, как это всегда бывает, хотят быть как они. В основном сами стримеры тоже молодые, в среднем от 19 до 29 лет. Поэтому подростку всё же легче стать стримером, чем взрослому человеку. Чтобы стримить конечно нужно оборудование, но в наше время эта не проблема, ведь у каждого есть компьютер или телефон. Для начинающего стримера осталось только приобрести нормальный микрофон и вебкамеру или подключить обычную камеру. Затем нужно зарегистрироваться на площадке, настроить трансляцию, настроить ПО для захвата экрана и камеры. Каждому стримеру нужны зрители. Обычно для их привлечения покупают рекламу у других стримеров, стараются участвовать в каких-либо конкурсах, вступают в сообщества стримеров, где они могут получить рейд и улучшают свои личностные качества, как стримера. Рейд на сайте Twitch – особый вид активности, заключающийся в следующем: Известный стример объявляет во время стрима о начале рейда и кидает ссылку на менее известного пользователя стримера. Зрители идут на стрим, и пишут в чат сообщения. [2] Самую главную роль играет удержание аудитории на стриме, ведь чем больше аудитории остается на трансляции, тем вы становитесь заметнее для других потенциальных зрителей. В тоже время это и самая сложная задача. В первую очередь удержание зависит от самого стримера. Он должен уметь развлекать имеющуюся аудиторию, постоянно разговаривать и показывать свои эмоции. Обычно, начинающий стример не выдерживает такого на постоянной основе. На многих интервью стримеры жалуются на выгорание. Некоторые рассказывают, что в такие моменты даже хотят закончить свою карьеру и за-

няться чем-то другим. К этому приписывается то, что стримы должны проходить довольно часто, чтобы не потерять аудиторию.

В тоже время – это ответственная работа. Каждый стример должен осознавать, что он транслирует своё мнение на большую аудиторию, что одно неверное высказывание или неудачная шутка может повлечь за собой проблемы. Помимо это накладываются правило площадки, ведь для нее тоже важно наличие рекламодателей, а для рекламодателей важно кто будет рекламировать их продукт. Подведём итог, быть стримером это тяжелая работа, которая требует больших психологических нагрузок. Обычно стримеры используют такие площадки как Twitch и YouTube, однако сейчас во многих соцсетях есть эта функция и каждый пользователь может провести трансляцию для своих подписчиков. Чтобы зарабатывать на стримах, человек должен быть заметным для рекламодателей и иметь подходящую для них аудиторию. Продвигать свои товары и услуги, купив у стримера рекламу, правильная инвестиция, если стримеры уже имеют подходящую аудиторию. Уже сейчас многие рекламодатели заключили множество контрактов со стримерами и получают своих покупателей [3]. Быть стримером довольно прибыльный вид деятельности, если вы имеете большую аудиторию и выполняете заказы рекламодателей. Также стримеры получают деньги от своих зрителей посредством платной подписки или донатов. Рост аудитории на стримах говорит о том, что это хорошая возможность стать стримером для талантливых людей. И отличная возможность заработать для компаний, чья целевая аудитория находится на стримах.

Список использованных источников

1. Prostrimer.ru [Электронный источник]. - Режим доступа – <https://prostrimer.ru/stream/chto-takoe-strim-kto-takoj-strimer> (Дата обращения 23.11.2021).
2. Wikireality.ru [Электронный источник]. - Режим доступа – <http://wikireality.ru/wiki>. (Дата обращения 26.11.2021).
3. Леонов С.А. Форсированная цифровизация бизнеса в условиях «индустрии 4.0» // Дневник науки. 2021. №10 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2021/10/economy/Leonov.pdf> (Дата обращения 09.11.2021).

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF ENTERTAINMENT VIDEO CONTENT ON STREAMING PLATFORMS

V.P. Kondaurov

*St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design,
St. Petersburg, Russia*

This article describes an activity such as streaming. What platforms do streamers use, how do they earn. What is important for a novice streamer is considered. The urgency of buying advertising on live broadcasts has been substantiated. Streamers'

problems have been disclosed. How streamers have influenced the development of various platforms.

Keywords: stream, streamer, audience, advertiser, development, blogger, streamer qualities, earnings

УДК 338.001

ПОТЕНЦИАЛ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

Д.А. Кочергин¹

*Санкт-Петербургский государственный университет промышленных
технологий и дизайна,
г. Санкт-Петербург, Россия*

Широкое развитие информационных технологий и их проникновение во все сферы жизни общества является глобальной тенденцией мирового развития последних десятилетий. В настоящее время в связи с развитием компьютерной техники и современных средств коммуникации, когда использование ИТ становится необходимым практически в любой сфере деятельности человека, все чаще ведется речь об информационной технологии обучения.

Ключевые слова: информационные технологии, обучение

21 век – это не только эпоха информационных технологий (ИТ), но и эпоха непрерывного обучения (самообучения). Внедрение ИТ в процесс школьного образования также изменило цели образования, которые в первую очередь направлены на развитие и совершенствование навыков учащихся.

Во-первых, современный уровень развития ИКТ значительно расширил доступ преподавателей и студентов к образовательной и профессиональной информации и повысил эффективность системы образования в целом. ИТ используются в широком спектре предметов во всех возрастных группах, помогая учащимся лучше понимать как отдельные предметы, так и все предметы. Компьютеризация системы образования предъявляет к учителям новые требования, в том числе необходимость совершенствования их интеллектуальных, социальных, экономических, информационных и других навыков. Все более широкое внедрение компьютерных средств в школьное образование повышает важность информационных навыков учителей. Появление новых ИТ приводит к серьезным изменениям в работе учителей. Проще всего это сделать с помощью электронных учебников и мультимедийных энциклопедий на компакт-дисках, кото-

¹ Научный руководитель: к.э.н., доцент Леонов С.А.

рые можно использовать для объяснения новых документов, закрепления, обобщения и систематизации знаний. Использование мультимедийных компакт-дисков в виде текста, графики, аудио и видео обеспечивает эффективность обучения детей с различными органами чувств. Использование мультимедийного проектора важно для оптимизации визуального восприятия и улучшения визуального воздействия урока. Основной тенденцией современного этапа компьютеризации образования является стремление интегрировать в единое программно-методическое обеспечение широкий спектр электронных средств для учебного процесса, таких как электронные учебники, энциклопедии, учебные пособия, автоматизированные средства тестирования учащихся, электронные учебники и тренажеры.

Трудно представить себе работу образовательных учреждений без доступа к глобальному информационному пространству. Интернет - это глобальный инструмент поиска информации и передачи знаний. Многие учителя изучают и разрабатывают новые методы обучения, которые в большей или меньшей степени ориентированы на Интернет. Распространение Интернета в школах также увеличило потребность учителей и учащихся в его использовании. Все больше и больше учителей знакомятся с Интернетом и используют его для преподавания. Однако сегодня ситуация существенно изменилась, и учителям уже недостаточно быть подключенными к Интернету. Сейчас в школе необходимо создать сетевую инфраструктуру, которая необходима для организации внутреннего информационного пространства. Создание информационного пространства в образовательном учреждении сегодня является главной задачей, от решения которой будет зависеть успех внедрения ИТ в образование на всех уровнях. Школа должна создать собственную информационную модель и собственное образовательное информационное пространство школы, а также обладать информационной культурой и персоналом, владеющим информационным проектированием.

Новые ИТ открывают огромные возможности. Интерактивные доски все чаще появляются в наших школах. Они стали пространством для внедрения ИКТ в образование, что вызывает много вопросов. Мнения учителей об интерактивных досках в разных странах разделились: кому-то они нравятся, кому-то нет. Абсолютное большинство российских учителей поддерживают их введение. Внедрение интерактивных досок - отличная стратегия, позволяющая убедить учителей в том, что ИКТ в классе доступны и легки для всех. Не говоря уже о том, что это может сделать обучение более интересным. Однако в западных странах от их широкого использования в классах начинают отказываться, поскольку дети воспринимают их использование как элемент игры и больше не рассматривают учебные материалы. Доступность компьютеров для детей и перспектива того, что скоро у всех учащихся будут свои собственные компьютеры, требуют новых стратегий их дальнейшего использования.

Современное образование немыслимо без инновационных средств коммуникации между преподавателями и студентами. Одним из последних новов-

ведений является разработка систем видеоконференцсвязи, которые делают процесс обучения более эффективным, снижают затраты на обучение и, по сути, выводят идею дистанционного обучения на новый уровень. Сегодня системы видеоконференцсвязи становятся конкурентным преимуществом образовательных учреждений, и неудивительно, что многие школы начали использовать это новшество в своем учебном процессе. В последние годы видеоконференции стремительно распространяются, в том числе как неотъемлемая часть образовательного процесса. По сути, это метод дистанционного обучения, который ничем не отличается от очного, но в то же время значительно снижает затраты – нет необходимости в дополнительных аудиториях и помещениях, все наглядные материалы представлены в электронном формате, организационные расходы снижаются за счет приглашения преподавателей и экспертов из других городов и стран.

Внедрение новых ИТ в образование повышает общий уровень обучения, повышает мотивацию и познавательную активность учащихся, а также постоянно поддерживает учителей в их творческом поиске педагогических инноваций. Компьютеры в образовании постепенно переходят от средства обучения к эффективному инструменту развития всего образовательного комплекса. Современный этап школьной информатики – это переход от диффузного варианта информатики к моно технологическому варианту, когда все обучение, контроль, диагностика и управление кафедрами основаны на использовании компьютеров.

Список использованных источников

1. Использование информационных технологий в процессе обучения [Электронный ресурс]: официальный документ – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/51/6685/> (дата обращения 28.11.21).

2. Самообразование: информационные технологии в образовательном процессе [Электронный ресурс]: официальный документ – Режим доступа: <https://infourok.ru/informacionnye-tehnologii-v-obrazovatelnom-processe-4286564.html> (дата обращения 9.10.2021).

3. Возможности информационных технологий для организации образовательного процесса [Электронный ресурс]: официальный документ – Режим доступа: <https://nsportal.ru/npo-spo/estestvennye-nauki/library/2021/01/18/modul-2-vozmozhnosti-informatsionnyh-tehnologiy-dlya> (дата обращения 18.01.2021).

4. Леонов, С.А. Взаимосвязь выбора абитуриентами образовательной организации высшего образования и построения индивидуальной профессиональной траектории // Дневник науки. 2021. №4 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2021/4/sociology/Leonov.pdf> (Дата обращения 11.05.2021).

5. Леонов, С.А. Оценка опыта организации практической подготовки студентов в условиях реализации образовательных программ высшего образования

с применением дистанционных образовательных технологий // Дневник науки. 2021. №2 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2021/2/sociology/Leonov2.pdf> (Дата обращения 04.03.2021).

6. Леонов, С.А. Анализ перспектив и ограничений развития системы высшего образования России// Дневник науки. 2021. №2 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2021/2/sociology/Leonov.pdf> (Дата обращения 04.03.2021).

THE POTENTIAL OF INFORMATION TECHNOLOGIES IN THE ORGANIZATION OF THE EDUCATIONAL PROCESS

D.A. Kochergin

*St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design,
St. Petersburg, Russia*

The widespread development of information technologies and their penetration into all spheres of society is a global trend of global development in recent decades. Nowadays, due to the development of computer technology and modern means of communication, when the use of IT becomes necessary in almost any field of human activity, IT is increasingly being talked about information technology training.

Keywords: information technology, training

УДК-347.19

ПРИНЦИПЫ КОРПОРАТИВНОГО ПРАВА

К.С. Краюшкина, А.Д. Борисова

*Сибирский государственный университет путей сообщения,
г. Новосибирск, Россия*

В статье исследуются основополагающие принципы корпоративного права, дается их правовая характеристика. Рассматривается определение принципов корпоративного права, а также их роль в правоприменительной практике.

Ключевые слова: принципы, корпоративное право, корпорация, корпоративные отношения

В настоящее время в правоприменительной практике достаточно широкое развитие получила деятельность корпораций, что влечет за собой в том числе и развитие корпоративного права. Корпорация представляет собой структурно-организованное образование, создаваемое для удовлетворения определенных

интересов в различных сферах общественных отношений. Имеется и гораздо узкое понимание корпорации, которое сводится к экономическому характеру деятельности, как правило связанной с получением прибыли. В данном смысле корпорация рассматривается прежде всего, как хозяйственное общество.

При этом взаимоотношения между корпорацией и ее учредителями, а также участниками базируются не только на нормах действующего законодательства, но и на основополагающих принципах корпоративного права. Принципы корпоративного права представляют собой широкий спектр правил, которые определяют общую направленность в вопросах регулирования корпоративных отношений [1, с. 38].

Для возникновения высокоэффективной модели корпоративного управления требуется единство интересов участников корпорации, которые действуют согласно принципу соразмерности, как одного из составляющих элементов справедливости в гражданском праве. От того, насколько осуществляется указанный принцип, зависит соблюдение прав всех участников корпоративных отношений и предельно эффективное достижение целей деятельности корпорации. Недобросовестное осуществление своих прав участниками корпорации влечет значительный ущерб стабильности и защищенности корпоративных отношений [3, с.4].

Кроме того, отношения между участниками корпорации должны формироваться с соблюдением принципов гарантированного осуществления прав, добросовестного исполнения обязанностей и равенства всех участников данных правоотношений.

Важным принципом в корпоративном праве является принцип демократии. Он означает, что обязательны для всех решения, которые приняты большинством голосов общего собрания участников.

Следующим немаловажным принципом считается принцип приоритета интересов корпорации над интересами участников. обозначенный принцип закрепляет главенствующее значение интереса корпорации в целом, а не интересы ее участников. Стоит заметить, что приоритет интереса корпорации в целом определяет интересы участников.

Также следует отметить принцип добросовестности членства, который предоставляет участникам свободный выбор, касающийся вопроса вступления или выхода из корпорации.

К основополагающим началам корпоративных правоотношений относят и принцип экономичности исполнения обязательств. Данный принцип определяет обязанность участника не совершать действия, которые заведомо направлены на причинения вреда корпорации и ее участникам. Реализация данного принципа затрагивает, в том числе, и право на благоприятную окружающую среду [4, с. 40-42].

Следующим выделяют принцип пропорциональности вклада в уставной капитал объему прав участия в корпорации. Из данного принципа следует, что он закрепляет право участников корпорации быть наделенными равными правами, пропорционально их вкладам.

Принцип раскрытия информации о деятельности корпорации способствует ее участникам иметь уверенность в систематическом получении подлинных сведений о ее функционировании.

Принцип независимости закрепляет, что решения совета директоров должны быть наделены предельной объективностью и добросовестностью, и независимы от влияния и решений постоянно действующего исполнительного органа.

Принцип ограничения вмешательства в деятельность корпорации основывается на независимости и самостоятельности корпорации при принятии решений, имеющих важное юридическое и экономическое значение.

Из всего вышесказанного следует, что принципы корпоративного права являются основой правового регулирования корпоративных отношений, определяют порядок действий и поведения сторон (учредителей, участников и самой корпорации) в связи с чем имеют важное влияние на формирование правоприменительной практики и корпоративного законодательства.

Список использованных источников

1. Гатаулина, Л.Ф. Понятие и общие принципы осуществления корпоративных прав // Вестник Саратовской государственной юридической академии. – 2015. – №4. – С. 37-40. – 115 с.

2. Рустамов, П.А. Принципы корпоративного права // Проблемы экономики и юридической практики. – 2018. – №2. – С. 178-180.

3. Сахнова, Ю.С. Корпоративное право в системе российского права // Наука, образование и культуры. – 2017. – №5. – С. 3-6.

4. Юрова, И.О. Принципы осуществления корпоративных прав // Правовая политика и правовая жизнь. – 2018. – №1. – С. 122-125.

5. Прощалыгин Р.А. К вопросу о взимании платы за негативное воздействие на окружающую среду // Человек. Экология. Право. Материалы конференции. Барнаульский юридический институт МВД России; под редакцией И.Г. Бублика. – Барнаул, 2013. – С. 40-42.

PRINCIPLES OF CORPORATE LAW

K.S. Krayushkina, A.D. Borisova

*Siberian State University of Railway Transport,
Novosibirsk, Russia*

The article examines the fundamental principles of corporate law, gives their legal characteristics. The definition of the principles of corporate law, as well as their role in law enforcement practice, is considered.

Key words: justification, corporate rights, corporation, corporate relations

ПРИЧИНЫ ПОЯВЛЕНИЯ ТРАВМАТИЗМА В ОРГАНИЗАЦИИ И МЕРЫ ПО ЕГО ПРЕДОТВРАЩЕНИЮ

А.С. Кукушкина, Е.Н. Капацинская

*Академия ФСИН России,
г. Рязань, Россия*

В данной статье рассматриваются основные причины для появления травматизма на предприятии. Также освещаются необходимые мероприятия по снижению травматизма. Под термином «травматизм» понимается распространенность травм среди определенной группы людей, находящихся в одинаковых условиях труда, быта или жизни. Травматизм является основной из главных причин снижения эффективности работы организации. Одним из способов снижения травматизма является внедрение штрафных санкций по отношению к работникам предприятия.

Ключевые слова: травматизм, охрана труда, профессиональные качества

Травматизм – это совокупность травм, произошедших у определенной группы населения за определенный период времени. Самый высокий уровень травматизма наблюдается у мужчин в возрасте 20-49 лет, а у женщин – 30-59 лет, причем во всех возрастных группах этот показатель значительно выше у мужчин [6]. Среди всех причин первичной инвалидности и смертности травмы занимают третье место, а у людей трудоспособного возраста травмы занимают первое место среди причин смерти. Травматизм является частью общей заболеваемости населения.

В таблице 1 рассмотрим общую статистику производственного травматизма среди мужчин и женщин. Для анализа возьмем данные за 3 года [7].

Данная динамика, представленная в таблице, указывает на то, что с каждым годом уровень травматизма снижается. Так общее число пострадавших в 2020 году по сравнению с 2018 годом уменьшилось на 8,63 %, со смертельным исходом – на 7,02 %. Остается надеяться, что такая тенденция сохранится.

Человек, особенно русский человек, во многом привык полагаться на волю случая, часто игнорируя требования безопасности, которые считаются несущественной информацией.

Только угроза наказания со стороны работодателя и риск получения травмы могут побудить работника работать в соответствии с требованиями техники безопасности – оба фактора довольно ненадежны, поскольку работодатели редко прибегают к реальным мерам воздействия за пренебрежение правилами охраны труда, а страх получить травму от человека, который никогда в жизни не получал серьезных травм, невелик.

Таблица 1 – Общая статистика производственного травматизма

Виды классификации	2018 год тысяч чел	2019 год тысяч чел	2020 год тысяч чел	Изменение 2020г к 2018г, %
Пострадавших на производстве, всего: в том числе	25,4	23,6	23,3	91,37
Пострадавших на производстве, мужчин	17,6	16,6	16,3	92,61
Пострадавших на производстве, женщин	7,8	7,0	7,0	89,74
Со смертельным исходом, всего: в том числе	1,14	1,07	1,06	92,98
Со смертельным исходом, мужчин	1,07	1,00	0,99	92,52
Со смертельным исходом, женщин	0,07	0,07	0,06	85,71

В то же время на нарушения правил техники безопасности, приводящие к травматизму, влияют сразу несколько причин: сознательное пренебрежение стандартами, так как считается, что их выполнение плохо сказывается на производительности труда, недостаток знаний – например, только что пришедший на работу сотрудник, не знающий нюансов обращения с оборудованием, – или банальное несоответствие должности. Так, например, водитель с замедленной реакцией или крановщик с плохой координацией движений несут гораздо больший риск для себя и окружающих, чем если бы они обладали необходимыми профессиональными и личностными качествами в должной мере.

Обязанность работодателя по предотвращению рисков травматизма состоит в том, чтобы максимально снизить долю человеческого фактора в несчастных случаях. А именно, проводить своевременное обучение, специальную оценку условий труда, медицинские осмотры и периодические инструктажи, обеспечивать сотрудников средствами индивидуальной защиты и предусматривать реальные штрафы за их неиспользование. Таким образом, мотивация сотрудников работать по правилам перевесит желание нарушать требования безопасности.

Для предотвращения производственного травматизма при проведении профессионального отбора чрезвычайно важно своевременно выяснить, обладает ли сотрудник необходимыми профессиональными качествами. К ним относятся: внимание; скорость реакции на уровне мозга и мышц; эмоциональный контроль; самоконтроль; координация и ловкость движений; адекватность (отсутствие патологий в поведении).

Необходимость наличия этих качеств у работника было исследовано американским ученым Джерри РЭМСИ, установлено, что в случае возникновения риска производственного травматизма необходимый для предприятия сотрудник:

- замечает (распознает) опасность – его внимание непосредственно вовлечено в это;

- оценивает степень риска для себя – адекватность и самоконтроль;

- решает действовать – скорость реакции и мышления;

- выполняет действия – координацию и ловкость, мышечную скорость.

Так, например, при обнаружении неисправного оборудования – станка, конвейера и другого оборудования – сотрудник должен:

- обратить внимание на проблему;

- оценить опасность (местоположение себя и других поблизости);

- принять решение об отключении устройства (часто не дожидаясь приказов или разрешения руководства);

- уметь это делать (знать, где он отключается, как это сделать быстро и безопасно, и иметь физическую возможность отключить его – протянуть руку, успеть).

Также на риск получения травм во время выполнения работы влияют некоторые внешние факторы: усталость или процесс восстановления после болезни, состояние алкогольного или наркотического опьянения, уровень сплоченности коллектива и удовлетворенность предлагаемыми условиями труда. Контроль над всеми этими факторами, особенно когда речь идет о большом штате, невероятно сложен, но необходим и, самое главное, вполне осуществим при наличии компетентного инженера по охране труда и хорошо отлаженной системы, отвечающей международным требованиям охраны труда

Учитывая эти факторы, можно минимизировать количество травм, получаемых работниками, улучшая работу по охране труда и социально – психологический климат в коллективе.

Адекватная оценка профессионального риска производственного травматизма в условиях существующих штрафных санкций в области охраны труда практически невозможна, что в свою очередь существенно усложняет внедрение новой системы управления охраной труда, основанной на концепции управления профессиональными рисками, т.е. разработке мер, направленных на сохранение здоровья работников.

Проведенное исследование указывает на необходимость, с одной стороны, совершенствования трудового законодательства Российской Федерации в части учета и регистрации несчастных случаев на производстве и, прежде всего, ужесточения административной ответственности за сокрытие несчастных случаев на производстве путем значительного увеличения штрафных санкций, с другой стороны, более внимательный анализ причин, приводящих к травмам на предприятии со стороны руководителей и соответствующих служб, нахождение возможностей их устранения. На наш взгляд, этот вопрос требует гораздо более

глубокого изучения и должен рассматриваться в рамках всей системы социально-трудовых отношений, чтобы радикально изменить позицию всех участников трудового процесса: от «выгодно скрыть несчастный случай на производстве» до социально и экономически обоснованной установки: «выгодно предотвратить производственный травматизм, сохранив здоровье работника и обеспечив эффективность развития бизнеса» [2].

Список использованных источников

1. Производственная безопасность: учеб. пособие. Ч. I. Опасные производственные факторы / под ред. С. В. Ефремова. – СПб.: СПбГПУ, 2012. – 178 с.
2. Раздорожный, А. А. Охрана труда и производственная безопасность: учеб. -метод. пособие / А. А. Раздорожный. – М.: Экзамен, 2006. – 510 с.
3. Страхование от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний //ГТПДТ и Бюро МОТ для стран Восточной Европы и Центральной Азии. М.: МОТ, 2018. 20 с.
4. Социальное положение и уровень жизни населения России. Стат. сб. М.: Госкомстат России, 2001. 463 с.
5. Социальное положение и уровень жизни населения России. Стат. сб. М.: Росстат, 2004-2014.
6. <https://monographies.ru/en/book/section?id=9656>
7. <https://rosstat.gov.ru/>

CAUSES OF INJURY IN THE ORGANIZATION AND MEASURES TO PREVENT IT

A.S. Kukushkina, E.N. Kapatsinskaya

*Academy of the Federal
Penitentiary Service of Russia,
Ryazan, Russia*

This article discusses the main reasons for the occurrence of injuries at the enterprise. The necessary measures to reduce injuries are also highlighted. The term «traumatism» refers to the prevalence of injuries among a certain group of people who are in the same working, living or living conditions. Injuries are one of the main reasons for the decrease in the efficiency of the organization. One of the ways to reduce injuries is the introduction of penalties against employees of the enterprise.

Keywords: injuries, occupational safety, professional qualities

ИССЛЕДОВАНИЕ ФАКТОРОВ ЭФФЕКТИВНОСТИ МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРИМЕРЕ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

Р.И. Курамшина, М.Р. Зайнуллина*

*Казанский Федеральный Университет,
г. Казань, Россия*

**Казанский Федеральный Университет, Центр перспективных экономических
исследований АН РТ,
г. Казань, Россия*

В статье рассмотрены различные подходы к менеджменту в России. Проанализирован опыт управления некоторых современных российских бизнесменов с позиции эффективности менеджмента.

Ключевые слова: менеджмент, модели менеджмента, факторы эффективности, личные качества предпринимателя

Менеджмент – наука, отражающая этапы развития, уровень научного и технического прогресса, экономических отношений, культуру, именно поэтому в каждой из стран будет своя модель менеджмента. В наши дни, в России не существует как таковой системы менеджмента, она находится в процессе становления. Это связано с высокой скоростью протекания всех экономическо-социальных процессов, культурной средой и спецификой национального сознания. Кроме того, на формирование науки в нашей стране влияют спад промышленного и сельскохозяйственного производства, высокий уровень инфляции и налогообложения, безработица, недостаточное развитие рыночных отношений и слабая инфраструктура. Современный менеджмент в России унаследовал черты административно-командной системы.

В России выделяют три модели менеджмента:

1. Модель «здорового смысла». Данный тип управления был особенно развит в 90-е годы, на первой стадии развития бизнеса в стране. Данная модель начала появляться среди «новых русских», которые были связаны с другими профессиями, но находили себя в бизнесе, который был гораздо примитивнее, чем сейчас. Тем не менее, по мере развития организаций, «здорового смысла» стало недостаточно, а в вопросах управления компетентных не было.

2. Модель «западной культуры». Данный тип управления применялся и применяется по сей день в российских филиалах зарубежных компаний.

3. Модель «традиционного управления» – модель менеджмента советских времен, данная методика так же лишена компетенций в вопросах управления и не часто приводит к высоким показателям [1-2].

Говоря об управлении личной эффективностью, методах и личных качествах эффективных в нашей стране, мы обратились к опыту отечественных предпринимателей, занимающих лидирующие строчки в рейтингах и чье состояние является ярким тому подтверждением. Мы проанализировали интервью из

различных интернет-источников и печатных изданий, чтобы составить картину о понятии личной эффективности в нашей стране.

Павел Дуров – российский программист и предприниматель, создавший крупнейшую социальную сеть «ВКонтакте» и мессенджера «Телеграмм».

Для того, чтобы быть максимально эффективным, Павел Дуров придерживается следующих правил:

- предприниматель ведет здоровый образ жизни, следует принципам вегетарианства и практикует голодание, что по его словам, увеличивает его продуктивность и ясность мыслей;

- для развития силы воли предприниматель занимается плаванием в ледяной воды;

- кроме того, важным элементом в повышении эффективности Павел Дуров считает духовные практики. Он практикует йогу и различные медитации, которые помогают перепроектировать тело и разум, справляться с негативными эмоциями и настроиться на принятие верного решения;

- помимо ведения здорового образа жизни, Дуров заявляет о важности аналитического мышления и умении отсеивать лишнее, концентрируясь на цели и сути процесса [3] .

Андрей Рогачев – известный российский предприниматель и инвестор, основатель сетей продуктовых супермаркетов «Пятерочка», «Верный», «Карусель» и рынков «Ветерок».

В своих интервью Рогачев отмечает следующие навыки и качества, необходимые для повышения личной эффективности:

- предприниматель ежедневно уделяет большое количество времени чтению, в особенности художественной литературы. По его мнению, именно художественные книги помогают развитию мышления и являются источником вдохновения;

- также предприниматель большое внимание уделяет процессу восстановления и предпочитает делегировать большую часть своих обязанностей. Рогачев уделяет не более шести часов работе в день, а оставшееся время отдыхает, проводит время с семьей и занимается саморазвитием;

- кроме того, он не следует расписанию и не использует в работе принципы тайм-менеджмента [4].

Предприниматель говорит, что любой бизнес открывается прежде всего для заработка денежных средств, которые являются измерителем личного успеха предпринимателя и доступам к возможностям. Андрей Рогачев считает, что сам предприниматель со временем становится продуктом своего бизнес-проекта и уже далее развивает свою личность под влиянием своего бизнеса.

Олег Тиньков – предприниматель из России, основавший за свою жизнь множество бизнесов и успешно продавший их. В своих книгах и многочисленных интервью, Олег Тиньков говорит о том, чтобы добиться личного успеха, важно:

- получить высшее образование и постоянно получать новые знания. В современном мире невозможно достичь успеха без финансовой грамотности;

- еще одно важное правило личного успеха, это не посвящать всю жизнь исключительно работе, Тиньков отмечает, что важно уметь переключаться с одной активности на другую, что дает энергию для новых дел;
- обладать самокритикой, крайне важно здраво оценивать свои умения и возможности.

По мнению Олега Тинькова, для повышения личной эффективности необходимо вкладывать время и средства в образование и саморазвитие. Также, предприниматель рекомендует уметь выгодно продавать свои проекты и накапливать за счет этого, капитал, который и является результатом предпринимательской деятельности. По его мнению, проще и интереснее создавать новые проекты, чем заикливаться на долгосрочном развитии одного бизнеса. Также главным мотивом для Тинькова является любовь к жизни и желание ее улучшить [5].

Список использованных источников

1. Мазур, И.И., Шапиро В.Д., Ольдерогге Н.Г. Эффективный менеджмент: учебн. Пособие для вузов / Под. Общ.ред. ИИ. Мазура. – Москва: Высшая школа, 2003. – 555 с.
2. Менеджмент: теория и практика в России: учебник / Под. Ред. А.Г. Поршнева, М.Л. Разу, А.В. Тихомировой. – Москва: ИД ФБК-ПРЕСС, 2003. – 528 с.
3. Павел Дуров – история успеха создателя соцсети «ВКонтакте» // <https://uspeh-woman.com/pavel-durov-istorija-uspeha-sozdatelja-socseti-vkontakte/>
4. Интервью: Андрей Рогачев, создатель легендарной «Пятерочки» // <https://www.sostav.ru/articles/2007/05/14/ko3/>
5. История успеха Олега Тинькова // <https://constructor.ru/istorii-uspeha/istoriya-uspeha-olega-tinkova.html>

STUDY OF MANAGEMENT EFFICIENCY FACTORS ON THE EXAMPLE OF DOMESTIC ENTREPRENEURS

R.I. Kuramshina, M.R. Zainullina*

*Kazan Federal University,
Kazan, Russia*

**Kazan Federal University, Center for Advanced Economic Research of the
Academy of Sciences of the Republic of Tajikistan,
Kazan, Russia*

The article considers various approaches to management in Russia. The management experience of some modern Russian businessmen is analyzed from the standpoint of management efficiency.

Key words: management, management models, efficiency factors, personal qualities of an entrepreneur

ЭКОНОМИКА ПРОИЗВОДСТВА ТЕЛЕСЕРИАЛОВ

Ю.А. Курникова¹

*Санкт-Петербургский государственный университет промышленных
технологий и дизайна,
г. Санкт-Петербург, Россия*

Данная статья посвящена источникам заработка создателей сериала и телеканалов. Рассмотрена прибыль от рекламы, продажи сувенирной продукции, стриминговых сервисов и телевизионной синдикации. Так же представлено сравнение с прибылью от фильмов.

Ключевые слова: уровень телесериал, доход, источники заработка, реклама, телевизионная синдикация

Сегодня на производство телесериалов тратятся колоссальные деньги. Съемки одной серии стоят миллионы, а иногда даже сотни миллионов рублей. На крупнейших телеканалах нашей страны и всего мира в среднем выходит по 10-15 новых сериалов в год. Показ телесериала должен не только покрыть расходы на его производство, но и принести прибыль его создателей и телеканалу, на котором его транслируют. Сначала стоит разобраться как сериал попадает на телевизионный канал. Все начинается с разработки сценария. Над ним обычно трудится целая группа сценаристов. Чаще всего телеканал заказывается сценарий и оплачивает работу сценаристов независимо от будущего проекта. В среднем опытный сценарист получает от 200 тысяч за серию. На этом этапе помимо сюжета, так же разрабатывается бюджет будущего сериала, подбираются ключевые актеры и съёмочная группа, оговариваются их гонорары. После этого все уже зависит непосредственно от телеканала. Большая группа аналитиков и директоров решает, сможет ли проект привлечь много зрителей и полностью окупиться. Если они уверенный в этом, то выкупают права на телетрансляцию данного сериала. Продюсер получает нужное количество денег от телевизионного канала на создания сериала и начинается процесс съемок.

Основной источник заработка телеканала – это реклама. Однако одной рекламы недостаточно. Важно, что бы достаточное количество людей ее смотрели. Стандартная серия длится 50-60 минут. Обычно треть этого экранного времени занимает реклама. По общим оценкам доход от рекламы составляет один доллар с человека в США (в России эта цифра варьируется от 30 до 70 рублей с человека). Это значит, что если эпизод посмотрело 100 тысяч человек,

¹ Научный руководитель: к.э.н., доцент Леонов С.А.

то телеканал заработал примерно 100 тысяч долларов. Поэтому телесериалы, которые не получают достаточное количество зрителей, не продлевают на новый сезон. Для телеканала это совершенно не выгодно. Проблема с использованием телевизионных рейтингов заключается в том, что многие не успевают посмотреть серию по телевизору в прямом эфире и смотрят ее на других носителях. Эти люди все еще являются активными зрителями сериала, но для телеканала это не имеет значения. Они не участвуют в просмотре рекламы, а следовательно, не приносят прибыль телеканалу. Телевизионщики больше заинтересованы в получении дохода, а не в фактической аудитории сериала. По этой причине даже очень популярные сериалы могут не получить продления, если основная часть его поклонников смотрит его не «платя» (просматривая рекламу).

Так же, как и все бренды, телесериалы могут зарабатывать на продаже товаров. Сувенирная продукция бывает совершенно разной: футболки, посуда, чехлы на телефон, костюмы, значки, игрушки и многое другое. Этот рынок постоянно растет и телекомпании зарабатывают на этом все больше денег (сейчас он составляет около 16 миллиардов долларов ежегодно в США). Например, в 2018 году Disney продал в розницу товаров почти на 55 миллиардов долларов. Это больше на 3 %, чем в 2017, что так же свидетельствует о развитии данного рынка.

Следующий источник дохода – это продажа прав на трансляцию сериала на стриминговых сервисах (ранее продажа на DVD). Довольно часто у телеканалов есть свои онлайн кинотеатры, где пользователь может оформить ежемесячную подписку за определенную сумму. Например, у ВГТРК (Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания) есть своя мультимедийная онлайн платформа «Смотрим», где зрители могут увидеть весь их контент по подписке за 149 рублей в месяц (если смотреть без подписки перед и вовремя просмотра зрителю показывается реклама).

Для заработка создателей сериала так же существует телевизионная синдикация. Это продажа прав трансляции одних и тех же телесериалов нескольким телевещателям. Это отличный способ продолжить получать деньги с показа сериала, даже если новые эпизоды больше не выходят (например, телеканал ТВ3 выкупил права на трансляцию сериала «Сверхъестественное»). Синдикацию обычно предлагают сериалам, у которых есть большая база поклонников. В некоторых случаях это даже может вызвать перезапуск сериала. Перезагрузка может принести телеканалу еще больше прибыли, так как она объединит перед экраном старых и новых поклонников. Именно синдикация – то есть, продажа прав на показ сериала каналам, является главным доходом для производителей контента.

Подводя итоги, стоит отметить, что за частую телесериалы приносят даже больше денег их создателям, чем фильмы. В сериалах довольно много эпизодов и у них есть несколько шансов заработать больше денег, чем фильму. Телесериалы могут выходить многие годы и все еще приносить прибыль.

Список использованных источников

1. Черных, А.И. Мир современных медиа / А.И. Черных // Территория будущего. – 2007. (дата обращения 28.11.2021 г.)
2. Афанасьева, Е. Как попасть на ТВ / Е. Афанасьева // ЗАХАРОВ 2019. (дата обращения 29.11.2021 г.)
3. Дуглас, П. Искусство сериала: как стать успешным автором на ТВ. / П. Дуглас // Альпина нон-фикшн. – 2020. (дата обращения 28.11.2021 г.)
4. Архипова, А., Неклюдова Е. Эпоха сериалов / Й.Х. Смит, Т. Круговых, М. Захаров // Рипол классик. – 2020. (дата обращения 27.11.2021 г.)
5. Леонов, С.А. Форсированная цифровизация бизнеса в условиях «индустрии 4.0» // Дневник науки. – 2021. – №10 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2021/10/economy/Leonov.pdf> (Дата обращения 09.11.2021).
6. Леонов, С.А. Принципы эффективной презентации и продвижения бизнес-плана // Дневник науки. – 2020. – №12 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2020/12/economy/Leonov2.pdf> (Дата обращения 07.01.2021).
7. Леонов, С.А. Принципы эффективной разработки бизнес-плана // Дневник науки. – 2020. – №12 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2020/12/economy/Leonov.pdf> (Дата обращения 07.01.2021).
8. Леонов, С.А. Влияние миссии компании на организацию внутренних бизнес-процессов // Дневник науки. – 2021. – №8 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2021/8/economy/Leonov2.pdf> (Дата обращения 07.09.2021).

ECONOMY OF TV SERIES PRODUCTION

Y.A. Kurnikova

*St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design,
St. Petersburg, Russia*

This article is devoted to the sources of income for the creators of the series and TV channels. Profits from advertising, sales of souvenirs, streaming services and broadcast syndication are considered. Comparison with movie profit is also presented.

Keywords: television series, income, sources of income, advertising, broadcast syndication

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РЫНКА ЦЕННЫХ БУМАГ В РОССИИ

Т.Р. Лебедева¹

*Санкт-Петербургский государственный университет промышленных
технологий и дизайна,
г. Санкт-Петербург, Россия*

В данной статье повествуется о состоянии фондового рынка в России. В ходе работы были выявлены причины кризиса и дальнейшие перспективы, проведен анализ развития рынка ценных бумаг и обоснован рост инвесторов на бирже.

Ключевые слова: фондовый рынок, финансовая система, инвестор, активы, процентная ставка, брокерские услуги

Фондовый рынок (рынок ценных бумаг) на сегодняшний день играет одну из ключевых функций как в экономике Российской Федерации, так и всего мира. Буквально, рынок ценных бумаг объединяет в себе важнейшие задачи и события, которые способствуют притоку средств как для государств, так и для крупнейших организаций, которые оказывают существенное влияние на мировую экономику. На сегодняшний день в России фондовый рынок находится на этапе развития и становления, что говорит о некоторых пробелах в деятельности всей отрасли и об отсутствии стабильного доверия как со стороны граждан России, так и со стороны зарубежных инвесторов.

На сегодняшний день фондовый рынок характеризуется объединением экономических взаимоотношений, которые обуславливаются выпуском и обращением различных ценных бумаг между участниками (заинтересованными лицами). Опираясь на издание Н. И. Берзона, отметим, что эффективно функционирующая финансовая система способствует рациональному перераспределению финансовых сберегательных ресурсов между лицами, которые обладают временно свободными активами и лицами, имеющими недостаток в данных финансовых активах. [6] Следовательно, опираясь на данное исследование предлагается отметить понятие финансовой системы:

«Финансовая система – это объединение рынков, институтов и инструментов, которые используются для осуществления финансовых процедур.»

Согласно известному специалисту В.А. Галанову, который составил учебник «Рынок ценных бумаг» предоставим определение понятию «ценной бумаги». Ценная бумага – своего рода юридический документ, утверждающий права его носителя, или обязательства эмитента, на конкретное количество

¹ Научный руководитель: к.э.н., доцент Леонов С.А.

средств или вещей (иными словами – имущества). Основные виды ценных бумаг перечислим далее, опираясь на Гражданский Кодекс РФ:

- **Акции** – это долевые бумаги, имеющие ценность, позволяющие своему владельцу обладать определенной частью прибыли (дивидендами) той или иной организации по итогу отчетного периода, долей при разделе имущества при наступлении ликвидации, также, позволяющие в определенных сложившихся условиях принимать участие в управлении предприятием – эмитентом.

- **Вексель** – это ценная бумага, которая подтверждает обязанность должника (векселедателя) уплатить указанную сумму кредитору (векселедержателю) через оговоренный срок после предъявления векселя к оплате.

- **Инвестиционный пай** – это часть имущества, отражающая размер участия члена объединения или ассоциированного члена объединения в образовании имущества объединения и учитываемая в стоимостном выражении. (ФЗ от 30.12.2004 N 215 – ФЗ ред. от 27.06.2019);

- **Облигация** - в Федеральном Законе от 22.04.1996 N 39 – ФЗ указано, что облигации – это эмиссионные ценные бумаги, закрепляющие право ее носителя на получение в предусмотренный в ней срок от эмитента облигации ее номинальной стоимости или другого имущественного эквивалента.

- **Эмитент** – лицо (например, фирма), участвующее на рынке, занимающееся выпуском (эмиссией) ценных бумаг для совершенствования и привлечения капитала в свое дело.

На сегодняшний день в Российской Федерации главным нормативно – правовым актом, который регулирует и контролирует сектор взаимоотношений на фондовом рынке, является Федеральный Закон (ФЗ) «О рынке ценных бумаг» 1996 года. Также, к общему перечню нормативно – правовых актов в данной области относятся следующие:

- ФЗ «О защите прав и законных интересов инвесторов на рынке ценных бумаг» 1999 года;

- ФЗ «Об особенностях эмиссии и обращения государственных и муниципальных ценных бумаг» 1998 года;

- ФЗ «О противодействии неправомерному использованию инсайдерской информации и манипулированию рынком и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» 2010 года [1], [2], [3].

Стоит отметить, что именно 2020 год выдался наиболее трудным и переломным как для всей отечественной экономики, так и, в частности, для рынка ценных бумаг. Как утверждают эксперты, российский рынок ценных бумаг в 2020 году был «каким угодно, но точно не скучным». Пандемия, связанная с вирусом COVID–19 нанесла огромный ущерб мировой экономике, так как в связи с попытками остановить распространение вируса большинство государств решили закрыть свои границы, ужесточить меры пребывания в различных общественных местах и так далее. Согласно статистическим данным, по масштабу падение рынка ценных бумаг в России стало рекордным за последние

12 лет. В связи с карантинным режимом, который стал актуальным для большого количества государств существенным образом упал спрос на нефть.

Кризис, который сопровождался COVID – 19, Банк России продолжает курс смягчения монетарной политики. Итогом данной политики является то, что на сегодняшний день процентная ставка в России достигла своего исторического минимума и составляет – 5 %. Данная процедура поспособствовала тому, что ставки кредитов и депозитов существенно упали и многие граждане РФ вышли на фондовый рынок. Согласно официальному сайту Мосбиржи, количество инвесторов к концу 2020 году превысило 8 млн. человек.

Отметим, что согласно оценкам экспертов и аналитиков данной области, перспективы на 2022 год не являются слишком благоприятными, так как многое зависит от COVID – 19, а точнее ограничительных мер, сопутствующих пандемии. Учитывая грандиозное снижение стоимости активов на рынке, произошёл резкий взлёт целых сегментов и секторов.

Тренд на приток инвесторов на фондовый рынок начался ещё 2 года назад, но ускорение этого процесса стало наиболее заметным в 2020 году. Одна из основных причин рекордного выхода частных инвесторов на биржу – снижение ключевой ставки ЦБ РФ и падение доходностей вкладов. Согласно данным Банка России, средняя максимальная процентная ставка по вкладам в рублях в крупнейших банках страны в середине декабря составляла 4,49 % против 6,06 % год назад или 7,4 % в декабре 2018 году.

Эксперты отмечают следующие тенденции развития фондового рынка России, указывая на то, что:

- Новый инструментарий Санкт – Петербургской биржи будет давать доступ к ликвидности российским инвесторам;
- Частные инвесторы заметно меняют парадигму рыночных взаимоотношений, делая их более стратегически ориентированными;

Указанные обстоятельства в совокупности с потребностями в инвестициях открывают дорогу на фондовый рынок большинству российским организациям. В 2022 г. тренд на приток частных инвесторов может продолжиться. Процентные ставки по вкладам в банках остаются низкими, и ситуация вряд ли кардинально изменится в ближайшее время. Российский фондовый рынок пользуется все большей популярностью, а брокерские услуги совершенствуются и упрощаются – открыть счет можно удаленно за 5 минут, а доступ к торгам получить со смартфона.

Список использованных источников

1. Гражданский кодекс РФ. Федеральный закон «О рынке ценных бумаг» от 22.04.1996 № 39-ФЗ.
2. Федеральный закон «Об акционерных обществах» от 26.12.1995 № 208-ФЗ.

3. Федеральный закон «О защите прав и законных интересов инвесторов на РЦБ». Федеральный закон от 29.11.2001 № 156-ФЗ «Об инвестиционных фондах».

4. Алехин, Б. И. Рынок ценных бумаг: учебник и практикум для академического бакалавриата / Б. И. Алехин. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 497 с.

5. Белов, В.А. Ценные бумаги в коммерческом обороте: курс лекций: учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры / В.А. Белов. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 306 с.

6. Берзон, Н.И. / Рынок ценных бумаг. Рынок ценных бумаг в системе финансовых взаимоотношений: учебник. – ВШЭ. – Москва. – 2011ю – 12 с.

STATE AND PROSPECTS OF THE SECURITIES MARKET IN RUSSIA

T.R. Lebedeva

*St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design,
St. Petersburg, Russia*

This article describes the state of the stock market in Russia. In the course of the work, the reasons for the crisis and further prospects were identified, the development of the securities market was analyzed and the growth of investors on the stock exchange was substantiated.

Keywords: stock market, financial system, investor, assets, interest rate, brokerage services

УДК 338

МОНЕТИЗАЦИЯ ОБЪЕКТОВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

В.В. Лоди¹

*Санкт-Петербургский государственный университет промышленных
технологий и дизайна,
г. Санкт-Петербург, Россия*

Основная задача настоящего исследования состоит в том, чтобы рассказать о правах интеллектуальной собственности, способах монетизации, защите интеллектуальной собственности.

Ключевые слова: монетизация, интеллектуальная собственность, авторское право, патент, инновация

¹ Научный руководитель: к.э.н., доцент Леонов С.А.

На сегодняшний день развитие разнообразных цифровых платформ, видеохостингов дает возможность все большему количеству людей производить множество визуального, аудио контента на онлайн платформах в сети. Следствием этого становится актуальной проблема монетизации интеллектуальной собственности и результатов творческого труда. Сложность этой задачи в том, что, объекты интеллектуального труда нематериальны и не имеют четких границ. Следовательно, монетизировать нематериальные объекты куда сложнее, чем материальные

Значение термина «монетизация» означает получение прибыли от продажи какого-либо объекта. Монетизации подлежат любые объекты и нематериальные в их числе. Это нужно для того, чтобы владелец собственности получил обеспечение правовой охраны в отношении его собственности. Это утверждает законность полномочий, возможность абсолютного пользования собственностью ее владельцем, а также защиту в случае незаконного пользования этой собственностью третьими лицами.

Каждая новая идея, ставшая основой для нового продукта или услуги, считается инновацией. Некоторые инновации включают в себя изобретения, ноу-хау и коммерческие тайны; другие же основаны на новизне художественного восприятия и обращаются к эмоциям и чувствам. Например, к творческой деятельности относятся инновации, которые могут служить основой для патента или коммерческой тайны, а также искусство создания товарного знака. Однако значительная часть творческого труда не связана с технологиями или брендами. Ею занимаются отдельные лица или небольшие организации, а результаты не так очевидны для самих авторов, наблюдателей или пользователей, как в случае изобретений (которые могут охраняться патентом) или брендов, защищенных товарными знаками. Хотя результаты этой творческой работы и не так явно видны, они могут быть важными коммерческими активами и их доля в общем объеме интеллектуальной собственности в мире растет. Такая неочевидность обусловлена тем, что эта работа является частью повседневной человеческой деятельности, а успешные результаты не привлекают такого большого внимания. В большинстве случаев результаты этого творческого труда охраняются авторским правом.

Монетизировать объекты интеллектуальной собственности, как было сказано выше, можно оформив патент или получив авторские права. Говоря об авторских правах, стоит отметить, что такой процедуры, как регистрация авторских прав, не существует, ведь авторские права возникают у автора в момент создания произведения, песни и т.д. и сразу подлежат охране без необходимости соблюдать какие-либо формальности. И этот факт взят из Бернской конвенции по охране литературных и художественных произведений от 9 сентября 1886г. В законодательстве РФ это правило закреплено в п.4. ст.1259 Гражданского кодекса (ГК РФ). Но если все же требуется доказать свое авторство или обладание исключительным правом, существует процедура депонирования, она является одной из самых эффективных в этом вопросе. Депонирование можно назвать регистрацией авторских прав, хоть, как уже было упомянуто ранее, это не совсем корректно. Это может быть полезным для музыкальных коллективов, сценаристов, фотографов, иллюстраторов; в случае нарушения прав, и

поможет доказать авторство и обладание исключительным правом. Чтобы получить сертификат или свидетельство, подтверждающие, что произведение было принято в определенную дату, от конкретного человека, заявившего о своем авторстве или правообладании, нужно передать экземпляр произведения на хранение в Национальный реестр интеллектуальной собственности или другую организацию осуществляющую депонирование. В случае возникновения спора об авторских правах, выданный при депонировании документ поможет установить временной приоритет и послужит весомым доказательством авторства и/или обладания исключительным правом на произведение, а экземпляр произведения, переданный на хранение, может быть по требованию суда или правоохранительных органов предоставлен в качестве вещественного доказательства.

Если же речь идет о научных изобретениях и промышленных образцах и их монетизации-здесь для доказательства авторства потребуются патент. Перечень охраняемых результатов интеллектуальной деятельности прописан в статье 1225 Гражданского кодекса Российской Федерации. Патентная правовая охрана может быть осуществлена, если идея будет выражена в виде технического решения или решения внешнего вида изделия, которые соответствуют установленным условиям патентоспособности. К техническим решениям относятся изобретения и полезные модели. К решениям внешнего вида изделия относятся промышленные образцы. Для получения патента на изобретение или полезную модель, необходимо оформить заявку и подать ее в соответствующую организацию (для РФ таковой, например, является Роспатент). По заявке в установленном порядке проводится экспертиза, по результатам которой выносится решение о выдаче патента или об отказе в его выдаче. Срок действия исключительного права на изобретение и полезную модель составляет: двадцать лет - для изобретений; десять лет - для полезных моделей. Указанный срок исчисляется со дня подачи заявки на выдачу патента (при условии соблюдения требований, установленных ГК РФ).

Подводя итоги вышесказанного, следует отметить, что интеллектуальные объекты подлежат монетизации. И, несмотря на то, что права на них возникают автоматически, оформление патента или авторских прав, защищает их обладателя от нечестного использования другими людьми результатами его труда. Ведь за их нарушения положены штрафы, а за систематические нарушения (для юридических лиц) они и вовсе могут быть изъяты.

Список использованных источников

1. Гражданский Кодекс РФ (1996 г).
2. Новоселова, Л.А. Право интеллектуальной собственности. Учебник. – Москва: Юрайт, 2019. 344 с.
3. Право интеллектуальной собственности: учебник / Е.В. Бадулина, Д.А. Гаврилов, Е.С. Гринь и др.; под общ. ред. Л.А. Новоселовой. – Москва: Статут, 2017. Т. 1: Общие положения. 512 с.
4. Право интеллектуальной собственности: учебник / Е.В. Бадулина, Д.А. Гаврилов, Е.С. Гринь и др.; под общ. ред. Л.А. Новоселовой. – Москва: Статут, 2017. Т. 1: Общие положения. 512 с

5. Щербак Н. В. Право интеллектуальной собственности. Общее учение. Авторское право и смежные права. – Москва: Юрайт, 2019. 310 с.

6. Леонов, С.А. Принципы эффективной презентации и продвижения бизнес-плана // Дневник науки. 2020. №12 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2020/12/economy/Leonov2.pdf> (Дата обращения 07.01.2021).

7. Леонов, С.А. Принципы эффективной разработки бизнес-плана // Дневник науки. 2020. №12 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2020/12/economy/Leonov.pdf> (Дата обращения 07.01.2021).

8. Леонов, С.А. Бизнес-наставничество как дополнительный фактор обеспечения конкурентоспособности субъектов предпринимательской деятельности // Дневник науки. 2021. №8 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2021/8/economy/Leonov.pdf> (Дата обращения 07.09.2021).

INFLUENCE OF CONJUNCTION AND SOCIAL EXPERIENCE OF THE SUBJECT IN MAKING ECONOMIC DECISIONS

V.V. Lodi

*St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design,
St. Petersburg, Russia*

The main objective of this study is to talk about intellectual property rights, monetization methods, and intellectual property protection.

Keywords: monetization, intellectual property, copyright, patent, innovation

УДК 658.562

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ КОНДИТЕРСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В РОССИИ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

К.С. Лузянина¹

*Санкт-Петербургский государственный университет промышленных
технологий и дизайна,
г. Санкт-Петербург, Россия*

В данной статье освещается спрос на кондитерскую промышленность, которая является одной из самых важных пищевых отраслей в стране, уделяет-

¹ Научный руководитель: к.э.н., доцент Леонов С.А.

ся большое внимание динамике ее развития. Кроме того, статья позволяет взглянуть на кондитерскую промышленность под другим углом и отметить для себя неочевидные проблемы, которые существуют в кондитерской отрасли. А также рассмотреть пути решения этих проблем.

Ключевые слова: кондитерская промышленность, кондитерская отрасль, производство, продукты, спрос, проблема, качество, стратегия

Кондитерская промышленность – одна из самых значимых отраслей экономики страны, которая обеспечивает население высококачественными продуктами питания. На сегодняшний день существует высокий спрос на кондитерскую промышленность в Российской Федерации. Это не удивительно, ведь давно известно, что кондитерские изделия повышают уровень эндорфинов, которые в свою очередь вызывают наслаждение, после чего может произойти привыкание к такому роду изделиям. Кондитерская отрасль является одной из самых крупных частей пищевой промышленности по объему производства. Данная отрасль находится в постоянном развитии, поскольку требует максимальный уровень оптимизации производства.

Автор подчеркивает, что несмотря на то, что кондитерская промышленность – это одна из самых значимых и востребованных отраслей пищевой промышленности, она постоянно сталкивается с различными проблемами. В современном мире кондитерские предприятия работают в условиях высокой конкуренции не только внутри страны, но и с иностранными производителями. Именно поэтому от кондитерских изделий требуют высокое качество, а оно возможно только при хорошо налаженном производстве и высококачественной продукции.

Рассматривая проблемы кондитерской отрасли, нельзя не упомянуть ряд особенностей. Например, Российская кондитерская промышленность зависит от географического фактора в плане некоторых продуктов: какао-бобы, орехи и другие ингредиенты поставляются из-за рубежа, поэтому сильно зависят от колебаний курса валют[1]. Также, существует определенная сложность цепочки создания стоимости в кондитерской промышленности. Автор детально раскрыл цепочку создания стоимости на рисунке 1.



Рисунок 1 – Цепочка создания стоимости в кондитерской промышленности

Подчеркнем, что на каждом из этапов, которые рассматривает автор на рисунке 1, могут возникнуть существенные проблемы. Но для проблемы всегда можно найти решение, но стоит отметить, что нужно рассматривать проблему очень детально, иначе можно упустить важную деталь и сделать производство

менее эффективным. Например, когда в 2015 году импорт какао уменьшился на 58,4 %, какао-масла на 14,3 %, объем производства шоколадных изделий в России не снизился [2]. Производители кондитерской промышленности в России приняли ряд решений, которые помогли предотвратить эту проблему. Вот некоторые из них:

- Увеличили выпуск шоколадных изделий, которые содержат меньше какао-продуктов;
- Ввели активное производство шоколадных изделий с начинками;
- Вырос объем использования различного рода добавок;
- Стали использовать заменители некоторых видов какао-сырья, пальмовое масло.

Стоит отметить, что такие решения, безусловно, помогли объему производства устоять на довольно высоком уровне, но существенно повлияли на качество продукции. Известно, что лучше не использовать на производстве некачественные ингредиенты, так как эффективность такого производства сразу же снижается. И как результат, цены могут расти, а качество становиться хуже. Так произошло и в 2015 году, цены увеличились в среднем на 25 % [3].

Автор подчеркивает, что существует ряд других важных проблем в кондитерской отрасли России: высокий уровень конкуренции, частое отсутствие рекламы, износ технического оборудования.

Для решения проблем кондитерской промышленности в Российской Федерации впервые в 2012 году была принята «Стратегия развития пищевой и перерабатывающей промышленности РФ до 2020 года». Для кондитерской отрасли стратегия была важна, так как она должна была помочь в решении проблем развития пищевой и перерабатывающей промышленности. Предлагалось введение усовершенствованных технологий, в том числе и нанотехнологий, которые позволяли работать с продуктами нового поколения. Как показала практика, уже в 2014 году, то есть через 2 года после принятия стратегии, отмечался рост производства кондитерских изделий на 4,9 %. И спрос на кондитерские изделия на тот момент почти достиг европейского уровня. Объем производства кондитерских изделий по России к 2020 году составил 3580 тыс. тонн.

Отметим, что после стратегии, которая была в силе до 2020 года, правительством РФ была принята «Стратегия развития пищевой и перерабатывающей промышленности Российской Федерации» до 2030 года. Причиной этому стало то, что предыдущая стратегия принесла довольно хороший результат, и в целом была решена задача увеличения роста производства кондитерских изделий. Основной целью данной стратегии в кондитерской промышленности стало увеличение экспорта, так как правительство страны считает, что в прошлой стратегии первой ступенью, ведущей к развитию кондитерской промышленности, стало увеличение экспорта продукции, например в страны СНГ, Азии.

В современном мире, рассматривая сектор производства, невозможно не упомянуть рекламу, ведь она считается двигателем торговли, поэтому ни в коем случае на ней не нужно экономить. Только с хорошо налаженными факторами

производства, связанными с маркетингом, отрасль может считаться успешной. Отметим, что точное удовлетворение покупательских запросов, широкий диапазон товаров, привлекающий дизайн и интересная упаковка могут дать производителю повышение спроса на товар. Таким образом, несмотря на высокий спрос кондитерских изделий, кондитерской промышленности всегда приходится самосовершенствоваться и сталкиваться с рядом проблем и ошибок. Подчеркнем, что автор рассмотрел основные проблемы и пути их решения, а также упомянул стратегии, которые могут помочь в повышении спроса на кондитерскую промышленность. Автор также отмечает, что на данный момент важно качество продукции, так как люди в современном мире стали более осознанно подходить к своему здоровью. Каждый раз, заходя в магазин, можно заметить, как люди читают состав изделия, прежде чем положить его к себе в продуктовую корзину. Если там будет присутствовать пальмовое масло или различные не натуральные заменители, то это может оттолкнуть покупателя, после чего спрос на продукцию значительно снизится. Также стоит отметить, что в современном мире люди начали уделять большее внимание качеству продукции, поэтому зачастую выбирают здоровое питание и называют сахар злом. Автор считает, что данную проблему можно решить, если заменить сахар другими натуральными ингредиентами, которые дают сладость, но не наносят существенный вред организму и физической форме. Ведь вред сахара давно доказан, и многие люди постепенно начинают отказываться от него, тем самым снижая спрос на кондитерскую продукцию. Подводя итог всему вышесказанному, отметим, что кондитерская промышленность в современном мире должна подстраиваться под запрос потребителя и следить за тенденциями в питании, чтобы спрос на нее всегда был высоким.

Список использованных источников

1. Пищевая промышленность в системе агропромышленного комплекса. [Электронный ресурс]. URL: <http://studopedia.org/10-151089.html> (дата обращения 01.12.2021)
2. Коммерсант. Бюджет не участвует в пищевой цепи [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kommersant.ru/doc/1927889> (дата обращения 01.12.2021)
3. Как устроен кондитерский бизнес в России [Электронный ресурс]. URL: <http://moneymakerfactory.ru/biznes-idei/konditerskiy-biznes-v-rossii/> (дата обращения 01.12.2021)
4. Электронный фонд правовых и нормативно - технических документов. [Электронный ресурс]. URL: <https://barley-malt.ru/wp-content/uploads/2019/11/proekt-strategyu-razvityja-pyschevoj-y-pererabatyvajuschej-promyshlennosty-rf.pdf> (дата обращения 01.12.2021)

MODERN PROBLEMS OF THE CONFECTIONERY INDUSTRY IN RUSSIA AND WAYS TO SOLVE THEM

K.S. Luzyanina

*St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design,
St. Petersburg, Russia*

This article highlights the demand for the confectionery industry, which is one of the most important food industries in the country, and pays great attention to the dynamics of its development. In addition, the article allows you to look at the confectionery industry from a different angle and note for yourself the non-obvious problems that exist in the confectionery industry. And also consider ways to solve these problems.

Keywords: confectionery industry, confectionery industry, production, products, demand, problem, quality, strategy

УДК 352.075

ПРОБЛЕМЫ КАДРОВОЙ РАБОТЫ В ОРГАНАХ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ

Л.А. Мануковская, К.В. Граф

*Рубцовский институт (филиал), ФГБОУ ВО
Алтайский государственный университет,
г. Рубцовск, Россия*

В статье рассматриваются вопросы кадровой работы в органах местного самоуправления. Представлены результаты анкетного опроса муниципальных служащих по оценке отдельных сторон кадровой работы в Администрации Рубцовского района.

Ключевые слова: кадровая работа, органы местного самоуправления

В органах местного самоуправления основной целью кадровой работы является формирование такого кадрового состава муниципальных служащих, который бы по своим личным и профессиональным качествам был способен решать вопросы местного значения.

Черепанов В.В. в книге «Основы государственной службы и кадровой политики» дает точное определение понятия кадровой работы: «Кадровая работа -

деятельность органов управления, кадровых служб и должностных лиц, содержание которой является практическая реализация целей, задач и принципов кадровой политики» [1, С. 113].

Основными направлений кадровой работы являются: формирование системы управления персоналом и ее стратегии, планирование кадровой работы, отбор и прием кадров, деловая оценка, обучение, мотивация, организация труда и обеспечение безопасности деятельности [2, С. 51].

Кадровая работа в органах местного самоуправления представляет собой комплексные проводимые мероприятия с целью развития кадров муниципальной службы, оценки их деловых качеств, развития, а также совершенствования кадрового потенциала органов власти [3, С.93].

Администрация Рубцовского района Алтайского края является постоянно действующим исполнительно-распорядительным органом муниципального района [4].

Кадровую работу в Администрации осуществляет Управление делами Администрации Рубцовского района.

Функции Управления делами Администрации района в сфере организационных и кадровых вопросов включают:

- организация работы по совершенствованию структуры Администрации Рубцовского района и формированию штатного расписания;
- осуществление контроля за выполнением структурными подразделениями и должностными лицами Администрации Рубцовского района должностных инструкций;
- соблюдение правил ведения делопроизводства;
- анализ и прогноз движения кадров, подбор и расстановка кадров аппарата Администрации Рубцовского района, руководителей структурных подразделений, утверждаемых главой Администрации района;
- ведение личных дел и учет кадров аппарата и структурных подразделений Администрации Рубцовского района, организация кадрового обеспечения деятельности Администрации Рубцовского района [4].

С целью оценки кадровой работы в Администрации Рубцовского района была проведено анкетирование. В анкетировании участвовало 22 муниципальных служащих (78,57 % от общей совокупности муниципальных служащих). Выборка случайная.

На основании результатов анкетирования сотрудников Администрации Рубцовского района Алтайского края, можно сделать вывод, что взаимодействие сотрудников с кадровым подразделением можно считать удовлетворительным, 95,45 % сотрудников ответили «Вполне удовлетворен», 4,55 % выбрали ответ «Скорее удовлетворен, чем нет».

Можно сделать вывод, что 72,73 % сотрудников вполне удовлетворены кадровыми процессами в Администрации Рубцовского района и 27,27 % сотрудников скорее удовлетворены, чем нет.

68,18 % сотрудников предоставляют информацию о показателях своей

деятельности и результативности в кадровое подразделение, 18,18 % не предоставляют и 13,64 % затрудняются дать ответ на поставленный вопрос.

Исходя из данных опроса можно сделать вывод, что руководство Администрации района заинтересовано в обучении персонала, что является положительным показателем в работе организации.

К основным проблемам в повышении квалификации сотрудников, респонденты относят следующие: курсы по повышению квалификации проводятся в дистанционном режиме, что не устраивает 45,45 % сотрудников, так как некоторые курсы совпадают с рабочим графиком, и приходится совмещать рабочий процесс с учебным; 22,73 % сотрудников отметили, что для прохождения некоторых курсов повышения квалификации необходимы долговременные командировки, что не очень удобно для сотрудников с семьей; 18,18 % сотрудников считают, что курсы повышения квалификации не позволяют получить новые знания или навыки.

В Администрации не проводятся социально-психологические исследования (например, оценка социально-психологического климата в коллективе, оценка уровня конфликтности и т.д.).

При опросе на тему необходимости социальных исследований, 50 % сотрудников ответили, что считают целесообразным, чтобы в Администрации Рубцовского района Алтайского края проводились социально-психологические исследования, а 9,1 % респондентов затруднились с ответом.

Статистика ответов респондентов на вопрос «Запланированы ли в отношении Вас мероприятия по профессиональному развитию?» свидетельствует о том, что 40,91 % опрошенных считают, что в отношении них не запланированы мероприятия по профессиональному развитию, далее ответ «да» составил 40,91 %, и ответ «затрудняюсь ответить» составил 18,18 %.

В большей степени опрошенные муниципальные служащие высоко оценивают работу кадрового подразделения в плане донесения информации по кадровым вопросам: 54,54 % опрошенных дают оценку «отлично», 45,46 % - «хорошо».

Как свидетельствуют данные, то в Администрации Рубцовского района Алтайского края используются в качестве мероприятий, обеспечивающих развитие профессиональной культуры: семинары, конкурсы мастерства и психологические тренинги.

Проведенное исследование позволило выявить ряд проблем: работников не устраивают формы и содержание программ повышения квалификации, 40,91 % муниципальных служащих участвовавших в опросе считают, что в отношении них не запланированы мероприятия по профессиональному развитию, в Администрации района не проводятся социально-психологические исследования, 18,18 % опрошенных не предоставляют информацию о результатах своей деятельности в кадровое подразделение (Управление делами).

Следовательно, выявленные недостатки обуславливают необходимость совершенствования кадровой работы в Администрации Рубцовского района.

Список использованных источников

1. Черепанов, В.В., Иванов В.П. Основы государственной службы и кадровой политики: учеб. Пособие. – Москва. 2007. – С 574.
2. Никитина, А.С. Управление человеческими ресурсами в государственном и муниципальном управлении: учебное пособие для вузов / А.С. Никитина, Н.Г. Чевтаева. – 2-е изд. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 187 с.
3. Одегов, Ю.Г. Кадровая политика и кадровое планирование : учебник и практикум для вузов / Ю.Г. Одегов, В.В. Павлова, А.В. Петропавловская. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 575 с.
4. Портал органов местного самоуправления Администрации Рубцовского района Алтайского края [Электронный ресурс]: официальный сайт. – URL: <http://www.rubraadmin.ru/?q=node/1964>

PROBLEMS OF HR WORK IN LOCAL SELF-GOVERNMENT BODIES

L.A. Manukovskaya, K.V. Graf

*Rubtsovsk Institute (branch), Altai State University,
Rubtsovsk, Russia*

The article deals with the issues of personnel work in local governments. The results of a questionnaire survey of municipal employees on the assessment of certain aspects of personnel work in the Administration of the Rubtsovsky District are presented.

Key words: personnel work, local governments

УДК 378

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ КОМПЬЮТЕРНЫХ СИСТЕМ И ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОБРАЗОВАНИИ

Н.И. Менгазова¹

*Санкт-Петербургский государственный университет промышленных
технологий и дизайна,
г. Санкт-Петербург, Россия*

В данной статье будут представлены особенности информационных технологий, позволяющие повысить эффективность обучения. В ход работы проведен анализ методов обучения, а также способов усвоения информации.

¹ Научный руководитель: к.э.н., доцент Леонов С.А.

Ключевые слова: образование, эффективность обучения, информационные технологии

На современное информационное общество сильное влияние оказывают компьютерные технологии, которые проникли во все сферы жизни общества. Постепенно со всеми глобальными изменениями преобразился и учебный процесс, в который были внедрены компьютерные технологии. В настоящее время в России все больше делается акцент на компьютеризации образования, однако это сопровождается изменением воспитательного процесса и технологии обучения, для того чтобы каждый человек стал частью информационного общества.

С развитием такого обучения встает вопрос об эффективном использовании информационно-коммуникационных технологий для повышения качества обучения, так как информационные технологии способствуют развитию системности мышления обучаемых, поддержке познавательной деятельности в приобретении знаний, умений. Это способствовало самообучению, в ходе которого развивается творческий потенциал индивида, его умение делать самостоятельное решение, вырабатывать стратегию для решения различного рода задач. При использовании компьютера можно также получить дополнительную информацию в ходе обучения, что сопровождается расширением кругозора и умением анализировать полученный материал. Конечно, сложно найти человека, который искренне готов учиться, чтобы развить эти навыки ради своего будущего. Из-за этого преподаватели стараются преподнести материал в другой форме, например в виде видео, фото. Такая подача материала способствует возвращению интереса и обеспечивает эффективность обучения.

Помимо этого при подаче видео материала можно достоверно раскрыть непонятную на теории информацию и повысить наблюдательность студента. Также стоит отметить то, что зрительная память у многих людей работает лучше, из чего следует повышение усвоения материала. За счет нестандартного ведения лекции можно добиться большего эффекта, чем от простого записывания конспекта, в котором часто информация не до конца обработана. Информационные технологии позволяют педагогам качественно изменить содержание, методы и организационные формы обучения. И это все с целью усиления интеллектуальных возможностей студентов в информационном обществе, а также повышение качества обучения. В последние годы информационные технологии стали синонимом компьютерным технологиям: ведь именно о компьютерах вспоминают все, когда речь идет об информационном обществе.

На данный момент можно легко выделить 6 элементов процесса усвоения, которые нам предоставляют информационные технологии, а именно:

- восприятие (красочное видео с наглядным примером);
- понимание (кратко изложенная информация, позволяющая мозгу быстрее обработать информацию в виде таблицы, справочника и т.д.);
- осмысление информации (промежуточные онлайн-тесты);
- обобщение (таблицы, диаграммы, схемы);

- закрепление (повторное повторение пройденного материала за счет дистанционного обучения);
- применения (умение анализировать информацию и выполнять задачи различного рода).

Однако есть и существенные недостатки такого образования. Например, ухудшение зрения, осанки. Также в интернете и при наличии огромного количества информации, можно найти нефilterованную, которая психологически плохо может сказаться на человеке. А во время пандемии из-за дистанционного обучения у каждого студента была снижена физическая и речевая активность, что негативно сказывается на здоровье. Конечно, ответственного человека озабочит факт отсутствия привычного образа жизни, но большинству будет лень предпринимать какие-либо попытки уберечь свое здоровье.

На данном этапе дистанционное обучение или заочное самое желанное для многих. Оно позволяет максимально улучшить свои навыки, при этом, не тратя большего количества времени на дорогу до университета. Это же время студент может потратить с пользой на работу или же для получения нового материала. Ни для кого ни секрет, что на заочное обучение люди уходят либо, для того чтобы начать работать, либо для того чтобы одновременно с этим начать обучаться чему-то новому. В интернете предостаточно информации в виде электронных книг, учебников, которые компактно можно хранить у себя в смартфоне, и которыми в любой момент можно воспользоваться. Также помимо всего прочего в электронной версии книги можно оставлять заметки, подчеркивать нужную информацию и даже искать по слову то, что тебе нужно в тексте. Такой метод хранения информации очень удобен для подготовки к экзаменам, а также не требует много места для хранения. Это не бумажные книги, которые могут занять много места в сумке или испортиться от огня или воды. В наше время доступна возможность хранения информации на специальном сервере (облаке), с которого она никуда не пропадет, если человек сам не захочет ее удалить.

Также стоит отметить наличие языковых словарей (в том числе и языков программирования) на техническом устройстве. Учитывая то, что люди всегда держат при себе смартфон, им легко можно будет в любой момент перевести любое слово или составить предложение. Стоит отметить, что многие словари включают в себе элемент игры, который помогают человеку запоминать зрительно нужное слово и перевод.

Таким образом, человек нуждается в том, чтобы информационные технологии были внедрены в его жизнь, так как они уже затрагивают все сферы жизнедеятельности общества. Прогресс не стоит на месте и со временем компьютерные технологии, возможно, заменят многое для полного комфорта каждого человека. Образование лишь первая ступень на пути полной информатизации. Однако стоит отметить, что человек учится всю жизнь от всего, что его окружает и, можно сказать, что информационные технологии почти полностью изменили не только наш взгляд на образование, но и на многие другие вещи, которые нас окружают.

Список использованных источников

1. Петухова, Е.И. – Информационные технологии в образовании / Успехи современного естествознания – Режим доступа: <https://s.natural-sciences.ru/pdf/2013/10/64.pdf> (Дата обращения 04.03.2021).
2. Беляева, Д.Н. Использование в процессе обучения современных информационно-коммуникационных технологий – Режим доступа: <http://elar.uspu.ru/bitstream/uspu/9329/2/04Belyaeva2.pdf> (Дата обращения 04.03.2021).
3. Пашченко, О.И. Информационные технологии в образовании – Режим доступа: [https://nvsu.ru/ru/Intellect/1135/Pashchenko %20О.И. %20Informatsionnie %20tehnologii %20v %20obrazovanii %20- %20Uch-met %20posobie %20-%202013.pdf](https://nvsu.ru/ru/Intellect/1135/Pashchenko%20О.И.%20Informatsionnie%20tehnologii%20v%20obrazovanii%20-%20Uch-met%20posobie%20-%202013.pdf) (Дата обращения 04.03.2021).
4. Кравченя, Э.М. – Информационные и компьютерные технологии в образовании – Режим доступа: https://rep.bntu.by/bitstream/handle/data/14623/Informacionnye_i_kompyuternye_tekhnologii_v_obrazovanii.pdf?sequence=7&isAllowed=y (Дата обращения 04.03.2021).
5. Леонов, С.А. Взаимосвязь выбора абитуриентами образовательной организации высшего образования и построения индивидуальной профессиональной траектории // Дневник науки. 2021. №4 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2021/4/sociology/Leonov.pdf> (Дата обращения 11.05.2021).
6. Леонов, С.А. Оценка опыта организации практической подготовки студентов в условиях реализации образовательных программ высшего образования с применением дистанционных образовательных технологий // Дневник науки. 2021. №2 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2021/2/sociology/Leonov2.pdf> (Дата обращения 04.03.2021).
7. Леонов, С.А. Анализ перспектив и ограничений развития системы высшего образования России// Дневник науки. 2021. №2 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2021/2/sociology/Leonov.pdf> (Дата обращения 04.03.2021).

THE FEATURES OF THE USE OF COMPUTER SYSTEMS AND INFORMATION TECHNOLOGIES IN EDUCATION

N.I. Mengazova

*St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design,
St. Petersburg, Russia*

This article will present the features of information technology to improve learning efficiency. In this work we will see the analysis of teaching methods, as well as ways of assimilating information was carried out.

Keywords: education, learning efficiency, information technology

РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО УВЕЛИЧЕНИЮ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ МОЩНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Я.А. Мельникова, Н.В. Байдова

*Академия ФСИН России,
г. Рязань, Россия*

В статье рассмотрены мероприятия по увеличению использования производственной мощности. Выявлены экстенсивные и интенсивные резервы использования производственной мощности.

Ключевые слова: производственная деятельность, производственная мощность, резервы

В рыночной экономике технико-экономический анализ и анализ финансового положения предприятия являются важнейшим исходным условием для подготовки и обоснования управленческих решений. Основная задача данного анализа – систематическое и полное изучение производственной, экономической и финансовой деятельности предприятия с целью объективной оценки полученных результатов и установления реальных путей повышения эффективности и качества работы.

Все конечные результаты хозяйствования во многом зависят от степени использования производственной мощности. Неполное использование которой приводит к увеличению доли постоянных затрат, что влечет увеличение себестоимости продукции и, как следствие, снижение прибыли. Поэтому анализ использования производственной мощности является важнейшей частью анализа хозяйственной деятельности предприятия [3].

Под производственной мощностью предприятия понимается максимально возможный выпуск продукции и объем переработки сырья в заданной номенклатуре и ассортименте, при полном использовании рабочего времени, производительности машин, оборудования и производственных площадей с учетом применения прогрессивной технологии и передовых методов организации и управления производством.

Увеличение производственной мощности имеет решающее значение для долгосрочного успеха предприятия, поэтому обосновать производственную программу по использованию данного показателя возможно в 4 этапа.

На первом этапе анализируется степень использования среднегодовой производственной мощности в течение отчетного периода.

На втором этапе осуществляется планирование роста коэффициента использования производственных мощностей в ближайший период.

На третьем этапе определяется возможность выполнения краткосрочной производственной программы.

На четвертом этапе выполняется расчет необходимого ввода новых мощностей в период долгосрочного планирования.

Для обоснования потребности в новых производственных мощностях большое значение имеют сроки их освоения. Чем они короче, тем больше продукции предприятие произведет в ожидаемый период, тем больше будет ее валовый доход и прибыль и быстрее будет окупаемость инвестиций в развитие производства [1].

Увеличение использования производственной мощности на предприятии достигается разработкой мероприятий, представленных на рисунке 1.

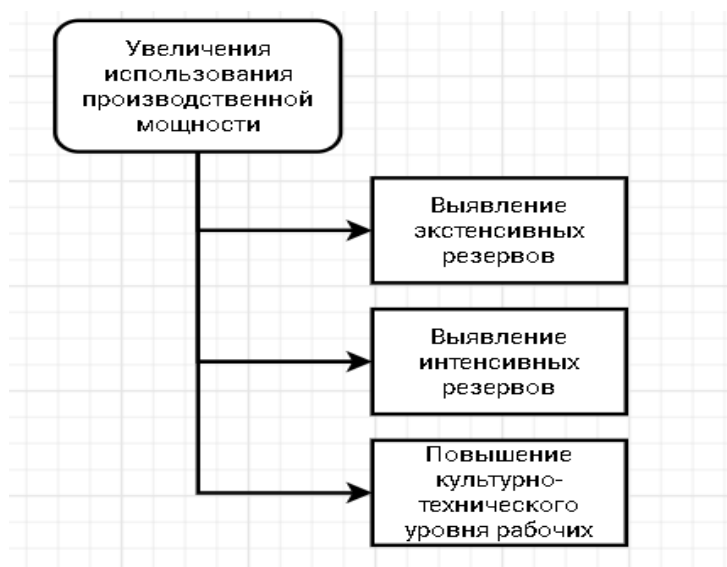


Рисунок 1 – Мероприятия по увеличению использования производственной мощности

Представленные данные свидетельствуют, что резервы увеличения использования производственной мощности подразделяются на экстенсивные и интенсивные.

Экстенсивные резервы должны использоваться в первую очередь, т.к. вовлечение их в производство не требует больших капитальных вложений. Они выражаются в следующем:

- увеличение количества единиц оборудования, установленного и фактически работающего;
- улучшение организации ремонта оборудования;
- повышение сменности работы цехов и участков;
- сокращение производственных циклов на сборочно-монтажные работы;
- улучшение хранения и рационального использования производственных площадей;

– смене технологии и передаче части работ в группы менее загруженного оборудования в цехе.

Прежде всего, необходимо сократить количество неиспользуемого оборудования, внедрить продуманную систему профилактического обслуживания оборудования. Увеличить количество смен, особенно для высокопроизводительного оборудования, «повысить уровень механизации производства», комплектацию и удельный вес производственных площадей. Все эти меры могут привести к увеличению фондоотдачи, эффективности производства, они легко внедряются в производственно-хозяйственную деятельность предприятия [2].

По сравнению с экстенсивными резервами, которые имеют свои естественные границы, интенсивные резервы практически не исчерпываются. Они находят свое выражение в следующем:

- совершенствование конструкции выпускаемых изделий;
- углубление специализации серийности производства цехов и участков с целью увеличения серийности производства и внедрения прогрессивной технологии;
- расширение унификации, нормализации и стандартизации изделий;
- обновление и модернизации оборудования;
- повышение технической оснащенности производства;
- внедрение научной организации труда рабочих на местах.

Так же необходимо рассмотреть еще один путь увеличения производственной мощности на предприятии – повышение культурно-технического уровня рабочих. В таком повышении заинтересованы и предприятия, и сами работники, поскольку требования к качеству рабочей силы постоянно повышаются.

Увеличение эффективности использования производственной мощности – проблема комплексная. Она не только охватывает вопросы капитальных вложений (инвестиций) и использования оборудования, но также тесно связана с вопросами организации, планирования, технического обучения и управления производством, а также повышения интереса компании к наилучшему использованию оборудования.

Список использованных источников

1. Дикань, В.А., Дейнека А.Г., Ковалев Д.И. Организация производства: учебник для вузов. – Москва: Олент, 2002. – 288 с.
2. Радченко, Л.А. Организация производства на предприятиях общественного питания: учебник / Л.А. Радченко. Изд. 6-е, доп. и перер. – Ростов н/Д: Феникс, 2006. – 352 с.
3. Савина, А.М., Байдова, Н.В., Гришина, О.Ю. Привлечение инвестиций как инструмент повышения эффективности управления социально-экономическим развитием региона // В сборнике: Проблемы социально-

экономической устойчивости региона. сборник статей XVIII Международной научно-практической конференции. – Пенза, 2021. – С. 115-118.

DEVELOPMENT OF MEASURES TO INCREASE THE USE OF THE PRODUCTION CAPACITY OF THE ENTERPRISE

Ya.A. Melnikova, N.V. Baidova

*Academy of the FPS of Russia,
Ryazan, Russia*

The article considers measures to increase the use of production capacity. Extensive and intensive reserves for the use of production capacity have been identified.

Keywords: production activity, production capacity, reserves

УДК 338.101

ИННОВАЦИИ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ ООО «ТЕХНОКОНСАЛТИНГ»

Д.П. Миронова, Е.А. Ехлакова, Н.Ю. Камалиева*

*Казанский государственный энергетический университет,
г. Казань, Россия*

** Казанский (Приволжский) федеральный университет
г. Казань, Россия*

В статье рассмотрены инновации в управлении персоналом. Определено значение инновации управления персоналом в организации, приведена общая характеристика предприятия, изучены особенности управления персоналом.

Ключевые слова: инновации, инновационные технологии, персонал, эффективность управления

За успехом любого предприятия и организации стоит грамотно спланированная система управления персоналом. Именно поэтому концепция инновационного подхода в работе организации уделяет большое внимание функционированию значимой сферы управленческой деятельности – подбор и управление персоналом [2, с.115]. Активный перевод экономики Российской Федерации на современный путь развития ставит перед руководителями предприятий задачи внедрения новых технологий в управление предприятием. Актуальность и важность темы «Инновации в управлении персоналом» заключается в том, что для

эффективной работы организации необходимо правильно подобрать персонал и при этом постоянно совершенствовать методы управления им и методы осуществления поставленных задач.

Инновационные технологии в управлении персоналом – это такие методы и способы, которые позволяют более эффективно осуществлять управление кадровыми процессами в организации [4, с. 78]. Главная цель инновации в управлении персоналом – обеспечение организации сотрудниками, которые непрерывно генерируют инновации во всех сферах своей деятельности, их эффективное применение путем создания условий для внедрения инноваций, профессионального и социального развития персонала на благо сотрудников, компании и общества в целом [1, с. 34]. Существует широкое разнообразие инновационных технологий. К наиболее значимым, обеспечивающим высокую инновационную активность персонала, относятся:

- 1) Система поэтапного поощрения, в том числе общественное признание заслуг и достижений;
- 2) Оценка индивидуального вклада на основе моделей компетенций организации;
- 3) Технологии планирования карьеры и индивидуального развития сотрудников;
- 4) Эффективные методы обратной связи, особенно снизу вверх;
- 5) Разработка системы организационных знаний.

На каждом предприятии осуществляется своя система управления человеческими ресурсами. В данной статье мы рассмотрим инновационные особенности, применяемые в ООО «ТехноКонсалтинг» при найме персонала, его развитии и мотивации.

В компании ООО «ТехноКонсалтинг» особый вес и ценность имеют сотрудники с развитым творческим потенциалом. Так, при приёме на работу, значительное внимание обращается на следующие ключевые моменты:

1. Есть ли у человека творческие способности?
2. Применяются ли его творческие способности на практике?
3. Может ли сотрудник выполнять свою работу нестандартно?

Больше всего компанию интересуют те кадры, которые уже имеют опыт в продвижении своих проектов, у которых есть стремление воплотить на практике творческие и нестандартные идеи, сделать работу исключительно индивидуально.

Руководство ООО «ТехноКонсалтинг» уделяет большое внимание тому, чтобы нанять сотрудников с различным образованием, с разным уровнем подготовки и разными направлениями в областях. Все это делается для того, чтобы работники могли генерировать свои идеи с непривычных для других ракурсов.

ООО «ТехноКонсалтинг» внедрил в практику программу, предоставляющую возможность сотрудникам самим формировать свое рабочее время, выделяя моменты для творческой деятельности.

В компании также применяется система «горизонтального» варианта карьеры. Суть ее заключается том, чтобы помочь сотрудникам, которые не настроены на восхождение по административной лестнице, стать мозговым центром своей группы. Значительное внимание руководства уделяется текучести, ведь самое главное не только найти достойных сотрудников, но и удержать их на рабочих местах, развить их особенности и потенциал. Тогда компания будет иметь неисчерпаемый ресурс опытных и ценных сотрудников. Так, например, в ООО «ТехноКонсалтинг» при отборе кандидатов на должность, проводят тестирование, которое помогает выявить, настроен ли человек проработать в организации длительное время. А для того, чтобы сохранить уже набранный персонал, в компании постоянно совершенствуют политику мотивации.

При оценке персонала компания решила исключить заключения «хорошо» или «плохо», аргументируя это тем, что негативная оценка может очень сильно демотивировать сотрудника. При оценке персонала руководство обращает внимание на то, какой вклад был сделан сотрудником для развития компании. На основании этого делаются выводы о наиболее перспективных сотрудниках, которые могут иметь особый путь служебного продвижения. Помимо этого, систему оценивания составляют также финансовые критерии, так как развитие любого бизнеса и предприятий требует финансовую базу.

Таким образом, можно сделать вывод, новые технологии в управлении персоналом позволяют компании занимать лидирующие позиции на рынке и увеличивать прибыль, полученную предприятием.

Список использованных источников

1. Армстронг, М. Практика управления человеческими ресурсами / Майкл Армстронг, Стивен Тейлор. – 14-е изд. – Санкт-Петербург: Питер, Прогресс книга, 2018. – 1038 с.
2. Голянич, В.М., Кудрявцева Е.И. Инновационные технологии в кадровом менеджменте / В.М. Голянич, Е.И. Кудрявцева // Управленческое консультирование. – 2013. – № 2(50). – 245 с.
3. Кибанов, А.Я. Управление персоналом организации: актуальные технологии найма, адаптации и аттестации: учебное пособие / А.Я. Кибанов, И.Б. Дуракова, Л.Н. Кибанова – Москва: КноРус, 2021. – 360 с.
4. Максимов, Н.Н. Теоретические основы инновационной деятельности // Молодой ученый. – 2013. – №10. – 343 с.
5. Павлова, Ю., Томайлы Д., Синева Н.Л. Формирование инновационных и креативных менеджеров В сборнике: Инновационные технологии управления Всероссийская научно-практическая конференция. – 2014. – С. 29-31
6. Толкунова, Е.Г. Управление персоналом в эпоху цифровой экономики / Е.Г. Толкунова // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2019. – Т.9. (№6А). – С. 138-143.

INNOVATIONS IN HR MANAGEMENT ON THE EXAMPLE OF THE COMPANY LLC «TECHNOCONSULTING»

D.P. Mironova, E.A. Ekhlakova, N.Y. Kamalieva*

*Kazan State Power Engineering University,
Kazan, Russia*

**Kazan (Volga Region) Federal University,
Kazan, Russia*

The article considers innovations in personnel management. The value of personnel management innovation in the organization is determined, the general characteristics of the enterprise are given, the features of personnel management are studied.

Key words: innovations, innovative technologies, personnel, management efficiency

УДК 332.1

КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ: СОДЕРЖАНИЕ И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЗНАЧИМОСТЬ

М.А. Морданов

*Сургутский государственный университет,
г. Сургут, Россия*

В статье раскрыто содержание и значимость креативных индустрий как важного инструмента экономического роста и регионального развития. Концепция креативных индустрий развивается с 1990-х годов, когда правительства разных государств ввели политику систематического развития и продвижения культуры, высокотехнологичных секторов, развлечений. Креативные индустрии представляют особый интерес для исследователей в области бизнеса, менеджмента и региональной экономики из-за значимых в настоящее время характеристик: гибкая организация, широкое использование технологий, творческих талантов индивидов. Автором исследуются развитие креативных индустрий как нового элемента экономики, перспективные направления функционирования хозяйствующих субъектов, влияющих на совершенствование индустрий, территорий и общества в целом.

Ключевые слова: креативные индустрии, социально-экономическое развитие, креативность, культура, национальная экономика

За последние годы значительно возросли важность и ценность культурной экономики, культурных и креативных индустрий. Сегодня согласно глобальным трендам в экономической и социальной сферах обозначенные виды индустрий являются движущими факторами экономического роста страны или отдельно взятого региона. Креативные индустрии относятся не только к области культуры в строгом смысле, но и к культурным товарам и услугам как ядру нового и обширного сектора, который в широком смысле можно отнести к областям культуры.

Цель исследования состоит в раскрытии значимости креативных индустрий как механизма обеспечения развития национальной экономики.

Несмотря на то, что «креативные индустрии» – часто используемый термин, многие отечественные и зарубежные исследователи предлагают разные определения, подчеркивающие различные особенности обозначенного сектора. Одно из наиболее популярных в настоящее время определений было представлено в 1998 году правительством Великобритании в документе «Картографирование креативных индустрий» (Creative Industries Mapping Document). В данном документе основное внимание уделяется описанию креативных индустрий как совокупности экономических структур, которые используют творческий потенциал индивидов, их навыки и таланты для создания богатства и рабочих мест. Для определения креативных индустрий зарубежные исследователи в основном фокусируются на личностных качествах и навыках, в первую очередь на личной креативности [6; 9]. **Ошибка! Источник ссылки не найден.**

В литературе содержится ряд классификаций и определений креативных индустрий [8; 10]. Например, в конце 90-х прошлого столетия Департаментом цифровых технологий, культуры, СМИ и спорта (Великобритания) была принята следующая интерпретация обозначенного понятия: виды деятельности, которые берут свое начало в индивидуальном творчестве, мастерстве и таланте, имеют потенциал в целях создания национального богатства и рабочих мест в ходе создания и эксплуатации интеллектуальной собственности [7]. Данное определение де факто рассматривается в качестве современного мирового стандарта.

Чтобы отрасль развивалась, она должна демонстрировать рост от микро до макроуровня: от развития на уровне личности – до бизнеса и отрасли. Рост способностей и творческих возможностей индивидов приведет к росту их экономической деятельности, а коллективный рост всех предприятий в одной области – к всестороннему развитию отрасли. Таким образом, стоит отметить, что креативные индустрии распространяют творчество на всю экономику, включая социально-экономические процессы и организацию труда.

Однако сложно раскрыть содержание креативных индустрий, не указав основные отрасли, входящие в их состав: Британским советом, международной

организацией Соединенного Королевства по культурным связям и образовательным возможностям, были определены 13 основных секторов, которые и в настоящее время остаются в центре внимания исследователей (например, реклама и маркетинг, издательское дело, архитектура, ремесла, искусство, театр, музыка, кино и иные). Отметим, что различные определения, а также разные концепции препятствуют не только измерению роли креативных индустрий в национальной экономике, но и сравнению их значения на международном уровне.

В настоящее время существует довольно большое разнообразие отраслей и видов деятельности, которые относят к креативным индустриям. Чаще всего они не являются индивидуальными отраслями или направлениями деятельности и экономически объединены с другими (например, архитектура и дизайн, реклама и мода). В связи с этим крайне сложно детально определить законодательные нормы, профессиональные стандарты и логики функционирования, которые позволили бы объединить в один кластер схожие сферы деятельности [3].

Конференция ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД) выделяет наиболее важные характеристики, которые присущи результатам деятельности креативных индустрий, в частности:

- необходимость значительного вклада человеческого творчества в ходе производственного процесса;
- содержание интеллектуальной собственности, приписываемой отдельно взятому специалисту или группе людей, производящим товар или услугу [2].

Важно обозначить дифференциацию между креативными и культурными индустриями. Несмотря на наличие тесной взаимосвязи двух обозначенных направлений, основное различие заключается в ориентации креативных индустрий на получение прибыли за счет использования творчества индивидов и культурного наследия, в то время как культурные индустрии стремятся сформировать национальную идентичность, сохранить культурное наследие. В современных условиях, в рамках развития глобальной экономики, невозможно представить становление и развитие креативных индустрий без креативной экономики. В основе креативной экономики лежат креативные и культурные индустрии, которые находятся на пересечении искусства, культуры, бизнеса и технологий.

Анализ научной литературы подтверждает, что креативные индустрии являются популярной темой академического дискурса: отечественные и зарубежные исследователи фокусируются на различных характеристиках обозначенного сектора, определяют факторы, способствующие их развитию. Одной из наиболее важных, но все еще недостаточно разработанной областью научного интереса является влияние креативных индустрий на национальную экономику. Данное воздействие может быть измерено ролью креативных индустрий как инструмента снижения безработицы, повышения ВВП (ВРП в случае регио-

нального аспекта) и увеличения экспорта креативных товаров и услуг. Категоризация секторов креативных индустрий позволяет детально определить наиболее эффективные меры для развития каждой отрасли и укрепления их на национальном уровне, оценить влияние в рамках экономического развития региона или страны в целом.

С экономической точки зрения значение креативных индустрий заставляет задуматься о формировании необходимой национальной и международной политике, которая укрепит глубокие связи между различными областями культуры, территориями и социально-институциональной структурой. Данный процесс способствует обозначению и повышению роли культурных и креативных индустрий в экономике территорий и формированию их центром местных моделей развития.

За последнее десятилетие креативные индустрии также стали важным сектором мировой экономики. Этот сектор оказывает глубокое влияние на социальные и культурные аспекты жизни людей. В современных условиях средняя доля креативных индустрий в мировом ВВП превышает 6 %, в развитых странах она достигает 8-12 %, что существенно превышает средние темпы роста мировой экономики. Согласно Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года в России характеризующий показатель составляет 2,23 % [5]. По оценкам экспертов НИУ ВШЭ, добавленная стоимость креативных индустрий в России составляет более 2 390 млрд руб. или 2,4 % ВВП [4]. В то же время исследователи из Агентства стратегических инициатив определяют данный показатель практически в два раза выше – практически 5 % ВВП (в абсолютном измерении более 5 млрд руб.) [1].

Креативные индустрии необходимо рассматривать в контексте не только творчества, но и цифровизации, постиндустриального общества. Исследуемый сектор содержит элементы цифровой эпохи, которая изменила контекст культурных индустрий. Креативные индустрии представляют собой идеальный сегмент для систематического изучения инноваций бизнес-моделей. Они включают весь спектр организационных характеристик и видов деятельности, от крупных транснациональных корпораций, национальных и региональных предприятий до микро- и малого бизнеса. Также креативные индустрии включают в себя секторы «цифрового происхождения», в которых разрабатываются новые бизнес-модели (цифровые игры), традиционные секторы, которые были преобразованы цифровыми технологиями (в частности, дизайн и музыка, издательское дело, реклама), области, где еще не проявилось всё воздействие цифровых технологий (культурное наследие, изобразительное искусство, музеи). Возникающие тенденции в креативных индустриях имеют большой потенциал для распространения в другие отрасли экономики.

С учетом современных вызовов глобальная экономика в широком смысле требует нового подхода для достижения необходимого роста в рамках устойчи-

вого развития. Креативные индустрии выступают актуальным и эффективным инструментом создания рабочих мест и национального богатства в ходе использования способностей, таланта и креативности индивидов. Не следует отождествлять креативные и культурные индустрии. Последние направлены на достижение социальных и культурных целей, в то время как креативные индустрии подчеркивают необходимость и важность экономического развития.

Список использованных источников

1. Атлас креативных индустрии Российской Федерации. / Т. Журавлева [и др.]. – Москва: Центр городских компетенций АНО «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов», 2021. – 558 с.
2. Морданов, М.А. Креативные индустрии как драйвер экономического роста // Креативная экономика. – 2021. – Том 15. – № 10. – doi: 10.18334/ce.15.10.113714.
3. Мьеж, Б. Креативные индустрии: в поисках стабильности концепта / Б. Мьеж // Коммуникации. Медиа. Дизайн. – 2018. – Т. 3. – № 4. – С. 22-37.
4. Научный дайджест «Развитие креативных индустрий в России: ключевые индикаторы». / С.В. Бредихин [и др.]. – Москва: Научный центр мирового уровня «Центр междисциплинарных исследований человеческого потенциала», 2021. – 21 с.
5. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 20.09.2021 г. № 2613-р «Об утверждении Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года» // Справочно-правовая система «Консультант Плюс»: [Электронный ресурс] / СПС «Консультант Плюс».
6. Ashton, D. (2011). Media Work and the Creative Industries. Identity work, professionalism and employability. *Education + Training*, Vol. 53 (6), pp. 546-560.
7. Chuluunbaatar, E., Ottavia, Luh, D., & Kung, S. (2014). The Role of Cluster and Social Capital in Cultural and Creative Industries Development, *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, Vol. 109, pp. 552-557.
8. Cruz, S.S., A.A. Teixeira, A.A. (2015). The neglected heterogeneity of spatial agglomeration and co-location patterns of creative employment: Evidence from Portugal. *The Annals of Regional Science*, 54 (1), pp. 143-177.
9. Hotho, S., Champion, K. (2011). Small Businesses in the New Creative Industries: Innovation as a People Management Challenge. *Management Decision*, 49 (1), 29-54.
10. Li, F. (2020). The digital transformation of business models in the creative industries: A holistic framework and emerging trends. *Technovation*, 92-93, p. 102012. DOI: 10.1016/j.technovation.2017.12.004.

CREATIVE INDUSTRIES: CONTENT AND ECONOMIC SIGNIFICANCE

M.A. Mordanov

*Surgut State University,
г. Surgut, Russia*

The article reveals the content and significance of creative industries as an important tool for economic growth and regional development. The concept of creative industries has been developing since the 1990s, when governments of different states introduced a policy of systematic development and promotion of culture, high-tech sectors and entertainment. Creative industries are of particular interest to researchers in the field of business, management and regional economics because of their currently significant characteristics: flexible organization, extensive use of technology, and creative talents of individuals. The author investigates the development of creative industries as a new element of the economy, perspective directions of functioning of economic entities, influencing the improvement of industries, territories and society as a whole.

Keywords: creative industries, socio-economic development, creativity, culture, national economy

УДК 338.2

ОСОБЕННОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

В.А. Морозова, Л.А. Чернобродова

*Академия ФСИИ России,
г. Рязань, Россия*

Обеспечение инвестиционной привлекательности организации способствует активизации инвестиционного процесса и достижению совокупности целей деятельности организации.

Ключевые слова: организация, инвестиционная привлекательность, факторы инвестиционной привлекательности

Цель данной статьи состоит в анализе подходов к определению инвестиционной привлекательности, выявлению ее особенностей на уровне организации и факторов повышения инвестиционной привлекательности.

Существуют различные авторские определения инвестиционной привлекательности организации. В таблице 1 приведены некоторые из наиболее распространенных трактовок.

Таблица 1 – Трактовки понятия инвестиционная привлекательность

Источник	Определение
Жуков М. Ю. «Методика оценки инвестиционной привлекательности предприятий и групп предприятий» [2]	Инвестиционная привлекательность является субъективной оценкой инвестором страны, региона или предприятия по поводу принятия решения о вложении своих средств в, соответственно, страну, регион или предприятие.
Смирнова Е. В., Жуков М. Ю. «Методика оценки инвестиционной привлекательности региона» [5]	Инвестиционная привлекательность – характеристика актива, учитывающая удовлетворение интереса конкретного инвестора по соотношению «риск - отдача на вложенный капитал - горизонт владения активом»
Сокольникова И. В. «Сущность инвестиционной привлекательности предприятия как экономической категории» [6]	Система или сочетание различных объективных признаков, средств, возможностей, обуславливающих в совокупности потенциальный платежеспособный спрос на инвестиции в страну, регион, отрасль, предприятие
Ройзман И., Гришина И. «Сложившаяся и перспективная инвестиционная привлекательность крупнейших отраслей отечественной промышленности» [4]	Инвестиционная привлекательность предприятия – совокупность свойств фирмы, предопределяющих ее способность к эффективному функционированию и развитию на базе освоения собственных и привлеченных инвестиционных ресурсов

Отсюда следует, что инвестиционная привлекательность предприятия – это финансово-экономический феномен, состоящий в комплексе объективных и субъективных показателей, способных отразить потенциальную финансовую выгоду от вложенных денежных средств в данное предприятие.

В то же время необходимо учитывать, что инвестиционная привлекательность - это модель, показывающая реальные количественные и качественные показатели предприятия и его положение в отрасли.

Различают инвестиционную привлекательность и факторы привлекательности организации, отрасли, региона, страны.

На инвестиционную привлекательность организации (предприятия) влияют внешние и внутренние факторы.

К внешним факторам относятся те, на которые предприятия не могут повлиять: политическая ситуация в стране, общее развитие экономики, законодательство в области инвестиций, развитие финансово-кредитной системы, уровень инфляции, инвестиционная привлекательность страны, региона, отрасли и т.д.

К внутренним факторам относятся те, на которые предприятие может влиять, изменять их характеристики и показатели: персонал и производственный потенциал, стратегия развития, конкурентоспособность, инвестиционные программы, состояние имущества и финансовых ресурсов, качество управления, рейтинг предприятия в отрасли и т.д.

Инвестиционная привлекательность становится весьма важной для тех компаний, которые планируют выйти на новые рынки. Чем больше привлекательность компании, тем больше инвесторов захотят в нее инвестировать.

Более высокая привлекательность означает, что компания может привлечь больше инвесторов и обеспечить прибыльность [3].

Правильная оценка инвестиционной привлекательности организации увеличивает уровень заинтересованности инвестора.

Таким образом, существует множество факторов, которые могут повлиять на инвестиционную привлекательность организации, но важно определить, какие из них важны для конкретной организации, а какие нет.

Представляется, что наиболее общими факторами инвестиционной привлекательности организации могут быть: темпы роста организации, текущая рыночная маржа, размер предприятия, привлекательность рынка (его размер, количество конкурентов и пр.), риски инвестирования и другие специфичные факторы.

Так, следует отметить взаимосвязь привлекательности рынка и привлекательности организации. Размер рынка является важным фактором для анализа привлекательности организации. Если рынок растет, у производителя будет больше возможностей продать свой товар, увеличить прибыльность, тем самым повысить свою инвестиционную привлекательность.

Известным примером, в котором использовалась привлекательность рынка, является матрица McKinsey/General Electric, в которой компаниям помогали оценивать свои продукты и бизнес-портфели в соответствии с силой рынка.

Важнейшим фактором, который может повлиять на инвестиционную привлекательность, является темп ее роста, а также гибкость, способность быстрой адаптации к любым изменяющимся ситуациям и вызовам.

При вложении инвестиций следует обратить внимание на факторы риска, оценив которые можно снизить вероятность их возникновения. Риск потери ликвидности и доходность организации – непосредственно взаимосвязанные факторы. Анализ рисков позволяет лучше понять, на какие потенциальные потери инвестор готов пойти ради высокой доходности.

Итак, следует различать инвестиционную привлекательность организации, отрасли, региона, страны, которые, безусловно, взаимосвязаны и влияют друг на друга. Инвестиционная привлекательность организации имеет свою специфику, состоящую в необходимости повышения эффективности использо-

вания ресурсов и активов, обеспечения ликвидности, платежеспособности и финансовой устойчивости организации.

Повышение инвестиционной привлекательности создает предпосылки для роста стоимости организации и создания дополнительных конкурентных преимуществ.

Список использованных источников

1. Алексеева, А.И. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: уч. пособие / А.И. Алексеева, Ю.В. Васильев, А.В. Малеева, Л.И. Ушвицкий. – Москва: КноРус, 2021. – 706 с. – ISBN 978-5-406-07932-4. – URL:<https://book.ru/book/938818> (дата обращения: 21.01.2022). – Текст: электронный.

2. Жуков, М.Ю. Методика оценки инвестиционной привлекательности предприятий и групп предприятий // Вестн. Сиб. госуд. аэрокосм. Универ-та. – 2010. – № 4 (30). – С. 200-204.

3. Инвестиционная привлекательность российских компаний и инвестпроектов: оценка и управление: монография / Т.В. Тазикина, Е.Б. Тютюкина, А.А. Бакулина [и др.]; под общ. ред. М.А. Федотовой, О.В. Лосевой. – Москва: КноРус, 2021. – 255 с. – ISBN 978-5-406-08953-8. – URL:<https://book.ru/book/941847> (дата обращения: 21.01.2022). – Текст: электронный.

4. Радченко, М.В. Основные составляющие инвестиционной привлекательности региона / М.В. Радченко // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2020. – № 2 (44). – С. 148-154.

5. Смирнова Е. В., Жуков М. Ю. Методика оценки инвестиционной привлекательности региона // Вестник Сиб-ГАУ. – 2010. – № 2 (28). – С. 146-150.

6. Сокольникова И. В. Сущность инвестиционной привлекательности предприятия как экономической категории // Транспортное дело России. – 2010. – № 2. – С. 88-90.

FEATURES OF THE INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF THE ORGANIZATION

V.A. Morozova, L.A. Chernobrodova

*Academy of the FPS of Russia,
Ryazan, Russia*

Ensuring the investment attractiveness of the organization contributes to the activation of the investment process and the achievement of a set of goals of the organization's activities.

Keywords: investment attractiveness, market attractiveness, demand for investments

РОЛЬ МЕНЕДЖМЕНТА В ОРГАНИЗАЦИОННЫХ ПРОЦЕССАХ ПРЕДПРИЯТИЯ

И.И. Мостова, Е.А. Ехлакова, В.Н. Макришин*

*Казанский государственный энергетический университет,
г. Казань, Россия*

**Казанский (Приволжский) федеральный университет,
г. Казань, Россия*

В статье рассмотрена роль менеджмента в организационных процессах предприятия. Определены основные цели и задачи, приведена общая характеристика влияния менеджмента на организацию.

Ключевые слова: менеджмент, организация, цели, задачи, менеджер, деятельность

Менеджмент – это динамичный элемент, который помогает любой организации продолжать свое существование. Без этого элемента «производственные ресурсы» остаются просто непроеизводственными ресурсами. В условиях конкуренции стабильность и успех любой компании напрямую зависят от опыта и эффективности менеджмента. Навык и способность функционировать должным образом являются уникальными преимуществами организации в условиях конкурентной экономики. Менеджмент всегда должен сосредоточиваться на том, чтобы компания работала прибыльно. Иными словами, существование и власть управления могут быть оправданы только в том случае, если его деятельность дает необходимые экономические результаты.

Понимание менеджмента как искусства управления основано на том, что организации представляют собой сложные социально - технические системы, на функционирование которых влияет множество факторов внешней и внутренней среды. Люди, работающие в организациях, являются важнейшим фактором, требующим умения применять их в конкретных ситуациях. Ведь каждый работник имеет индивидуальные особенности, у него своя система взглядов, ценностей, мотиваций. Менеджер должен хорошо знать своих сотрудников, чтобы эффективно влиять на них для достижения целей организации [1].

Как правило, организации ставят и реализуют не одну, а несколько целей, важных для функционирования и развития. Помимо стратегических, они должны решать большое количество существующих и оперативных целей и задач. Перед ними стоят социальные, организационные, научно-технические задачи, а также экономические. Также для постоянно повторяющихся, традиционных проблем, им требуется принимать решения по поводу непредвиденных ситуаций и т.д. Классификация целей позволяет определить задачу постановки цели

и использовать соответствующие механизмы и методы, разработанные для различных целевых групп.

Организация зависит от внешней среды: она получает внешние ресурсы и предоставляет результаты своей деятельности во внешний мир. Менеджмент необходим для достижения высокой производительности, которая не ограничивается производством продукции или оказанием услуг. Результаты включают в себя удовлетворение потребностей клиентов, достижение целей, обеспечение производительности и эффективности. Эффективность характеризуется степенью приближения организации к поставленным целям, перечень которых может быть значительно шире ответственности потребителя [3].

Цель – это результат деятельности организации, предполагаемая точка, которую необходимо достичь. Общие цели управления заключаются в том, чтобы предвидеть, планировать и достигать запланированных результатов. Основной целью управления каждой организацией является обеспечение прибыльности этой организации. Существуют также такие цели, как управление производством, выявление и использование человеческих ресурсов, развитие и продвижение персонала и их стимулирование.

Задачи управления характеризуются постоянной сложностью, требующей предоставления необходимых ресурсов во все возрастающем количестве за счет роста производства и внедрения новых продуктов. В условиях современной рыночной экономики основные задачи включают в себя управление, постоянные исследования и развитие новых направлений и каналов сбыта.

Также можно выделить следующие задачи менеджмента:

- организация производства;
- реализация товаров и услуг;
- определение стратегии развития организации;
- привлечение к работе высококвалифицированных специалистов;
- осуществление контроля эффективности деятельности организации;
- и т.д. [7].

Основные задачи менеджмента призваны обеспечить единство всех форм и этапов процесса управления для достижения целей, поставленных компанией. При постановке и реализации целей и задач руководство должно учитывать оценку возможностей компании, наличие необходимых ресурсов, текущие конкурентные условия.

Основным условием успешного бизнеса является профессионализм, эффективная командная работа. Следует не только подробно остановиться на процедуре подбора персонала, но и постоянно поддерживать и развивать отношения внутри предприятия. Когда в коллективе положительный психологический климат, можно сосредоточиться на росте компании и развитии потенциала сотрудников [2].

Таким образом, менеджмент играет важную роль в организации. Управление организацией, решая разные по степени сложности задачи, представляет собой особый вид деятельности по целенаправленной координации действий

персонала. Менеджмент представляет собой многоаспектное явление и охватывает происходящие в организации процессы, связанные как с ее внутренней, так и с внешней средой, которая на нее влияет. Именно поэтому роль менеджмента является решающей для организации в рыночных условиях. Его значение очень велико, поскольку успех любой организации зависит от менеджмента [6].

Список использованных источников

1. Веснин, В.Р. Основы менеджмента: учебник / В.Р. Веснин. – Москва: Проспект, 2017. – 320 с
2. Воропаев, С.Н. Менеджмент: учебное пособие / С. Н. Воропаев, В. Д. Ермохин; Международная ассоциация «Агрообразование». – Москва: КолосС, 2017. – 246 с
3. Гольдштейн, Г.Я. Основы менеджмента: учебное пособие, изд. 2-е, дополненное и переработанное. - Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2003. – 150 с.
4. Гончаров, В.И. Менеджмент: учебное пособие / В.И. Гончаров. – Минск: Современная школа, 2016.– 635 с.
5. Коротков, Э.М. Менеджмент: учебник для бакалавров / Э.М. Коротков. – Москва: Юрайт, 2016. – 640 с.
6. Лукичева, Л.И. Менеджмент организации: теория и практика: учебник для бакалавров / Л.И. Лукичева, Е.В. Егорычева; Под ред. Ю.П. Анискин. – Москва: Омега-Л, 2012. – 488 с.
7. Менеджмент: пособие / И.В. Балдин, Г.Е. Ясников. – Минск: БГЭУ, 2017. – 305 с.
8. Румянцева З.П., Соломатин Н.А., Акберин Р.З. и др. Менеджмент организации. Учебное пособие. – Москва: 2003. – 256 с.

THE ROLE OF MANAGEMENT IN THE ORGANIZATIONAL PROCESSES OF THE ENTERPRISE

I.I. Mostova, E.A. Ekhlakova, B.N. Makrishin*

*Kazan State Power Engineering University,
Kazan, Russia*

**Kazan (Volga Region) Federal University,
Kazan, Russia*

The article considers the role of financial management in the organization. The main goals and objectives are defined, a general description of the influence of management on the organization is given.

Key words: management, organization, goals, tasks, manager, activity

ВИДЫ МОШЕННИЧЕСТВА НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ УСЛУГ ПО СПИСАНИЮ ДОЛГОВ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ

Н.В. Мохнаткин¹

*Санкт-Петербургский государственный университет
промышленных технологий и дизайна,
г. Санкт-Петербург, Россия*

Данная статья подробно расписывает частовстречаемые аферы, которые используют недобросовестные российские организации, вводящие в заблуждение своих клиентов, имеющих трудности с выплатой по банковским долгам, а так же способы, благодаря которым можно отличить настоящую организацию помощи с банкротством от мошеннической.

Ключевые слова: списание долгов, антиколлекторские организации, мошенничество, услуги по банкротству

Согласно данным исследовательской компании Frank RG, в августе 2021 года, в РФ был установлен рекорд по сумме взятых кредитов наличными – 647 млрд. рублей. Центральный банк России в свою очередь отмечает, что банки начинают понижать свои стандарты для выдачи кредитов, уменьшая требования к заемщикам, а конкретно к их ПДН, рост которого составил 0,4 % с начала года.

В данных условиях рынка, создаются идеальные условия для появления разного рода мошеннических организаций, так называемые «антиколлекторы». Самая частая схема обмана, которую практикуют данные лица, это так называемая «плата за тишину» – должнику обещают, что за небольшой денежный взнос, организация возьмет на себя обязанности по выплачиванию долга и разбирательства с коллекторским агенством, и даже подписывают официальную бумагу, наделяющую её официальным представителем должника по переговорам с банком и взыскателями. Если же человек соглашается на данные условия, и переводит организации деньги, то все звонки и сообщения от коллекторских агенств будут действительно перенаправляться в организацию, заключившую договор с должником, где они скорее всего будут игнорироваться, а его обязательства по выплате долга не будут сняты, в следствие чего коллекторское агенство со временем обратится в суд.

Также очень популярна услуга «полного списания долгов», которая на деле ограничивается лишь попыткой антиколлекторской организации обратиться в суд от имени должника с просьбой о признании того банкротом, и отменой

¹ Научный руководитель: к.э.н., доцент Леонов С.А.

пени и штрафов с неарбитражной реструктуризацией долга, или каким-нибудь другим послаблением со стороны банка или МФО.

В данной ситуации должнику было бы лучше самостоятельно обратиться к кредитору, с просьбой о послаблении условий или увеличений срока выплата кредита. В случае, если гражданин предоставит доказательства, которые подтверждают его необходимость в реструктуризации, банк может пойти на уступки.

Единственный способ легального списания долгов по кредитам для физического лица – это признание его банкротом, в следствие чего к нему прилагаются определенные санкции. При признании гражданина банкротом, согласно Федеральному закону о несостоятельности (банкротстве), статье 213.2 – « При рассмотрении дела о банкротстве гражданина применяются реструктуризация долгов гражданина, реализация имущества гражданина, мировое соглашение». При наличии стабильного дохода, арбитражная реструктуризация долгов облегчает условия выплаты долга для заёмщика, снимает штрафы и пени. В случае же второго варианта, происходит опись имущества, с его последующей продажей. Мировое соглашение заключается только в том случае, если вышло составить новые условия договора о погашении задолженности, которое бы устроило обе стороны.

Количество граждан, получивших статус банкрота, в первом полугодии 2021 года увеличилось в 2,1 раза, по сравнению с тем же сроком в 2020 году. Самый худший вариант, того, что может произойти, если заёмщик попытается воспользоваться услугами антиколлекторской организации, при этом не подходя под условия, необходимые для получения статуса банкрота, это то, что организация может убедить должника сознательно попробовать создать ситуацию, при которой банкротство было бы неизбежно. Зачастую граждане идут на такой отчаянный шаг, даже не подозревая о том, что это незаконно, хотя в уголовном кодексе Российской Федерации есть две статьи о данном уголовном нарушении:

- Преднамеренное банкротство – ст. 196 УК РФ, штраф до 500 тыс. руб., лишение свободы до 6 лет;
- Фиктивное банкротство – ст. 197 УК РФ, штраф до 300 тыс. руб., лишение свободы до 6 лет.

В первом случае должник сознательно создает ситуацию, в следствие которой банкротство становится неизбежным, а во втором случае, должник фактически не является банкротом, и способен выплатить долг, но имитирует условия, необходимые для признания банкротства, скрыв свои активы и имущество, или передав их на временное хранение антиколлекторской компании, которая после их передачи может перестать выходить на связь с должником.

Самая большая проблема граждан, которые сейчас сознательно идут на контакт с антиколлекторскими организациями, это их неосведомленность о текущих законах, расписывающих процедуры взымания долгов и получения статуса о банкротстве. Расцвет антиколлекторских организаций приходился на 2012-2014 года, и пошел на спад в 2015 году, с вступлением в силу закона, поз-

воляющим физическому лицу объявить себя банкротом. Закон также накладывал ограничения на организации взыскания долга, позволяя должнику отказаться от получения напоминаний о просроченной задолженности, просто направив соответствующее заявление в коллекторскую организацию.

Разумеется, полностью спрос на услуги антиколлекторов не исчез, даже убрав из списка желающих не полностью осведомленных о новых правках граждан, к данным организациям все еще обращались с помощью за получением статуса банкрота, так как этот процесс все еще был довольно сложным, и участие в нем профессиональных банкротских юристов со стороны должника все же облегчало задачу. Параллельно вместе с предоставлением услугами юристов с помощью по банкротству, данные компании продолжали «в темную» предлагать неосведомленным гражданам мошеннические несущественных услуг по окупанию части долга, путем вложения денег в финансовую пирамиду, услуг по защите от коллекторских агентств, которые чаще всего не являлись зарегистрированными коллекторскими агентствами, а сотрудничали с данной антиколлекторской организацией, показательно запугивая должника, и не имея прав на взыскание с него задолженности.

Уменьшить влияние антиколлекторов помогли новые правки в федеральный закон о несостоятельности (банкротстве) № 289-ФЗ от 31.07.2020, согласно которым, гражданину теперь необязательно обращаться в суд за погашением долга, если сумма задолженности находится в пределах от 50 до 500 тысяч рублей. В таком случае, заёмщик может пройти упрощенную процедуру банкротства в МФЦ, без необходимости обращения к сторонним организациям, не рискуя попасть на мошенников.

Список использованных источников

1. РБК - Россияне нагрузили себя долгами по максимуму. //URL: <https://www.rbc.ru/newspaper/2021/03/29/605da4a99a79479a7912674f> (Дата обращения 20.11.2021)

2. Гарантированное и законное списание всех долгов: в чем подвох таких предложений

3. //URL: <https://www.9111.ru/questions/7777777771388585/> (Дата обращения 24.11.2021)

4. Россияне взяли в августе рекордную сумму кредитов наличными //URL: <https://www.vedomosti.ru/finance/articles/2021/09/06/885430-srednii-chek-ro-ipoteke/> (Дата обращения 24.11.2021)

5. Справочная информация: «Правовой календарь на III квартал 2020 года» (Материал подготовлен специалистами КонсультантПлюс) //URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_353733/7b77ef12de9f7fbdab3c1cc447aec6ffd47213f9/ (Дата обращения 24.11.2021)

6. «Раздолжники»: кто это такие и нужны ли они вам. //URL: <https://fincult.info/article/razdolzhniteli-kto-eto-takie-i-nuzhny-li-oni-vam/> (Дата обращения 28.11.2021)

TYPES OF FRAUD IN THE MARKET FOR PROVIDING DEBT CANCELLING SERVICES FOR INDIVIDUALS

N.V. Mokhnatkin

*St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design,
St. Petersburg, Russia*

This article describes in detail the frequent scams that are used by unscrupulous Russian organizations to mislead their clients who have difficulty paying off bank debts, as well as the ways in which you can distinguish a real bankruptcy relief organization from a fraudulent one.

Keywords: debt relief, anti-collection organizations, fraud, bankruptcy services

УДК 316.628

ПРАВО И ЧЕЛОВЕЧЕСКАЯ МОТИВАЦИЯ В ЭКОНОМИКЕ: ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ И ДРУГИЕ ОЦЕНКИ

А.А. Мурадова¹

*Санкт-Петербургский государственный университет
промышленных технологий и дизайна,
г. Санкт-Петербург, Россия*

Данная статья раскрывает основную и базовую тему экономики прав собственности под названием «право и человеческая мотивация». В данной статье рассмотрены и проанализированы мнения главных представителей экономики об экономическом поведении и человеческой мотивации в сфере экономики, на основе которых сделаны выводы.

Ключевые слова: экономика прав собственности, экономический аспект, мотивация, экономическое поведение, торговля, собственность, социальные предпочтения, экономические права

Некоторые авторы полагают, что «экономика прав собственности» абстрагируется от других соображений, чтобы сосредоточиться просто на «экономическом аспекте» собственности. Здесь уместно возразить Барзелю, который утверждает, что «экономический аспект» - только цель наслаждения, а не средства. Если экономика должна сосредоточиться на наслаждении вещами или опытом, пренебрегая юридически установленными правами, то мы должны

¹ Научный руководитель: к.э.н., доцент Леонов С.А.

считать, что экономика сама по себе не может адекватно оценить современный мировой порядок.

В отличие от них, Адам Смит подчеркивал моральные и эгоистические мотивы, а также важность справедливости в вопросах торговли и собственности. Для него речь шла как о восприятии справедливости, так и о личном удовольствии. Хотя люди в основном преследовали свои собственные интересы, они также проявляли «моральные чувства», которые были жизненно важны для социальной сплоченности, защиты частной собственности и производства богатства. Однако сложное видение Смитом человеческой мотивации и сферы применения экономики было утеряно. Ее возвращение имеет фундаментальные последствия для всей экономики, но мы ограничимся здесь последствиями, касающимися права и собственности.

Кто-то может попытаться оправдать игнорирование юридически санкционированных прав в «экономике прав собственности» на том основании, что речь идет просто о прогнозировании поведения, а не о детальных механизмах мотивации. Подобные аргументы часто приводятся экономистами для оправдания стандартных предположений о максимизации полезности. Однако лучшее понимание или предсказание поведения будет достигнуто благодаря более глубокому знанию индивидуальных мотивов, наряду с другими влияниями или ограничениями. Следовательно, анализ человеческой мотивации был важной частью проекта Смита по пониманию индивидуальных взаимодействий и функционирования экономических систем.

Коуз сделал созвучные наблюдения. Считая анализ полезности «в значительной степени бесплодным», Коуз пояснил: «Утверждение, что люди максимизируют полезность, ничего не говорит нам о целях, ради которых они занимаются экономической деятельностью, и не дает нам никакого представления о том, почему люди делают то, что они делают». Хотя он и не разработал более богатого описания человеческой мотивации, он определенно видел необходимость в нем.

Многие экономисты, возможно, обходят стороной вопрос о мотивации, потому что они приняли узкую модель полностью эгоистичного поведения. Это привело к определенной версии максимизации полезности, предполагающей удовлетворение собственных интересов. Часто также предполагается, что индивидуальная полезность монотонно связана с денежной стоимостью потребления или богатства.

Но этот узкий взгляд на само-ориентированную мотивацию в настоящее время расколот даже в цитадели экономики. Поведенческие экономисты указывают на доказательства систематических ошибок или предубеждений, которые противоречат некоторым стандартным моделям рациональности. Хотя все еще возможно, что агенты максимизируют свою полезность, существует огромное количество экспериментальных данных, подрывающих идею о том, что люди в целом максимизируют денежные вознаграждения. Понятие «социальных предпочтений», ориентированных на других, стало респектабельным.

Утверждения относительно максимизации полезности строго не фальсифицируемы, поскольку полезность не может быть независимо измерена или

наблюдаема. Этот момент был отмечен несколькими авторами и подробно рассмотрен в других работах. Проблема с предположением о максимизации полезности заключается не в том, что оно фальсифицируемо, а в том, что оно чрезмерно толерантно и не поддается фальсификации. Оно скорее обобщает поведенческие результаты, чем объясняет их.

Это подводит нас к вопросу о внутренней роли закона в человеческой мотивации, помимо санкций или поощрений правовой системы. В «экономике прав собственности» часто предполагается, что закон оказывает незначительное влияние на полезность или мотивацию, или не оказывает его вообще, и влияет на поведение главным образом как издержки или ограничения. Соблюдение закона - просто вопрос ожидаемых затрат и ожидаемых выгод, где не предполагается никакой выгоды от соблюдения закона как такового. Поэтому, проведя различие между двумя видами «прав», Барзель утверждает, что: «То, что индивиды максимизируют (при условии их личной безопасности) - это ценность их экономических прав». Они исключают «юридические права», которые определяются как «претензии на активы, разграниченные государством». Другими словами, индивиды безразличны к «законным правам» и действуют исключительно для того, чтобы максимизировать свое пользование активами, находящимися под их контролем, независимо от того, получены ли эти активы законным или незаконным путем. Это предполагает особую форму максимизирующего поведения, при которой сам закон не имеет прямого вклада в качестве аргумента в функции предпочтения.

Барзель не утверждает, что закон не имеет значения. Он может быть основным фактором, определяющим результаты в плане контроля и использования ресурсов. Но Барзель утверждал, что закон имеет значение лишь постольку, поскольку он приводит к «тому, к чему в конечном итоге стремятся люди», а именно к пользованию ресурсами. Законопослушание не имеет внутренней ценности, и оно рассматривается просто как инструментальное «средство» для достижения этой «цели». Законопослушание не будет фигурировать в качестве аргумента в любой предполагаемой функции предпочтения. Закон - это просто инструмент.

Однако теория преступности Беккера допускает возможность получения некоторой полезности просто от соблюдения закона. В этом отношении его подход более приемлем, чем большая часть «экономики прав собственности», которая ограничивается «сравнением стоимости производства, измеряемой рынком». В то время как Беккер подчеркивал максимизацию полезности, большая часть «экономики прав собственности» рассматривала максимизацию чистой рыночной стоимости. В формулировке Беккера можно учесть возможность того, что люди получают полезность просто от соблюдения закона, независимо от других затрат или выгод.

Но и Беккер, и Коуз рассматривали закон как инструментальный инструмент, для максимизации полезности и чистой рыночной стоимости, соответственно. В отличие от Коуза, подход Беккера может иметь дело с выгодами, получаемыми только от подчинения закону. Но их общий инструментальный характер упускает из виду возможность того, что иногда закон может соблю-

даться по не инструментальным причинам, потому что это законный, справедливый или моральный образ действий. Закону можно подчиняться по причинам, отличным от пользы или удовольствия. Иногда ему следуют – даже ценой личной выгоды – потому что считают, что это правильно.

Переходя к предложениям, которые можно фальсифицировать, следует отметить, что существует множество доказательств, опровергающих стандартные взгляды «экономики прав собственности» что главным образом важна рыночная стоимость, или что люди (в рамках инструментальной интерпретации) не получают «удовольствия» от соблюдения закона как такового. Вопреки мнению Барзеля и других, факты показывают, что многие люди не максимизируют «экономические права» или «возможность наслаждаться частью собственности». Многочисленные исследования, рассмотренные в следующем разделе, свидетельствуют о том, что многим людям при прочих равных условиях безразлично соблюдение и несоблюдение закона, и они часто ценят подчинение закону как таковое.

Список использованных источников

1. Смит, А. Теория нравственных чувств / А. Смит – М.: Республика, 1997. – 352 с.
2. Коуз, Р. The problem of social cost / Journal of law and economics. – Москва: Work, 1960. – 45 с.
3. Беккер, Г. С. Экономический анализ и человеческое поведение / Г. С. Беккер. – Москва: Инфра, 1993. – 150 с.

LAW AND HUMAN MOTIVATION IN ECONOMICS: INSTRUMENTAL AND OTHER ASSESSMENTS

A.A. Muradova

*St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design,
St. Petersburg, Russia*

This article reveals the main and basic theme of the economics of property rights called «law and human motivation.» This article examines and analyzes the opinions of the main representatives of the economy about economic behavior and human motivation in the field of economics, on the basis of which conclusions are drawn.

Keywords: economics of property rights, economic aspect, motivation, economic behavior, trade, property, social preferences, economic rights

ПЕРСПЕКТИВЫ ВНЕДРЕНИЯ ЗЕЛЁНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В АВТОМОБИЛЕСТРОЕНИИ

Ю.М. Мякишева¹

*Санкт-Петербургский государственный университет
промышленных технологий и дизайна,
г. Санкт-Петербург, Россия*

В данной статье говорится о том, какую перспективу имеет внедрение зелёной технологии в автомобилестроение, какой вред планете приносят двигатели внутреннего сгорания, как можно решить проблемы с экологией, роль электромобилей и их развитие.

Ключевые слова: Автомобиль, электрокар, электромобиль, автопром, автомобилестроение, двигатель внутреннего сгорания, экология, тяговый электродвигатель, водородный двигатель, зелёная технология, автопром, альтернативный источник энергии

Автомобильный транспорт плотно обосновался в нашей жизни. В наши дни трудно представить мир без одного из главных инструментов сухопутной перевозки – автомобиля. Машины существенно облегчили жизнь человека в сферах жизнедеятельности. После появления автомобилей внутригородские и районные перевозки стали осуществляться значительно быстрее, доставка воспроизводится легче, а транспортировка проще. Тяжело сейчас представить нашу жизнь без автомобильного транспорта. Его отсутствие вызвало бы ряд проблем, например, усложнение доставки груза, медленная транспортировка людей, что особенно недопустимо в случае, если рассматривать цель транспортировки – доставка больного человека в больницу, трудное и длительное перемещение из пункта А в пункт Б.

Но как автомобили облегчили нам жизнь, так они нам и добавили одну из насущных проблем наших дней – загрязнение окружающей среды. Машина – это один самых полезных и удобных транспортных средств, но это изобретение как помогает нам, так и вредит нашей планете и нам самим:

- Большая доля автомобильных выбросов в атмосферу (от 30 % до 90 %, в зависимости от рассматриваемого региона);
- Высокое количество вредных выбросов в атмосферу: сера, свинец, твёрдые альдегиды и т.д. (только в России ежегодно автомобили выбрасывают порядка 25,5 млн. тонн ядовитых веществ)
- Нарушение экологического баланса;

¹ Научный руководитель: к.э.н., доцент Леонов С.А.

- Чрезмерный шум, которые негативно сказывается на нервную и сердечно-сосудистую систему, и т.д.

Противоречиво получается: автомобили нам приносят пользу, но и в то же время вредят. Возникает вопрос: что в таком случае можно предпринять?

Сейчас весь мир продвигает тренд на «зелёные технологии» – это такой тип технологии, который относится к чистому и экологическому производству. Эта наука ещё молода, но уже привлекает людей к защите окружающей среды. Примерами такой технологии могут служить переработка отходов, очистка водных ресурсов, воздуха, сохранение или создание альтернативных источников электроэнергии (солнечные панели, ветряки).

Зелёные технологии затрагивают и проблемы, которые вызывают транспортное средство. Для автомобилестроения экологические инновации являются наиболее важным и значительным трендом современного развития.

Мировой автопром проводит постоянную работу по устранению выбросов в атмосферу и по созданию альтернативных энергоустановок. Например, альтернативные виды топлива: спирт (этанол, метанол), простые эфиры, сложные эфиры, газообразное топливо (природный газ, сжиженный нефтяной газ, биогаз, водород), синтетические виды топлива.

Самым популярным методом перехода с ДВС (двигателей внутреннего сгорания), является создание электромобилей – автомобилей, работающих на «чистой» энергии.

В истории электрокары появились раньше двигателей внутреннего сгорания. Первый электромобиль был создан ещё в 1828 году венгерским изобретателем Аньош Йедликом, тогда эта машина представляла собой тележку, передвигающуюся на электрической энергии. Именно это событие принято считать началом создания электромобилей, развитие которых активно идёт до сих пор.

Приход электромобилей внёс ряд новых преимуществ и устранение насущных проблем, которые встречались с обычными автомобилями:

- отсутствие выбросов в атмосферу;
- низкий уровень шума;
- экономия на топливе и обслуживании транспорта.

В долгосрочной перспективе электромобили могут полностью заменить человечеству автомобили с ДВС. Многие страны уже прогнозируют преимущественный перевес в популярности у водителей наличие электрокаров в сравнении с привычным автотранспортом. Так, власти Норвегии намерены перевести автомобильный транспорт на электромобили к 2025 году, а Англия, Ирландия, Швеция, Нидерланды и Дания – к 2030 году, Китай и Япония к 2035, а власти Франции и Испании к 2040 году.

Электрокары не загрязняют атмосферу и в целом считаются экологическим видом транспорта, но частично они вредят окружающей среде. Всё дело в том, что электромобили работают на литий-ионных аккумуляторах, но энергию

они берут из электростанций, работающий на солнечных панелях, ветряках или других альтернативных источниках энергии, или из розетки через электростанцию, которая даёт гораздо больше выбросов, чем транспорт. Для решения этой проблемы автопроизводители придумали использовать воду, как источник чистой энергии. Работает это таким образом: сначала из воды «выбивают» водород воздействием тока, который можно брать от ГЭС или солнечных панелей, и уже добытым водородом питать автомобили. Энергии в 5 килограммах водорода может хватить на 600 километров. Что самое примечательное – этот водород не надо сжигать, можно просто «отрывать» от него электроны внутри топливного элемента и загонять их в провода – это и будет ток для электромотора, а после реакции с воздухом из выхлопной трубы будет капать простая вода. Из воды мы получаем энергию, а на выхлопе опять воду.

Такие сборки из топливных элементов гораздо лучше электрических батарей. Энергии помещается больше, за 5 лет не изнашивается и в мороз быстро не разряжается. По всему миру таких двигателей всего 30 000 экземпляров, а станций водородной заправки в России всего одна, а сам водород, почти весь на планете, добывается не из воды, а выжимается из природного газа, выбрасывая CO₂, но всё это лишь временно, и эта технология продолжает развиваться.

В России пока что технология с переходом машин на ТЭД слабо развита, но она не стоит на месте и продолжает развиваться как в России, так и по всему миру. В крупных городах уже не редкость встретить электромобиль.

Использование двигателей, работающих на альтернативной энергии – это большая перспектива для всего автопрома, которая естественным путём решает проблемы с экологией и выбросами в атмосферу от ДВС. Уже, возможно, в ближайшем будущем, как прогнозируют автопроизводители, электрокары вытеснят из рынка ДВС. Начало «зелёной» технологии в автомобилестроении уже положено и активно продвигается, и развивается.

Список использованных источников

1. Электромобиль – википедия //URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/ Электромобиль#Перспективы](https://ru.wikipedia.org/wiki/Электромобиль#Перспективы) (Дата обращения: 11.10.2021)
2. Перспективы и проблемы внедрения экологических инноваций в российском автомобилестроении //URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-i-problemy-vnedreniyaekologicheskikh-innovatsiy-v-rossiyskom-avtomobilestroenii/viewer> (Дата обращения: 11.10.2021)
3. Hyundai Hydrogen Mobility //URL: <https://www.hyundai.ru/news/hyundai-hydrogen-mobility-i-hydrospider-ispolzuyut-vodorod-dlya-obedineniya-ehnergeticheskoy-i-transportnoj-otraslej-v-shvejcarii> (Дата обращения: 11.10.2021)
4. Как работают водородные автомобили и когда они появятся на дорогах <https://habr.com/ru/post/450886/> (Дата обращения: 11.10.2021)

PROSPECTS FOR THE INTRODUCTION OF GREEN TECHNOLOGIES IN THE AUTOMOTIVE INDUSTRY

Y.M. Myakisheva

*St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design,
St. Petersburg, Russia*

This article talks about the prospects for the introduction of green technology in the automotive industry, what harm internal combustion engines bring to the planet, how environmental problems can be solved, the role of electric vehicles and their development.

Keywords: Automobile, electric car, electric vehicle, automotive industry, automotive industry, internal combustion engine, ecology, traction electric motor, hydrogen engine, green technology, automotive industry, alternative energy source

УДК 656.11

ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

А.А. Низамов, О.Н. Пушкарев

*Казанский государственный энергетический университет,
г. Казань, Россия*

В статье описаны виды информационных ресурсов предприятий и их функции в становлении современного предприятия. Были изучены классификации информационных ресурсов.

Ключевые слова: предприятие, информационные ресурсы, информация

Введение

В современном мире самым главным ресурсом является информация. Кто владеет информацией – владеет всем миром. Сегодня информацию: продают, «сливают», собирают и даже крадут. Это может быть любая информация, начиная от технической карты приготовления бургера в многомиллионной франшизе ресторанов, до персональных данных обычных людей.

Информационные ресурсы – все данные, являющиеся в организации объектом сбора, обработки, хранения, приема и передачи. Поскольку объемы информации, которые обрушиваются на современную организацию громадны и только увеличиваются с каждым днем, то работа с этими ресурсами приобрета-

ет критически важный характер. Для работы с информационными ресурсами организации выделяют отдельные подразделения (отделы информационных технологий, информационных систем и т.д.). В управленческой науке выделилось целое направление, занимающееся проблемами информации – информационный менеджмент или менеджмент информационных систем.

Информационные ресурсы (далее ИР): по целевому предназначению ИР делятся на:

- 1) личные;
- 2) корпоративные;
- 3) средства массовой информации (СМИ);
- 4) ИР бизнеса;
- 5) образовательные;
- 6) политические;
- 7) учреждений и организаций;
- 8) сервиса и услуг;
- 9) доски объявлений;
- 10) ИР культуры;
- 11) чаты;
- 12) хранилища программного обеспечения;
- 13) спортивные;
- 14) развлекательные;
- 15) изображений и фотографий.

По виду носителя:

- 1) твердая копия;
- 2) на машиночитаемых носителях;
- 3) представляемые каналом связи.

По способу представления электронные ИР разделяют на:

- 1) Базы данных;
- 2) Web-страницы;
- 3) Файловые серверы;
- 4) Телеконференции.

По способу организации хранения и использования:

- 1) документы на традиционных носителях (книги, газеты, журналы);
- 2) массив документов;
- 3) фонд документов;

Источники информационных ресурсов.

Любое предприятие существует в некоторой внешней среде. Это же предприятие порождает свою внутреннюю среду. Внутренняя среда формируется совокупностью структурных подразделений предприятия и работающих там людей технологическими, социальными, экономическими и другими отношениями между ними.

В зависимости от среды возникновения различают внутреннюю и внешнюю информацию и, соответственно, внутренние и внешние ИР предприятия (рис. 1).

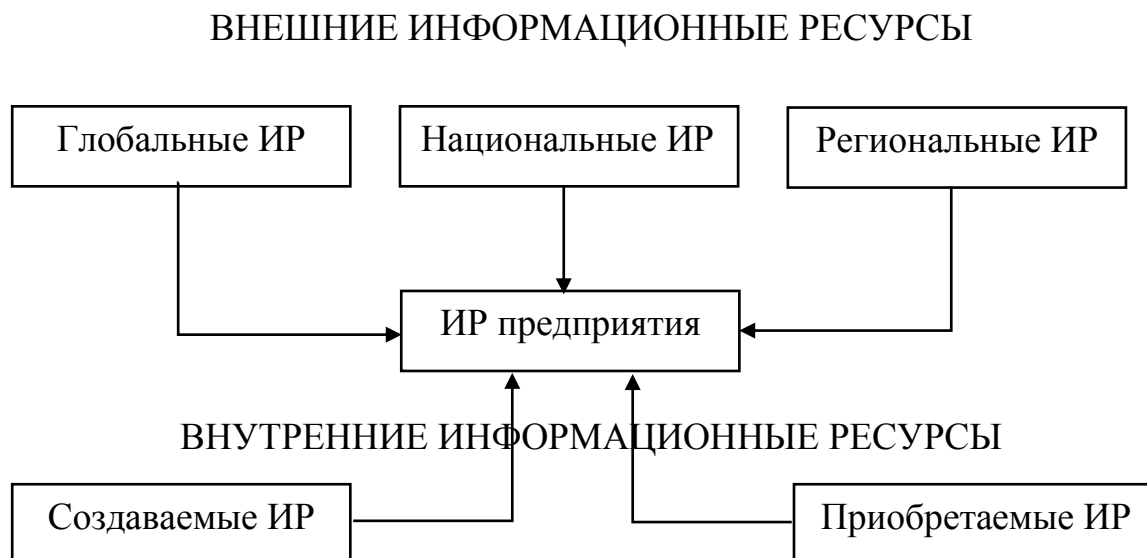


Рисунок 1 – Совокупность информационных ресурсов предприятия

Внутренние источники информации:

- 1) статистика;
- 2) данные о затратах;
- 3) прочие данные.

Внешние источники информации:

- 1) публикации национальных и международных официальных организаций, публикации государственных органов, министерств, муниципальных комитетов и организаций;
- 2) публикации торгово-промышленных палат и объединений;
- 3) ежегодники статистической информации;
- 4) отчеты и издания отраслевых фирм и совместных предприятий, книги, сообщения в журналах и газетах;
- 5) публикации учебных, научно-исследовательских, проектных институтов и общественно-научных организаций, симпозиумов, конгрессов, конференций.

Функции информационных ресурсов:

- Обучающая (педагогическая) – ресурсы используют в целях образования и самообразования;
- Креативная (творческая) – ресурсы способствуют развитию творческого потенциала и мышления;

- Научная – ресурсы способствуют развитию науки и появлению нового научного знания;
- Инновационная (стимулирующая) – ресурсы способствуют появлению новых видов деятельности, обеспечивают становление и развитие бизнеса, обновление технологий, сфер экономики.

Вывод.

Современное предприятие не может обойтись без информационных ресурсов, так как сегодня в условиях рыночной экономики информация выступает как один из основных товаров. Коммерческий успех предпринимательской деятельности организации связан с различными информационными системами. И будущее стоит за теми предприятиями, у которых есть профессиональные кадры в области работы с информацией.

Список использованных источников

1. Колесник, А.П. Компьютерные системы в управлении финансами.
2. Шуремов, Е.Л. Информационные ресурсы: классификация, источники, поставщики. Коротко о главном.
3. Григорьева, Д.Р. Безопасность информационных ресурсов предприятия / Д.Р. Григорьева, С.Г. Чибугаева. – Текст : непосредственный // Молодой ученый. – 2015. – № 12 (92). – С. 32-33. – URL: <https://moluch.ru/archive/92/20274/> (дата обращения: 26.12.2021).
4. Петров, И.Е. Лекция «Информационные ресурсы предприятия» / [Электронный ресурс] URL: <https://present5.com/lekciya-5-informacionnye-resursy-predpriyatiya-k-t-n/>

INFORMATION RESOURCES OF THE ENTERPRISE

A.A. Nizamov, O.N. Pushkarev

*Kazan State Power Engineering University,
Kazan, Russia*

The article describes the types of information resources of enterprises and their functions in the formation of a modern enterprise. Classifications of information resources were studied.

Keywords: enterprise, information resources, information

ПУТИ ФОРМИРОВАНИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ СИСТЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ТРУДА НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Д.О. Никитенко, С.И. Пентегов

*Академия ФСИН России,
г. Рязань, Россия*

В статье проанализированы особенности организации труда на предприятии. Раскрыты понятия, относящиеся к трудовой политике. Рассмотрены современные методы повышения эффективности организации труда в современной производственной компании. В статье представлены предложения по улучшению и модернизации политики труда, с целью соответствия актуальным мировым стандартам.

Ключевые слова: организация труда, трудовая политика, теневая экономика, бизнес, анализ, микроэкономика

Одним из пяти составляющих частей организации трудовой деятельности предприятия, является грамотная и эффективная политика организации труда. Организация труда – это, определенный порядок осуществления трудового процесса, который складывается из производственного взаимодействия людей со средствами производства и друг с другом и обеспечивается созданием необходимых условий труда.

Данный процесс предполагает определенный порядок построения и последовательность осуществления работником действий, возложенных на него в ходе трудовой деятельности [1]. Организация труда является неотъемлемой частью экономики труда, которая играет важную роль в деятельности компании.

Эффективная организация труда на сегодняшний день играет важную роль в бизнесе и помогает добиться наилучшего результата деятельности организации, не менее чем иные факторы производства, такие как, материально-техническое обеспечение или благоприятная конкурентная среда.

Еще более значительную роль организация труда играет на предприятии, которое совмещает несколько видов деятельности. Рассмотрим на примере ООО «АТП».

ООО «АТП» – организация, осуществляющая производство изделий из фанеры, POS-материалов, торгового оборудования для магазинов канцтоваров. Также Общество обладает собственным парком грузовых автомобилей, с целью самостоятельного доставления произведенных товаров до покупателей.

На Рисунке 1 рассмотрены основные финансовые показатели деятельности ООО «АТП» за 2017-2020 г.г., которые разделяются на выручку, актив и прибыль/убыток.

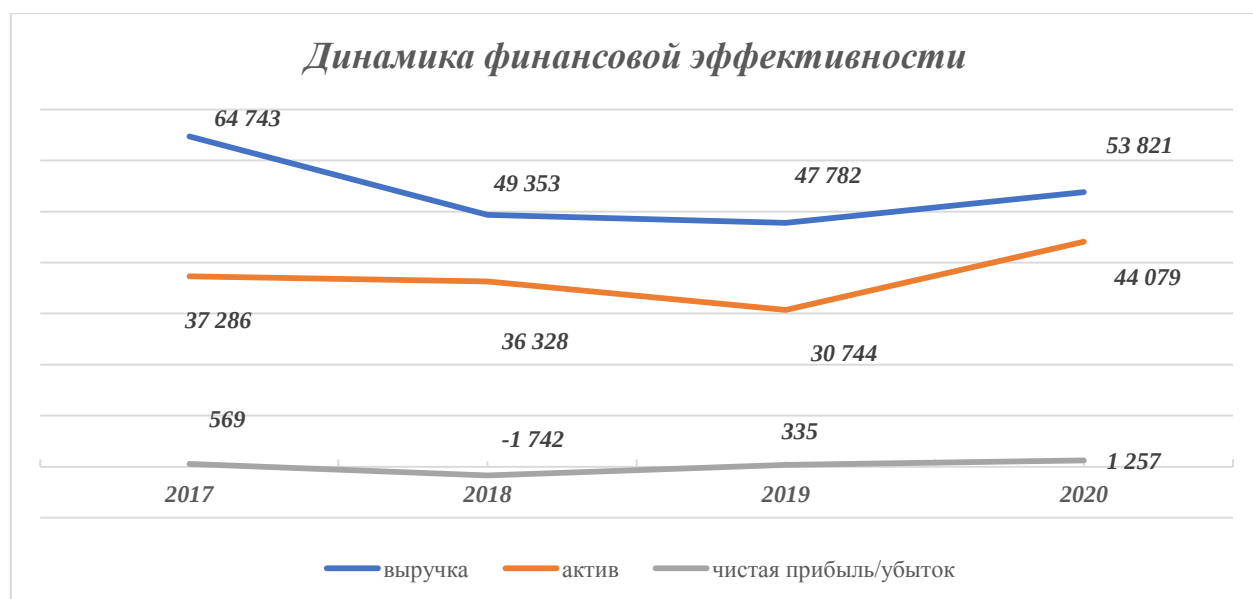


Рисунок 1 – Основные показатели эффективности ООО «АТП»
за период 2017-2020 г.г., тыс. руб.

Исходя из данных, представленных на Рисунке 1 следует, что показатели выручки прямо пропорционально зависят от состояния актива. Так в 2019 году мы наблюдаем снижение актива, что приводит к падению выручки, однако в данном периоде прибыль имела тенденцию роста, совокупность данных факторов свидетельствует о том, что Общество в отчетный период проводило оптимизацию своих активов, что и привело к снижению расходов на их содержание и поспособствовало увеличению прибыли. По итогу 2020 года установлен рост всех анализируемых показателей, что свидетельствует об увеличении эффективности производства на предприятии, однако уровень выручки 2017 года все еще не достигнут. В наращивании объемов производства и улучшении финансовых показателей будет способствовать введение более эффективной организации труда в компании.

Далее рассмотрим трудовую политику ООО «АТП», основные показатели которой представлены в Таблице 1.

Таблица 1 – Основные показатели трудовой политики ООО «АТП» за период 2017 – 2020 г.г.

Показатели	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.
Среднесписочная численность	33 чел.	28 чел.	25 чел.	21 чел.
Взносы в ПФР	1 687 т.р.	1 358 т.р.	1 247 т.р.	965 т.р.
Налог на прибыль	203 т.р.	455 т.р.	233 т.р.	250 т.р.

Таким образом, из данных таблицы следует, что ООО «АТП» планомерно сокращает численность персонала на 12 человек, что позволило сократить расходы. Однако, исходя из того, что налог на прибыль (доходы – расходы) находится на этапе стагнации (за исключением 2018 года) следует, что политика оптимизации трудовых ресурсов недостаточно эффективна.

На основании вышеизложенного и с целью эффективной организации производства на предприятии ООО «АТП» предлагается применение следующих современных методов повышения эффективности бизнеса.

С целью оптимизации организации труда предлагается разделить деятельность предприятия по принципу отраслевой принадлежности. Для повышения качественного менеджмента, от которого зависит прибыль организации, необходимо отдельно осуществления деятельности по производству промышленных товаров и их продаже. Логистическую и транспортную деятельность предлагается перевести на аутсорсинг, что способствует сокращению расходов на персонал (заработная плата, медицинское обслуживание, корпоративные расходы, социальное обеспечение), средняя заработная плата водителя Общества равна 70 тыс. руб. в месяц, и на содержание и обслуживание транспортных средств, так налог на транспорт в 2020 году у ООО «АТП» составляет 438 тыс. руб., что является 35 % от прибыли за отчетный год.

Кроме того, для улучшения качества организации труда и улучшения психологической атмосферы в коллективе предлагается введения ряда мер мотивационного стимулирования, таких как проведение праздничных корпоративов, организация досуговых мест (так как персонал работает на одном объекте/офисе), проведение семинаров по повышению квалификации, внедрения современных программных решений в работу менеджмента и отдела продаж, посещение и/или участие в выставках, экспо, слетов по тематике производства и т.д.

Также для сотрудников необходимо введение современной нетарифной бальной системы оплаты труда, которая определяет вклад, вносимый каждым сотрудником отдельно и в разрезе отдела. Данный способ зарекомендовал себя, как наиболее эффективный предприятиях, как на Западе, так и в Российской Федерации.

Таким образом, с целью повышения эффективности организации труда на ООО «АТП» необходимо создание современных благоприятных условий труда, введение передовых мер нематериального стимулирования.

Список использованных источников

1. Иванов, И.Н. Организация труда на промышленных предприятиях: учебник для среднего профессионального образования / И.Н. Иванов, А.М. Беляев. – Москва: Изд. Юрайт, 2019. – 305 с.

2. Лаптев, А.М. Роль нормирования в эффективной организации труда / А.М. Лаптев, М.А. Захарова, // Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова. – 2020. – Т.20.№13. – С. 57-60.

3. Экономика и социология труда: Учебник / Под ред. А.Я. Кибанова. – Москва: ИНФРА-М, 2019. – 584 с.

4. Управление персоналом организации. Учебник / Под ред. А.Я. Кибанова. – Москва: Издательский Дом ИНФРА-М, 2020. – 320 с.

5. Управление персоналом организации. Учебник / Под ред. А.Я. Кибанова. – Москва: Издательский Дом ИНФРА-М, 2018. – 320 с.

WAYS OF FORMING AN EFFECTIVE LABOR ORGANIZATION SYSTEM AT AN INDUSTRIAL ENTERPRISE

D.O. Nikitenko, S.I. Pentegov

*Academy of the Federal Penitentiary Service of Russia,
Ryazan, Russia*

The article analyzes the features of the implementation of labor organization at the enterprise. The concepts related to the labor policy of the company are disclosed. Modern methods of increasing the efficiency of labor organization in a modern production company are considered. In the article, a proposal was made to improve and modernize the labor policy in order to comply with current international standards.

Keywords: labor organization, labor policy, shadow economy, business, analysis, microeconomics

УДК 65.014.1

ФОРМИРОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНЫХ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ СТРУКТУР УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Е.В. Никитина, Е. А. Ехлакова, В.Н. Макришин*

*Казанский Государственный Энергетический Университет,
г.Казань, Россия*

**Казанский (Приволжский) федеральный университет
г. Казань, Россия*

В данной статье рассмотрены актуальные для нашего времени основные подходы и методы разработки организационной структуры на российских предприятиях. Были описаны главные критерии эффективной оргструктуры и

предложены конкретные действия для организационных преобразований на основе существующего международного опыта и наблюдений менеджеров. Сделаны выводы о значимости процесса реформирования и создания правильной организационной структуры в своем предприятии.

Ключевые слова: организационная структура, управление, эффективность предприятия, проблемы предприятий, решение проблем

Для большинства руководителей проблема повышения эффективности управления организацией на данный момент, а главное в современных рыночных условиях, является актуальной задачей, которую необходимо досконально глубоко изучить для нахождения правильного ответа. Большую значимость это решение несет во время следующих изменений на рынке: изменение спроса потребителей на товары, усиление конкуренции или появление новых игроков на рынке. В данном случае, анализа сложившейся ситуации не хватит для решения проблемы, здесь необходима переоценка и анализ стратегий и критериев организации.

При этом стоит помнить о том, что у любой действующей организации уже существует своя организационная структура, возможно не эффективная на все сто процентов, но в которой определены функции и разделены ответственность и обязанности. Из этого выходит, что, любые изменения такого вида должны представлять значительную полезность в финале преобразования. Данный этап, по своей сути, должен проходить равномерно, без резких переходов, то есть этот этап не должен быть тяжелым для организации в своем исполнении [1].

В дополнение вышесказанному, хочется отметить, что у большого количества организаций наблюдаются постоянные «эволюционные» организационные преобразования, которые начинаются, например, с разработки и формирования дополнительных направлений деятельности организации, изменений в системе клиентского сервиса и обратной связи, инициатив службы кадров или руководителя отдела развития организации. Когда руководитель или собственник организации принимает решение о «революционных» преобразованиях, то чаще всего количество вопросов, появившихся в связи с этим решением, превышает количество ответов.

Для формирования организационной структуры предприятия нам необходимо понять, что из себя представляет оргструктура. Организационная структура управления – это совокупность разных звеньев во взаимной связи и подчиненности друг другу. Она выполняет разные задачи по управлению организацией и характеризуется главным элементом системы управления [2].

Следующим шагом в формировании оргструктуры является правильное понимание его основных признаков и критериев. Руководителю организации необходимо понимать, что аппарат управления обязан быть оперативным. Здесь имеется виду то, что все возложенные на оргструктуру функции должны выполняться в срок и по всем требованиям. Второй критерий – это надежность, то

есть должна полностью обеспечиваться полная информация состояния производства в конкретный момент времени с результатами принятых решений. Третий – оптимальность, он отвечает за то, что поиск лучших альтернатив в технико-технологической, организационно-экономической, социальной и экологической областях гарантирован. А данная гарантия лучшими решениями обеспечивается многокритериальной проработкой этих решений. Последним критерием является критерий экономичности. Он представляет собой качественное выполнение функций и задач с наименьшими затратами [3].

Перед тем как начать формировать организационную структуру своего предприятия, руководитель предприятия должен знать, какая именно оргструктура несет в себе большую эффективность для работы предприятия.

Эффективная организационная структура любого предприятия должна соответствовать своим содержанием большинству признакам, которые описаны ниже:

1. Соответствие типа оргструктуры со стратегическими целями предприятия;
2. Совершенствование внешних и внутренних связей;
3. Уменьшение производственных задач, то есть одна организационная единица должна выполнять как можно больше функций;
4. Соблюдение баланса норм управляемости. У одного руководителя в подчинении должно находиться 5-9 человек;
5. Обеспечение взаимодействия центров ответственности и принятия решения;
6. Тип организационной структуры должен соответствовать программе мотивации;
7. Учет внешней и внутренней сред организации и т.д.

Зная всю необходимую информацию о формировании организационной структуры, мы можем начать реализацию более подходящие для нашего предприятия варианты оргструктуры.

Первоначально, организационные структуры предприятий формируются на основании данных методов:

1. Соблюдение принципов, заложенных в бизнес-модель, например: Какие рынки охватывает организация? В каких пределах цепочки создания стоимости участвует компания?

Данные направляющие вопросы относятся к разработанной стратегии или к стратегическому видению руководства.

2. Создание оргструктуры или отдельных ее частей под определенных руководителей. Возможны случаи того, что организационные структуры создаются и подстраиваются под качества руководителей, но это несет за собой большие последствия, одна из которых потеря эффективности и оптимальности оргструктуры.

3. Копирование отраслевых лидеров. Данный метод используют также при улучшении существующей оргструктуры. Руководители доверяют дальновидности лидеров конкретной отрасли в корпоративном управлении.

Важное, что надо помнить перед началом работы по формировании оргструктуры, это то, что организационная структура – это не множество квадратов, соединенных друг с другом линиями, это сложная и большая система взаимодействия каждого подразделения, наделенная большим количеством функций, которые она должна своевременно выполнять.

Подводя итог всего вышесказанного, хочется сказать, что реорганизация предприятия или совершенствование существующей организационной структуры – это сложная задача для каждого руководителя любой организации. Поэтому, очень важно отнестись к этой работе с полной ответственностью и тогда, в конечном итоге, можно получить эффективную деятельность своего предприятия.

Список использованных источников

1. Балашов, А.П. Теория менеджмента: учеб. пособие. – Москва, 2019 – 315 с.
2. Бурко, Р. А., Соколкова, В. Д. Выбор и обоснование организационной структуры предприятия // Молодой ученый. – 2019. – №7. – С. 313-315.
3. Янковская, В.В. Планирование на предприятии. Учебник. Москва. ИНФРА-М, 2019. – 424 с.

METHODS FOR EVALUATING THE PERSONNEL PERSONNEL OF IP GAPTELKHA KOV R.N.

E.V. Nikitina, E. A. Ekhlakova, B.N. Makrishin*

Kazan State Power Engineering University,
Kazan, Russia

**Kazan (Volga Region) Federal University
Kazan, Russia*

This article discusses the main approaches and methods for developing an organizational structure at Russian enterprises that are relevant to our time. The main criteria for an effective organizational structure were described and specific actions for organizational change were proposed based on existing international experience and observations of managers. Conclusions are drawn about the importance of the reform process and the creation of the correct organizational structure in your enterprise.

Key words: organizational structure, management, enterprise efficiency, enterprise problems, problem solving

ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА ДОХОДЫ ИНДУСТРИИ ВИДЕОИГР

А.А. Орищенко¹

*Санкт-Петербургский государственный университет
промышленных технологий и дизайна,
г. Санкт-Петербург, Россия*

Данная статья посвящена анализу информации о влиянии мер самоизоляции и удалённой работы, в период пандемии COVID-19, на доходы видеоигровой индустрии в этот период.

Ключевые слова: игровая индустрия, видеоигры, доход, пандемия COVID-19

Пандемия COVID-19 нарушила устоявшееся функционирование общества. В 2020 году людям пришлось изолироваться в домах, что лишило их привычных развлечений и подтолкнуло к поиску доступных вариантов. Подходящим выходом из этой ситуации стала индустрия видеоигр. Согласно данным компании SuperData более половины населения США (около 55 %) выбрали такой вид развлечений, во время первой фазы карантина COVID-19.

В связи с отменами всех массовых мероприятий, игры стали не только способом провести время с друзьями, но и стали единственными центрами сбора социально удалённых людей. Так, например, в видеоиграх Fortnite и Roblox были организованы первые в мире цифровые концерты крупных музыкальных деятелей. Бесплатный концерт Трэвиса Скотта, проведённый в видеоигре Fortnite, посмотрело, в прямом эфире, около 45 миллионов пользователей (концерт состоял из пяти выступлений). Концерт Lil Nas X, проведённый в Roblox, посетило более 33 миллионов человек.

Согласно отчёту SuperData, исследовавшей рынок видеоигр, игровая индустрия выросла на 12 %, по сравнению с 2019 годом. Доходы рынка составили около 139,9 миллиардов долларов в 2020 году, в 2019 – 120,1 миллиард. Игры Honor of Kings и Peacekeeper Elite принесли своим разработчикам более 2 миллиардов долларов каждая.

Выручка с премиальных игр выросла на 28 %, опередив рост рынка бесплатных игр. На долю Северной Америки и Европы приходилось 84 % всех доходов от премиальных игр. Бесплатные игры приносят подавляющую часть дохода всей индустрии – 78 %. Самый прибыльный рынок – в Азиатских странах,

¹ Научный руководитель: к.э.н., доцент Леонов С.А.

на них приходится около 59 % доходов от бесплатных игр. В 2020 году рынок мобильных игр вырос на 10 %, на его долю приходится около 58 % от общего рынка видеоигр. Даже во время самоизоляции люди предпочитают использование мобильных устройств в качестве основной игровой платформы. В США процент мобильных игроков составляет 62.

По данным Sensor Tower количество загрузок мобильных игр, в первом квартале 2020 года, превзошло все прошлые рекорды. Количество загрузок в App Store и Google Play составило 13 миллиардов раз, что на 2 миллиарда больше, чем, например, в третьем квартале 2019 года. Загрузки App Store выросли на 35 % до 3 миллиардов, в Google Play – на 38 % до 10,3 миллиардов. Согласно данным, собранным платёжной системой QIWI, обороты платежей в пользу игровых компаний в марте 2020 года выросли на 44 % по сравнению с предыдущим годом. В апреле рост покупок составил уже 93 %, а в мае – 79 %. Так игровой рынок в России вырос на 71 %, по сравнению с тем же промежутком 2019 года. Оборот увеличился на 44 %, средний чек тоже вырос на 44 %. Большее количество оплат произошло из Красноярского края, Санкт-Петербурга и Москвы. Красноярский край показал самый динамичный рост интереса к играм: оборот платежей на игровой контент вырос в 2,5 раза. Пресс-служба федеральные интернет-провайдера «ЭР-Телеком Холдинг» (бренд Дом.ru) сообщает, что в марте – мае рост игрового трафика составил 20 – 25 %.

Во всем мире выросли доходы от VR-игр. Они увеличились на 25 % до 589 миллионов долларов. Выпуск бюджетной VR-гарнитуры Oculus Quest 2 сделало индустрию всех VR-игр доступнее для пользователей. Так же интерес привлёк выпуск продолжения знаменитой серии игр Half-Life, Valve сделали специальный выпуск игры Half-Life: Alyx для VR, чего не было раньше.

Исходя из всего вышеперечисленного, мы можем заметить, что видеоигровая индустрия стала крайне востребованным развлечением в период пандемии COVID-19. Переход на удалённую работу и самоизоляция ярко повлияли на доходы игровых компаний, увеличив их на 12 %.

Список использованных источников

1. SuperData: Games grew 12 % to \$139.9 billion in 2020 amid pandemic [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://venturebeat.com/2021/01/06/superdata-games-grew-12-to-139-9-billion-in-2020-amid-pandemic/>. – Дата доступа: 3.12.2021.

2. Играют все: как COVID-19 изменил индустрию гейминга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sber.pro/publication/igrayut-vse-kak-covid-19-izmenil-industriyu-geiminga>. – Дата доступа: 3.12.2021.

3. Компьютерные и видеоигры (мировой рынок) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.tadviser.ru/index.php>/Статья: Компьютерные _и_ видеоигры_(мировой_рынок). – Дата доступа: 3.12.2021.
4. QIWI [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://qiwi.com>. – Дата доступа: 3.12.2021.
5. Анализ QIWI: из-за COVID-19 россияне стали тратить вдвое больше на игры в последние два месяца [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://3dnews.ru/1012644/analiz-qiwi-izza-covid19-rossiyane-stali-tratit-vdvoe-bolshe-na-igri-v-poslednie-dva-mesyatsa>. – Дата доступа: 3.12.2021.
6. Sensor Tower's Q1 2020 Data Digest: Exploring COVID-19's Impact on the Global App Ecosystem [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sensortower.com/blog/q1-2020-data-digest>. – Дата доступа: 3.12.2021.
7. Национальный исследовательский университет Высшая школа экономики // индустрия компьютерных игр [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://dcenter.hse.ru/data/2020/07/27/1599127653/Индустрия %20компьютерных %20игр-2020.pdf](https://dcenter.hse.ru/data/2020/07/27/1599127653/Индустрия_%20компьютерных%20игр-2020.pdf). – Дата доступа: 3.12.2021.
8. Департамент многостороннего экономического сотрудничества минэкономразвития России // Влияние пандемии COVID-19 на креативные сектора экономики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.economy.gov.ru/material/file/9c05ace1aae8261ef8b73017ed1817a4/obzor_praktik.pdf. – Дата доступа: 3.12.2021.
9. Выручка мировой индустрии видеоигр превзошла доходы кино и спорта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.interfax.ru/world/742705>. – Дата доступа: 3.12.2021.

THE IMPACT OF THE COVID-19 PANDEMIC ON THE REVENUE OF THE VIDEO GAME INDUSTRY

A.A. Orishchenko

*St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design,
St. Petersburg, Russia*

This article is devoted to the analysis of information on the impact of self-isolation measures and remote work, during the COVID-19 pandemic, on the income of the video game industry during this period.

Key words: gaming industry, video games, revenue, COVID-19 pandemic

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

А.Д. Орлова¹

*Донской ГАУ,
п. Персиановский, Россия*

В статье рассматривается организационная культура предприятия, также с ней собраны различные классификации исследователей, то, как проявляется культура предприятия и что нужно для её успешного функционирования.

Ключевые слова: организационная культура, компании, классификации организационной культуры, факторы

Организационная культура – это набор норм и ценностей, разделяемых всеми членами организации. Она включает в себя сложившуюся систему ценностей и убеждений, способы принятия решений, а также корпоративную культуру [1].

Соответствующий термин ввел в научный оборот в 1956 году американский социолог Толкотт Парсонс. Рассмотрим подробнее понятие организационной культуры, ее элементы и понятиям, с которыми она близко взаимодействует.

Организационная культура организации – это инструмент, с помощью которого можно переориентировать все отделы и сотрудников на общекорпоративные цели. Инструментами организационной культуры являются: используемые членами организации нормы, правила и ценности, определяющие ее поведение, психологический и социальный климат, преобладающая в компании система ценностей и поведенческих стилей.

Организационная культура предприятия призвана выполнять ряд функций: охрана, интеграция, регулирование, адаптация, ориентир, мотивация, имидж. Её основная цель – максимально продуктивная работа сотрудников и удовлетворение от проделанной работы. Человек, оказавшийся в чужой культуре, работает недостаточно эффективно, его работа ограничена и заторможена. Если их ценности соответствуют принятой организационной культуре, сотрудник чувствует себя причастным к общей цели и старается работать с полной отдачей.

На наш взгляд, в современных условиях функционирования хозяйствующих субъектов проявляются такие черты организационной культуры, как: ее уникальность, обеспечение адаптации организации к изменяющимся условиям функционирования (адаптивность) и способность управлять деятельностью ор-

¹ Научный руководитель С. Г. Сафонова

ганизации, направляя ее на достижение поставленных целей, имеют особое значение.

Организационная культура любого предприятия проявляется в таких моментах: базовых философских, социальных и моральных ценностях; в основных целях труда; в особенностях деловых взаимодействий «по вертикали» (руководитель – подчиненный) и «по горизонтали» (руководитель – руководитель, подчиненный – подчиненный); в принятых правилах ведения бизнеса; в принятых правилах поведения сотрудников; в наличии у организации определенной социально-психологической атмосферы; количества и направленности трудовых конфликтов; в неудовлетворенности / удовлетворенности работников своим трудом; в наличии перспективы роста для каждого работника и системы поощрений; в уровне стабильности – текучки персонала организации; в устойчивых традициях стимулирования и поощрения; в гендерном профиле организации.

Существует классическая классификация организационных культур Уильяма Оучи: рыночная, бюрократическая и клановая.

Типология предпринимательских культур зависит от способов получения дохода. Американские исследователи-управленцы составили следующую классификацию: 1) Культура торговли; 2) Культура сделок; 3) Административная культура; 4) Инвестиционная культура.

По мнению представителей компании Mail.ru Group, основными факторами создания успешной организационной культуры являются: максимальное доверие работникам; распределение полномочий сотрудников по конкретным задачам с их личной ответственностью; система быстрого реагирования на новые тенденции и адаптация к ним; каждый сотрудник может поделиться своей идеей организации рабочего процесса; создание открытой среды общения[4].

В 1988 г. Дж. Джонсон предложил концепцию факторов и элементов как основу типологической классификации организационной культуры. Согласно ей, основаниями, по которым можно классифицировать организационную культуру, являются: парадигма: что представляет собой организация, чем она занимается, ее миссия, ценности; система контроля: механизм выявления фактического положения дел в организации и качества выполнения процессов; организационная структура: ответственность, иерархия и общие методы ведения бизнеса; система лидерства: кто принимает решения, как далеко простирается власть и на чем она основана; символы: название компании, зарегистрированный товарный знак, логотип и т. д.; ритуалы и практики: заседания правления, общение с правлением и т.д.; легенды и мифы о людях, событиях, которые содержат информацию о культурных и нравственных ценностях, на которых основана эта организация.

Таким образом, по нашему мнению, под организационной культурой можно воспринимать динамический, интегральный социально-управленческий конструкт, который считается оригинальным и охарактеризовывает предприятие через призму его ценностей, поведенческих паттернов, методик принятия

управленческих заключений, гарантирует конкурентоспособные выдающиеся качества в длительной возможности, приспособление к условиям наружной среды и применяется как инструмент управления работой фирмы с целью реализации стратегии и выполнения целей фирмы.

В целом можно определить два типа управления: первый подчеркивает роль руководства в принятии решений, которые выполняются другими; второй основан на инициативе сотрудников и командной деятельности внутри организации. Ценность организационной культуры заключается в том, что она является мотивирующим фактором для сотрудников компании. Согласно модели Э. Шейна, организационная культура формируется в результате общего преодоления сотрудниками организации трудностей в процессах внешней адаптации и внутренней интеграции. Внешняя адаптация – это реакция организации на требования внешней среды. Трудности внешней адаптации – проблемы выживания организации на рынке, нахождения своей рыночной ниши, выстраивания взаимоотношений с деловыми партнерами, потребителями, конкурентами и т. д. В процессе внешней адаптации определяются миссия и стратегия организации, цели, способы достижения целей и исправления ошибок определяются критериями оценки деятельности персонала. Внутренняя интеграция – это формирование команды, формирование единой команды из отдельных личностей. Внутренняя интеграция имеет место в общем процессе принятия решений членами целевой организации, в достижении общих целей и в решении основных внутренних проблем. Целями управления организационной культурой являются создание рабочего климата, более подходящего для реализации стратегии компании, информирование сотрудников о том, чего от них ожидает руководство, и обеспечение развития компании.

Список использованных источников

1. Организационная культура: понятие, функции и цели URL: [https://www.gd.ru/articles/11628-organizatsionnaya-kultura#:~:text=Организационная %20культура %20организации %20– %20это,и %20сотрудников %20на %20общекорпоративные %20цели](https://www.gd.ru/articles/11628-organizatsionnaya-kultura#:~:text=Организационная%20культура%20организации%20–%20это,и%20сотрудников%20на%20общекорпоративные%20цели) (дата обращения: 18.02.2022)
2. Организационная культура как современный инструмент управления предприятием URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/organizatsionnaya-kultura-kak-sovremennyy-instrument-upravleniya-predpriyatiem> (дата обращения: 19.02.2022).
3. Организационная культура, ее роль в современных компаниях URL: <https://www.evkova.org/kursovye-raboty/organizatsionnaya-kultura-ee-rol-v-sovremennyih-kompaniyah#1.2>. %20Методика %20формирования %20организационной %20культуры (дата обращения: 19.02.2022)
4. Организационная культура: инструмент управления | by Алина Ульянова | Директория-онлайн | Medium URL: <https://medium.com/direktoria-online/alina-ulyanova-f08c36de61b5> (дата обращения: 18.02.2022)

ORGANIZATIONAL CULTURE AS AN ENTERPRISE MANAGEMENT TOOL

A.D. Orlova

*Donskoy SAU,
P. Persianovsky, Russia*

The article examines the organizational culture of the enterprise, also various classifications of researchers are collected with it, how the culture of the enterprise manifests itself and what is needed for its successful functioning.

Keywords: organizational culture, companies, classifications of organizational culture, factors

УДК 330.101

ВЛИЯНИЕ МИРОВЫХ ИНФЛЯЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ НА НАЦИОНАЛЬНЫЕ ФИНАНСОВЫЕ РЫНКИ

А.С. Павленко¹

*Санкт-Петербургский государственный университет промышленных
технологий и дизайна,
г. Санкт-Петербург, Россия*

В настоящей статье определено понятие термина инфляция, рассмотрен фактор влияния инфляционных процессов на тенденции развития финансовых рынка на современном этапе развития, а также выявлены основные негативные стороны влияния инфляционных процессов на развитие финансовых рынков.

Ключевые слова: инфляция, финансовый рынок, мировые финансы, влияние, тенденции, развитие, рост цен

Говоря о роли инфляционных процессов в мировых финансовых рынках, следует отчетливо понимать понятие термина «инфляция». Так, инфляция представляет собой процесс активного повышения цен на товары и услуги на определённых финансовых рынках [1].

В современной экономической обстановке резко возрастает фактор неопределенности и связанные с ним риски. Важнейшим из них является риск инфляции, который заключается в угрозе обесценения элементов современных финансовых рынков в результате усиления инфляционных процессов, особенно сегодня, в период активного распространения пандемии.

Следует отметить, что инфляционные риски несут особенно высокий уровень опасности в рамках прямого воздействия на финансовые результаты

¹ Научный руководитель: к.э.н., доцент Леонов С.А.

как производственных предприятий, так и непроизводственных организаций [2]: цены на производственные ресурсы на финансовых рынках имеют тенденцию к интенсивному росту, в то время как уровень цен на готовый продукт и услуги развивается менее активно, что снижает рентабельность предлагаемых рынком продуктов и услуг [3].

Также следует отметить тот факт, что ожидаемая инфляция может как положительно, так и отрицательно повлиять на финансовые рынки, в зависимости от способности инвестора хеджировать, а также в зависимости от денежно-кредитной политики правительства исследуемого государства.

Отрицательными элементами инфляционных процессов на сегодняшнем уровне развития мировых финансовых рынков можно считать [4]:

- рост общего уровня цен, влекущий за собой рост всех издержек как производственного, так и непроизводственного характера;
- обесценение капиталовложений, искажающее и затрудняющее планирование инвестиционной политики;
- искажение всего анализа по оценке платежеспособности, рентабельности, финансовой устойчивости участников финансового рынка,
- невозможности осуществления поставленной финансовым планированием политики в долгосрочной перспективе.

Тем не менее, существуют отдельные ситуации, когда влияние инфляционных процессов на мировые финансовые рынки проявляет себя как положительный фактор. В рамках позитивного влияния можно выделить следующие элементы влияния [5]:

- обесценение кредиторской задолженности и возможность более выгодного её погашения через денежные средства с заниженной покупательной способностью;
- использование финансовых инструментов, не учитывающих инфляционные изменения, для привлечения дополнительных средств.

Таким образом, когда инфляция растет, покупательная способность снижается, иными словами, на каждый доллар покупатель может приобрести меньшее количество товаров и услуг [6]. Для инвесторов, заинтересованных в покупке акций, приносящих доход, или акций, по которым выплачивают дивиденды, высокий уровень инфляции делает эти акции менее привлекательными, чем низкий, поскольку рост дивидендов, как правило, не соответствуют уровню инфляции.

Также следует отметить, что на сегодняшний день в условиях развития новой коронавирусной инфекции в мировом экономическом сообществе, влияние инфляционных процессов на финансовые рынки особенно обострилось [7].

Сегодня отмечается наиболее высокий уровень инфляции со времени крупнейших мировых кризисов. Значительный рост цен заметно снижает покупательную способность населения, повышение ключевой ставки влияет на подорожание кредитных продуктов (кредитов, автокредитов, ипотеки). Так, на рынках начинается перенасыщение благами и услугами, что в последствии может привести к обвалу национальной валюты, другими словами, усиление ин-

фляции может стать причиной сильного кризиса на государственном уровне [8].

Подводя итоги, можно сделать вывод о том, что инфляционные процессы на сегодняшний день оказывают существенное влияние на финансовые рынки, особенно если уровень инфляции в том или ином государстве, составляет более 4-5 % в год. Инфляция обесценивает все доходы и поступления денежных средств на финансовом рынке. Высокая инфляция затрудняет и уменьшает инвестиционную деятельность, ведет к потере накоплений и средств, предназначенных для расширенного воспроизводства.

Список использованных источников

1. Хачатурян, А.А., Подковырин В.А. Сущность инфляции и ее социально-экономические последствия // Актуальные вопросы обеспечения обороноспособности и безопасности государства в новых экономических условиях. – 2021. – №2. – С. 363-369.

2. Ванаева, О.Е., Кутейников Н.А. Роль инфляции в системе мировых финансов // Economy and Business. – 2016. – №2. – С. 55-58.

3. Пшеничная, В.В., Бондаренко Т.И. Анализ инфляции в экономике России // Структурная и экономическая деформация России: проблемы и перспективы. – 2021. – №5(12). – С. 255-261.

4. Гриднева, Т.М., Ковшова М.В. Актуальные аспекты влияния инфляции на финансовую устойчивость // Вестник екатерининского института. – 2019. – №1(45). – С. 25-29.

5. Голощапов, Д.Н. Глобализация финансового рынка и инфляция // Финансы и кредит. – 2009. – № 5(341). – С. 71-74.

6. Попова, В.И. Исследование инфляции как социально-экономического явления // Современная экономика: проблемы, пути решения, перспективы. – 2021. – №1. – С. 148-151.

7. Михайлова, В.В. Современные инфляционные процессы на потребительском рынке // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики в современных условиях. – 2021. – №1. – С. 132-135.

8. Пономаренко, А.А. Инфляция: сущность, первопричины и виды // Экономика и бизнес. – 2021. – №1-2 (67). – С. 67-69.

INFLUENCE OF GLOBAL INFLATION PROCESSES ON NATIONAL FINANCIAL MARKETS

A.S. Pavlenko

*St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design,
St. Petersburg, Russia*

This article, defines the concept of the term inflation, the factor of influence of inflationary processes on the trends of financial market development at the present stage of development is considered, and, moreover, the main negative aspects of the

influence of inflationary processes on the development of financial markets are identified.

Keywords: inflation, financial market, global finance, impact, trends, development, price growth

УДК 338.33

ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОЧИХ МЕСТ В ПРОЦЕССЕ ТРЕЛЕКИ ДРЕВЕСИНЫ

С.И. Пентегов, Д.С. Шилова

*Академия ФСИН России,
г. Рязань, Россия*

В данной статье предоставлены результаты исследования трелевочного процесса. Приведены способы технологического процесса - трелевки. Исследованы трелевочные средства и оборудования для достижения цели в данной операции.

Ключевые слова. Лесозаготовительное производство, трелевка, технологический процесс, трелевочный трактор, способы трелевки

Актуальность проблемы. Трелевка является важной операцией в лесозаготовительном производстве, ошибка в данной операции может привести к тяжелым последствиям.

Анализ предшествующих исследований и публикаций. «Способы и средства технологического процесса трелевки древесины» данная тема была рассмотрена В.Д.Валяжонковым, Ю.А.Добрыниным, И.И.Тихоновым.

Целью исследования является изучение технологического процесса трелевки, с помощью разбора классификаций трелевки по видам, способам и средствам.

Основное содержание: Под трелевкой понимается лесозаготовительная операция по сбору и транспортировке деревьев, стволов, очищенных от сучьев (хлыстов) и бревен от места их заготовки к погрузочным пунктам у лесовозных дорог. Как известно, благодаря трелевке достигается концентрация древесины в определенных местах у лесовозных дорог, что позволяет применить в лесу современные технические средства: автомобили и узкоколейный железнодорожный транспорт на вывозке, челюстные погрузчики на погрузке, сучкорезные машины на обрезке сучьев. Очевидно, что без трелевки все эти операции было бы очень трудно механизировать. В зависимости от принятого технологическо-

го процесса лесосечных работ древесина может трелеваться в виде деревьев, хлыстов или сортиментов.

На ее долю приходится 25-30 % трудозатрат по лесосечным работам и 10-12 % всех трудозатрат по комплексу лесозаготовительного процесса.

Возможны различные виды и способы трелевки древесины.

Основными видами трелевки являются механизированная и гужевая.

Способы трелевки:

- волоком;
- в погруженном положении;
- в полупогруженном положении;
- в подвесном положении;
- в полуподвесном положении.

По степени механизации труда и видов технических средств, используемых при указанной операции, различают:

- трелевку гужевую;
- трелевку механизированную;
- трелевку машинную;
- трелевку воздушную (технически возможна трелевка с помощью вертолетов и аэростатных систем).

При гужевой трелевке в качестве тяговой силы используются домашние животные. Для механизированной трелевки используются тракторы и канатные установки, для машинной – одно и многооперационные машины.

Различие в видах трелевочных средств вызвано значительным разнообразием производственных условий, в которых проводятся лесосечные работы.

В настоящее время основными трелевочными механизмами являются тракторы, которые выполняют более 90 % всего объема работ по трелевке леса.

Технологический процесс трелевки леса тракторами включает движение трактора на лесосеку к месту формирования пачки, формирование ее на пасеке, движение трактора с грузом и отцепку пачки на погрузочном пункте или лесном складе с последующим выравниванием комлей. На лесосеке трактор перемещается в основном по волокам.

Как известно, различают трелевку чокерную, при которой применяется ручной труд и бесчокерную, то есть полностью механизированную трелевку.

Технологическое оборудование для бесчокерной трелевки подразделяется в свою очередь на две подгруппы: для поштучного формирования пачки (гидроманипуляторы, зажимные коники, трососъемники, погрузочные рычаги, платформы) и для трелевки заранее подготовленной пачки (пачковые захваты).

В нашей стране применяются гусеничные трактора, за рубежом – колёсные. Трелевочные тракторы применяют преимущественно в равнинной местности. В соответствии с правилами техники безопасности трелевочные тракторы можно применять на горных склонах крутизной не более 25°. А зимой и в сырую погоду – не более 14°. В горных условиях на крутых склонах или

там, где применение тракторов ограничивается лесохозяйственными требованиями, применяются канатные установки различных систем.

Трелевку леса в сортиментах производят в горных условиях при применении воздушно-трелевочных и других установок. В большинстве случаев лес трелюют в полупогруженном состоянии («полуволоком»), когда один конец трелеваемой пачки погружен на трелевочный механизм, а другой конец волочит-ся по земле или снегу.

В настоящее время для трелевочных работ широко используются современные форвардеры, основными функциями которых в качестве лесотранспортных машин являются сбор, погрузка и транспортировка древесины по волокам, усам и лесовозным дорогам к местам складирования при сплошных и санитарных рубках. Применение форвардера на трелевке при сортиментной заготовке позволяет погружать манипулятором сформированные харвестером пачки лесоматериалов и доставлять их на погрузочный пункт, где производится формирование штабелей определенных сортиментов. Теоретические и практические аспекты выбора оптимальных параметров оборудования и машин, определяемых как производительностью техники, так и показателями экологических требований.

В качестве технических средств надземных подвесных способов трелевки используются мобильные и стационарные канатные установки, предназначенные для полуподвесной и подвесной трелевки в лесосеках, расположенных на горных склонах и на переувлажненных грунтах, недоступных для освоения трелевочными и агрегатными машинами. Мобильные канатные установки смонтированы на автомобильной или тракторной, технике и оборудованы лебедкой, мачтой и на некоторых из них имеется гидроманипулятор. К стационарным канатным установкам относятся многопролетные трелевочно транспортные установки. Они предназначены для полуподвесной трелевки деревьев, хлыстов и сортиментов к несущему канату и их транспортирования в подвешенном положении с крутых горных склонов к погрузочной площадке или лесовозной дороге.

Воздушное перемещение древесины воздухоплавательными и летательными аппаратами имеет высокую лесоводственно-экологическую эффективность. Однако из-за высокой себестоимости этого процесса использование этих технических средств производится только в особых случаях. Особенно это касается вертолетов, применение которых в 6-8 раз дороже обычной технологии.

Ни одна из отраслей промышленности не имеет такой зависимости от природных условий, как лесозаготовительная отрасль. Любая теоретическая и практическая задача в области организации, технологии и комплексной механизации лесосечных работ решается лишь с учетом природных особенностей. От них прежде всего зависит выбор параметров машин и механизмов и установление областей и масштабов их применения.

Трелевочные средства и способы трелевки выбираются исходя из почвенно-грунтовых условий, рельефа и крупности деревьев в насаждении. Ма-

шины и оборудование для лесозаготовительного производства подбираются в соответствии со схемой технологического процесса.

Так, мы смогли разобрать современные виды технологического процесса трелевки: наземную, надземную и воздушную. Данная классификация является следствием научного подхода применения способов преобразования и перемещения труда с помощью технических средств.

Список использованных источников

1. Виногоров, Г.К. Лесосечные работы. – Москва: Лесн. пром сть, 272 с.
2. Болдырев, В.С. Технология лесопильно-деревообрабатывающих производств: Учебное пособие / Болдырев В.С. - Воронеж:ВГЛУ им. Г.Ф. Морозова, 2016. - 313 с. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniy.com/catalog/product/858570>.
3. Бычков В.П., Заложных В. М. .Организационно-технологические основы сухопутного транспорта леса: учебник/ Бычков В.П., Бугаков В.М., Заложных В.М.; Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2018. Текст: электронный. - URL: <https://znaniy.com/read?id=372586>
4. Барташевич, А.А. Материалы деревообрабатывающих производств: учебное пособие / А.А. Барташевич, Л.В. Игнатович. – 2-е изд., стереотип. – Москва : ИНФРА-М, 2020. – 307 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). – DOI 10.12737/textbook_5d52ccf2e98bb9.81845224. - ISBN 978-5-16-107805-1. - Текст: электронный. - URL: <https://znaniy.com/catalog/product/1027237>
5. Колодий, П.В. Организация и технология лесосечных работ / Колодий П.В., Сигаев Е.П., Колодий Т.А. - Минск :РИПО, 2015. - 156 с.: ISBN 978-985-503-454-5. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znaniy.com/catalog/product/947698>
6. Журавлева, Т.М., Пентегов С.И. «Мероприятия, направленные на повышение эффективности деятельности предприятия в условиях пандемии Covid-19», XII Международная научно-практическая конференция, Сборник статей 20-21 мая 2021 г. Пенза.

WAYS OF THE TECHNOLOGICAL PROCESS OF SKIDDING WOOD

S.I. Pentegov, D.S. Shilova

*Academy of the Federal Penitentiary Service of Russia,
Ryazan, Russia*

This article presents the results of a study of the skidding process. The methods of the technological process - skidding are given. Skidding means and equipment to achieve the goal in this operation have been studied.

Keywords. Logging production, skidding, technological process, skidder, skidding methods

СУЩНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ МОЩНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

С.И. Пентегов, Е.Е. Ведерникова

*Академия права и управления
Федеральной службы исполнения наказаний,
г. Рязань, Россия*

В статье рассмотрена сущность производственной мощности предприятия, понятия и виды, характеризующие производственные мощности, задачи анализа мощностей.

Ключевые слова: производственная мощность, анализ, повышение эффективности, практическая мощность, экономическая мощность

Производственная мощность предприятия характеризуется максимальным числом количества продукции подходящего качества и разновидности, которое может быть произведено в единицу времени при полном использовании основных производственных фондов, в лучших условиях их эксплуатации.

Существует несколько понятий, характеризующих производственные мощности:

- входная – мощность на начало года, которая показывает какими производственными возможностями обладает предприятие в начале года;
- выходная – мощность на конец года, которая определена суммированием входной и вводимой мощности за вычетом выбывшей;
- проектная – предусмотренная проектом строительства, реконструкции.

Также выделяют много разновидностей производственных мощностей. Это и проектная, и плановая, и балансовая мощность. Измеряется она в единицах измерения объема продукции: тонна, штука и прочее. Использование мощности в полном размере обеспечивает выпуск большего количества товаров, снижение их себестоимости. Предприятие получает возможность быстро аккумулировать средства от реализации продукции и направить их на повторное производство, обновление оборудования.

Определение производственной мощности с узких позиций, в основе которого лежит лишь максимальная производительность средств труда, может привести к пониманию производственной мощности только как технической категории, существующей независимо от социально-экономической характеристики данной общественной формации. Технический подход к определению производственной мощности средств труда имеет определенные недостатки. Главным из них является отрыв их от производственных отношений, в условиях которых они функционируют. Следовательно, для понимания сущности и познания природы производственной мощности необходимо учитывать общественно-экономические условия, в которых используются средства труда.

По своему количественному значению показатель «производственная мощность» выступает как максимально возможная величина. Фактический выпуск продукции на участке, в цехе, на предприятии, измеренный в натуральном выражении или в любом другом измерителе, не может быть выше расчетной производственной мощности. Превышение фактическим выпуском расчетной мощности указывает на неправильность выполнения расчета показателя «производственная мощность» соответствующими подразделениями предприятия.

Экономическое представление производственной мощности – это необходимый инструмент планирования промышленного производства. Можно сказать, это потенциальная возможность валового выпуска промышленной продукции.

Важными задачами анализа производственной мощности являются:

- 1) мониторинг изменений количественных, которые характеризуют производственную мощность и использование оборудования;
- 2) мониторинг выполнения плана наращивания производственных мощностей;
- 3) обнаружение фактических факторов изменений мощностей по масштабу и по уровню использования;
- 4) обнаружение структурных изменений в мощностях, нарушений сопряженности синхронических производств, так же основного и вспомогательного производства;
- 5) обнаружение степени недоиспользования и недозагрузки мощностей и причины;
- 6) мониторинг обоснованности планового производства продукции по показателям использования производственных мощностей.

Производственные мощности можно рассматривать с различных позиций, исходя из этого, определяют теоретическую, максимальную, экономическую, практическую мощность.

Теоретическая (проектная) мощность характеризует максимально возможный выпуск продукции при идеальных условиях функционирования производства. Она определяется как предельная часовая совокупность мощностей средств труда при полном годовом календарном фонде времени работы в течение всего срока их физической службы. Этот показатель используется при обосновании новых проектов, расширения производства, других инновационных мероприятий.

Максимальная мощность – теоретически возможный выпуск продукции в течение отчетного периода при обычном составе освоенной продукции, без ограничений со стороны факторов труда и материалов, при возможности увеличения смен и рабочих дней, а также использовании только установленного оборудования, готового к работе. Данный показатель важен при определении резервов производства, объемов выпускаемой продукции и возможностей их увеличения, наращивания.

Под экономической мощностью понимают предел производства, который предприятию невыгодно превышать из-за большого роста издержек производства или каких-либо иных причин.

Практическая мощность – наивысший объем выпуска продукции, который может быть достигнут на предприятии в реальных условиях работы. В большинстве случаев практическая производственная мощность совпадает с экономической.

В отличие от проектной плановая производственная мощность действующих предприятий рассчитывается исходя из применяемых технологических процессов, наличного парка оборудования, имеющихся производственных площадей как величин уже заданных, а объем выпуска продукции по планируемой номенклатуре является искомой величиной, устанавливаемой в условиях полного использования ресурсов, имеющихся в распоряжении предприятия.

Повышение эффективности использования производственной мощности – проблема комплексная. Она охватывает не только вопросы капитальных вложений (инвестиций) и использования оборудования, но и тесно связана с вопросами организации, планирования, технической подготовки и управления производством, а также повышения заинтересованности предприятия в лучшем использовании оборудования.

Список использованных источников

1. Петрович, И.М. Производственная мощность и экономика предприятия. – Москва: Экономика, 2018. – 418 с.
2. Сатановский, Р.Л. Методы снижения производственных потерь / Р.Л. Сатановский. – Москва: Экономика, 2017. – 302 с.
3. Шишмарев, В.Ю. Машиностроительное производство: Учебник для студентов учреждений сред.проф. образования/ под ред. Т.И. Каспиной. – Москва: Издательский центр «Академия», 2018. – 352 с.

THE ESSENCE OF THE PRODUCTION CAPACITY OF THE ENTERPRISE

S.I. Pentegov, E. E. Vedernikova

*Academy of Law and Management Federal Penitentiary Service,
Ryazan, Russia*

The article considers the essence of the production capacity of the enterprise, the concepts and types that characterize production capacity, the tasks of capacity analysis.

Keywords: production capacity, analysis, efficiency improvement, practical capacity, economic power

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ НА ПРОИЗВОДСТВЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ

В.С. Потехина, О.И. Швайка

*Академия ФСИН России,
г. Рязань, Россия*

В данной статье освещены вопросы эффективности использования трудовых ресурсов. Особое внимание уделяется теоретическим особенностям изучаемого вопроса. Кроме того, рассмотрены основные подходы, определяющие эффективность использования трудовых ресурсов на предприятии. Кроме того, отмечены характеристики трудовых ресурсов.

Ключевые слова: трудовые ресурсы, экономика, производство, мировой рынок

На сегодняшний день трудовые ресурсы служат одной из ключевых составных частей производственного процесса на предприятиях, а их значение только растёт.

Рынок трудовых ресурсов наделяет рабочей силой организации, формирующие спрос на производственный и интеллектуальный труд. Многочисленные компании имеют прямую зависимость от рынка товаров и услуг, при этом формируют организацию совокупного предложения, а в качестве обратной связи получают выручку от реализации товаров и услуг.

Рассматриваемая тема достаточно актуальна и обосновать данный факт можно тем, что достаточная обеспеченность компании необходимыми трудовыми ресурсами, их эффективное применение, а также высокий уровень производительности труда оказывают огромное влияние на рост объемов продукции и качество самого производства.

Эффективное использование персонала организации является весьма важным процессом, который оказывает влияние на бесперебойность производственного процесса и качественное выполнение установленных планов.

В условиях рынка центр экономической деятельности смещается к ключевой и основополагающей части экономического модуля – организации и предприятию. Это можно объяснить тем, что в настоящее время при условиях хозяйствования выживают только те, кто наиболее грамотно и компетентно определяет все требования рынка, а также может налаживать производство продукции, которая пользуется спросом у покупателей.

Правильно выстроенная оценка хозяйственной деятельности любого предприятия устанавливает эффективное материальное поощрение, а также определить уже имеющиеся резервы.

Производственная система любой организации в период развития рыночных отношений служит неким весьма эффективным свойством обеспечения производства продукции, также ее сбыта и осуществления иных многочисленных важных функций деятельности организации. Однако важно отметить, что одна из ведущих и важных функций любой компании является управленческая. Это говорит о том, что успешное функционирование любой компании на рынке во многом определяется благодаря поставленным целям по формированию и использованию трудовых ресурсов в зависимости от нужных потребностей производственной системы организации. Кроме того, особое внимание должно быть уделено решению поставленных задач и эффективного распределения ресурсов. Стоит отметить, что в случае более загруженного плана задач, организация может применять индивидуальные методы решения. Исходя из этого понятие «трудовые ресурсы организации» необходимо рассматривать с точки зрения существенных признаков данной экономической категории [2].

В процессе перехода российской экономики в сферу рыночных отношений вопрос о трудовых отношениях вызывал необходимость о переобновлении ключевых категорий: трудовые ресурсы, рабочая сила.

Важно отметить, что термин «трудовые ресурсы» зачастую приравнивается к понятиям «трудовой потенциал», но это не совсем так. Многие авторы научных работ и ученые экономической сферы, такие как Шлендер П.Э., Кокин Ю.П. предполагают, что понятие «трудовые ресурсы» можно охарактеризовать как категорию, которая занимает некое промежуточное положение между экономическими понятиями «трудовой потенциал» и «рабочая сила». Также они подчеркивают, что трудовые ресурсы – это, по сути, вся трудоспособная часть населения. Данные трудовые ресурсы, имея физические и интеллектуальные возможности, могут заниматься производством материальных благ и оказанием различных услуг [1].

Анализируя научные работы вышеупомянутых авторов, можно увидеть, что при трактовке данных понятий между учеными возникало множество дискуссий.

Круг характера данного понятия весьма широк, и говорит о том, что является сложным и разнообразным спектром для выявления проблем взаимоотношений человека и производства, которые, как правило, возникают в процессе формирования материальных благ (в качестве субъекта труда). Возникаемые проблемы обладают нестандартным подходом к их решению, так как понятие «трудовые ресурсы» в сфере экономики служит одним из ключевых на всех предприятиях [3].

Важно отметить, что роль и значение трудовых ресурсов с каждым годом возрастает. Это может быть объяснено увеличением интереса (как в области практики, так и в теории) к данному разделу экономики.

Оно служит как основным звеном экономики, так и ключевым и основополагающим производителем материальных благ на мировом рынке.

В итоге оформляются и развиваются новые решения по вопросу формирования и применения трудовых ресурсов организации, которые в более раннем периоде не учитывались [5].

Стремительное развитие национального и мирового рынков, а также научно-технического прогресса оказывает огромное воздействие к изменению процесса производительного потребления трудовых ресурсов и проявлению новых закономерностей их организации. Данное разделение и объединение труда, а также надобность специализации работников с учетом их интересов и потенциальных возможностей. Указанные модели приводят к динамике организационных модулей, способов и методов управленческой деятельности трудовыми ресурсами, необходимости организации инновационных цифровых технологий с учетом использования услуг аутсорсинга и иных форм специализации, в которых специалисты являются трудовыми ресурсами [4].

Экономические отношения в условиях рынка ведут к коренным изменениям основных принципов деятельности и методов управления на предприятии. Оно становится активным субъектом рынка не только товаров, капитала, но и труда. Трудовые ресурсы на предприятиях, относящихся к субъектам предпринимательской деятельности выделяются в важнейший объект экономического анализа. Как отмечает Есинова Н.И., «актуализация проблемы трудовых ресурсов предприятия связана и с тем, что они могут успешно конкурировать на рынке рабочей силы, если способны создать условия для внутреннего рынка труда, как такой системы социально трудовых отношений, «которые ограничены рамками одного предприятия, внутри которых назначение цены (заработной платы) рабочей силы и ее размещение определяются административными правилами и процедурами» [6].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что применение потенциала трудовых ресурсов служит важным показателем качества предыдущих разделов его формирования и создания, то есть осуществления функции подготовки нужных профессий и специальностей части трудовых ресурсов общества, а также овладения кадрами необходимыми знаниями и навыками для выполнения определенного вида труда.

Список использованных источников

1. Конституция Российской Федерации [Электронный ресурс] от 31.07.1998 №146-ФЗ (ред. от 19.02.2018) // Режим доступа: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 20.02.2022).

2. Балашова, Д.В. Конкурентные преимущества предприятия в современных условиях / Д.В. Балашова // Современное состояние и перспективы развития науки и образования: Сборник научных трудов по материалам XX Международной научно-практической конференции, Анапа, 06 марта 2021 года. – Анапа: Общество с ограниченной ответственностью «Научно-

исследовательский центр экономических и социальных процессов» в Южном Федеральном округе, 2021. – С. 46-51.

3. Стрельцова, А.А. Оценка эффективности использования трудовых ресурсов на предприятиях в современных условиях / А. А. Стрельцова // Научное пространство: актуальные вопросы, достижения и инновации: Сборник научных трудов по материалам XXVIII Международной научно-практической конференции, Анапа, 19 марта 2021 года. – Анапа: Общество с ограниченной ответственностью «Научно-исследовательский центр экономических и социальных процессов» в Южном Федеральном округе, 2021. – С. 49-54.

4. Стрельцова, А.А. Трудовые ресурсы и перспективы их использования в современных условиях / А.А. Стрельцова // Молодежь и наука: шаг к успеху: Сборник научных статей 5-й Всероссийской научной конференции перспективных разработок молодых ученых. В 4-х томах, Курск, 22–23 марта 2021 года / Отв. редактор М.С. Разумов. – Курск: Юго-Западный государственный университет, 2021. – С. 324-327.

5. Швайка, О.И. Диагностика и повышение сплоченности коллектива организации / О.И. Швайка // Актуальные проблемы современной науки и производства: Материалы VI Всероссийской научно-технической конференции, Рязань, 27–29 ноября 2021 года. – Рязань: Индивидуальный предприниматель Конахин Александр Викторович, 2021. – С. 397-403.

6. Швайка, О.И. Инновационное развитие персонала в России: проблемы и перспективы / О.И. Швайка, Ю.А. Будорагин, А.И. Грызов // Экономика и право: теоретические и практические проблемы современности: материалы международной научно-практической конференции, Казань, 03 марта 2016 года / Негосударственное образовательное учреждение высшего образования «Московская академия экономики и права», Рязанский филиал. – Казань: Общество с ограниченной ответственностью «Бук», 2016. – С. 283-286.

EFFICIENCY OF USE LABOR RESOURCES AT A MANUFACTURING ENTERPRISE

V.S. Potehina, O.I. Shvayka

*Academy of the FPS of Russia,
Ryazan, Russia*

This article highlights the issues of the efficiency of the use of labor resources. Special attention is paid to the theoretical features of the issue under study. In addition, the main approaches determining the efficiency of the use of labor resources at the enterprise are considered. In addition, the characteristics of labor resources are noted.

Keywords: labor resources, economy, production, world market

СПОСОБЫ РАЗРЕШЕНИЯ КОНФЛИКТОВ НА ПРЕДПРИЯТИИ

В.А. Пущина, С.Г. Сафонова, Е.А. Бреусова

*Донской государственный аграрный университет
Пос. Персиановский, Россия
Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал)
в г. Шахты, ДГТУ, г. Шахты, Россия*

От эффективности управления конфликтом зависит стабильность в деятельности организации. Задачей статьи является раскрыть уровни и этапы конфликтов, а также способы их решения. В статье были рассмотрены и исследованы виды конфликты, и причины их возникновения. Представлены способы разрешения конфликтов.

Ключевые слова: конфликт, взаимодействие, этапы конфликтов, разрешение конфликтов.

Конфликт – наиболее острый, категоричный, эмоциональный способ разрешения противоречий в интересах, целях, взглядах, возникающих в процессе социального взаимодействия, заключающийся в противодействии участников этого взаимодействия, и обычно сопровождающийся негативными эмоциями, выходящими за рамки правил и норм. Конфликты являются движущей силой развития при их мирном, конструктивном решении.

Существует 5 уровней конфликтов:

1. Внутри личности, когда происходит противоречия между «хочу» и «надо»;
2. Межличностный, на социальной и эмоциональной почве человека;
3. Внутри группы;
4. Между группами;
5. Внутри организациями.

К основным элементам конфликтов относится объект или уже непосредственно саму причину возникновения. Стоит отметить, что обычно она появляется ранее самого конфликта и является противоречием, которое побуждает противоборство между сторонами конфликта. В конфликте стороны называются оппонентами [1, с.101].

Оппонентами являются участники конфликта, которые и соперничают между собой в его рамках[1, с. 103]. Часто они оказывают разное влияние на исход конфликта. Как правило одна из сторон - начальство, а другая - подчиненные.

Под инцидентом понимается самое действие, которое влияет на конфликт и провоцирует его возникновение. Конфликт уже после данного следствия принимает открытую форму. Часто между объектом и инцидентом нет ничего схожего [2, с. 45].

Предмет конфликта – является внутренней причиной конфликта.

Рассмотрим конфликт на простом примере. В данном примере сотрудники отдела компании являются и руководство участники конфликта (оппоненты).

Оппоненты – сотрудники какого-либо отдела компании с одной стороны и руководство этого отдела с другой. Под объектом конфликта в данной ситуации является недовольство коллектива стилем управления начальства. Данная проблема образовалась за долгое время. Однако до инцидента руководство может и не знать о сложившейся проблеме. Под инцидентом может пониматься любая случайность возникшая между работником и начальником [4, с.115].

Для того, чтобы предотвратить конфликт необходимо руководству организовывать специальные мероприятия.

Стоит отметить, что на руководителя возлагается функция создания комфортной рабочей атмосферы в коллективе. В связи с этим руководитель за короткий срок должен устранить и решить сложившуюся конфликтную ситуацию [3, с.132]. Поэтому руководитель должен обладать управленческими и лидерскими навыками.

При уже существующем конфликте необходимо выполнить следующие пункты:

1. Оценить масштабы спорной ситуации.
2. Выяснить длительность спора.
3. Оценить к какому типу относится ситуация.
4. Сделать объективный анализ на основе претензий с каждой стороны.
5. Провести анализ личностей, которые участвуют в конфликте.

После того как получили необходимую информацию, нужно разработать план для разрешения спорной ситуации и подобрать верный способ действий. Также К. Томас сформулировал еще некоторые способы, которые подходят для работы с персоналом:

- Реорганизация. При этом способе необходимо внести полные изменения.
- Информирование. Навязывание персоналу мирное решение конфликта;
- Модифицирование. Осуществление изменения спора в мирные переговоры;
- Исключение. Является крайней мерой и осуществляется путем разделения конфликтующих сторон;
- Отвлечение. Перемещение внимания на какие-то иные проблемы;
- Игнорирование [4 с.122] .

Также стоит и отметить ошибки при решении конфликтной ситуации, которые усугубляют конфликт :

1. Остановить конфликт без обнаружения истинной причины его возникновения;
2. Уход от самой причины конфликта – замораживание конфликта;
3. Поздно был обнаружен конфликт, для применения попытке его решения;
4. Отсутствие в организации совместных коллективных мероприятий для сближения работников и вместе с тем лучшего понимания рабочей атмосферы.

Разрешение конфликта является завершающей стадией. Также существует послеконфликтный период, когда происходит осмысление своего поведения.

Конфликты могут положительно оказывать влияние на развитие человека, например как : способствует раскрытию потенциала и открывает возможные варианты для улучшения каких-либо навыков.

Также конфликты влияют на сплоченность коллектива при продуктивном его разрешении и достижения определенных целей и носят конструктивный характер.

Деструктивные конфликты, носят отрицательный характер для организации и для общества в целом, которые приводят к разрушению. Проявляются негативные аспекты, в связи с чем атмосфера в обществе и в коллективе разрушается.

Поэтому стоит грамотно разрешать конфликты в организациях извлекая из него только положительный характер.

Таким образом, конфликт является сложным многостадийным процессом, взаимодействия людей между друг с другом, с разными целями и мнениями.

Список использованных источников

1. Винокур, М.Е. Организация производства и менеджмент. Учебно-методический комплекс. – Москва: Проспект. 2020. – 168 с.

2. Зуб, А.Т. Теория менеджмента. Учебник для бакалавров. – Москва: Питер. 2020. – 672 с.

3. Коргова, М.А. Менеджмент. Управление организацией. – Москва: Юрайт. 2019. – 198 с.

4. Социальная психология для менеджера-инноватора Учебно-методическое пособие для преподавателей семинаров и слушателей программы «Социальная психология» М.В. Красностанова, Е.В. Маслов, Е.В. Жереновская, А.А. Якушина. – Москва: Экономический факультет МГУ имени М.В. Ломоносова, 2021. – 227 с. ISBN 978-5-906932-75-4

WAYS TO RESOLVE CONFLICTS IN THE ENTERPRISE

V.A. Pushchina, S.G. Safonova, E.A. Breusova

*Don State Agrarian University
Pos. Persianovsky, Russia
Institute of Service and Entrepreneurship (branch) in Shakhty, DSTU,
Shakhty, Russia, Russia*

Stability in the organization's activities depends on the effectiveness of conflict management. The objective of the article is to reveal the levels and stages of conflicts, as well as ways to resolve them. The article examined and investigated the types of conflicts, and the causes of their occurrence. Methods for resolving conflicts are presented.

Key words: conflict, interaction, stages of conflicts, conflict resolution.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РИСОВОДСТВЕ

А.С. Пылаев

*Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина
, г. Краснодар, Россия*

В статье рассмотрен анализ производства риса и определена важность отрасли рисоводства для экономики России и Краснодарского края. Определены направления инновационной деятельности, которые будут способствовать повышению эффективности отрасли рисоводства.

Ключевые слова: сельское хозяйство, рисоводство, эффективность, инновационная деятельность, инновации, фотосепарация

Краснодарский край в течение многих лет занимает лидирующие позиции по развитию агропромышленного комплекса по сравнению с другими регионами России [2]. Благоприятные климатические условия и государственная поддержка способствуют активному развитию сельскохозяйственной сферы. В связи с данными условиями возрастает интерес инвесторов к приобретению объектов агробизнеса: рисоводческих хозяйств, агрофирм, агрокомплексов, растениеводческих сельскохозяйственных предприятий, колхозов, земли сельскохозяйственного назначения [4].

В общероссийском объеме производства риса кубанский продукт занимает долю около 80 %. Кубанский рис – самый конкурентоспособный в мире за счет экологичности, регион экспортирует агрокультуру в 25 странах мира. В 2020 году валовый сбор риса составил 900 тыс. тонн, средняя урожайность – 70,9 ц с га.

Спрос на рис за последние 2-3 года увеличился не только в связи с санкциями, введенными против РФ, но и в результате распространения COVID-19. По мнению экспертов, согласно проведенным исследованиям и опросам, потребности населения в рисовой крупе не будут уменьшаться, так как расширяется ассортимент продукции, основным сырьем для которой является рисовая крупа. Например, в настоящее время пользуются популярностью нешлифованный рис, рисовая мука, отруби, которые применяются в хлебопечении, производстве кондитерских изделий, а также популярных повседневных блюдах. Сфера общественного питания в настоящее время находится на подъеме в связи с ценовой доступностью. В настоящее время наблюдается высокая насыщенность рынка риса, которая сформировалась за счет роста внутреннего производства и сокращения экспорта.

Еще одним преимуществом этой культуры является возможность ее длительного хранения. Это главным образом влияет на доступность риса при отправке на экспорт при взаимодействии со странами-партнерами. Основной задачей аграриев всего мира является повышение урожайности риса.

Важную поддержку рисоводческой отрасли оказывает государство, но объемы этой поддержки невелики и явно недостаточны, поскольку наиболее затратным видом сельхозпроизводства является рисоводство. На Кубани выплаты за счет государственного и регионального бюджетов на производство риса осуществляется в виде компенсации части затрат на оплату услуг по подаче и отводу воды (149 млн. руб. выделено в 2017 г., 200 млн. руб. – в 2018 г.). Важным является субсидирование приобретения элитных семян риса (7,6 млн. руб. в 2017 году и 15,0 млн. руб. в 2018 г.).

В связи с санкционными мерами в настоящее время на экспорт идет около 180-220 тыс. тонн риса в год, следует уточнить, что около 80 % – это крупа, а не сырец. Наибольшей популярностью отечественный рис пользуется у потребителей Бельгии, Монголии, Турции и стран ближнего зарубежья. Наращивание экспортного потенциала в рисовой отрасли является вполне реализуемой задачей.

За последние годы наблюдаются следующие тенденции в рисоводстве. Только за период с 2019 по 2020 гг. площади возделывания риса увеличились почти на 2 %. В свою очередь, это повлекло рост валового сбора этой культуры в целом 9 российским регионам на 4 %, которые длительное время занимаются возделыванием этой культуры.

В результате таких успехов за последнее десятилетие произошел рост урожайности в среднем до 54,4 ц/га по Российской Федерации. Производство риса только за последний анализируемый 2020 год возросло на 10 %. Но в связи с санкционными мерами снизились экспортные поставки риса на 17 %.

Инновационная деятельность позволяет не только улучшить экономические, социальные и технические результаты инноваций, но и увязать интересы потребителей и производителей продукции [5]. Экономический результат заключается в повышении рентабельности, экономии ресурсов, эффективности производства, снижении издержек. В улучшение жизнедеятельности человека и условий его труда, а также удовлетворение общественных потребностей заключается социальный результат. Технический результат заключается в повышении технического уровня, качества продукции, расширении и обновлении ассортимента товаров [3].

Одним из путей повышения урожайности является получение качественного семенного материала. В свою очередь, на качество семян влияют как условия уборки, очистки и последующего хранения, так и чистота, генетические характеристики, выравненность по размерам, микро- и макро- повреждения.

Фотосепарация (от англ. colour sorting – цветосортировка, сортировка по цвету) – технология сортировки любых сыпучих материалов, основанная на анализе продукта по цвету. Именно эта технология признана наиболее эффективной среди существующих.

Первый аппарат, в котором использовался этот принцип, был разработан в середине 20 века английскими инженерами [1]. В настоящее время больше количество производителей сельскохозяйственной техники используют эту технологию, постоянно ее совершенствуют, расширяя возможности для повышения прибыли. Благодаря использованию этой техники, в сортировке различных видов материалов достигнуты высокие результаты.

Инновации, которые будут способствовать развитию рисоводства в Краснодарском крае, должны быть направлены на рост прибыли отрасли за счет снижения себестоимости продукции, путем применения достижений мировой и отечественной сельскохозяйственной науки. Необходима четкая ориентация на соблюдение экологических требований возделывания этой культуры, за счет соблюдения агротехнических требований и приемов возделывания, применения инновационной техники и технологии, использование достижений селекционеров.

Список использованных источников

1. Литвиненко, Г.Н. Внедрение lean-технологий как метод повышения эффективности производства / Г.Н. Литвиненко, Л.Ю. Богинович, А. А. Латышенко // Экономика и предпринимательство. 2017. № 12-1 (89). – С. 854-858.
2. Гоник, Г.Г. Эффективность производства зерна в Центральной зоне Краснодарского края / Г.Г. Гоник, Ю.И. Арутюнян. – Краснодар: КубГАУ, 2018. – 110 с.
3. Соколова, А.П. Экономические условия и приоритетные направления инновационного развития экономики России / А.П. Соколова, Е.А. Кабанник // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2020. – № 1-1. – С. 86-94.
4. Стусь, А.А. Пути повышения конкурентоспособности предприятия / В. А. Стусь Г. Н. Литвиненко // В сборнике: Вестник научно–технического творчества молодежи Кубанского ГАУ Сборник статей по материалам научно–исследовательских работ: в 4 томах. сост. А. Я. Барчукова, Я. К. Тосунов; под ред. А. И. Трубилина, отв. ред. А. Г. Кощаев, 2017. – С. 159-162.
5. Sokolova, A. P. DIRECTIONS AND EFFICIENCY OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF AGRICULTURAL ENTERPRISES / A. P. Sokolova, O. A. Sukhareva // Studies in Systems, Decision and Control. 2020. T. 282. C. 401-407.

IMPROVEMENT OF INNOVATION ACTIVITIES IN RICE

A.S. Pylaev

*Kuban State Agrarian University named after I.T. Trubilin,
Krasnodar, Russia*

The article considers the analysis of rice production and determines the importance of the rice industry for the economy of Russia and the Krasnodar Territory. The directions of innovative activity that will contribute to improving the efficiency of the rice growing industry have been identified.

Keywords: agriculture, rice growing, efficiency, innovative activity, innovations, photo separation

ВЛИЯНИЕ КУЛЬТУРЫ НА РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ

А.А. Размаев¹

*Санкт-Петербургский государственный университет
промышленных технологий и дизайна,
г. Санкт-Петербург, Россия*

В данной статье описывается влияние экономического положения страны на развитие культуры. В ходе работы были раскрыто историческое влияние экономики и культуры друг на друга, культурные факторы, положительно влияющие на развитие экономики, поведение экономики и культуры в кризисный период времени, и религиозное влияния на экономику.

Ключевые слова: экономика и культура, экономика под влиянием культуры, как культура влияет на экономическое положение страны

С давних времен, пути развития экономики и культуры не раз пересекались. Они шли то по взаимосвязанному пути, то в разногласии. С эпохи Нового времени, экономика с культурой сосуществовали и развивались самостоятельно.

С приходом промышленной эры, между экономикой и культурой появляются некие разногласия и недоверия. Экономика становится доминирующей. Культура развивается в научном направлении, от чего все больше становится зависимой от экономики.

В XX веке, после Второй Мировой войны, начинается война экономики с культурой. В это время происходит огромное материальное потребление. За счет рекламы, акций и предложений, экономика старается увеличить потребление. Поскольку, после войны, большая часть сил и финансов требуется для восстановления материального и финансового положения страны, культура остается в стороне.

В современное же время, от состояния нашей экономики и культуры зависит имидж страны или регионов этой страны. Имидж территорий является важным экономическим ресурсом и одним из ключевых факторов конкурентоспособности. Существуют факторы, которые негативно влияют на повышение имиджа:

- сохраняющийся негативный фон в центральных СМИ;
- недостаточно развитая сфера услуг и сервисного обслуживания в местах отдыха и на туристских маршрутах в некоторых регионах или странах;
- слабая рекламно-информационная деятельность субъектов турбизнеса, низкий уровень общей культуры.

¹ Научный руководитель: к.э.н., доцент Леонов С.А.

На самом деле, экономическое положение любой страны скорее зависит от культурного уровня, нежели враждует с ней. По словам Дэвида Лендеса о М. Вебере «Макс Вебер был прав. Если мы и можем извлечь какой-то урок из истории экономического развития, то он звучит так: практически все здесь зависит от культуры». Она является неким «башмаком», который не позволяет экономике укатиться за точку невозврата. Экономика рассматривает культуру как дополнительный способ повышения производительности и финансовой прибыли. Однако, она имеет куда большее влияние на развитие и поддержание экономики. И если бы культура окончательно исчезла, экономика была бы обречена на точно такой же исход, неся с собой развал общества, его деградацию и в конечном итоге гибель человечества.

В истории были и такие моменты, когда в мире или отдельно взятой стране царил кризисный период. На культуру он влияет по-разному. Однако, чаще всего именно кризис со стороны экономического положения страны провоцирует появлению новой моды, направлению или движению в ее культуре. К примеру, после Второй мировой войны, советским женщинам приходилось экономить, от чего юбки создавались меньшего размера.

По некоторым открытиям исследователей в области поведения культуры при экономическом кризисе можно судить, что в разные времена, культура пытается подстроиться под ситуацию. То-есть, люди будут больше пользоваться теми материальными ценностями, которые будут более точно описывать их нынешнее положение. В моду войдут книги и фильмы, одежда и искусство, описывающие похожий момент времени.

Например, во время Великой Депрессии, кинотеатры в Америке старались снимать позитивные фильмы. Оптимизм персонажей кинематографа давал американцам надежду на лучшие времена.

Аналогичная ситуация произошла в Европе в 70-ых годах. Киностудии были вынуждены отказываться от съемок дорогих картин, переключаясь на более дешевые и более «театральные» постановки, основанные на талантах актеров и фантазии режиссеров.

Однако не всегда экономика негативно относится к культуре. Некоторые экономисты считают культурные факторы неотъемлемой частью развития экономики. Изучение механического влияния на развитие экономики позволяет более точно определить, в каком направлении правильно развиваться. Ярким примером является экономическая развитость восточных стран: Япония, Китай, Южная Корея и т.п. В этих странах с давних времен особой ценностью являлись трудолюбие, образование, бережливость.

Существует еще один важный культурный фактор, позволяющий экономике развиваться благодаря культуре – религия.

Однако, не все религии сопутствуют успешному развитию экономики в стране. К примеру, исследования американского экономиста Лоуренса Харрисона, на основе выдвинутой мысли Макса Вебера, показали, что и в правду, у православных стран, католиков и мусульман уровень жизни намного меньше, чем у тех же восточных стран – иудаистов и конфуцианств. Характеризуется

это тем, что люди по-разному воспринимают культурные и экономические ценности, способствующие развитию и деградации экономики. Но не всегда религия определяет финансовое процветание страны. Например, баски (баскский народ) являются католиками, однако обладают развитыми предпринимательскими способностями.

Как итог, можем еще раз подчеркнуть, что в настоящее время, экономика и культура между собой тесно связаны. Исчезновение одного повлечет за собой разрушение другого. В кризисные периоды времени, экономика страны будет больше зависеть от культуры, но и культура может измениться под влиянием экономики. Культурные ценности стоит правильно оценивать, чтобы развивать экономику в нужном направлении.

Список использованных источников

1. «Влияние экономики на культуру. Изменение культуры в кризисный период экономики» [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <https://www.referat911.ru/Kulturologiya/vliyanie-jekonomiki-na-kulturu-izmenenie/121340-2005351-place1.html> (дата обращения 12.12.2021 г.)
2. «Влияние экономики на развитие культуры» [Электронный ресурс]: – Режим доступа: https://revolution.allbest.ru/history/00537465_0.html (дата обращения 12.12.2021 г.)
3. «Влияние культуры на развитие экономики государств» [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <https://be5.biz/ekonomika1/r2014/2943.htm> (дата обращения 12.12.2021 г.)
4. «Последствия кризиса для культуры» [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <https://www.toptrening.ru/articles/1402/> (дата обращения 12.12.2021 г.)
5. «Проблема взаимодействия культуры и экономики» [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/problema-vzaimodeystviya-kultury-i-ekonomiki> (дата обращения 12.12.2021 г.)

THE INFLUENCE OF CULTURE ON ECONOMIC DEVELOPMENT

A.A. Razmaev

*St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design,
St. Petersburg, Russia*

This article describes the impact of the economic situation of the country on the development of culture. In the course of the work, such aspects as: the historical influence of the economy and culture on each other, cultural factors that positively affect the development of the economy, the behavior of the economy and culture in a time of crisis, and religious influence on the economy were analyzed.

Keywords: economy and culture, economy under the influence of culture, how culture affects the economic situation of the country

КАДРОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ И ЕГО РОЛЬ В УПРАВЛЕНИИ СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

А.А. Рахматуллина, Е.А. Ехлакова, В.Н. Макришин*

*Казанский государственный энергетический университет,
г. Казань, Россия*

**Казанский (Приволжский) федеральный университет,
г. Казань, Россия*

В статье рассмотрена сущность и проблема трактовки определения «кадровый менеджмент». Также приведены основные доминанты кадрового менеджмента, его цели и задачи в управлении организацией.

Ключевые слова: доминанта, эффективность, кадровая политика, управление, компетенции

Термин «кадровый менеджмент» возник в 60-70-е годы нынешнего столетия, но в литературе до сих пор не существует четкой трактовки данного понятия, из-за чего все имеющиеся определения являются не очень полными. Но рассмотрев множество определений разных ученых, можно утверждать, что кадровый менеджмент – это целенаправленная деятельность организации, разрабатывающая перспективные кадровые стратегии, обеспечивающая развитие кадрового потенциала с целью поддержания конкурентоспособности и его эффективной работы. Несмотря на существование множества определений, мнения всех ученых сходятся в том, что это главный актив каждой организации, обеспечивающий ей успех на рынке. Цель кадрового менеджмента – насыщение организации квалифицированными сотрудниками, используя которых организация получит выгоду [2].

Главная доминанта кадрового менеджмента – это мотивация и выявление способностей персонала, которые нужны для эффективной работы. Выделяю три доминанты, которые помогают руководителю влиять на сотрудников:

– Первая доминанта заключается в построении жесткой иерархической структуры, которая помогает руководителю облегчить процесс управления сотрудниками.

– Вторая доминанта состоит в создании корпоративного стиля, которая дает возможность менеджеру мотивировать сотрудников к эффективному труду и грамотно ими управлять.

– Третья доминанта заключается в воздействии менеджера как на персонал, так и на потребителя. На потребителей менеджер воздействует при помощи различных механизмов общения с ними, совершенствуя товары и изменяя корпоративный стиль. Влияние на персонал во внутренней среде организации

происходит постоянно, так как это является неотъемлемым инструментом управления сотрудниками [1].

Задачи кадрового менеджмента реализуются через кадровую политику. Персонал – это главный объект кадровой политики, ценный капитал и актив организации, от которого зависит эффективность работы организации. Кадровая политика организации обеспечивает эффективную работу, ответственность работников, функциональную и организационную интеграцию.

Цель кадрового менеджмента – насыщение организации квалифицированными сотрудниками, используя которых организация получит выгоду. В настоящее время место сотрудников в организации занимают его компетенции, которые теперь являются показателем эффективности труда. Также можно заметить разрывы между квалификационными подходами к реализации профессиональной деятельности сотрудников. Различия существенные: сейчас больше внимания уделяется на сосредоточенность на достижение результатов, а не на образовании и стаже; на действиях, а не на следованиях предписаниям.

Задачи кадрового менеджмента в современных организациях:

- повышение эффективности управления персоналом;
- обеспечение организации высококвалифицированными кадрами;
- обеспечение реализации потребностей персонала;
- оценка деятельности кадров и т.д. [3].

Таким образом, следует отметить, что кадровый менеджмент нацелен на развитие кадрового потенциала, на обеспечение гибкости кадровых ресурсов, на профессионализм и эффективную деятельность работников.

На данный момент управление кадрами в организации связано с временными и ресурсными затратами как со стороны самой организации, так и руководителя. Кадровый менеджмент имеет важное значение в обеспечении эффективности работы организации, повышения конкурентоспособности. Он является составной частью всей управленческой деятельности и производственной политики организации. Кадровый менеджмент преследует цель создать сплоченную, ответственную, высокоразвитую и высокопроизводительную рабочую силу в организации.

Список использованных источников

1. Барсадова, Э.В. Управление развитием кадрового потенциала предприятия, как инструмент достижения его устойчивого развития в инновационной экономике / Э.В. Барсадова // Вестник Казанского технологического университета. – 2012. – №1. – С. 78-82
2. Карамулдина, А.А. Эффективность менеджмента на предприятии / А.А. Карамулдина // Вестник Калмыцкого университета. – 2014. – №2. – С. 16-19.
3. Оплаченко, С.А. Кадровый менеджмент: современные технологии управления / С.А. Оплаченко, А.Г. Ивасенко // Современные наукоемкие технологии. – 2014. – №7. – С. 32-36.

HR MANAGEMENT AND ITS ROLE IN THE MANAGEMENT OF A MODERN ORGANIZATION

A.A. Rakhmatullina, E.A. Ekhlakova, B.N. Makrishin*

*Kazan State Power Engineering University,
Kazan, Russia*

**Kazan (Volga Region) Federal University,
Kazan, Russia*

The article considers the essence and problem of interpretation of the definition of «personnel management». The main dominants of personnel management, its goals and objectives in the management of the organization are also given.

Key words: dominant, efficiency, personnel policy, management, competencies

УДК 331.108.2

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ КАДРОВЫМИ РЕСУРСАМИ И ИХ ПОТЕНЦИАЛОМ В СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

О.И. Региди, Е.А. Ехлакова, Е.Н. Ратова*

*Казанский государственный энергетический университет,
г. Казань, Россия*

** Казанский (Приволжский) федеральный университет,
г. Казань, Россия*

В статье рассматривается формирование конкурентоспособности организации через систему рационального и эффективного использования кадрового потенциала на жизнедеятельности, прибыльность и конкурентоспособность организации. Актуальность рассмотрения данной темы обусловлена тем, что в современных организациях формирование и развитие кадрового потенциала является важным условием успешного функционирования любой компании и именно поэтому важным оказывается совершенствование механизмов развития персонала, направленных, прежде всего, на развитие имеющихся и потенциальных возможностей сотрудников.

Ключевые слова: кадровый потенциал, кадровая стратегия, управление кадрами, стратегическое управление, кадровые ресурсы

Учитывая современные положения менеджмента, стратегическое управление сотрудниками компании должно регулировать создание конкурентоспособных и квалифицированных человеческих ресурсов на предприятии с учетом текущих и перспективных изменений внешней и внутренней среды компании.

Поскольку кадровая политика в этом формате основывается на общей стратегии организации, рекомендуется рассматривать стратегическое управление персоналом как часть основного управления предприятием. А стратегическое управление компанией основывается на предположении, что основным ресурсом организации является персонал.

Актуальность темы исследования на сегодняшний день заключается в важности формирования и развития человеческих ресурсов как одного из важнейших факторов конкурентоспособности любой организации. Так как человеческие ресурсы и эффективное управление этими ресурсами являются основой существования, роста и развития, конкурентоспособности и долгосрочной успешной работы любой компании.

Кадровый потенциал – это общая черта персонала как одного из видов ресурсов, связанных с выполнением определенных функций и достижением долгосрочных целей развития предприятия; это текущие и потенциальные возможности сотрудников, которые используются и могут быть использованы в данный момент времени [1].

Кадровая стратегия в организации является сложной и важной составляющей системы управления персоналом. Она отвечает за налаживание связей между обучением, повышением квалификации, стимулированием рабочей силы и производственным процессом, которые способствуют удовлетворению потребностей компании в рабочей силе и повышению ее прибыльности и конкурентоспособности.

Вне зависимости от идей, новых технологий или самых благоприятных условий для развития бизнеса, без хорошо подготовленного персонала невозможно добиться высоких показателей деятельности компании. И именно поэтому руководство должно уделять должное внимание развитию кадрового потенциала [4].

Кадровый потенциал предприятия следует рассматривать как общий уровень кадрового обеспечения для существования и развития компании. Реализация данной политики предприятия состоит из определенных мероприятий по управлению персоналом, в том числе: планирование, отбор, найм адаптация, расстановка трудовых ресурсов, обучение и воспитание кадров, продвижение по службе, методы поощрения труда, условия труда и др.

Стратегическое управление кадровым потенциалом преследует следующие цели:

- Создание возможного резерва для удовлетворения будущих потребностей в персонале.
- Управление уровнем заработной платы, которое должно соответствовать подбору, удержанию и продвижению сотрудников.
- Важная роль в развитии лидерских качеств на ключевых должностях.
- Планировать тренинги для повышения профессионального уровня сотрудников, создавать соответствующую кадровую динамику внутри компании.
- Развитие систем качественной коммуникации между отделами и службами, а также между административным персоналом и другими сотрудниками.
- Разработка механизмов преодоления психологического нежелания меняться [2].

Цель HR-стратегии состоит в том, чтобы преобразовать общую стратегию компании в виде расширения перспектив вовлеченности сотрудников в будущем. Эта стратегия предназначена для согласования внутреннего состояния компании и внешней среды, а также долгосрочного развития кадрового потенциала.

Сущность кадрового потенциала заключается, с одной стороны, в возможности работника (или всех членов коллектива) участвовать в общественно полезной деятельности как специфическим источником производства. С другой стороны, в характеристике качеств сотрудника она отражает степень развития способностей работника, его пригодность и готовность к выполнению тех или иных задач, его отношение к работе, его способность и готовность работать с полной силой и преданность [6].

Следует отметить, что формирование кадрового потенциала организации происходит за счет его вклада в развитие не только *hard skills* (профессиональных навыков и умений), но и *soft skills* (личностных качеств). Развитие первого происходит посредством обучения сотрудников, повышения квалификации. Однако *soft skills* представляет собой развитие личных качеств посредством посещения сотрудниками тренингов, приглашение обученных коучей и т.д. Таким образом, можно выделить несколько основных направлений формирования и развития кадрового потенциала.

Управление персоналом современной организации заключается в действиях по достижению организационных целей, за счет обеспечения нужного производственного поведения каждого из сотрудников или реализации организационных компетенций, непосредственно связанных с персоналом. Стратегия компании и кадровая политика в наше время являются индикатором, по которому можно определить, находится ли бизнес или компания в тенденциях рынка. Люди - главный ресурс.

Из всего вышесказанного следует, что формирование кадрового потенциала – это процесс, направленный на развитие ресурсов организации, причем не только профессиональных качеств персонала, но и личностных. Поэтому фор-

мирование и развитие человеческих ресурсов должно представлять собой комплексный подход к развитию персонала организации.

Список использованных источников

1. Аллин, О.Н. Кадры для эффективного бизнеса. – Москва: Генезис, 2015. – 248 с.
2. Баринов, В.А. Стратегический менеджмент. / В.А. Баринов. – Москва: ИНФРА-М, 2015. – 236 с.
3. Карасев, М.А. Персонал организации: понятие, структура и методы управления // Интернет-журнал «Науковедение». 2015. том 7. №5. [Электронный ресурс]. – Москва. 2015. – Режим доступа: <https://naukovedenie.ru/PDF/57EVN515.pdf> – Загл. с экрана.
4. Кнорринг, В. Теория, практика и искусство управления. – Москва: ИНФРА-М. 2012. – 326 с.
5. Кузьмин, М.А. Методические подходы к оценке кадрового потенциала: общий обзор / М.А. Кузьмин // Экономические науки, 2011. – №3. – С.23-29.
6. Лобанова, А.М. Бизнес-стратегия и кадровая политика. // Информационные системы. / А.М. Лобанова. – 2010. – №5. – С. 17-19.

PROJECT MANAGEMENT AS A FACTOR IN THE DEVELOPMENT OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITIES

O.I. Regida, E.A. Ehlakova, E.N. Ratova*

*Kazan State Power Engineering University,
Kazan, Russia*

**Kazan (Volga Region) Federal University,
Kazan, Russia*

The article discusses the formation of the organization's competitiveness through a system of rational and effective use of human resources for life, profitability and competitiveness of the organization. The relevance of considering this topic is due to the fact that in modern organizations the formation and development of human resources is an important condition for the successful functioning of any company, and that is why it is important to improve the mechanisms for personnel development, aimed primarily at developing the existing and potential capabilities of employees.

Keywords: personnel potential, personnel strategy, personnel management, strategic management, human resources

СОВРЕМЕННЫЕ ПРИНЦИПЫ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННЫХ КОМПАНИЙ

К.Е. Ростова¹

*Санкт-Петербургский государственный университет
промышленных технологий и дизайна,
г. Санкт-Петербург, Россия*

В данной статье освещается суть инноваций и принцип развития компаний с помощью инноваций. В ходе работы были проделаны работы по классификации инноваций, объяснены важные принципы развития компании и то, как влияют инновации на те или иные компании, их работу и развитие.

Ключевые слова: инновации, новаторство, новые технологии, внедрение инноваций, нововведение

На данный момент в нашей стране, не смотря на сложную финансовую, экономическую и политическую обстановку, наблюдается динамика промышленного производства, где развиваются отрасли с экспортным потенциалом, увеличивается доля инновационных товаров во всем объеме выпускаемой продукции. Инновации, внедряемые в компании, определенно повышают и экономический рост. Однако, несмотря на общее повышение инновационной активности, техническое и технологическое отставание большинства российских компаний представляет серьезную проблему.

Инновации по своей сути – это нововведение, которое серьезно повышает эффективность действующей системы, будь то технологически усовершенствованные продукты или усовершенствованные методы передачи продуктов. Инновации являются необходимым условием развития производства, повышая качество и увеличивая количество появления новейших товаров и услуг. В условиях рыночной экономики инновации являются движущей силой конкуренции, в пользу предприятия, которое внедряет инновации, они обеспечивают успех и эффективность деятельности предприятия. Поэтому так важно, чтобы предприятия внедряли инновации, например, в свою техническую составляющую.

Классифицируют инновации по нескольким признакам:

- По степени рыночной новизны. Сюда входят радикальные, эволюционные и модифицирующие инновации;
- По характеру: адаптивные и опережающие;
- По объекту приложения. В данную категорию входят продуктовые, технологические, управленческие и маркетинговые инновации.

¹ Научный руководитель: к.э.н., доцент Леонов С.А.

Наибольшее распространение получила типология по степени рыночной новизны. В ней радикальными считаются принципиально новые технологии, виды продукции, методы управления, которые кардинально продвигаются в различных сферах, эволюционными – основанные на смене техники на более новые и модифицирующие, которые связаны с улучшением или дополнением отдельных параметров продукт, технологии и т.д.

Важно знать, что внедрение инноваций нужно производить не в одной среде, а на все уровни и сферы деятельности. А для развития инновационного производства необходима, как и техническая грамотность в использовании имеющейся новой технологии, так и инженерное знание для создания технических инноваций. Для того, чтобы компания развивалась вслед за внедряемыми инновациями необходимы опытные и квалифицированные рабочие, передовая информационно-телекоммуникационная инфраструктура и благоприятная деловая среда. Необходимо, чтобы все компоненты работали слаженно: инструменты, навыки, оценка результатов, специальные должности и т.д.

Тем самым существуют несколько признаков, которые определяют инновационную компанию. Во-первых, обученные сотрудники определяют по базовому признаку инновационную компанию. На данный момент достаточно малое количество предприятий инвестирует в повышение навыков своих специалистов. Многие директора считают, что несколько одаренных к широкому мыслительному процессу готовы вытянуть новаторскими идеями всю компанию, а все остальные сотрудники не способны дать компании стоящую к рассмотрению идею. Нужно обучать сотрудников инновационному мышлению и дать возможность практиковать новаторские идеи, чтобы исправить ход данных мыслей. Ведь инновационная готовность персонажа – один из главных факторов, влияющих на результат, который будет приближен к поставленным планам и целям.

Во-вторых, четное определение инноваций. Без него невозможно узнать сколько реального новаторства происходит в компании и приносит ли оно выгоду. Но определить является ли идея инновационной достаточно трудно, как уже было сказано, инновация – это нововведение, но не каждое нововведение является инновационным. На определение инновации может уйти несколько месяцев и для этого нужно понять, какая идея принесла компании больший рост прибыли. Данный шаг – определение инновации – позволяет упростить постановку задач, выделение средств на инновационные проект и планирование рекламы новейших продуктов и их оценку.

В-третьих, измерение уровня инноваций. Постановка целей по инновациям каждому отделу важная часть развития компании. Следуя основным ориентирам можно понять какие действия нужно применить по инновационным внедрениям, чтобы достигнуть поставленной цели. Например, гендиректор компании whirlpool поставил цель – удвоить эффективность инновационных процессов. Тем самым руководители поняли, что для этого придется перенаправить часть бюджета фирмы с мелких улучшений продукции на прорывы в самом начале разработки.

В-четвертых, лидеры инноваций. Данный пункт чаще всего упускают предприятия. В каждом отделе должен быть управляющий, который справляется не только с руководящими функциями, но и должны быть сильны в инновационном подходе, а для этого их нужно этому обучать.

В-пятых, процессы управления. Снабжая фирму передовыми инновационными методиками, следует учесть, что, если ее модель управления не настроена на инновации, это может пагубно отразиться на результатах. Каждая процедура, влияющее на внутрикорпоративные инвестиции, образ мыслей и стимулов, должна быть пересмотрена на подготовленность к инновациям.

И самое важное, системный подход. Ни один генеральный директора не способен в одиночку справиться с переходом компании на инновации. Для этого нужно подключить все отделы.

Так же внедрение инноваций порождает все более высокую конкурентоспособность, которая является стимулом для развития компании. По данным за 2015 год в десятку инновационных компаний входит 8 компаний США и по одной компании из Южной Кореи и Японии. Это такие компании как Apple, Google, Samsung, Amazon, Microsoft, IBM, Toyota, General Electric, 3M и Tesla Motors. Причина лидерства корпораций США обусловлена тем, что предприятия опираются на инновации и распространяется не только на научно-техническую область, но и на область управления, организации, социальной области и др. Так же в США развитая система образования и подготовка кадров, которая влияет на квалифицированность сотрудников и их инновационное мышление.

Итак, при развитии предприятий, включающее в себя разработку и внедрение инноваций, компании постоянно повышают эффективность всех процессов, происходящие на предприятии. Именно поэтому инновации играют важную роль не только в развитии предприятий, но и в экономике страны в целом, и являются основой для поддержания предприятий на рынке, так же улучшая их конкурентоспособность. От предприятия требуется адекватное финансирование, соответствующего персонала, навыков и новые идеи. Тем самым это повысит качество продукта, выпускаемое предприятием, расширит ассортимент, сократит потребление сырья и электроэнергии.

Список использованных источников

1. Кондратьев, С.С. Роль инноваций в развитии предприятия / С.С. Кондратьев. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2018. – №24(210). – С.139-141. – [Электронный ресурс]: статья – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/210/51516/> (дата обращения 11.12.2021).

2. Ведомости / Пять признаков по-настоящему инновационной компании [Электронный ресурс]: информационный ресурс – Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/management/articles/2017/06/06/693175-priznakov-innovatsionnoi-kompanii> (дата обращения 11.12.2021 г.).

3. Инновационной развитие современных социально-экономических систем: материалы III Международной заочной научно-практической конференции – 2016. – [Электронный ресурс]: сборник докладов – Режим доступа: https://knastu.ru/media/files/page_files/page_1425/Sbornik2016_pravka.pdf (дата обращения 11.12.2021 г.).

4. Садриев, А.Р. Инновационное развитие экономических систем – 2016. – [Электронный ресурс]: учебно-методические материалы – Режим доступа: [https://cpei.tatarstan.ru/file/File/Пособие_Садриев_Инновационное %20развитие %20экономических %20систем.pdf](https://cpei.tatarstan.ru/file/File/Пособие_Садриев_Инновационное_%20развитие_%20экономических_%20систем.pdf) (дата обращения 29.11.2021 г.).

MODERN PRINCIPLES OF INNOVATIVE COMPANIES DEVELOPMENT

K.E. Rostova

*St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design,
St. Petersburg, Russia*

This article highlights the essence of innovation and the principle of the development of companies through innovation. During the work, work was done to classify innovations, explain the important principles of the company's development and how innovations affect particular companies, their work and development.

Keywords: innovation, innovation, new technologies, innovation, innovation

УДК 338

РЕФОРМИРОВАНИЕ ПОДПРОЦЕССА УПРАВЛЕНИЯ ДОКУМЕНТАЦИЕЙ ПО ПЕРСОНАЛУ ОРГАНИЗАЦИИ

О.Н. Бачкова

*Самарский университет государственного управления
«Международный институт рынка»,
г. Самара, Россия*

Подпроцесс управления документацией по персоналу призван упорядочить информационную систему для повышения эффективности деятельности организации. Исследование данного подпроцесса позволило определить назначение и содержание его атрибутов для построения модели функционирования данного подпроцесса. Формирование атрибутов подпроцесса создало возможность их технологизации решения функциональных задач управления и определить необходимые методологические инструменты для их решения в организации.

Ключевые слова: управление, организация, атрибуты, документы, задачи управления, технологии решения, методологические инструменты.

Успех деятельности любой организации, в первую очередь, зависит от специалистов и управленцев, которые в ней работают. Поэтому сложный и многогранный процесс управления персоналом играет ключевую роль в организации и включает несколько подпроцессов [1, 2]. Один из них – управление документацией по персоналу играет важную роль в рамках данного процесса [3].

Подпроцесс управление документацией по персоналу организации можно кратко охарактеризовать, как деятельность по ведению учета, обработки и хранению документов в соответствии с требованиями и правилами стандартов [14].

Процесс управления документацией задает единые правила обращения с документацией, от соблюдения которых во многом зависит эффективность процесса управления персоналом, а также эффективность работы всей организации в целом [12, 13, 15].

Для исследования подпроцесса управления документации по персоналу организации необходимо рассмотреть и изучить все атрибуты, которые входят в данный подпроцесс и реализуют его.

Для понимания сущности, содержания и роли подпроцесса управление документацией по персоналу в процессе управления персоналом, приведем определение формулировки М.М. Меликовой: «Управление документацией по персоналу - область деятельности, включающая в себя эффективный и систематический контроль создания, получения, сохранения, использования и отбора (передачи) документов, в т.ч. данные, необходимые для включения в систему и сохранения различных событий и фактов о работниках и информации о деловой и управленческой деятельности организации».

Это определение содержания исследуемого подпроцесса представляется наиболее полным и позволяет перейти к формированию нормативного состояния его основных атрибутов для использования в дальнейшей работе [9].

С целью определения сущности исследуемого подпроцесса и формирования нормативного состояния его атрибутов необходимо определить их содержание [7]. Содержание ключевых атрибутов подпроцесса управления документацией по персоналу представлено в табл. 1.

В результате исследования подпроцесса управления документацией по персоналу была определена формулировка назначения изучаемого подпроцесса, с которой будет производиться сверка всех последующих материалов в рамках научного исследования. Также были выделены основные атрибуты подпроцесса и установлено их содержание, что очень важно для дальнейшего исследования и проектирования подпроцесса, а также для последующего рассмотрения при необходимости и внесения изменений для улучшения деятельности подпроцесса [7].

Таблица 1 – Содержание нормативного состояния атрибутов подпроцесса управления документацией по персоналу организации

Наименование атрибута	Определение
1. вход	потребность в организации документооборота организации в соответствии со стандартами и нормами, а также установление общих принципов работы с документами потребность в наличии определенного количества и повышении качества документов потребность в эффективном использовании современных технических средств и технологий сбора, движения, обработки информации
2. преобразования входа в выход	организация рационального документооборота, образующегося вследствие перемещения документов по персоналу контроль исполнения документов по персоналу оперативное хранение документов по персоналу, включая их надлежащую подготовку к передаче на хранение в государственный или ведомственный архив последующее хранение документов по персоналу в архиве
3. выход	достижение эффективности и оперативности управленческих решений благодаря качественному управлению документацией повышение главных показателей результатов деятельности организации
4. материальные ресурсы	расходные материалы, бумага, канцтовары
5. информационные ресурсы	штатное расписание, табель учета рабочего времени, график отпусков, личное дело сотрудника, личная карточка сотрудника Т-2, трудовая книжка, протоколы, акты, аттестационные листы, характеристики, отзывы, тесты, анкеты, опросные листы, распоряжения и приказы по личному составу
6. методические ресурсы	должностные инструкции, программы повышения квалификации менеджеров по персоналу, перечень квалификаций, номенклатура дел
7. трудовые ресурсы	менеджеры по персоналу, инспектор по кадрам, табельщик, рекрутер, специалист по кадровому делопроизводству, тренинг-менеджер, экономист по труду и др.
8. технические ресурсы	компьютер, ксерокс, принтер, сканер, средства связи и регистрации, видео- и фотоаппаратура, камеры
9. правовые ресурсы	устав организации, организационная структура, коллективный договор, трудовой договор, правила внутреннего трудового распорядка, регламент организации, положение о персональных данных, положение об оплате труда, контракты, постановления
10. периодичность выполнения	Проведение записей в документации при поступлении, увольнении сотрудника, при изменении фамилии, переводе на другую должность, повышении квалификации и др.
11. критерии качества	Оперативность, четкость и полнота изложения документов, своевременность выполнения, достоверность, корректность, адекватность нормативам, методикам, инструкциям
12. критерии эффективности	выполнение плановых заданий, производительность труда, скорость и адекватность принятия решений

Каждый подпроцесс управления состоит из нескольких задач, соответствующих его функциям. Управление подпроцессом осуществляется в ходе решения комплекса этих задач в рамках подпроцесса [4]. Для эффективного управления процессом необходимо использовать известные функции управления для совершения полного управленческого цикла в рамках подпроцесса [5].

Для выделения ФЗУ и связей между ними основополагающей процедурой является построение матрицы «Подпроцесс организации – Функции управления» [8]. В рамках процесса управления документацией по персоналу организации и на основании выделенных ФЗУ построим модель подпроцессов управления. Пример модели подпроцесса «Управление документацией по персоналу организации» представлен на рис. 1.

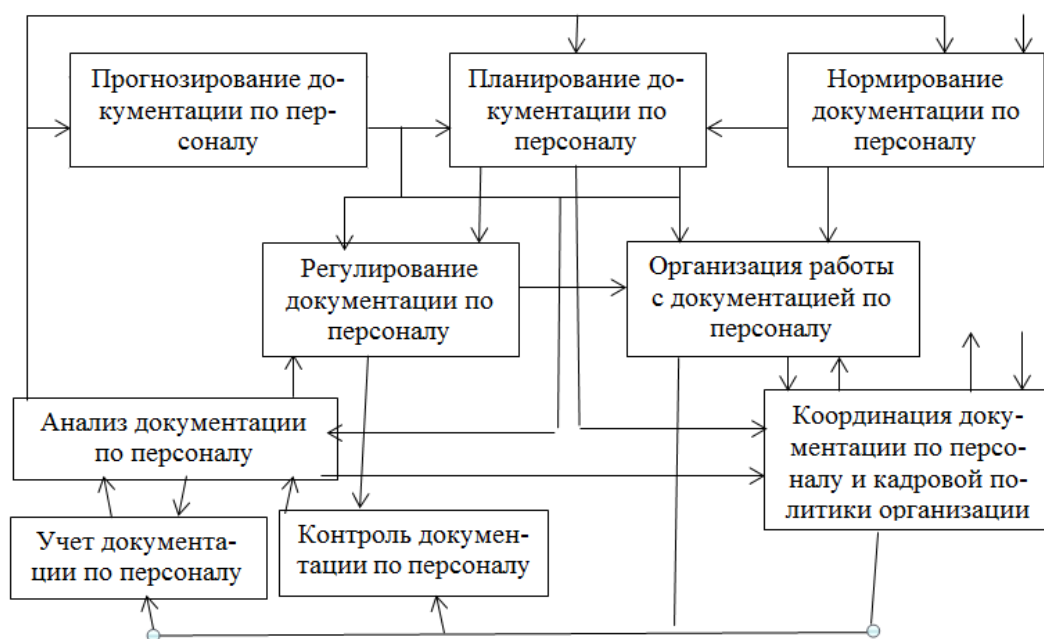


Рисунок 1 – Модель подпроцесса
«Управление документацией по персоналу организации»

Для более глубокого понимания сущности процесса и обоснования существования ФЗУ необходимо выполнить описание каждой ФЗУ.

Планирование документации по персоналу – это деятельность по разработке тактики организации работы с кадровой документацией, формирование базы данных и заданий по обеспечению условий своевременного и достоверного заполнения, обработки и хранения кадровых документов.

Организация работы с документацией по персоналу – это деятельность по работе с кадровыми документами и своевременное выполнение всех заданий своевременно, качественно и передача их по назначению или для хранения.

Учет документации по персоналу – это деятельность, фиксирующая информацию о результатах выполнения задач нормирования, планирования, организации операций по кадровой документации.

Элементы процесса управления целесообразно выполнять с помощью технологии решения ФЗУ [6]. Технология решения ФЗУ необходима для более детального представления преобразований в рамках процесса управления, осуществляемых с помощью входной информации в выходную. Технология решения ФЗУ «Организация документации по персоналу» представлена в табл. 2.

Таблица 2 – Технология решения ФЗУ «Организация работы с документацией по персоналу»

Входные документы	Процедуры решения	Выходные документы
Положение о де-лопроизводстве и кадровом документообороте Положение о ведении базы данных Форма трудового договора График отпусков Годовой план мероприятий по организации внутренней кадровой документации Список сотрудников, ответственных, за выполнение годового плана	1. Подготовка приказов по личному составу (прием, увольнение, перемещение сотрудников) 2. Составление и ведение базы данных сотрудников организации (менеджер по документообороту, инспектор отдела кадров) 3. Формирование личных дел сотрудников (инспектор отдела кадров) - Назначение сотрудника, ответственного за ведение учета рабочего времени (начальник отдела кадров) Подготовка приказов о предоставлении отпусков сотрудникам - Организация воинского учета - Назначение сотрудника, ответственного за ведение воинского учета (начальник отдела кадров) Назначение сотрудника, ответственного за отчетность (начальник отдела кадров)	Приказы по личному составу (о приеме/ увольнении/ перемещении сотрудников) База данных персонала Личные дела сотрудников Распоряжение о назначении сотрудника, ответственного за учет рабочего времени Приказ об организации и ведении воинского учета Приказы о предоставлении отпусков сотрудникам Приказ о назначении сотрудника, ответственного за ведение воинского учета Приказ о назначении сотрудника, ответственного за отчетность

На основе разработки технологии решения ФЗУ выявлен перечень документов, функционирующих в рамках ФЗУ «Организация работы с документацией по персоналу». Формирование модели подпроцесса управления документацией позволяет иметь организации устойчивую и надежную систему управления данными и в целом по процессу управления персоналом, а также систему ее обновления в процессе ее функционирования и развития [10].

Несмотря на значимость теоретических положений для реализации подпроцесса управления документацией по персоналу организации, не менее важным является определение методологических инструментов и технологических атрибутов, которые позволяют реализовать концепции, замыслы, идеи [11].

Привлечение эффективных инструментов методологического обеспечения осуществляется с целью решения ФЗУ процесса управления документацией по

персоналу организации, а также достичь конечных целей в рамках процесса управления персоналом организации в целом.

В технологии решения ФЗУ функции «Организация работы с документацией по персоналу организации» необходимо использование определенных методы выполнения процедур (МВП), методы принятия управленческих решений (МПУР) и элементы менеджмента (ЭМ).

В соответствии с существующей практикой выбираются МВП для выполнения процедур технологии решения ФЗУ «Организация управления документацией по персоналу организации», фрагмент которой представлен в табл. 3.

Таблица 3 – Каталог МВП для технологии решения ФЗУ «Организация управления документацией по кадрам организации» (фрагмент)

№ п/п	Наименование метода	Назначение	Ожидаемые результаты
1.	Метод заполнения карточек и журналов	Организация работы с документами с использованием минимальных средств автоматизации	Ведение регистрационно-контрольных форм в виде журналов и картотек
2.	Автоматизированный метод	Использование программ Microsoft Word, Excel; Кадровые программы: «Персонал», «Кадры»	Экономия затрат на создание документов, упрощение документооборота. Ускорение корректировки документов и хода деловых процессов
3.	Карточный метод	Организация справочной работы с документами	Эффективное ведение справочной работы по кадровой документации
4.	Метод измерения	Численная оценка исследуемых процессов	Определение фактического состояния процессов
5.	Метод классификации и типологии	Четкая систематизация свойств, процессов, материалов, методов	Установление сущности процессов, элементов целостности, выявление групповых характеристик, исследуемых объектов и формирование требований к ним

В соответствии с практикой были выбраны МПУР и ЭМ для выполнения процедур для технологии решения ФЗУ «Организация управления документацией по персоналу организации»

Распределение МВП, МПУР, ЭМ по процедурам технологии решения одной ФЗУ «Организация управления документации по персоналу» производится с заполнением форм в виде таблиц. Фрагмент состава инструментов для технологии решения ФЗУ «Организация управления документации по персоналу организации», представлен в табл. 4.

Таблица 4 – Состав инструментов для процедур технологии решения ФЗУ «Организация управления документацией по персоналу организации» (фрагмент)

№ п/п	Наименование процедуры	Наименование МВП	Наименование МПУР	Наименование ЭМ
1.	Подготовка приказов по личному составу (прием, увольнение, перемещение сотрудников)	—	распорядительные методы	законная власть
2.	Составление и ведение базы данных сотрудников организации	карточный метод	коллективное решения	совещание
3.	Формирование личных дел сотрудников	автоматизированный метод	коллективного решения	деловая беседа
4.	Назначение сотрудника, ответственного за учет рабочего времени	—	методы дисциплинарной ответственности	демократическое лидерство
5.	Подготовка приказов о предоставлении отпусков сотрудникам	метод измерения	распорядительные методы	законная власть
6.	Организация воинского учета	метод классификации и типологии	административные методы	законная власть
7.	Назначение сотрудника, ответственного за ведение воинского учета	—	методы дисциплинарной ответственности	демократическое лидерство
8.	Назначение сотрудника, ответственного за отчетность	—	методы дисциплинарной ответственности	демократическое лидерство

Рассмотрение инструментов технологического обеспечения технологий решения ФЗУ показал их актуальность и необходимость использования в практике управленческой деятельности. Кроме того, совокупность инструментов, востребованных для технологий решения ФЗУ, определяет уровень компетентности специалистов, в т.ч. управленцев, реализующих профессиональные задачи в экономических системах типа «организация» [10].

Модель подпроцесса управления документацией по персоналу экономической системы типа «организация» позволяет детально рассмотреть технологии решения ФЗУ на уровне операций, выбрать инструменты технологического обеспечения технологий.

Список используемых источников

1. Анисимов, О.С. Методология: функция, сущность и становление. – Москва: ЛМА, 1996. – 353 с.
2. Адизес, И.К. Управляя изменениями. Как эффективно управлять изменениями в обществе, бизнесе и личной жизни / пер. с англ. – Москва: Манн,

Иванов и Фербер. – 2014. – 368 с.

3. Акофф, Р., Эмери Ф. О целеустремленных системах / пер. с англ. – Москва: Сов. радио, 1974. – 272 с.

4. Васяйчева, В.А., Герасимов Б.Н. Развитие процесса инновационной деятельности предприятия // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2018. – №10 (168). – С. 69-76.

5. Герасимов, Б.Н. Исследование и определение направления развития стратегии деятельности организации // Менеджмент и бизнес-администрирование. – 2021. – №1. – С. 81-95.

6. Герасимов, Б.Н. Технологизация атрибутов процессов в экономических системах типа «организация» // Менеджмент и бизнес-администрирование. – 2020. – №1. – С. 109-120.

7. Герасимов, Б.Н., Герасимов К.Б. Методологические атрибуты управления // Онтология проектирования. – 2020. – Т. 10, №3(37). – С. 296-306.

8. Герасимов, Б.Н., Герасимов К.Б. Построение систем управления: теория, методология, технологии. Saarbrücken: LAP LAMBERT Academic Publishing, 2014. – 298 с.

9. Герасимов, Б.Н., Герасимов К.Б. Теория управления: онтология, структура, содержание // Проблемы теории и практики управления. – 2021. – №5. – С. 130-144.

10. Герасимов, Б.Н., Карпова Т.П. Развитие персонала как платформа инновационного развития организации // Вестник Самарского муниципального института управления. – 2020. – №3. – С. 49-58.

11. Карпова, Т.П. Формирование системы развития специалистов организации // Развитие экономических систем: теория, методология, практика: монография / Пенза: РИО ПГАУ, 2021. – С. 99-122.

12. Мильнер, Б.З. Перестройка управленческой деятельности // Экономические системы. – 2009. – №3. – С. 30-40.

13. Холл, Р.Х. Организации: структура, процессы, результаты / пер. с англ. СПб.: Питер, 2001. – 532 с.

14. Aguinis, H., Boyd B.K., Pierce C.A., Short J.C. Walking new avenues in management research methods and theories: Bridging micro and macro domains // Journal of Management. – 2011. – №2. – P. 395-403.

15. Hammer, M., Champy J. Reengineering the corporation: A Manifesto for business revolution. New York: HarperBusiness, 1993. – 223 p.

REFORMING THE SUBPROCESS OF PERSONNEL DOCUMENTATION MANAGEMENT OF THE ORGANIZATION

O.N. Bochkova

*Samara University of Public Administration
"International Market Institute" Samara, Russia*

The personnel documentation management subprocess is designed to streamline the information system to improve the efficiency of the organization. The study

of this subprocess made it possible to determine the purpose and content of its attributes for constructing a model of the functioning of this subprocess. The formation of attributes of the subprocess created the possibility of their technologization of solving functional management tasks and determining the necessary methodological tools for their solution in the organization.

Keywords: management, organization, attributes, documents, management tasks, solution technologies, methodological tools.

УДК 338.23: 336

МЕТОДЫ ПОВЫШЕНИЯ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

А.М. Савина, Д.А. Борисов

*Академия права и управления Федеральной службы исполнения наказаний,
г. Рязань, Россия*

В статье рассмотрены основные методы определения уровня платежеспособности предприятия. Определены подходы к выбору методов оценки платежеспособности предприятия, основным из которых является системный подход. Выявлено влияние платежеспособности предприятия на его финансовую устойчивость.

Ключевые слова: платежеспособность предприятия, методы оценки платежеспособности, финансовая устойчивость

Группу показателей платежеспособности предприятия можно разделить на две части. Первая – показатели краткосрочной платежеспособности (показатели ликвидности), вторая – показатели долгосрочной платежеспособности (структуры капитала). Понятия ликвидности и платежеспособности так тесно взаимодействуют друг с другом, что являются неотделимыми. Цель анализа ликвидности предприятия состоит в том, чтобы уменьшить ликвидные активы и инвестировать избыточные наличные деньги, или уменьшить затраты на финансирование, а также улучшить доходность на допустимом уровне риска ликвидности. Результат представляет новые модели для вычисления чистых сбережений предприятия посредством уменьшения суммы ликвидных активов и инвестирования излишка или посредством сокращения их источников финансирования, и с этими моделями ликвидность можно рассмотреть как чистую доходность от выполнения этих действий. Поэтому в данной статье мы будем исследовать два показателя деятельности предприятия (ликвидность и платежеспособность) одновременно.

Платежеспособность характеризует способность организации удовлетворять все свои обязательства на конкретную отчетную дату.

Компания признается неплатежеспособной, когда ее активы не могут покрыть выплаты. Таким образом, стоимость активов предприятия должна быть больше или равна стоимости его обязательств. Часть активов, которая будет использована для покрытия обязательств, – это маржа платежеспособности. В экономике существует большое множество коэффициентов (мультипликаторов) для оценки финансовой деятельности компании. Мультипликаторы показывают отношение рыночной капитализации предприятия к различным показателям финансово-хозяйственной деятельности. Это позволяет сравнивать разные по величине компании между собой по одной шкале. Анализировать их с помощью мультипликаторов лучше в совокупности, а не по отдельности.

Как известно, выделяются три типа платежеспособности предприятия, которые определяются различными методами.

Первый из них – коэффициент фиксированных затрат на покрытие, который показывает, может ли организация оплатить постоянные издержки. Основная задача при повышении уровня платежеспособности предприятия – добиться изменения структуры капитала предприятия в пользу собственного, то есть увеличить объем собственного капитала или снизить объем заемного капитала за счет имеющихся резервов.

Затраты и льготы для удерживания ликвидных активов должны быть внимательно взвешены против альтернативных издержек для удерживания более продуктивных, но меньше ликвидных активов. Оптимальная сумма ликвидности определена компромиссом между низкой прибылью, полученной от ликвидных активов и выгодой уменьшения потребности во внешних финансах [1].

Если у фирмы есть временный наличный излишек, она может инвестировать его в краткосрочные рыночные ценные бумаги (Ross & Westerfield). Краткосрочные инвестиции обычно предпринимаются, когда фирма имеет избыток наличных денег и может инвестировать их, чтобы получить более высокое возвращение капитала, начиная с наличия неработающих наличных денег.

Второй метод – это соотношение между уровнем оборотного капитала и доходностью фирмы. М.М. Глазов, И.К. Сиденко и А.А. Заид исследовали отношение между уровнем оборотного капитала и доходностью на предприятиях Германии. Они показали, что есть немонотонные отношения между уровнем оборотного капитала и доходностью, который подразумевает, что ликвидность есть оптимальный уровень оборотного капитала, который максимизирует их доходность [2].

Результаты научных исследований также указывают, что есть позитивная связь между ликвидностью и доходностью. Она может быть объяснена тем, что предприятия используют, в первую очередь, сумму внутренних произведенных ресурсов прежде, чем искать внешние ресурсы, особенно в случае ликвидности, когда предприятия испытывают затруднения в получении внешнего финансирования [3].

Эмпирические результаты показывают, что самые значительные показатели платежеспособности – чистая доходность капитала, наличное отношение, коэффициент ликвидности, текущая ликвидность, чистый оборотный капитал, отношение RE/ТА, текущий коэффициент долговой нагрузки, финансовый коэффициент долговой нагрузки и товарооборот оборотных активов. На их основе проводится анализ платежеспособности предприятия и руководством может быть принято решение о будущем дефолте компании. Эти факторы достаточно значительные, чтобы управлять финансовыми рисками и затронуть ликвидность предприятия [4].

Отдельно, при анализе платежеспособности предприятия, необходимо выделить зависимость между наличностью и платежеспособностью. Поскольку наличные деньги представляют определенную степень ликвидности, необходимо проводить анализ ликвидности предприятий в зависимости от показателя уровня наличных средств у предприятия.

Для того, чтобы добиться повышения платежеспособности предприятия, необходимо сделать акцент на изменении структуры активов в пользу высоколиквидных: реализация имеющихся запасов внеоборотных активов и основных средств. Приоритет, в данном случае, должен отдаваться высоколиквидным активам. Для улучшения значений коэффициентов ликвидности необходимо сокращать запасы готовой продукции, хранящейся на складах и объем дебиторской задолженности. Также можно снизить объем краткосрочной задолженности предприятия (так как коэффициенты ликвидности рассчитываются, исходя из оборотных средств и краткосрочной задолженности, такая мера позволит увеличить значения коэффициентов). Данные меры позволят предприятию привлечь дополнительные инвестиции, подкрепленные собственными средствами.

Таким образом, коэффициенты платежеспособности показывают долги и инвестиции организации. Они используются для оценки того, может ли организация оплатить свой долг, когда нет денежного потока. Это соотношение очень важно, так как оно поможет определить сумму долга, которую предприятие сможет обработать.

Реализация рассмотренных мер по повышению платежеспособности позволит предприятию:

- 1) повысить кредитоспособность;
- 2) снизить кредитную нагрузку;
- 3) повысить эффективность использования активов;
- 4) снизить убытки от неуплаченной дебиторской задолженности

Список использованных источников

1. Васильева, Н.К. Ликвидность и платежеспособность: теоретический аспект / Н.К. Васильева, А.А. Шостак // Вопросы устойчивого развития общества. – 2021. – № 4. – С. 83-87.

2. Глазов, М.М. Выявление проблем платежеспособности предприятия / М.М. Глазов, Т.М. Редькина, З.А. Аль-Хавлани // Глобальный научный потенциал. – 2020. – № 2 (119). – С. 170-172.

3. Ермолаев, П.И. Роль и значение анализа показателей платежеспособности и ликвидности в процессе инвестирования / П.И. Ермолаев // Интернаука. – 2019. – № 14-2 (190). – С. 46-48.

4. Савина, А.М. Проблемы обеспечения финансовой устойчивости предприятия уголовно-исполнительной системы / А.М. Савина // материалы V международного пенитенциарного форума «Преступление, наказание, исправление» (Рязань, 17-19 ноября 2021. Т.4. – Рязань: Академия ФСИН России, 2021. – С.242-245.

METHODS TO INCREASE THE SOLVENCY OF THE ENTERPRISE

A.M. Savina, D.A. Borisov

*Academy of Law and Administration of the Federal Penitentiary Service,
Ryazan, Russia*

The article considers the main methods for determining the level of solvency of an enterprise. Approaches to the choice of methods for assessing the solvency of an enterprise are determined, the main of which is a systematic approach. The influence of the solvency of the enterprise on its financial stability is revealed.

Keywords: solvency of an enterprise, methods of assessing solvency, financial stability

УДК 658.562

РЫНОК ЭКОЛОГИЧЕСКИХ УСЛУГ В РОССИИ

Д.В. Садыкова¹

*Санкт-Петербургский государственный университет
промышленных технологий и дизайна,
г. Санкт-Петербург, Россия*

Данная статья посвящена развитию рынка экологических услуг в Российской Федерации. Объяснена важность защиты окружающей среды. Перечисле-

¹ Научный руководитель: к.э.н., доцент Леонов С.А.

ны ключевые плюсы рынка экологических услуг и факторы замедления его роста.

Ключевые слова: экология, услуги, экологические услуги, факторы замедления роста, защита окружающей среды, переработка отходов

Сегодня люди все чаще задумываются об охране окружающей среды. Все современные уважающие себя компании стараются уменьшить свое влияние на ухудшение экологической ситуации и стремятся к безотходному производству и переработке. Но в современных реалиях нашей страны этого достичь достаточно сложно, хотя в последние годы решение проблем экологии является приоритетным направлением социально-экономической политики России.

Под оказанием экологических услуг или экологическим предпринимательством понимается производство и реализация товаров и услуг, направленных на улучшение экологической ситуации в стране и мире. Рынок экологических услуг в России сформировался относительно не давно (в конце прошлого столетия) и сейчас активно развивается [1, 5, 6, 7]. Экологические стандарты зафиксированы в нормативных документах и компании должны своевременно предоставлять отчеты в контролирующие органы. Так же сейчас (и до конца 2024 года) в России реализуется национальный проект «Экология» (его бюджет более 4 триллионов рублей), в результате которого 36 % всех твердых отходов будут вторично перерабатываться. Однако, российский рынок еще очень слабо ориентирован на защиту окружающей среды. Из всего количества фирм малого и среднего бизнеса только 20 % включили в свои уставные документы экологические мероприятия (для сравнения в Германии этот показатель равен 85 %).

Наиболее популярные виды экологических услуг в РФ:

- экологическое консультирование и обучение
- переработка отходов от производства
- восстановление загрязнённой среды
- экологический менеджмент
- разработка и выпуск экологического оборудования и техники

Разумное развитие рынка экологических услуг приводит к повышению экологических и санитарных стандартов. В современном мире развитие экономики любого государства напрямую связано с приоритетными направлениями предоставления экологических услуг. Такая тенденция обусловлена общественным запросом на повышение уровня жизни (качество окружающей среды является одним из ключевых факторов, влияющих на повышение уровня жизни граждан). Это возможно только при непосредственном вмешательстве государства в деятельность организаций рыночного сектора, которые формируют рынок экологических услуг. Так как экологические проблемы в основном появляются именно на этапе производства. Стоки и выбросы должны быть ликвидированы именно во время производственного процесса. В результате рынок эко-

логических услуг можно рассматривать в качестве организационно-экономического механизма, обеспечивающего согласованность интересов производителей, потребителей, предпринимательских структур, осуществляющих свою деятельность в области оказания экологических услуг и общества, государства, а также их различного рода объединений в области рационального использования общественных благ и природных ресурсов совместного потребления [2, 3, 4].

Рынок экологических услуг имеет целый ряд положительных моментов, перечислим главные из них:

- побуждение производителя к минимизации ущерба окружающей среде
- эффективное распределение ограниченных ресурсов
- побуждение производителей к переходу на безотходное производство

Из чего мы можем сделать вывод, что рынок экологических услуг – это эффективный механизм взаимодействия между производителем и покупателем. Этот рынок зависит от политики государства и просвещения его населения.

Так же, имеется целый ряд факторов, которые препятствуют развитию данного рынка услуг в России:

- существенный недостаток актуальных знаний;
- отсутствие у большей части населения высокоразвитой экологической культуры;
- отсутствие единой налоговой системы по сборам и штрафам;
- не согласованность действий в проведении экологической политики.

Подводя итоги, стоит отметить, что рынок экологических услуг одной из самых перспективных направлений развития экономики. Россия старается придерживаться мировых стандартов в этой отрасли и активно внедрять новые требования для улучшения экологической ситуации. С каждым годом спрос на такие услуги увеличивается, так же, как и число компаний, которые их предоставляют. На данный момент в нашей стране этот рынок находится еще в процессе формирования, и очень важно полагаться на опыт развитых государств в этом вопросе, таких как Германия, Япония, Норвегия и других.

Список использованных источников

1. Лукьянчиков, Н.Н. Экономика и организация природопользования / Н.Н. Лукьянчиков // ЮНИТИ_ДАНА. – 2002. (дата обращения 30.11.2021 г.)
2. Пахомова, Н.В. Экологический менеджмент / Н.В. Пахомова // СПб.-Питер. 2003. (дата обращения 30.11.2021 г.)
3. Тихомиров, Н.П. Социально-экономические проблемы защиты природы. / Н.П. Тихомиров // М.: Экология. 1992. (дата обращения 30.11.2021 г.)
4. Стадницкий, Г.В., Экология: учебник для ВУЗов / Г.В. Стадницкий // СПб: Химиздат. 2004. (дата обращения 30.11.2021 г.)

5. Леонов, С.А. Влияние миссии компании на организацию внутренних бизнес-процессов // Дневник науки. 2021. №8 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2021/8/economy/Leonov2.pdf> (Дата обращения 07.09.2021).

6. Леонов, С.А. Принципы эффективной разработки бизнес-плана // Дневник науки. 2020. №12 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2020/12/economy/Leonov.pdf> (Дата обращения 07.01.2021).

7. Леонов, С.А. Применение методики деловых игр в управлении бизнес-проектами // Дневник науки. 2021. №1 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2021/1/economy/Leonov.pdf> (Дата обращения 02.02.2021).

MARKET OF ENVIRONMENTAL SERVICES IN RUSSIA

D.V. Sadikova

*St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design,
St. Petersburg, Russia*

This article is devoted to the development of the market for environmental services in the Russian Federation. The importance of protecting the environment is explained. The key advantages of the environmental services market and factors of its growth slowdown are listed.

Keywords: ecology, services, environmental services, growth deceleration factors, environmental protection, waste recycling

УДК 330.839

ВЛИЯНИЕ АМЕРИКАНСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА НА РОССИЙСКУЮ СИСТЕМУ УПРАВЛЕНИЯ

С.Г. Сафонова, С.А. Рыбник

*Донской государственный аграрный университет,
Пос. Персиановский, Россия*

В данной статье рассматривается менеджмент как инструмент ведения современных технологий бизнеса. Представлен анализ американской модели управления, ее особенностей и системы мотивации. Исследовано влияние на

русский бизнес и представлены выводы о возможности применение данной модели в реалиях современной России.

Ключевые слова: менеджмент, американская модель менеджмента, бизнес, экономика, система управления

Одним из основополагающих элементов современного бизнеса является менеджмент. Существует множество моделей, работающих по всему миру, но, одной из наиболее популярных стала американская система. Она оказывает всё большее влияние на производства, организации и страны в целом. Особенности американского менеджмента, его история и влияние на русскую систему управления будут рассмотрены в данной статье.

Разумеется, при росте производства, становится сложнее управлять и контролировать доходы, расходы, логистику. Для этого была разработана и применена модель менеджмента, основанная на основах традиционной школы, основоположником которой считается Анри Файоль. Её интегрировал Фредерик Уинслоу Тейлор, став основателем научного менеджмента [1].

Благодаря характеру американского бизнеса, появились несколько особенностей: коммуникабельность, уверенность в себе, оптимизм, честолюбие и обостренное чувство индивидуализма. Это стало фундаментом системы управления, которая работает до сих пор. Она же и позволила Соединенным Штатам занять лидирующее положение из числа государств западного мира [2].

Русская наука управления развивалась самостоятельно, отдельно от остального мира. Открытия и опыт игнорировался, что привело к господству административно-командной системы управления, что представляло собой жесткое государственное управление, основанное на централизации власти в одном едином центре [3].

В данный момент Россия заимствует в малом и среднем бизнесе черты как американской, так и японской системы управления. Занимая, к примеру, 7-ю строчку производителей сельскохозяйственной продукции в мире, нашей стране необходим менеджмент, который опирается на капиталистическую, а не социалистическую систему управления.

Американская система зарекомендовала себя наилучшим образом во многих странах, в том числе и странах СНГ. Однако на отечественных предприятиях обширно распространено покровительство при найме на работу, что ведёт к демотивации остальных сотрудников. В США же смотрят строго на профессиональную пригодность, а не на личные качества [4].

Если смотреть на вид организационной культуры, то русская система управления персоналом так же имеет совместные черты с американской моделью. Каждый сотрудник имеет чётко определёнными должностными инструкциями и немалые различия, в социальном статусе исходя из занимаемой должности. Основным видом мотивации в России после развала СССР является денежное стимулирование, состоящее из заработной платы и дополнительных выплат: оплата больничных, отпусков и т. д. Но есть то, что отличает менедж-

мент американской модели - это группизм. Наравне с индивидуализмом, вышеупомянутое качество стало фундаментальным, начав составлять основу русского менталитета. По этой причине они постоянно входят в противоречие между собой в силу полярности их основ и взглядов. Но из-за направления экономики нашей страны, которая так же ориентируется на американскую, индивидуализм начинает перевешивать группизм, что вновь, сближает нас с американской моделью, а учитывая современные тенденции малого и среднего бизнеса по всему миру, можно сказать, что в них первое место занимает не японская модель.

Экономика нашей страны представляет собой многоуровневую структуру, основу которой составляет частная собственность, однако одновременно существует и взаимодействует с ней государственная. Но последнее имеет направление, коллективизацию, что в современном мире, и при рыночной экономике, малопродуктивно. Менеджмент стал тем, к чему рано или поздно приходит любая крупная организация, и, как показывает практика, самой универсальной стала американская система. Она оказала огромное влияние на систему управления в России. Однако из-за характерных особенностей менталитета и самого развития бизнеса, Российской Федерации необходима собственная, интегрирующая в себя всё лучшее, система.

Список использованных источников

1. Бурганова, Л.А. Теория управления: учеб. пособие. - 2-е изд., перераб. и доп. / Л.А. Бурганова – Москва: ИНФРА-М, 2009. – 153 с.
2. Дорофеев, В.Д. Менеджмент / Дорофеев В.Д., Шмелева А.Н., Шестопал Н.Ю. – Москва: ИНФРА-М, 2008. – 440 с.
3. Акулов В.Б. Фундамент российского менеджмента / В.Б. Акулов, М.Н. Рудаков Петрозаводск: ПетрГУ, 2004. – 228 с.
4. Сафонова, С.Г. Проблема корпоративного управления в России / Сафонова С.Г., Кива В.В. // В сборнике; Вопросы науки 2021: потенциал науки и современные аспекты, сборник научных трудов по материалам XIVМеждународной научно – практической конференции, Анапа, 2021. – С. 29 -32.

THE INFLUENCE OF AMERICAN MANAGEMENT ON THE RUSSIAN MANAGEMENT SYSTEM

S.G. Safonova, S.A. Rybnik

*Don State Agrarian University,
v. Persianovsky, Russia*

This article discusses management as a tool for conducting modern business technologies. The analysis of the American management model, its features and motivation system is presented. The influence on Russian business is investigated and

conclusions about the possibility of using this model in the realities of modern Russia are presented.

Keywords: management, American management model, business, economics, management system

УДК 65

ЭФФЕКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ – КАЧЕСТВЕННАЯ РАБОТА ПРЕДПРИЯТИЯ

А.Э. Сафуанов, О.Н. Пушкарев

*Казанский государственный энергетический университет,
г. Казань, Россия*

В статье представлен процесс организации труда, даны рекомендации руководителю по успешному управлению предприятием, чтобы были высокие результаты деятельности и получен желаемый доход.

Ключевые слова: квалификация, планирование, эффективность, мотивация, контроль исполнения

Любое предприятие организует работу так, чтобы показывать высокие результаты своей деятельности и получать доход. Для того чтобы реализовать эти задачи, необходимо эффективно управлять предприятием. Конечно, качественная работа начинается с тщательной организации труда. Если руководитель заинтересован в том, чтобы работа была выполнена качественно и в необходимые сроки, ему необходимо уделить самое пристальное внимание именно организации этого процесса. А это, как мне кажется, должно включить: планирование; координацию действий; организацию работы; контроль исполнения принятых решений; мотивацию трудовых коллективов.

Считается, что результат не заставит ждать, если определиться с приоритетами, оптимальной последовательностью выполнения работ, выстроить график и отметить на нем необходимые места контроля и уточнения дальнейшего хода работ. Кроме этого необходимо учесть квалификацию работников, чтобы выстроить соответствующую стратегию. Все процедуры должны быть согласованы с содержанием поставленной задачи и со сроками ее выполнения. Иначе после быстрого старта участники могут спотыкаться о неучтенные препятствия, а это резко замедляет ход выполнения задачи. Недостаток планирования в этой области также может привести к тому, что часть важных составляющих не будет исполнена или о них вспомнят в последний момент. В результате задачи

решаются долго, дорого и некачественно. А вот правильно организованная работа выполняется быстро, интенсивно и даже незаметно.

Иногда руководитель может столкнуться с перегрузкой, нехваткой времени. Это происходит тогда, когда он не распределил обязанности между сотрудниками. При этом надо помнить, что нельзя обязывать, не оговаривая права работников. Конечно, полномочия должны быть оговорены в должностных инструкциях, но обязанности конкретного сотрудника в рамках выполнения какого-либо задания в стандартном регламенте не содержатся. Не стоит также рассчитывать на то, что подчиненный, взяв за основу перечень своих служебных обязанностей, самостоятельно определит набор своих полномочий в рамках конкретной работы. Для того чтобы это произошло, необходимо стимулировать работников, приветствовать, если сотрудники повышают квалификацию, черпают сведения из опыта работы успешных коллег, не надо забывать и о физическом и моральном состоянии подчиненных, надо приветствовать творческие способности сотрудников. Во время работы могут возникать различные внештатные ситуации. Если же есть необходимость в самостоятельном решении возникающих вопросов, то это можно делегировать только надежным и проверенным сотрудникам, что заранее должно быть оговорено. Хочется добавить: при том, что руководитель доминирует на предприятии, однако он должен «заразить» всех сотрудников своими идеями, мотивировать их на качественную и быструю работу, должен быть контакт с сотрудниками, взаимодействие на «горизонтальном» уровне, взаимоотношения должны измениться от директивных к обоюдному обмену информацией.

Всё может пойти, как и задумывалось, в том случае, если руководитель мыслит нестандартно, он креативен, готов «впитывать» новинки, умеет ориентироваться в чрезвычайных ситуациях. Действительно, можно говорить о результате тогда, когда руководитель подкован во всех вопросах. А начать он должен с подбора персонала, учёта компетенции работников (знания, образования, опыта работы, личных умений). Для эффективности работы сотрудников необходимо мотивировать персонал. Понятно, что никто не желает получать маленькую зарплату. Именно поэтому сотрудник старается максимально выложиться, при этом он не отвлекается на дела, которые не касаются предприятия. Иногда бывает достаточно морально поддержать работника, дать понять ему, что он является «частью команды», чтобы он осознал свою значимость для предприятия, находился в позитивном настроении и, как следствие, приносил бы предприятию эффективные результаты. Когда говорим о результативности, нельзя упускать из вида еще и комфортные условия, созданные для работников: строгое соблюдение всех санитарно-гигиенических норм, наличие рабочего места у каждого работника, обустройство помещения всей необходимой мебелью, инвентарём, обеспечение сотрудников всеми канцелярскими принадлежностями, эффективная организация режима труда, которая чередуется с отдыхом.

Успех и доход предприятия зависит также от того, вернется ли потребитель, покупатель в следующий раз. Если посмотреть на примеры известных

фирм, кампаний, продукцией или услугами которых пользуются во всём мире, то можно сделать вывод, что они ориентированы на новизну, они прибегают к тому, что открывают целые отделы, которые занимаются разработкой новинок. Вообще любое предприятие ориентировано на ту продукцию или услугу, которая актуальна в данное время в данном регионе. Сейчас очень сложно удивить человека новизной, поэтому многие предприятия прибегают к инновациям, новым видам обслуживания. Рассмотрим элементарный пример: сегодня мир перешёл от обычных магазинов к гипермаркетам, куда покупатели приходят, сами выбирают товар, потрогав его. Таким образом, работа может быть организована разными способами, но главная цель – получить доход – достигнута.

Эффективность работы предприятия также зависит от микроклимата в коллективе. Можно назвать ошибочным такое мнение: чем лучше взаимоотношения, тем качественнее будет выполненная работа. Это, с одной стороны, ведёт к спокойному общению, конструктивному диалогу, к общению без ссор и сплетен, но, с другой стороны, могут возникнуть другие факторы, например, снижается требовательность друг к другу, взаимные обязательства могут быть более значимыми, чем перед руководителем, иногда информация может скрываться от руководителя, т.е. будет круговая порука. Здесь, конечно же, должна быть золотая середина: руководитель обязан поддерживать должный баланс между сотрудничеством и соперничеством.

Руководителю надо не просто правильно ставить цели и предлагать решить задачи, еще необходимо анализировать результаты и фиксировать это. А человеческая психика устроена так, что он подсознательно стремится избежать понижения самооценки, поэтому любую «погрешность» готов списать либо приписать другим. Поэтому, я считаю, надо проводить анализ промежуточных и конечных результатов постоянно, пусть это станет обязательной процедурой руководства над предприятием. Хотя анализ результатов может испортить кому-то настроение, но повысит эффективность управления.

При управлении производством необходима и техническая оценка ситуации. Во-первых, можно предприятия расположить вдали от крупных городов, что будет гораздо экономичнее для управления производством, потому что доступнее земля, рабочая сила и подключение к энергоносителям. Во-вторых, можно сделать компания полного цикла – от изготовления сырья до выпуска конечного продукта, при этом снижается себестоимость продукции за счет качества изделия и, как следствие, упрощение управления производством. В-третьих, на предприятии можно запустить безотходное производство (бракованную продукцию можно переработать). В-четвертых, активная работа с кадрами. Очень сложно найти ответственных работников, поэтому можно повысить уровень своих же работников, мотивировать к труду за счет расширения социального пакета и финансовых перспектив. В-пятых, надо постоянно работать над составом сырья, совершенствовать производственный процесс. Кроме всего прочего, система управления производством на предприятии должна содержать следующие структурные подразделения: специализирующиеся на опе-

ративном управлении основным производством (в частности, отдел главного энергетика, отдел главного механика); занимающиеся руководством подготовки производства, его совершенствованием (например, бюро по изобретательству и рационализации, технологические отделы и пр.); отвечающие за капитальное строительство и транспорт; отделы управления трудом и заработной платой, которые занимаются приемом и увольнением работников, а также организацией подготовки и переподготовки кадров за счет курсового, бригадного и индивидуального обучения; работа лабораторий научной организации труда.

Предприятие можно назвать успешным в нынешних условиях, если решаются следующие задачи: производство большего объема продукции при меньших издержках; проведение производственной оптимизации, которая позволяет качественнее и быстрее работать; применение в работе эффективных, но недорогих решений. Своевременно запущенная на промышленном предприятии автоматизированная система управления производством дает возможность не только отвечать выше перечисленным требованиям, но и выстроить высокоэффективный менеджмент. Главными задачами современной системы управления производством являются: устранение рутинных операций, препятствующих поддержанию интенсивного производственного процесса, и внедрение потоков информации в онлайн-режиме на базе информационной системы компании. Под автоматизированной системой управления производством надо понимать программные и технические средства, соединенные в единый комплекс, которые призваны автоматизировать управление технологическим оборудованием на предприятиях промышленности.

Резюмируя вышесказанное, можно отметить: на современном этапе развития России обеспечение стабильной и эффективной работы предприятий по выпуску конкурентоспособной продукции является важнейшей задачей для управляющих всех уровней, а от управления и организации работы предприятия зависит выполнение первостепенной задачи.

Список использованных источников

1. Бикеева, М.В. Современная модель эффективного бизнеса / М.В. Бикеева, Н.Ю. Жукова, О.С. Жуковец – Новосибирск: Изд-во «СИБПРИНТ» – 2010. – с. 199 Кальницкая И. В. Анализ эффективности управления организацией // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2013. – Т. 4. – С. 186-190.
2. Ключева, Н.С. Каким должно быть эффективное управление предприятием / Н.С. Ключева. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2018. – № 21 (207). – С. 248-249.
3. <https://www.gd.ru/articles/8791-upravlenie-proizvodstvom>

EFFECTIVE MANAGEMENT – HIGH-QUALITY WORK OF THE ENTERPRISE

A.E. Safuanov, O.N.Pushkarev

Kazan State Power Engineering University, Kazan, Russia

The article presents the process of labor organization, gives recommendations to the head of the successful management of the enterprise, so that there are high performance results and the desired income is obtained.

Keywords: qualification, planning, efficiency, motivation, performance control

УДК 330

МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

¹С.Г. Сафонова, ¹П.М. Емельянова, ²А.И. Новиков

¹*Донской государственный аграрный университет,
пос. Персиановский, Россия*

²*Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал)
в г. Шахты, ФГБОУ ВО ДГТУ, г. Шахты. Россия*

В статье описаны особенности современной маркетинговой деятельности. Выявлена специфика понятий маркетинга и маркетинговой деятельности. Учитываются направления маркетинговой деятельности. Выделены уровни, в которых осуществляется маркетинговая деятельность.

Ключевые слова: понятие маркетинга, маркетинговая деятельность, маркетинговая деятельность предприятия

В современных условиях маркетинг имеет большое значение в продвижении товаров в условиях обостряющейся конкуренции. Он координирует и направляет функционирование других областей, таких как производство, кадровые и финансовые области. Также способствует улучшению качества жизни, появляются новые товары, услуги, идеи.

Термин «маркетинг» теперь можно встретить во многих сферах общественной жизни и часто приравнивают к коммерческой деятельности или рекламе. Однако важно отметить, что маркетинг подразумевает не только коммерческую деятельность, но и способность «слышать потребителя», понимать его нужды и требования. В широком смысле эта концепция состоит из понимания того, что доступно, прогнозирования потенциала и распознавания скрытых

потребностей. Кроме того, маркетинг направлен на удовлетворение потребностей и спроса. Еще одна характеристика - предметом маркетинговой деятельности являются не только товары, но и услуги, организации, люди, территории и идеи. Таким образом, маркетинг является средством повышения эффективности предпринимательской деятельности, т.е. деятельности, направленной на получение прибыли, а значит, маркетинг только тогда правильно организован, когда он способствует устойчивому получению прибыли [2].

Особенностью современного понимания маркетинга является то, что потребности удовлетворяются не только за счет предоставления товаров и услуг, но и за счет предоставления ценностей, то есть целого ряда материальных и эмоциональных выгод для потребителя. Следовательно, маркетинг относится к деятельности по преобразованию потребностей покупателей в доход от бизнеса. Исходя из этого, эти определения позволяют нам понять основные принципы и цели, лежащие в основе организации любой маркетинговой деятельности.

Современную маркетинговую деятельность внутри компании необходимо понимать как единую систему управленческих решений для исследования рынка, отвечающую потребностям и требованиям клиентов. Он основан на возможностях компании и направлен на получение прибыли и конкурентных преимуществ. Использование маркетинга означает прибыль от продажи продукта, которая, в свою очередь, покрывает все расходы компании и дает возможность для ее дальнейшего развития и удовлетворения других потребностей. Так мы добиваемся эффективности наших маркетинговых кампаний [4].

Маркетинг довольно гибок в зависимости от масштаба, продолжительности, рыночной среды и интересов потребителей. Маркетинг в настоящее время является одной из важнейших отраслей экономики, охватывающей все аспекты - от создания концепции продукта до его продажи и последующего взаимодействия с покупателем.

Маркетинговая деятельность ориентирована в первую очередь на обеспечение коммерческой эффективности рыночного хозяйствования фирмы посредством эффективного удовлетворения потребностей рынка в товарах и услугах, производимых фирмой. Основными направлениями ее реализации являются: организация и проведение маркетинговых исследований; анализ внешней и внутренней среды маркетинга; формирование и разработка стратегии и тактики маркетинга; формирование структур маркетинговых служб; обеспечение реализации базовых элементов маркетингового комплекса; организация контроля маркетинговой деятельности и оценка ее эффективности.

Каждое из представленных выше направлений маркетинговой деятельности по-своему важно для бизнеса. Упущение хотя бы одного из них может стать серьезным препятствием на пути рыночного развития фирмы [1].

Создание и совершенствование маркетинговых кампаний в современных условиях также способствует: ускорению научно-технического прогресса; интеграции компаний в международно-экономические отношения; повышению риска на всех этапах движения товаров (дизайн, производство, покупка, прода-

жа); расширению масштабов движения товаров; повышению качества продукции [3].

Успех маркетинговой деятельности в современной жизни напрямую влияет на формирование рынка, который, согласно предварительным исследованиям, изучает лучших поставщиков товаров, наиболее эффективные сегменты рынка, изучает конкурентов, выявляет их слабые и сильные стороны и определяет их положение на рынке, формирует лучший ассортимент продукции компаний, определяет приемлемую ценовую политику для потребителей и бизнеса, обеспечивает максимальную прибыль на этом рынке, организует эффективные системы распространения продукции и обслуживания клиентов, формирует спрос и стимулирует продажи на основе систем коммуникации [3].

Таблица 1 – Примеры рекламных компаний с удачной маркетинговой деятельностью [5]

№	Наименование	Обороты, млн. руб.	Среди клиентов	Год создания
1	Eventum Premo	865,4	VOLKSWAGEN, Сбербанк, Газпромбанк	2003
2	RHD	797,8	Audi, Bayer, Volkswagen	2006
3	Риалвеб	610	Аэрофлот, re:Store, HH.ru	1998

С учетом темпов технологического развития, компаниям необходимо идти в ногу с текущими маркетинговыми тенденциями. Во-первых, это установление глобальных маркетинговых целей, которые включают максимальное увеличение продаж продуктов клиентам и уровень удовлетворенности клиентов широким спектром продуктов.

Во-вторых, реализация инновационного принципа. Принцип новаторства – постоянное совершенствование, создание новых продуктов и новых направлений в исследованиях и разработках. В-третьих, полное и всестороннее рассмотрение факторов, формирующих рыночную ситуацию, при котором выделяются следующие экономические условия: экономическая ситуация, организационные характеристики, межличностные отношения, индивидуальные черты личности, осведомленность о проблеме, обобщенное описание потребностей, оценка продукта, поиск поставщиков и их оценка работы [2].

Многие эксперты считают, что маркетинг – это процесс, в котором потребности потенциальных покупателей предвидятся, и эти потребности удовлетворяются путем предоставления правильных продуктов, технологий и услуг. Маркетинг можно понимать как корпоративную философию. В данном случае он включает в себя теорию менеджмента и предпринимательства в качестве основы.

Список использованных источников

1. Гусев, А. Об управлении маркетинговой деятельностью предприятия / А. Гусев, С. Непочатых / Практический маркетинг. – 2006. – №5 (111). – С. 22–23.
2. Дихтль, Е., Хершген, Х. Практический маркетинг: учебное пособие / Пер. с нем. – Москва: Высш. школа, 1995. – 255 с.
3. Ильин, С.Ю. Современные тенденции развития маркетинговой деятельности / С. Ю. Ильин, И. А. Кочеткова / Часопис экономических реформ. – 2016. – № 1(21). – С. 80-84.
4. Роль маркетинга в управлении фирмой [Электронный ресурс]. URL: <https://www.hse.ru/data/2012/07/24/1257279242/маркетинг%20Glava01.pdf>.
5. ТОП-30 маркетинговых агентств 2022 года [Электронный ресурс]. URL: https://marketing-tech.ru/company_tags/marketing/.

IN MODERN CONDITIONS MARKETING ACTIVITY

¹S.G. Safonova, ¹P.M. Emelyanova, ²A.I. Novikov

¹*Don State Agrarian University,
Persianovsky, Russia*

²*Institute of Service and Entrepreneurship (branch) in Shakhty, of FSBEI HE DSTU,
Shakhty, Russia*

The article describes the features of modern marketing activities. Revealed the specificity of the concepts of marketing and marketing activities. The directions of marketing activities are taken into account. The levels at which marketing activities are carried out are highlighted.

Keywords: the concept of marketing, marketing activities, marketing activities of the enterprise

УДК 658.562

ПРОДВИЖЕНИЕ ПРОДУКТА НА СОВРЕМЕННОМ МУЗЫКАЛЬНОМ РЫНКЕ. PR-КОММУНИКАЦИИ В МУЗЫКАЛЬНОМ БИЗНЕСЕ

Д.И. Сергеев¹

*Санкт-Петербургский государственный университет
промышленных технологий и дизайна, г. Санкт-Петербург, Россия*

Данная статья посвящена разбору современных тенденций развития и продвижения малоизвестных музыкантов и продуктов их творчества в условиях

¹ Научный руководитель: к.э.н., доцент Леонов С.А.

огромной конкуренции на музыкальном рынке. Таким образом, в рамках исследования рассматриваются различные PR-механизмы.

Ключевые слова: PR (product relations), реклама, маркетинг, музыкальный бизнес, лейбл

Развитие и рост музыкального рынка подразумевает под собой и рост количества различных научных областей, необходимых для понимания рынка, и чем активнее развивается рынок, тем больший объём знаний он в себя включает. Одна из основополагающих наук, изучаемых для понимания современного музыкального рынка – это связи с общественностью, или, как её чаще называют, PR (public relations).

Появление именно PR-организаций послужило поводом для того, чтобы музыку в целом начали рассматривать как коммерческий вид творческой деятельности. Деятельность таких организаций целиком и полностью направлена на распространение артиста как бренда с целью последующей монетизации его интеллектуальной собственности - музыки. Из-за перенасыщения современного музыкального рынка талантами и жёсткой конкуренции среди не только состоявшихся артистов, но и тех исполнителей, кто только начинает свой творческий путь, даже самые интересные начинающие музыканты могут остаться незамеченными широкой публикой из-за своей неосведомлённости в сфере PR. Поэтому Public Relations в музыкальном бизнесе преподносится как процесс формирования образа артиста, обеспечивающего его узнаваемость [1, 2].

В музыкальном бизнесе нет универсального метода рекламы артиста, и в силу не только индивидуальности таланта каждого отдельного музыканта, но и постоянной смены трендов и музыкальных вкусов слушателей, подход к каждому новому исполнителю всегда должен быть особенным. Но, несмотря на это, маркетологи выделили 4 основных компонента, правильное применение которых существенно повышает шансы артиста на раскрутку себя самостоятельно:

- Маркетинг (решение вопросов, касающиеся целевой аудитории и её расширения)
- Бизнес (финансовые средства, которые артист способен вложить в самостоятельное продвижение)
- Креативность (непосредственно товар артиста)
- Склад ума (общая оценка всей ситуации, в частности – способность совместить в себе навыки не только музыканта, но и продюсера, аналитика и т.д.) [1].

Совмещение в себе всех этих пунктов дают возможность начинающему музыканту заняться реализацией само-PR проекта с большей вероятностью на успех. Основными инструментами такого процесса будет являться интернет. В связи с уходом физических носителей (дисков), а так же глобализацией и техническим прогрессом, стало возможно, что об исполнителе огромное количество людей может узнать в кратчайшие сроки. Это способствует как возможно-

сти раскрутки артистов через различные социальные сети (TikTok, YouTube и т.д.), так и внедрению донатной (от англ. donate – пожертвование) модели монетизации творчества артиста, при которой слушатели могут финансово поддерживать музыканта, используя его реквизиты. Их оставляет сам исполнителем в социальных сетях, через которые идёт и распространение его продукта. Продвижение коммерческих продуктов с помощью интернета даёт более хорошие результаты, чем другие СМИ: ТВ, печать или радио [3, 4, 5, 6].

Если же талантливый исполнитель не обладает должными знаниями о стратегиях продвижения и PR-механизмах, но при этом его продукт имеет коммерческий потенциал, то за построение образа артиста и распространение его продукта может взяться лейбл. Лейблом называется компания, заключающая долгосрочные контракты с артистами, которые, по мнению лейбла, обладают большим коммерческим потенциалом, для дальнейшей записи и реализации материала[1]. Крупные лейблы имеют большой штат сотрудников, среди которых основными являются:

- PR-менеджер, основная задачей которого является продвижение продукта в СМИ
- Арт-директор, который занимается запуском рекламы и её контролем
- Менеджер по продажам, который контролирует как статистику по продажам, так и работу PR-менеджеров
- Дистрибуторы, осуществляющие распространение продукта в магазины [2].

Таким образом, в современном музыкальном мире конечно не решающим, но довольно весомым фактором становления артиста является не талант исполнителя, а грамотно спланированная самим музыкантом либо лейблом PR-компания.

Список использованных источников

1. Васильченко, С.А. Роль PR в продвижении музыкального коммерческого продукта, принцип работы PR-организаций. – Текст: электронный / С.А. Васильченко // Молодой ученый. – 2017. – № 17. – С. 335-337. – URL: <https://moluch.ru/archive/151/42820/> (Дата обращения 07.01.2021).
2. Жижина, М.В. Структурно-функциональный анализ продвижения музыкального проекта на рынок. – Текст : электронный // М.В. Жижина // Российский психологический журнал. – 2007. – № 4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/strukturno-funktsionalnyy-analiz-prodvizheniya-muzykalnogo-proekta-na-rynok> (Дата обращения 07.01.2021).
3. Леонов, С.А. Влияние миссии компании на организацию внутренних бизнес-процессов // Дневник науки. 2021. №8 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2021/8/economy/Leonov2.pdf> (Дата обращения 07.09.2021).

4. Леонов, С.А. Форсированная цифровизация бизнеса в условиях «индустрии 4.0» // Дневник науки. 2021. №10 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2021/10/economy/Leonov.pdf> (Дата обращения 09.11.2021).

5. Леонов, С.А. Принципы эффективной презентации и продвижения бизнес-плана // Дневник науки. 2020. №12 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2020/12/economy/Leonov2.pdf> (Дата обращения 07.01.2021).

6. Леонов, С.А. Принципы эффективной разработки бизнес-плана // Дневник науки. 2020. №12 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2020/12/economy/Leonov.pdf> (Дата обращения 07.01.2021).

PRODUCT PROMOTION IN THE MODERN MUSIC MARKET. PR-COMMUNICATIONS IN THE MUSIC BUSINESS

D.I. Sergeev

*St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design,
St. Petersburg, Russia*

This article is devoted to the analysis of modern trends in the development and promotion of little-known musicians and their creative products in the face of huge competition in the music market. Thus, within the framework of the study, various PR-mechanisms are considered.

Keywords: PR (product relations), advertisement, marketing, music business, label

УДК 338.242

НЕОБХОДИМОСТЬ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМИ НА ОСНОВЕ ИННОВАЦИОННОГО ПОДХОДА

Ю.Ю. Сергеева¹

*Елецкий государственный университет им. И.А. Бунина,
г. Елец, Россия*

В данной статье рассматривается необходимость и принципы формирования стратегии инновационного развития на предприятиях и представлен ал-

¹ научный руководитель Шабалина Татьяна Александровна

горитм стратегического управления организацией на основе инновационного подхода.

Ключевые слова: стратегия, инновации, предприятия, управление

В современных условиях за счет развития инновационных процессов может быть достигнуто повышение эффективности производства промышленных предприятий в основном, что в конечном итоге находит отражение в новых технологиях и новой конкурентоспособной продукции.

Возможность инноваций и их внедрения обеспечивает предприятиям определенное конкурентное преимущество в межфирменной конкуренции.

Современное производство характеризуется инновациями и стремлением использовать более передовые технологии, новые продукты и услуги.

Разработка новых технических и организационно-технических решений, совершенствование основных принципов управления применительно к конкретной ситуации внутреннего рынка создает условия для обновления воспроизводственного процесса промышленных предприятий и дает дополнительный импульс экономическому росту. По своей природе инновации включают в себя не только технологию или технологическое развитие, но и любые изменения к лучшему во всех областях научной и производственной деятельности. Постоянное обновление оборудования и технологий делает инновационный процесс важнейшим условием производства конкурентоспособной продукции, завоевания и сохранения позиций компании на рынке, повышения производительности и эффективности бизнеса.

Предприятия формируют собственные стратегии инноваций и развития, когда принимают непосредственное участие в разработке конкретных инновационных проектов. В основном такие стратегии реализуются либо крупными организациями, обладающими необходимыми ресурсами и возможностями, либо малыми предприятиями с высоким интеллектуальным потенциалом. При этом, если применительно к первой категории речь в основном идет о внедрении инноваций в собственное производство, то вторая категория также может ориентироваться на реализацию «внешних» инновационных разработок.

В настоящее время в инновационном менеджменте российских предприятий сохраняются следующие проблемы:

- снижение затрат на инновации за счет практически полного исключения инвестиций в научную сферу, а также в технологическую трансформацию, производство и обновление продукции;

- скорость отставания технического прогресса от мирового уровня по различным качественным параметрам технического развития;

- отсутствие гибкости в работе существующих материально-технических, производственно-хозяйственных структур;

- чрезмерная длительность инновационных процессов во времени;

- ограниченность распространения инноваций;

– отсутствие интереса к инновациям (из-за функциональной направленности бизнеса);

– практически полностью прекращено инвестиционное обеспечение программ технологической трансформации и модернизации производства.

Высокоразвитые страны имеют устоявшиеся механизмы надзора за рынком, такие как выборочное налогообложение, гибкая амортизационная политика, методы борьбы с чрезмерной концентрацией производства и монопольным владением продажами, а также механизмы стимулирования развития малых предприятий для быстрого реагирования на технологические достижения и изменения рыночного спроса. В настоящее время в России отсутствует четкая, законодательно закреплённая национальная политика в области инноваций.

Одной из важнейших проблем в инновационной деятельности является также проблема организации этой деятельности, то есть проблемы управления. Анализируя деятельность многих предприятий, можно сделать вывод, что качество управления становится все более важным. Квалификация менеджеров и руководителей становится важнейшим фактором обеспечения эффективности инновационного процесса. При этом руководителям необходимо овладеть полным набором инструментов управления.

Для повышения эффективности бизнеса инновации должны обеспечивать:

– наиболее полное и своевременное удовлетворение потребностей;

– конкурентоспособность предприятия по показателям качества продукции и эффективности производства;

– повысить эффективность широкого спектра радикальных инноваций и гибко приспособить как эволюционные, постоянно внедряемые инновации, так и радикальные, регулярно внедряемые инновации;

– взаимодействие внутренних и внешних элементов системы организационного развития.

Процесс разработки эффективной стратегии управления развитием предприятия на основе инновационного подхода должен основываться на следующих принципах:

– принцип инновационности коренным образом изменяет стратегию развития промышленных предприятий в части определения основных направлений, чтобы хозяйствующие субъекты могли ориентироваться на внедрение инноваций;

– принцип экономической целесообразности заключается в предварительной оценке собственных возможностей предприятия и последствий реализации стратегии инновационного развития;

– принцип ориентации на будущие потребности потребителей предполагает использование прогностических методов инновационного развития, благодаря чему можно выявить те направления инновационного развития, которые обеспечат наибольшую отдачу для бизнеса;

- принцип адаптивности предполагает оценку способности фирмы воспринимать ту или иную инновацию;
- принцип технической осуществимости подразумевает, что при внедрении новых разработок необходимо оценивать возможности бизнеса;
- принципы рассмотрения жизненного цикла внедренной разработки позволяют формировать знания и понимать, что произошло и должно было произойти в проекте внедрения стратегии развития бизнеса в определенных ситуациях;
- принцип эффективности стратегии инновационного развития определяется возможностью реализации всех необходимых и ожидаемых полезных эффектов инновационного проекта для экономии соответствующего количества труда, времени, ресурсов и денег на единицу;
- принципы развития системы предприятия на основе реализации инновационной стратегии предполагают, что используемые приемы должны быть направлены не только на попытки улучшения отдельных элементов, которые часто приводят лишь к незначительным улучшениям конечного результата, но и на развитие системы в целом.

По мере роста бизнеса его цели, а точнее, возможности его осуществления могут существенно меняться, по крайней мере, по мере осознания новых фактов и условий деятельности. В связи с этим игнорирование факторов непрерывных инноваций и развития лишит предприятия необходимой конкурентоспособности.

Использование предложенных принципов позволяет повысить эффективность управленческих решений при формировании и реализации стратегии развития бизнеса на основе инновационных подходов.

Список использованных источников

1. Аньшин, В.М., Колоколов, В.А., Дагаев, А.А., Кудинов, Л.Г. Инновационный менеджмент: Концепции, многоуровневые стратегии и механизмы инновационного развития [Текст] / В.М. Аньшин, В.А. Колоколов, А.А. Дагаев, Л.Г. Кудинов. – Москва: Издательство «Дело», 2007. – 584 с.
2. Есин, Е.Ю. Анализ влияния инновационных технологий инвестирования расширенного воспроизводства основного капитала на эффективность его использования в условиях многоукладной экономики // Интеграл. – 2012. – № 5(67).
3. Ноздрин, В.В. Концептуальные положения моделирования и прогнозирования процессов создания инновационной среды в технических вузах // Предпринимательство. – 2012. – № 6. – С. 102-110.

THE NEED FOR STRATEGIC MANAGEMENT OF ENTERPRISES BASED ON AN INNOVATIVE APPROACH

Yu.Yu. Sergeeva

*Yelets State University named after I.A. Bunin,
Yelets, Russia*

This article discusses the necessity and principles of forming an innovative development strategy at enterprises and presents an algorithm for strategic management of an organization based on an innovative approach.

Keywords: strategy, innovations, enterprises, management

УДК 331

НАЙМ ПЕРСОНАЛА КАК ФАКТОР УСПЕШНОСТИ МЕНЕДЖМЕНТА В ОРГАНИЗАЦИИ

Н.Н. Симачкова

*Уральский государственный аграрный университет,
г. Екатеринбург, Россия*

Профессиональный приём на работу является необходимым составляющим менеджмента персонала. Приём на работу представляет собой ряд действий, предпринимаемых организацией для кандидатов на вакантные рабочие места. В статье рассмотрены научные мнения, по вопросам найма персонала, как важного фактора успешности управления не только персоналом, но и организацией в целом.

Ключевые слова: персонал, система управления, найм персонала, кадровый резерв, рабочие места

Определяющим фактором, влияющим на конкурентоспособность, экономический рост и эффективность бизнеса, является наличие в организации человеческих ресурсов, способных профессионально решать поставленные задачи. Для эффективного управления персоналом организациям необходима интегрированная система для работы с персоналом, которая позволяет им управлять с момента их приема на работу до выхода на пенсию.

Д.Е. Мякушин рассматривает прием на работу как процесс изучения психологических и профессиональных качеств кандидата с целью установления

его пригодности для выполнения обязанностей, а также выбора из набора претендентов наиболее подходящего с учетом пригодности его квалификации, специальности, личные качества и способности характера деятельности и самого работника [3].

Отметим, что процесс найма персонала – это последовательные действия по подбору и отбору. Рассмотрим содержание этих понятий с позиции справочных изданий и подходов отечественных и зарубежных исследователей.

В справочных профессиональных публикациях определение персонала определяется как «диагностика психологических и профессиональных качеств людей для соответствия их конкретной работе [4]».

В энциклопедическом издании, адресованном экономистам, набор персонала, в свою очередь, интерпретируется как «важный этап в работе с персоналом, включая расчет потребностей в персонале, построение модели рабочих мест, отбор профессионального персонала и формирование кадрового резерва [1]».

Тема найма персонала нашла отражение и в многочисленных работах современных российских исследователей: М.И. Магуры, С.В. Иванова, А.В. Дейнеки, А.С. Слепцовой, Д.Е. Мякушкина, А.Я. Кибанова, А.М. Карякина и других.

Так, А.В. Дейнека под наймом персонала понимает систему мер, предусмотренных организацией при привлечении работников, обладающих необходимыми профессиональными навыками и моральными качествами и способных выполнять все обязанности на рабочем месте [3]. По словам автора, наем осуществляется, когда есть потребность в сотрудниках определенной профессии или квалификации, и основная задача менеджеров по персоналу состоит в том, чтобы обеспечить нужных людей в нужное время, но важно выяснить цели и ожидания сотрудника, пришедшего в компанию с целью оптимизации ее производительности с использованием правильной мотивации.

В зарубежной науке проблему подбора персонала изучали классики менеджмента: М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури, а также современные специалисты Э. Майклз и Х. Хэндфилд-Джонс, консультант по обучению рекрутеров Н. Берн и многие другие.

Авторы классических учебников по менеджменту М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури констатируют, что набор заключается в создании необходимого резерва кандидатов на все должности и специальности, из которого организация отбирает наиболее подходящих для нее работников [5]. Ученые отмечают, что ошибочно использовать только один тип поиска кандидатов на должности (внутренний или внешний), поскольку приток людей со свежими взглядами и идеями сильно ограничен, что может привести к стагнации организации.

Э. Майклз и Х. Хэндфилд-Джонс считают, что таланты – это главное конкурентное преимущество компании, а способность их привлекать, развивать и удерживать определяет успех современной компании [2]. В то же время поиск талантливых кандидатов, поскольку компания активно следит за государствен-

ным образованием, не должен прекращаться, даже если все рабочие места закрыты, независимо от отрасли или сектора бизнеса. Авторы рассматривают выбор с позиции рыночных отношений, где конкурентное преимущество организации, ее экономический успех во многом определяются талантливymi сотрудниками.

Н. Берн понимает профессиональные навыки поиска клиента кандидата, которые отвечают ожиданиям и требованиям работодателя, вписываются в корпоративную культуру, выполняют поставленные задачи и продолжают эффективно работать для целей организации [1].

Таким образом, можно говорить, что и в российской и в зарубежной науке подбор персонала определяется, как процесс поиска кандидата на вакансию организации, при этом представители зарубежной школы в большей степени учитывают специфику рыночных отношений и условиях конкурентоспособности современной компании.

Тема подбора персонала нашла отражение в работах современных российских исследователей: Л. А. Козловой, Л. Э. Самуйловой, Ю. А. Логиновой, Д.Н. Рощина, С.В. Тарасовой, А.М. Карякина, В. И. Деминой, А. О. Блинова, О. В. Василевской и других.

В общем понимании, отбор персонала – это процесс выбора из ряда претендентов на должность одного или нескольких, соответствующих критериям [3].

А.О. Блинов и О.В. Васильевская считает, что прием на работу персонала – это выявление требований, предъявляемых организацией к профессиональному уровню кандидата, системы мер по формированию необходимого персонала. В то же время важно, чтобы количественные и качественные параметры персонала соответствовали целям и задачам организации прием на работу – это те действия, в результате которых компания сделала выбор из списка кандидатов того, который наиболее подходящим образом связан с вакансией [2].

Подводя итог вышесказанному, отметим, что найм персонала в современной науке рассматривается как процесс, функция. Различия в интерпретации понятий «подбор» и «отбор» персонала во многом обусловлены дифференцированным подходом с точки зрения различных научных направлений. В целом, научное определение понятия «найм персонала» сформировано, и его содержание представлено в работах как российских, так и зарубежных исследователей.

Таким образом, в настоящее время необходимо не только заполнить штатное расписание, но и подобрать его, чтобы приемный человек работал более эффективно, поскольку от этого зависит имидж и прибыль организации. Это можно сделать только при условии объективной оценки кандидата, причем не только его квалификации, но, что более важно, его психологической стороны.

Список использованных источников

1. Базарова, Л.А. Система подбора персонала как фактор устойчивого экономического развития // Управление персоналом– 2016. – № 23.
2. Голубкова, Е. Оценка эффективности работы персонала компании / Е. Голубкова, О. Михайлов, В. Юрашев // Маркетинг. – 2017. – № 2. – С.116-125.
3. Иванова, С.В. Кандидат, новичок, сотрудник. Инструменты управления персоналом, которые реально работают на практике. – 2-е изд. – Москва: Эксмо, 2016.
4. Сперанский, В.И. Концепция управления человеческими ресурсами – современный подход к управлению персоналом // Соц.-гуман. знания. – 2016. – № 5. – С.193-206.
5. Удалов, Ф.Е. Опыт, темперамент и эффективность работы руководителя / Ф.Е.Удалов, О.Ф.Алехина // ЭКО. – 2019. – № 9. – С.115-127.

RECRUITMENT AS A FACTOR OF SUCCESS IN ORGANIZATION MANAGEMENT

N.N. Simachkova

Ural State Agrarian University, Yekaterinburg, Russia

Professional hiring is a necessary component of personnel management. Recruitment is a series of activities undertaken by an organization for candidates for vacant jobs. The article discusses scientific opinions on the recruitment of personnel as an important factor in the success of managing not only personnel, but also the organization as a whole.

Key words: personnel, management system, recruitment, personnel reserve, jobs

УДК 331

ЭТАПНОСТЬ КАК ФАКТОР УСПЕШНОЙ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ В СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Н.Н. Симачкова

*Уральский государственный аграрный университет,
г. Екатеринбург, Россия*

Формирование кадровой политики начинается с выявления потенциальных возможностей в сфере управления людьми и с определения тех направле-

ний работы с персоналом, которые должны быть усилены для успешной реализации организационной стратегии. В статье рассмотрена проблема определения основных этапов системы мероприятий по формированию кадровой политики организации.

Ключевые слова: персонал, кадровая стратегия, этапы, кадровый потенциал, организационная стратегия

Процесс работы с персоналом должен быть построен так, чтобы кратчайшим путем приходиться к желаемому результату в отношении любого вопроса или проблемы в кадровой сфере.

Этапы выработки кадровой политики должны включать основные мероприятия, направленные на формирование кадровой стратегии организации, можно выделить следующие этапы: проведение анализа ситуации и подготовка прогнозов развития предприятия. Определение стратегических целей организации; разработка общих принципов кадровой политики, определение ключевых моментов и приоритетов; официальное утверждение кадровой политики организации. Этап пропагандирования. Создание и поддержка системы продвижения кадровой информации. Информирование коллектива о разработанной кадровой политике и сбор мнений. Оценка финансовых ресурсов на осуществление выбранного типа стратегии – формулирование принципов распределения средств, обеспечение эффективной системы стимулирования труда. Разработка плана оперативных мероприятий: планирование потребности в трудовых ресурсах, прогноз численности кадров, формирование структуры и штата, назначение, создание резерва, перемещение. Определение значимости мероприятий. Реализация кадровых мероприятий: обеспечение программы развития, отбор и найма персонала, профориентация и адаптация сотрудников, формирование команд, профессиональная подготовка и повышение квалификации. Оценка результатов деятельности – анализ соответствия кадровой политики, выполняемых мероприятий и стратегии организации, выявление проблем в кадровой работе, оценка кадрового потенциала [2].

Традиционно при формировании кадровой политики выделяют такие этапы как нормирование, программирование, мониторинг персонала [1].

На первом этапе – нормирование, проводится согласование принципов и целей работы с персоналом, с принципами и целями организации в целом, стратегией и этапом ее развития. Необходимо провести анализ корпоративной культуры, стратегии и этапа развития организации, спрогнозировать возможные изменения, конкретизировать образ желаемого сотрудника, пути его формирования и цели работы с персоналом. Например, целесообразно описать требования к сотруднику организации, принципы его существования в организации, возможности роста, требования к развитию определенных способностей и т.д.

Второй этап программирование, включает разработку программ, путем достижения целей кадровой работы, конкретизированных с учетом условий нынешних и возможных изменений ситуации. Необходимо построить систему

процедур и мероприятий по достижению целей, своего рода кадровых технологий, закрепленных в документах, формах, и обязательно с учетом, как нынешнего состояния, так и возможностей изменений.

Существенный параметр, оказывающий влияние на разработку таких программ – представление о приемлемых инструментах и способах воздействия, их согласование с ценностями организации. Например, в ситуации закрытой кадровой политики нелогично разрабатывать и использовать программы интенсивного набора персонала через кадровые агентства, средства массовой информации [3].

В этом случае при наборе важно обращать внимание на знакомых своих сотрудников, учащихся корпоративных учебных заведений. Для корпоративной культуры с элементами органической организационной культуры, культивирующей дух «единой семьи», нецелесообразно при наборе использовать строгие, а зачастую и жестокие психологические тесты, большее внимание следует уделять процедурам собеседований, групповым мероприятиям, моделированию реальных производственных ситуаций.

На третьем этапе осуществляется мониторинг персонала, с целью разработки процедур диагностики и прогнозирования кадровой ситуации. Необходимо выделить индикаторы состояния кадрового потенциала, разработать программу постоянной диагностики и механизм выработки конкретных мер по развитию и использованию знаний, умений и навыков персонала. Целесообразны оценка эффективности кадровых программ, и разработка методики их оценки [4].

Для предприятий, проводящих постоянный мониторинг персонала, множество отдельных программ кадровой работы (оценка и аттестация, планирование карьеры, поддержание эффективного рабочего климата, планирование) включаются в единую систему внутренне связанных задач, способов диагностики и воздействия, способов принятия и реализации решений. В таком случае мы можем говорить о существовании кадровой политики как инструменте управления предприятием.

Для эффективного управления кадровой политикой создается система оперативного учета и анализа кадров, отражающая в каждый конкретный момент деятельности действительное положение за определенный промежуток времени на всех уровнях управления на предприятиях. Получаемая с ее помощью информация позволяет периодически оценивать тенденции изменения состава кадров на предприятии; разрабатывать научно-обоснованные и комплексные прогнозы и планы потребности в кадрах и на этой основе формировать кадровую политику, согласующуюся с планами социального развития каждого предприятия. Приводится структура кадровой политики крупных промышленных предприятий [5].

Наиболее важным направлением в организации работы с кадрами становится постоянное и всестороннее развитие кадров, совершенствование их знаний, профессиональных навыков и умений. Суть работы состоит в организации

механизма, основанного на личном интересе работника, экономических стимулах и социальных гарантиях, побуждающих персонал предприятия постоянно повышать свою квалификацию и профессионализм, что, в частности, позволит создать резерв для замещения более высоких должностей или ротации кадров в соответствии с потребностями производства.

Список использованных источников

1. Кулькова, И. А. Особенности нормирования труда в рекрутинге [Текст] / И. А. Кулькова, А. П. Безруких // Известия Уральского государственного горного университета. – 2016. – № 1 (41). – С. 145-148.
2. Лабынцев, Н. Т. Методические аспекты учета человеческого капитала в условиях инвестирования активов в человеческие ресурсы [Текст] / Н. Т. Лабынцев, М. А. Кузнецова // Учет. Анализ. Аудит. – 2017. – № 6. – С. 30-37.
3. Литвиненко, Г. Н. Кадровый маркетинг как эффективный инструмент взаимодействия внутреннего и внешнего рынков труда [Текст] / Г. Н. Литвиненко, М. И. Берестенева // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2019.
4. Матына, Л. И. Формирование кадровой поддержки высокотехнологичного бизнеса [Текст] / Л. И. Матына, С. П. Олейник, С. П. Перишкова // Экономические и социально-гуманитарные исследования. – 2017. – № 3 (15). – С. 17-29.
5. Мухорьянова, О.А. Инновационные технологии набора персонала в малом и среднем бизнесе [Текст] / О.А. Мухорьянова, И. П. Савченко, Е. В. Богушевич // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. – 2016. – № 4 (190). – С. 231-239.

STAGES AS A FACTOR OF SUCCESSFUL PERSONNEL POLICY IN A MODERN ORGANIZATION

N.N. Simachkova

*Ural State Agrarian University,
Yekaterinburg, Russia*

The formation of personnel policy begins with the identification of potential opportunities in the field of people management and with the identification of those areas of work with personnel that need to be strengthened for the successful implementation of the organizational strategy. The article considers the problem of determining the main stages of the system of measures for the formation of the personnel policy of the organization.

Key words: personnel, personnel strategy, stages, personnel potential, organizational strategy

УДК 658.562

НОВАЯ РОЛЬ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

И.Н. Слезкин¹

*Санкт-Петербургский государственный университет
промышленных технологий и дизайна,
г. Санкт-Петербург, Россия*

В данной статье рассматривается нарастающая с каждым днем роль социальных сетей как инструмента продвижения. Автор характеризует социальную сеть как актуальный способ маркетинга, который включает: разнообразие видов коммуникации, нацеленность на потребности определенной целевой аудитории, скорость доставки информации и невысокие затраты. В статье рассматриваются основные виды социальных сетей, представленных в современной цифровой экономике.

Ключевые слова: социальные сети, продвижение, маркетинг, цифровая экономика

Развитие цифровых технологий и сети Интернет с каждым днем оказывает все большее влияние на жизнь общества. Современную жизнь сложно представить без покупок в интернет-магазинах, мобильных банков, видеоконференций. Элементы цифровой экономики предлагают пользователю комфорт, оперативность, доступность. За долю секунды мы можем связаться с человеком, находящемся на другом конце земного шара, найти ответ на любой вопрос. Всеми этими удобствами цифровой экономики активно пользуются различные организации для достижения своих маркетинговых целей. Компания, занимающаяся продвижением в сети Интернет получает: возможность мгновенной обратной связи с потребителем, возможность точечной рекламы (опираясь на социальный портрет потребителя), высокое удобство использования интернет-ресурса, относительно низкую стоимость, более простой способ сбора статистики. Опираясь на все вышесказанное, можно сделать вывод, что продвижение в сети Интернет необходимо для успешного существования организации.

¹ Научный руководитель: к.э.н., доцент Леонов С.А.

Не может остаться без упоминания и главный недостаток такого метода продвижения. Речь идет о переизбытке информации в сети Интернет. Таким образом, фирмам следует тщательно относиться к выбору каналов продвижения, отзывам пользователей, сбору статистики.

Социальные сети в современной экономике являются средой, способной приносить высокий доход. Они являются самостоятельными средствами массовой коммуникации с видовым разнообразием и функциональным богатством.

На данный момент социальные средства коммуникации не имеют общепринятой классификации. Для лучшего понимания каждого типа, удобно разделить их по функциональным возможностям:

1. Социальные сети для общения – самый популярный и востребованный тип. К таким социальным сетям относятся: «Facebook», «ВКонтакте», «Telegram» и др. Данные социальные сети служат площадками для отношений как личных, так и профессиональных (профессиональные сообщества, группы).

2. Сети, предназначенные для обмена медиаконтентом, таким как фото, видео, аудио. В данной группе представлены: «Instagram», «YouTube», «Snapchat», «TikTok» и др. Принцип такого рода распространения информации и встроенные дополнительные возможности дают социальным средствам коммуникации данной категории большое преимущество в области рекламы за счет визуального контента.

3. Социальные платформы для публикации отзывов и обзоров представляют собой базы знаний для пользователей, желающих собрать необходимую информацию о чем-либо. Основа зарубежных сетей – это «Yelp», «Urbaspoon», «Forsquare» и российского аналога «Flamp», где используется геолокация и возможность оставлять отзывы и рекомендации о локальном бизнесе. Также существуют ресурсы, на котором пользователи оставляют отзывы на покупки и услуги, в России – это «Яндекс Маркет», «Отзыв.ру», «Irecommend» и подобные.

4. Для коллективных обсуждений. Это различные форумы, сообщества и Q&A-сервисы (вопрос-ответ) были одними из первых социальных медиа. К современным платформам можно отнести «Mail.ru», «lxbt», «Reddit», «Quora» и т.п.

5. Сети для авторских записей представляют собой блогинг, микро-блогинг, с помощью которого люди создают и обмениваются текстово-медийный контентом. В данную группу входят: «Twitter», «Medium», «Tumblr», «Livejournal» и «Blogger».

6. Сервисы социальных закладок. Представители данного вида – «StumbleUpon», «Pinterest», «Flipboard», «Scoop.it!», «Diigo». По своей сути – это сервисы, на которых пользователи собирают свою личную библиотеку, на которую в прочем могут подписываться другие пользователи. Обычно, такие социальные сети занимаются изучением интересов пользователей в целях более релевантного контента для каждого.

7. Социальные сети по интересам – это сети, для нахождения единомышленников. Last.fm – для меломанов, 1964 Goodreads – для любителей литературы, IMBb – для поклонников кино. Данный вид социальных медиа отлично подходит для создания отраслевых сообществ.

8. Профессиональные социальные сети. Ресурсы, главной целью которых является профессиональное общение. Данные сети отлично подходят для рекрутинга, создания бизнес-проектов, продвижения товар и услуг в бизнес-среде.

Большое разнообразие видов социальных сетей помогает компаниям точно воздействовать на целевую аудиторию, выбирать места ее высокой концентрации, а также вести постоянный диалог с потребителем. В современном мире, где активных пользователей сети Интернет насчитывается уже более 4 млрд, невозможно вести крупный бизнес без активного его продвижения на социальных площадках. Одна качественная реклама может увеличить прибыль фирмы в несколько раз, а вот единственная неудачная - оставить без потребителя. Это многое говорит о роли социальных сетей в современной экономике.

Список использованных источников

1. Энциклопедия интернет-маркетинга [Электронный ресурс]: форум – Режим доступа: <https://www.searchengines.ru/social-users-3bln.htm> (дата обращения 27.11.2021 г.)

2. Виды социальных сетей: классификация и представители [Электронный ресурс]: <http://darksiteofmarketing.com/stati/vidy-socialnyh-setei-klassifikacija-i-predstaviteli.html> (дата обращения 27.11.2021 г.)

3. Леонов, С.А. Влияние миссии компании на организацию внутренних бизнес-процессов // Дневник науки. 2021. №8 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2021/8/economy/Leonov2.pdf> (Дата обращения 07.09.2021).

4. Леонов, С.А. Форсированная цифровизация бизнеса в условиях «индустрии 4.0» // Дневник науки. 2021. №10 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2021/10/economy/Leonov.pdf> (Дата обращения 09.11.2021).

5. Леонов, С.А. Принципы эффективной презентации и продвижения бизнес-плана // Дневник науки. 2020. №12 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2020/12/economy/Leonov2.pdf> (Дата обращения 07.01.2021).

6. Леонов, С.А. Принципы эффективной разработки бизнес-плана // Дневник науки. 2020. №12 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2020/12/economy/Leonov.pdf> (Дата обращения 07.01.2021).

THE NEW ROLE OF SOCIAL MEDIA IN THE MODERN ECONOMY

I.N. Slezkin

*St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design,
St. Petersburg, Russia*

This article examines the growing role of social networks as a promotion tool every day. The author characterizes the social network as an actual method of marketing, which includes: a variety of types of communication, focus on the needs of a specific target audience, speed of delivery of information and low costs. The article examines the main types of social networks represented in the modern digital economy.

Keywords: social networks, promotion, marketing, digital economy

УДК 338.33

ПРОЦЕСС РАЗРАБОТКИ И ВНЕДРЕНИЯ НОВОГО ТОВАРА

А.С. Тазова, С.И. Пентегов

*Академия ФСИН России,
г. Рязань, Россия*

В статье обозначены теоретические и практические аспекты проблемы разработки и внедрения нового товара, а также проанализированы причины неудач при организации производства нового товара. Предложены перспективные направления совершенствования процессов производства нового товара.

Ключевые слова: конкурентная среда, новый товар, процесс разработки нового товара

На современном этапе конкурентная среда, являются важнейшим фактором развития компании, для того, чтобы выжить необходимо, постоянно отслеживать положение товара, а также следить за меняющимися предпочтениями потребителей. Поэтому, чтобы грамотно спланировать маркетинговую составляющую бизнеса, необходимо изучить и провести детальный анализ конкурентной среды.

Недопустимо просто следить за деятельностью конкурентов, необходим полноценный сравнительный анализ конкурентной среды, который позволяет сформировать схему привлечения потребителя и спрогнозировать развитие ситуации на рынке и в компании [5].

Для экономического роста и увеличения прибыли компании недостаточно опираться только лишь на существующий ассортимент, предприятиям необходимо вести разработку новой линейки товарной продукции. В то же время конкуренты тоже стараются удовлетворить потребности покупателей, которым всегда хочется каких-то новшеств. Таким образом, в условиях конкуренции и постоянно меняющихся запросов потребителей, экономический рост и величина прибыли компании напрямую зависят от того, насколько успешно она разрабатывает и внедряет новые товары на рынок.

Те компании, которые в условиях конкуренции не справляются с разработкой новых товаров, сильно рискуют, так как спрос на уже существующие определяется изменением нужд и вкусов потребителей, изобретением новых технологий, сокращением жизненного цикла товара и ужесточением конкуренции на рынке.

Прежде чем перейти к самому процессу разработки и внедрения нового товара, необходимо ответить на вопрос: «Что же такое новый товар?». В литературе встречаются различные формулировки схожие по смыслу. Так, например, В.П. Бардовский определяет новый товар, как товар, в основе которого лежит новое изделие, либо товар, качественные характеристики которого отличаются от ранее создаваемых аналогов[1]. По мнению же Ю.Ю. Сусловой, новый товар – это новый продукт, поступивший на рынок и отличающийся от существующих товаров сходного назначения каким-либо изменением потребительских свойств [4].

Новые товары нередко терпят неудачи. Причинами этому могут послужить:

1. «проталкивание» товара руководством компании;
2. переоцененный объём рынка сбыта;
3. конструктивные недостатки нового товара;
4. неудачное позиционирование, рекламная компания или завышенная цена;
5. большие затраты на разработку нового товара;
6. высокая конкуренция.

В противовес этим причинам существуют явления, способствующие успешному выводу нового товара на рынок, это:

1. хорошее понимание нужд потребителей;
2. хорошая окупаемость затрат на производство нового товара;
3. опережение конкурентов в использовании инноваций;
4. высокая планируемая маржа;
5. расходование значительных средств на рекламу и продвижение товара на рынке;
6. поддержание инновационной деятельности на предприятии [3].



Рисунок 1 – Этапы процесса разработки и внедрения нового товара на рынок

Процесс разработки и внедрения нового товара на рынок является достаточно сложным и, по мнению Ю.Ю. Сусловой, состоит из двух основных стадий.

Первая стадия (до рыночная стадия) – комплекс работ, связанных с созданием товара и подготовкой рынка к его восприятию.

Вторая стадия (рыночная стадия) – внедрение нового продукта на рынок. Товар непосредственно поступает в сферу товарного обращения и становится объектом купли-продажи. Далее, на определенной стадии пребывания его на

рынке происходит качественный переход товара из состояния «новый» в состояние «традиционный».

Данный процесс можно рассмотреть и более детально разделив его на этапы (рис. 1).

Дадим более подробную характеристику каждого этапа.

На первом этапе производится анализ тенденций и закономерностей развития предметной среды, потребностей и потребительских требований к свойствам товара.

На втором этапе – сравнительный анализ и первичная оценка приемлемости новой конструкции и дизайна.

Оценка параметров изделия, определение направлений его технического и художественного совершенствования происходит на третьем этапе.

Четвертый этап включает выявление свойств нового товара в процессе опытного потребления, оценку перспективности выпуска и проектирование инфраструктуры.

На пятом этапе изучаются реакции покупателей на новый товар, мотивы покупки, категорий покупателей, покупательские оценки товара, формы и методы его продажи, реакции на рекламу, определяется широта ассортимента.

На шестом этапе выявляются сегменты рынка, определяется объем потенциального спроса, формы и методы работы на рынке и рекламной деятельности.

Седьмой этап включает определение динамики продажи, анализ поведения покупателей, изменений в их составе, претензий к свойствам продуктов (изделий).

На последнем, восьмом этапе, производится анализ конкретных рыночных ситуаций, оценка текущей потребности, изучение характера потребления, анализ массовых дефектов изделий, и определение оптимального ассортимента [4].

Т.С. Бронникова рассматривает данный процесс как совокупность трёх составляющих: технологической, экономической и маркетинговой. Технологическая составляющая включает в себя отбор идей, техническую проверку замысла, опытно конструкторские разработки и опытное производство, экономическая – обоснование инвестиций, прогноз их эффективности, калькуляцию расходов, расчёты себестоимости, цены и прибыли, а маркетинговая – анализ рынка, дистрибьюцию товара, пробный маркетинг и коммерциализацию [2].

Ф. Котлер и К. Келлер видят процесс разработки нового товара как алгоритм состоящий из восьми этапов, на каждом из которых специалисты по маркетингу отвечают на «ключевой вопрос» каждого из этапов. Если ответ на вопрос является положительным, то необходимо перейти к следующему этапу разработки, иначе менеджер принимает решение о доработке или о ликвидации данного проекта. В таблице 1 представлены названия этапов алгоритма разработки нового товара и вопросы, ставящиеся перед менеджментом компании [3].

Таблица 1 – Процесс принятия решения при разработке нового продукта

№	Название	Вопрос, ставящийся перед менеджментом компании
1.	Генерация идеи	Достойна ли идея дальнейшей разработки?
2.	Отбор идеи	Соответствует ли идея данного товара целям и стратегии компании и имеющимся у неё ресурсам?
3.	Разработка концепции товара и её проверка	Можно ли создать концепцию такого товара, который покупатели обязательно захотят попробовать?
4.	Разработка стратегии маркетинга	Возможна ли разработка эффективной и не слишком дорогостоящей маркетинговой стратегии?
5.	Анализ возможностей производства и сбыта	Принесет ли продукт необходимую компании прибыль?
6.	Разработка товара	Удовлетворяет ли разработанный товар техническим и коммерческим требованиям?
7.	Испытания в рыночных условиях	Оправдал ли уровень продаж наши ожидания?
8.	Развертывание коммерческого производства	

Разработка продукции в современных условиях происходит в быстро меняющейся обстановке, поэтому использование интернет сайтов, позволяет более быстро ориентироваться на имеющийся опыт предприятий, что позволит значительно сократить цикл разработки и вывода на рынок нового товара.

Таким образом, на основе изученных материалов, можно сделать вывод о том, что процесс разработки и вывода новой продукции на рынок включает пять основных этапов: выработка идеи; концептуальная проработка; опытно-конструкторская разработка, включая создание опытного образца; пробный выход на рынок; коммерциализация. Так же необходимо отметить, что для обеспечения успеха нового товара, компании необходимо эффективно организовывать процесс разработки и внедрения товара на рынок, так как во многом именно от него зависит экономический рост и величина прибыли компании.

Список использованных источников

1. Бардовский, В. П. Экономика: Учебник / В.П. Бардовский, О.В. Рудкова, Е.М. Самородова. - Москва: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 672 с.: ил. - (Высшее образование). ISBN 978-5-8199-0361-2. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/494222> (дата обращения: 04.01.2022). – Режим доступа: по подписке.
2. Бронникова, Т.С. Маркетинг: теория, методика, практика: учебное пособие / Т.С. Бронникова. – 4-е изд., стер. – Москва: КРОНУС, 2015. – 208 с. – (Бакалавриат). ISBN 978-5-406-04262-5.
3. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент. 15-е изд. – СПб.: Питер, 2018. – 848 с.: ил. – (Серия «Классический зарубежный учебник»). ISBN 978-5-4461-0422-2.
4. Маркетинг: учеб. пособие / Ю.Ю. Сулова, Е.В. Щербенко, О.С. Веремеенко, О.Г. Алёшина. - Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2018. - 380 с. - ISBN 978-5-7638-3849-7. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1032135> (дата обращения: 04.01.2022). – Режим доступа: по подписке.
5. Пентегов С., Беспалова А.: Сборник научных статей «Экономическое обоснование повышения эффективности использования материальных ресурсов» 2021 г. Издательство: Московский университет Министерства внутренних дел Российской Федерации им. В.Я. Кикотя (Москва)

THE PROCESS OF DEVELOPING AND INTRODUCING A NEW PRODUCT

A.S.Tazova, S.I.Pentegov

*Academy of the Federal Penitentiary Service of Russia,
Ryazan, Russia*

The article outlines the theoretical and practical aspects of the problem of developing and introducing a new product, as well as analyzes the causes of failures in organizing the production of a new product. Promising directions for improving the production processes of a new product are proposed.

Keywords: competitive environment, new product, new product development process

ЖИВУЧЕСТЬ ЖЕЛЕЗОБЕТОННЫХ КОНСТРУКЦИЙ И КОНСТРУКТИВНЫХ СИСТЕМ

Д.А. Таркан А.В. Байдов

*Рязанский институт (филиал)
Московского политехнического университета,
г. Рязань, Россия*

В статье идет речь о необходимости исследования совершенствования несущих конструкций зданий и сооружений, данная тема является более чем актуальной в наших реалиях.

По оценкам и прогнозам данный материал будет являться одним из основных в строительстве.

Ключевые слова: Железобетонные конструкции, хрупкое разрушение, прогрессирующее разрушение

На сегодняшний день в нашем мире производится огромное количество строительных объектов, огромных и малых по своим масштабам, в разных климатических условиях и среде, но все эти объекты строительства объединяет потребность в возведении опорных и несущих конструкций. Как правило, у любого проекта есть необходимость подтверждения эффективности возводимых элементов, их качество, стоимость, сложности приобретения и изготовления. Несущими, называют конструкции, которые принимают силовые и не силовые воздействия (температурные, сейсмические, от неравномерных осадок основания и др.) и, работая один с другим, передают или распределяют их через фундаментные конструкции на основания. К ним относятся фундаменты, колонны, несущие стены, плиты перекрытия, ригели, прогоны, связи каркаса, размещаемые в строго определенном порядке. Именно поэтому необходимо проводить систематические исследования данных элементов.

Особого внимания требует оценка живучести железобетонных конструкций в агрессивной среде в южных краях России, которые подвергаются высоким температурным нагрузкам, повреждению железобетона в результате хлоридной коррозии, что вызывает частичное или полное изменение характеристик конструкций в краткосрочной или постоянной перспективе (характерно для приморской атмосферы), и способы защиты для увеличения срока службы и безаварийной эксплуатации. На сегодняшний день южные регионы нашей страны усилено развиваются, финансируется строительство дорог, заводов и иных сооружений, как коммерческого назначения, так и жилого. Как и говорилось ранее в строительстве объектов, широко используется железобетон так,

как имеет множество преимуществ в сравнении с другими технологиями (к примеру – металлокаркас):

- более доступная стоимость в подавляющем большинстве ситуаций;
- высокие показатели пожароустойчивости (на юге более чем актуально);
- высокая стойкость к коррозии, что обеспечено защитой арматуры бетоном;
- высокая скорость монтажа для сборного железобетона.

По оценкам и прогнозам данный материал будет являться одним из основных в строительстве. Правильно изготовленный и рационально использованный железобетон не подвергается, даже при серьезных нагрузках и температурных перепадах, образованию трещин. В подобной ситуации исследование коррозионной устойчивости железобетона и проведение мероприятий ее предотвращению считаю более чем актуальной.

Во многих направлениях производства созданы способы и модели оценки живучести сложных систем. Обычно, под живучестью понимают возможность системы сохранять заданные изготовителем параметры при воздействии различных внешних сил катастрофического характера. В этой связи в результате этих воздействий на какой-либо элемент или на объект в целом, может возникнуть ухудшение эксплуатационных свойств в рамках допустимых параметров.

В СТО 36554501 дано определение прогрессирующему обрушению как последовательному (цепному) разрушению несущих строительных конструкций и оснований, приводящему к обрушению всего сооружения или его частей вследствие начального локального повреждения. На сегодняшний день исследования живучести конструктивных систем могут производиться по двум путям. К первому пути относятся исследования, объединяющие живучесть системы с сопротивлением прогрессирующему разрушению (обрушению) при возникающем аварийном воздействии, приведшем к разрушению элемента системы.

При выполнении проектирования объектов нормируются ситуации с определенными участками локальных разрушений. Участок разрушения несущих конструкций в рамках 80 м^2 на одном этаже, и размер первичного обрушения устанавливается первым или последним этажом.

В исследованиях второго пути, причиной прогрессирующего разрушения системы рассматривают отказ одной из несущих конструкций вследствие деградационных процессов, таких как старение, коррозионные воздействия и т.д..

Предложена обобщенная методика уменьшения рисков прогрессирующих разрушений зданий и сооружений, положениями которых являются:

- предупреждение или полное исключение организационными методами возможности аварийного воздействия;
- уменьшение объёма разрушения объекта конструктивными методами;
- предотвращение прогрессирующего обрушения.

Снизить степень прогрессирующих разрушений и деформаций возможно за счет их локализации. Каркас здания «разбирается» на отдельные части, пере-

ход разрушения за пределы, которых исключен: в горизонтальном направлении здание разбивается деформационными швами, в вертикальном направлении устраиваются связевые этажи или мощные ригели междуэтажных перекрытий. Другим направлением уменьшения объема разрушения является введение в конструктивную схему дополнительных связей.

В результате, живучесть железобетонной конструкции следует рассматривать как способность препятствовать хрупкому разрушению. Живучесть железобетонных изделий и конструктивных систем определяем, как способность сопротивляться прогрессирующему обрушению в связи с аварийными нагрузками и воздействиями. Определение живучести железобетонных конструкций и конструктивных систем полностью соответствует положениям метода предельных состояний. Определение по первой группе предельных состояний должен обеспечить конструкцию от разрушения любого характера и с учетом в необходимых случаях деформированного состояния конструкции, а конструктивную систему – от локального и прогрессирующего обрушения.

Список использованных источников

1. EN 1991-1-7 Part 1-7: General Actions – Accidental actions. CEN. 2003, pp. 69.
2. UFC 4-023-03. Design of buildings to resist progressive collapse. Department of Defense, 2003, 176 p.
3. Алмазов В.О., Кхой Као Зуй Динамика прогрессирующего разрушения монолитных многоэтажных каркасов: монография. – Москва: Издательство АСВ. – 2013. – 128 с.

SURVIVABILITY OF REINFORCED CONCRETE STRUCTURES AND STRUCTURAL SYSTEMS

D.A. Tarkan A.V. Baydov

*Ryazan Institute (branch)
Moscow Polytechnic University
Ryazan, Russia*

The article deals with the need to study the improvement of load-bearing structures of buildings and structures, this topic is more than relevant in our realities.

According to estimates and forecasts, this material will be one of the main ones in construction.

Keywords: Reinforced concrete structures, brittle destruction, progressive destruction

НЕЖЕЛАТЕЛЬНОЕ СОБЫТИЕ В МЕДИЦИНСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАК ОБЪЕКТ УПРАВЛЕНИЯ

Е.А. Титенко

*Кемеровский государственный университет,
г. Кемерово, Россия*

В статье раскрыто понятие нежелательных событий, дана их классификация. Рассмотрен механизм учета и снижения рисков нежелательных событий, как критерия качества медицинских услуг с позиции зарубежной и отечественной практики.

Ключевые слова: нежелательное событие, медицинская ошибка, качество медицинской помощи, стандарты качества

Российское законодательство, а именно приказ МЗ РФ от 31.07.2020 N 785н «Об утверждении Требований к организации и проведению внутреннего контроля качества и безопасности медицинской деятельности», трактует нежелательное событие как «факты и обстоятельства, создающие угрозу причинения или повлекших причинение вреда жизни и здоровью граждан и (или) медицинских работников, а также приведших к удлинению сроков оказания медицинской помощи» [2].

Различные источники предлагают разные подходы к выделению типажа нежелательного события. Так М. Люкка и соавторы [3] выделяют разновидности нежелательных событий относительно лиц, на которых оказано влияние:

1. Пациенты и их семьи.
2. Медицинские работники, участвующие в возникновении нежелательного явления.
3. Организации здравоохранения, в которых произошло нежелательное явление.

Стандарты качества в медицинской отрасли JCI [4] определяет разновидность нежелательных событий исходя из возможности предотвращения:

- Медицинская ошибка. Предотвратимое событие лечебного процесса, которое влечет за собой угрозу безопасности пациента независимо от исхода.
- Потенциальная ошибка. Событие, которое не повлияло на лечебный процесс, но при повторе перейдет в разряд медицинской ошибки.
- Сторожевое событие. Событие, в результате которого, выясняются возможные «окна» нежелательных событий.

Здравоохранение – это сфера услуг, где большую часть процессов выполняют люди, т.е. человеческий фактор играет немаловажную роль. Человеку, в отличие от робототехники, свойственно ошибаться, и соответственно говорить

о безошибочной работе в сложной среде с высоким уровнем стресса, нереально. Таким образом, вектор действий по снижению уровня нежелательных событий должен быть направлен не на индивидуума (за ошибки наказывают, штрафуют, что ведет лишь к сокрытию ошибок), а на формирование безопасной среды, где допустить ошибку сложно. Большинство произошедших нежелательных событий носят системный характер и лишь изменив систему, можно снизить и риски ошибок.

Приказ МЗ РФ от 31.07.2020 N 785н «Об утверждении Требований к организации и проведению внутреннего контроля качества и безопасности медицинской деятельности» содержит требования по ведению учета НС. Новая форма мониторинга содержит требования по фиксированию ошибок, которые потенциально опасны для пациентов и медработников либо привели к причинению вреда здоровью или задержке лечения.

При этом, создание процедуры учета и снижение рисков НС возложено на медицинские организации. На сегодняшний день в зарубежных медицинских организациях данный опыт более широко представлен в литературе. [3] Организация работы по учету и отработке НС представлена в трех блоках: процессы, персонал и план корректировки. Из этой логики вытекают следующие действия:

1. Коммуникация.
2. Поддержка жертв.
3. Признание вины.
4. Обучение и отработка полученного опыта.

Данная структура определяет дальнейшую процедуру действий, представленных в схеме 1.

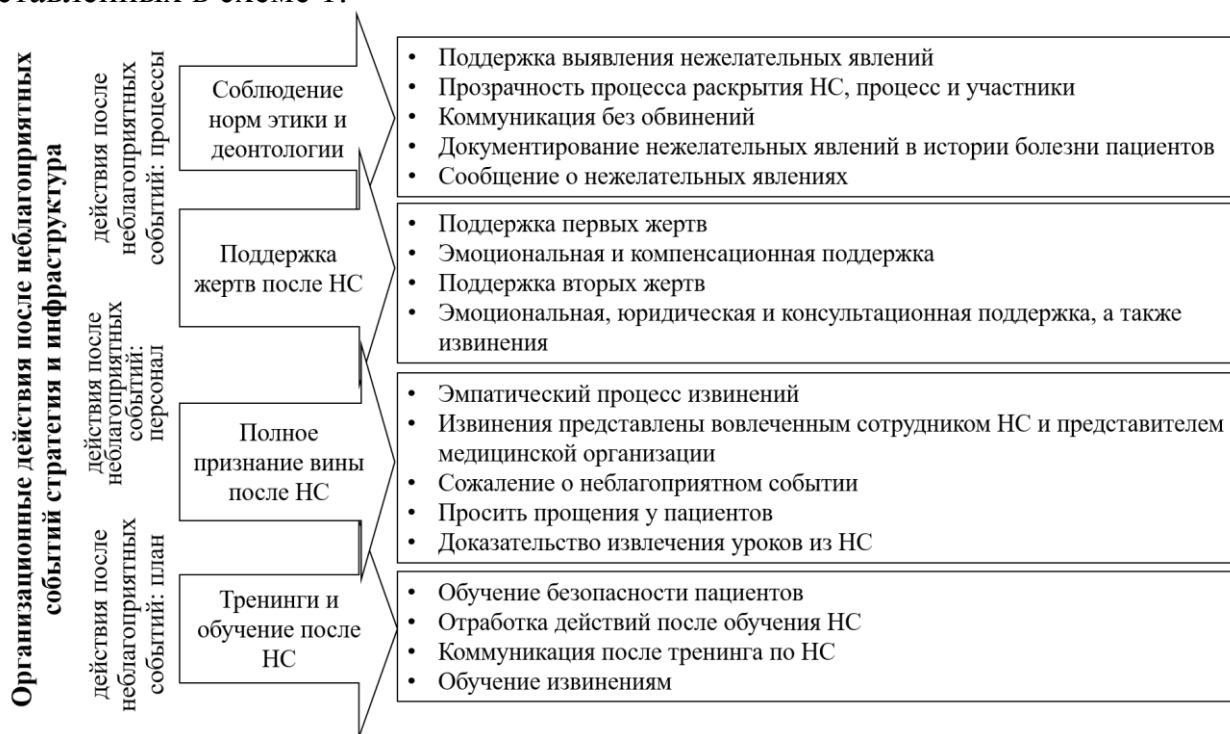


Рисунок 1 – Организационные действия после НС

Данный метод является основанием для разработки локально-нормативных документов в медицинских учреждениях и позволяет формировать различные варианты системы учета и предотвращения НС. Помимо этого, подобная схема может служить фундаментом при внедрении любых видов стандартов качества в сфере здравоохранения.

В отечественной практике опыт внедрения процедуры учета НС начинает расширяться. Так АО «Медицина» [1] предлагает следующую схему:



Риунок 2 – Процедура учета и предотвращения НС

Хотелось бы отметить, что в основу данной методики легли стандарты качества JCI. Предложенная градация НС перекликается с терминологией стандартов ISO, с которыми отечественное здравоохранение знакомо более подробно. Данная схема, на наш взгляд, носит более прикладной характер. Она проста в понимании и исполнении. Это скорее готовая пошаговая инструкция для внедрения в медицинскую организацию.

При формировании любой модели встает вопрос об источниках данных. В данном случае, помимо информации, полученной от персонала, как предлагает Н. Кондратова [1] существует также данные статистики о НС, которые собираются ежеквартально и сообщения от пациентов (заявления, жалобы, претензии).

Таким образом, несмотря на то, что система внутреннего контроля качества формируется в отечественном здравоохранении не так давно, уже заложен фундамент в виде структурно-проработанных законодательных актов.

Надстройкой к фундаменту является качественный опыт ряда медицинских организаций, которые готовы его транслировать.

Список использованных источников

1. Н. Кондратова. Как вести учет нежелательных событий при ВКК // Внутренний контроль качества в клинике по новым правилам [Электронный ресурс] / Готовые решения для руководителей. – Режим доступа: https://www.noav.ru/wp-content/uploads/2021/04/60_pdf.pdf
2. Приказ Министерства здравоохранения РФ от 31 июля 2020 г. № 785н «Об утверждении Требований к организации и проведению внутреннего контроля качества и безопасности медицинской деятельности» [Электронный ресурс] / Система ГАРАНТ. – Режим доступа: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/74610282/>
3. Action after Adverse Events in Healthcare: An Integrative Literature Review [Электронный ресурс] /Mari Liukka, Alison Steven и др. // Int J Environ Res Public Health. 2020 Jul; 17(13) – Режим доступа: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7369881/>
4. JCI Accreditation Standards for Hospitals, 6th Edition [Электронный ресурс] / Effective 1 July 2017. – Режим доступа: <https://store.jointcommissioninternational.org/>. – Дата обращения: 10.06.2020. – Загл. с экрана.

UNWANTED EVENTS IN MEDICAL ACTIVITIES AS A CONTROL OBJECT

E.A. Titenko

*Kemerovo State University,
Kemerovo, Russia*

The article reveals the concept of undesirable events, their classification is given. The mechanism of accounting and reducing the risks of adverse events is considered as a criterion for the quality of medical services from the standpoint of foreign and domestic practice.

Keywords: adverse event, medical error, quality of medical care, quality standards

ВЛИЯНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ НА МОДУ

Е.Д. Тупик¹

*Санкт-Петербургский государственный университет
промышленных технологий и дизайна,
г. Санкт-Петербург, Россия*

В данной статье рассматривается влияние экономических процессов на модную индустрию в течении 2020-2021 годов. В ходе работы выявлены основные тренды этого времени, и причины их появления.

Ключевые слова: мода, экономика, модная индустрия, онлайн, кризис, одежда, тренд, оттенок, стиль, цвет, тенденция, бренд

Рассматривая вопрос, связаны ли экономика и мода, в первую очередь следует разобраться с понятиями. В.И. Ленин писал: «...надо выяснить точно понятия, если хотеть вести дискуссию» [2]. Итак, экономика – совокупность производственных отношений, экономический базис общества. Мода – в общем понимании, совокупность кратковременных вкусов и предпочтении, в данной статье рассматривается мода на одежду.

Г. Киссинджер в статье от 3 апреля 2020 года писал, что нынешний экономический кризис, вызванный пандемией, по скорости и глобальным масштабам не имеет равных в истории [9]. 2020 год был тяжелым для микроэкономики каждой семьи и для макроэкономики всей планеты. По оценкам МВФ, падение мировой экономики в 2020 году составило 4,4 %. Сокращение ВВП в развитых странах оценивается на уровне 5,8 %, в развивающихся странах – на 3,3 % [5]. Мир поменялся. Экономика рухнула, начались простои на производствах, нехватка человеческих ресурсов, закрытие точек малого бизнеса. Многие люди лишились рабочих мест. Так, в Российской Федерации с 1 апреля по 1 декабря 2020 года были уволены свыше 12 миллионов человек. Кроме этого, за 2020 прекратили деятельность 515 тысяч коммерческих предприятий [5]. Соответственно упала покупательская способность. Повлияло ли это на моду?

Обывателю кажется, что модная индустрия – часть искусства, нечто возвышенное, далекое от реальности. В действительности мода – полноправная часть мировой экономики. Так, общий объем глобального рынка одежды в 2019 году, по данным MarketLine, составил порядка 1,4 трлн долларов, что являлось 2 % мирового ВВП, согласно статистике МВФ [3]. Не трудно вспомнить, что из пятнадцати первых строчек списка богатейших людей мира, две занимают вла-

¹ Научный руководитель: к.э.н., доцент Леонов С.А.

дельцы концернов, производящих одежду и аксессуары. А именно, Бернар Арно – президент и CEO группы компаний Louis Vuitton Moet Hennessy и Амансио Ортега – один из основателей Inditex [11]. Мода – это бизнес, поэтому тренды, силуэты и даже цвета не появляются ниоткуда, и их не придумывают дизайнеры.

Существуют специальные аналитические компании, которые, основываясь на различных данных (экономических, социологических) за 1,5-2 года до модного сезона создают книги – тренд-буки, в которых подробно описаны все грядущие тенденции. Наиболее известными агентствами являются WGSN, Trend Union и LS:N Global. Кроме этого, каждая крупная марка имеет личных аналитиков. Также существует институт цвета Pantone, который, основываясь в первую очередь на экономической обстановке и общественных настроениях, выбирает «цвета года». В 2020 таковым стал классический синий: «В наши дни потребность в вере и доверии становится особенно острой. И PANTONE 19-4052 Classic Blue, прочный и надежный синий оттенок, передает то ощущение уверенности и постоянства, на которые мы всегда можем положиться» [4]. В 2021 институт выбрал два оттенка: PANTONE 17-5104 абсолютный серый и PANTONE 13-0647 освещающий (желтый). «Выбор двух независимых цветов подчеркивает то, как разные элементы объединяются, чтобы выразить послание силы и надежды, которое одновременно устойчиво и воодушевляюще, передавая идею важности союза как цветов, так и людей», – говорит Леатрис Айсман, исполнительный директор Института цвета [5]. Таким образом, мода – индустрия, которая точно иллюстрирует текущее экономическое положение страны или мира в целом.

Со спадом покупательской способности полностью изменилось отношение к потреблению. Если до экономического кризиса люди легко поддерживали быстрые тренды, покупали вещи из искусственных материалов, то с началом пандемии желание купить больше и дешевле сменилось на желание купить качественнее, пусть и дороже. Со спадом потребления и закрытием всех онлайн точек значительно упала прибыль компаний. Так, например, за первые 9 месяцев 2020 выручка концерна LVMH упала на 21 % в сравнении с тем же периодом 2019 года [8].

Аналитическая сводка от платформы Lyst за второй квартал 2020 года гласит, что наиболее запрашиваемой модной позицией стали биркенштоки – модель очень комфортной обуви, а четвертую, шестую и десятую строчки заняли хлопковый бралетт, свободные шорты и теннисная юбка соответственно [10]. Ясно, что предпочтение потребителей отдано расслабленной одежде в спортивном стиле, а также силуэтам оверсайз, которые не подчеркивают фигуру, а наоборот являются большой оболочкой, защитой от внешнего мира. Мода стала более комфортной, цветовая гамма сместилась к оттенкам бежевого – успокаивающим.

Но все меняется. В 2021 году экономика вошла в стадию роста, а со сменой экономической обстановки поменялась и мода. В первую очередь изменилась цветовая палитра. Людям нужны были силы и энергия для развития, для восстановления всех процессов. И на смену спокойной гамме приходят яркие, насыщенные цвета: фуксия, лавандовый, травяной, оранжевый, лимонный. Интересные изменения случились и с фасонами. Начали возвращаться женственность, сексуальность, прилегающий крой. Резко возросло количество одежды с глубокими вырезами и разрезами. Большую популярность получили кроп-топы, лонгсливы. Случилось возвращение мини. Единственный тип одежды, который поменялся в противоположную сторону – брюки. Данный предмет гардероба наоборот стал свободнее и шире: на пике оказалась модель палаццо. Произошли изменения и в посадке. Талия стала опускаться до анатомического места. Модная индустрия обратилась к периоду девяностых для вдохновения, и позиции, навеянные временем царствования сексапильности, нашли место на полках шкафов.

Самое необычное, что произошло в моде – это фактически исчезновение моды. Во главу угла отныне поставлен индивидуальный стиль. Произошло возвращение эволюционного стиля норкмор только доработанного и представленного теперь как минимализм. Сейчас в моде быть собой, основываться на своих предпочтениях, выбирать меньше, но лучше. Главный слоган современной моды: «less is more».

Таким образом экономика и мода не просто взаимосвязаны, а модная индустрия есть часть мировой экономики. Поэтому кризисы и периоды роста оказывают непосредственное влияние на фасоны, предпочитаемые цвета и стили. Предпочтения потребителей кардинально изменились в течение двух последних лет. И все же главной тенденцией, возникшей на почве экономического кризиса стала осознанность.

Список использованных источников

1. Словарь русского языка: В 4-х т. / РАН, Ин-т лингвистич. исследований; Под ред. А. П. Евгеньевой. – 4-е изд., стер. – М.: Рус. яз.; Полиграфресурсы, 1999
2. Ленин, В.И. ППС издание 5 том 30 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.uaio.ru/vil/30.htm> (дата обращения 27.11.2021 г.)
3. Индустрия моды [Электронный ресурс] – Режим доступа: [https://dcenter.hse.ru/data/2019/06/03/1495959454/Индустрия %20моды-2019.pdf](https://dcenter.hse.ru/data/2019/06/03/1495959454/Индустрия%20моды-2019.pdf) (дата обращения 27.11.2021 г.)
4. Модные показы и коллекции | VOGUE [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vogue.ru/collection/> (дата обращения 27.11.2021 г.)

5. НГЭ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sberbank.com/common/img/uploaded/analytics/2020/itog2020.pdf> (дата обращения 27.11.2021 г.)

6. Pantone объявляет цвет 2020 года, PANTONE® 19-4052 Classic Blue (Классический синий) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pantone.ru/articles/color-of-the-year-2020> (дата обращения 27.11.2021 г.)

7. Pantone объявляет цвета 2021 года, PANTONE® 17-5104 абсолютный серый и PANTONE® 13-0647 освещающий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pantone.ru/articles/color-of-the-year-2021> (дата обращения 27.11.2021 г.)

8. Significant improvement in trends in the third quarter of 2020 in Wines & Spirits and Fashion & Leather Goods – LVMH [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.lvmh.com/news-documents/press-releases/significant-improvement-in-trends-in-the-third-quarter-of-2020-in-wines-spirits-and-fashion-leather-goods/> (дата обращения 27.11.2021 г.)

9. The Coronavirus Pandemic Will Forever Alter the World Order – WSJ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.wsj.com/articles/the-coronavirus-pandemic-will-forever-alter-the-world-order-11585953005> (дата обращения 27.11.2021 г.)

10. The Lyst Index: fashion's hottest brands and products Q2 2020 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.lyst.com/data/the-lyst-index/q220/> (дата обращения 27.11.2021 г.)

11. 20 богатейших людей мира – 2021. Рейтинг Forbes | Forbes.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.forbes.ru/milliardery-photogallery/425297-20-bogateyshih-lyudey-mira-2021-reyting-forbes> (дата обращения 27.11.2021 г.)

THE INFLUENCE OF MODERN ECONOMIC PROCESSES ON FASHION

E.D. Tupik

*St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design,
St. Petersburg, Russia*

This article examines the impact of economic processes on the fashion industry during 2020-2021. In the course of the work, the main trends of this time were identified, and the reasons for their appearance.

Keywords: fashion, economy, fashion industry, online, crisis, clothing, trend, shade, style, color, trend, brand

ОСОБЕННОСТИ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ УСЛУГ ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

А.А. Тулегенова

*Санкт-Петербургский Государственный
Экономический Университет,
г. Санкт-Петербург, Россия*

В статье рассматриваются вопросы об особенностях предоставления гостиничных услуг в современных условиях. О проблематике создания национальных гостиничных сетей и их развития.

Ключевые слова: гостиничная индустрия, гостиничный бизнес, гостиничные услуги

В настоящее время гостиничные предприятия для своего развития практикуют опыт мирового маркетинга и новых методов для повышения конкурентоспособности предоставляемых услуг и предприятий в гостиничном бизнесе. Основным критерий конкурентоспособности гостиницы – предоставление качественной гостиничной услуги и профессионального обслуживания гостей. Динамическое развитие рынка туристских услуг, структурные изменения в экономике, новые общественные ориентиры, экологические аспекты и многие другие важные для туристского предприятия факторы могут в реальной жизни приводить к отказу от ранее намеченных целей, смене модели развития, корректировке ранее принятых планов, стратегий [1, с.27].

Гостиничная индустрия разнообразна средствами и формами размещения, которые могут удовлетворить потребности и запросы разных потребителей: гостиницы, мотели, хостелы, ботели, кемпинги, флотели, бутик-отели и многое другое. С каждым годом гостиничный бизнес развивается все больше, как и в крупных городах, так и в регионах все чаще происходит открытие новых гостиничных предприятий. Это связано с тем, что в последнее время туристический поток стал больше акцентирован внутри страны.

Гостиничный бизнес является одной из наиболее быстро развивающихся отраслей, на которую приходится 6 % мирового внутреннего валового продукта и около 5 % всех налоговых поступлений. Развитие гостиничного бизнеса активно стимулирует развитие других отраслей и направлений деятельности: международного бизнеса, транспортной индустрии, торговли, информационных технологий, строительства, сельского хозяйства, сферы услуг в области красоты и здоровья, производство товаров народного потребления, развития техно-

логий в области экологии и безопасности, инновационной сферы и многих других [3, с. 307].

Главная цель гостиничного бизнеса является прибыль, которая непосредственно зависит от количества предоставляемых услуг на предприятии и качества предоставления данных услуг. Гостиничные предприятия, стремясь к увеличению объема и разнообразию собственных услуг, сталкиваются на жесткой конкуренцией рынке гостиничной индустрии, которая растет все больше с каждым днем.

Есть множество факторов, которые имеют большое влияние на конкурентоспособность гостиничного предприятия: месторасположение гостиницы, звездность, имидж, инфраструктура вблизи гостиницы, стоимость номерного фонда, размер и разнообразие номеров, квалификация персонала и иные факторы. Но на сегодняшний момент не только данные факторы являются наиболее важными для гостей гостиничных предприятий. Гости так же обращают внимание на факторы и услуги, которые могут обеспечить безопасное и комфортное проживание во время мировой пандемии в гостиницах, в которых соблюдаются все необходимые санитарные правила и нормы.

На уровень конкурентоспособности гостиничных услуг оказывают большое влияние, также такие факторы как: реклама, PR-деятельность, бренд отеля, персональные продажи, директ-маркетинг и тому подобное. Однако данные факторы выступают на предприятии определенной призмой, которая изменяет восприятие уже воплощенных в услуги потребительских свойств [2, с. 55].

Гостиничное дело – стремительными темпами формирующаяся также многообещающая и перспективная область развития экономики страны.

Гостиничный бизнес в России на данный момент находится в «зачаточном состоянии». Чаще всего гостиницы предоставляют свои услуги корпоративным и бизнес клиентам. Для привлечения больше постояльцев гостиницы используют такие примеры как проведение праздников, спонсирование событий имеющих общественный резонанс и другие все возможные мероприятия по привлечению больше гостей в свое предприятие.

С каждым годом в России растет количество глобальных гостиничных сетей. На сегодняшний день большинство из них уже работают не только в Москве, но и в других городах. К сожалению, до сих пор не появилось ни одной национальной компании и ни одной национальной гостиничной сети. Исходя из этого, можно определить основную проблему и особенность менталитета российских собственников гостиниц, которые, на данный момент, не готовы отдавать в управление свою недвижимость другому человеку или компании. Также на рынке гостеприимства есть негласная проблема, в виде нехватки инвесторов. Так, как только в недавнем времени инвесторы обратили свое внимание и начали осознавать, что инвестиции в гостиничный бизнес является сегментом коммерческой недвижимости.

Проблематичное развитие гостиничного бизнеса в России, является нестабильная экономика и невозможно составление прогноза развития бизнеса на ближайшие 10 лет, по сравнению с другими развитыми странами.

Развитие гостиничного бизнеса напрямую зависит от развития разных отраслей экономики страны, то есть деловой активности, такое предположение дает «теория бизнес-туризма». При увеличении деловой активности и индустриального развития растет интеграция между странами и как в следствии увеличивается поток бизнес-путешественников.

Главным толчком в развитии гостиничного дела является конкуренция, которая стимулирует появление все больше инновационных идей и открытия гостиничных предприятий в разных городах и регионах страны. В гостиничной индустрии происходит демократизация бизнеса. Предприятия делают все возможное, чтобы не только обеспеченные клиенты были их гостями, но и так же клиенты со средним достатком. Вследствие изменения внешней и внутренней экономической и политической среды образуется все больше новых тенденций в туристской и гостиничной индустрии.

Список использованных источников

1. Вережка, Т.В., Кущева Н.Б. Анализ финансового состояния предприятия туризма. Методологический аспект // Санкт-Петербург, 2012. С. 25.
2. Огнянникова, А.И., Карпик В.Н., Зикирова Ш.С. Современные тенденции развития рынка гостиничных услуг // Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы. – 2019. – Т. 14. № 2. – С. 52-60.
3. Федоров, Р.Г. Гостиничный бизнес как составляющая современной индустрии туризма // Молодой ученый. – 2013. – № 4. – С. 307-311.
4. Хорев, А.С., Никольская Е.Ю. Современные проблемы и тенденции развития туристскогостиничного комплекса // Инновационная наука. – 2015. – №11-1. – С. 120-123.

FEATURES OF PROVIDING SERVICES IN THE HOTEL INDUSTRY IN MODERN CONDITIONS

A.A. Tulegenova

*Saint Petersburg State University of Economics,
St. Petersburg, Russia*

The article discusses questions about the features of the provision of hotel services in modern conditions. On the problems of creating national hotel chains and their development.

Key words: hotel industry, hotel business, hotel services

ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОЦЕССОВ ПЛАНИРОВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ В ПЕНИТЕНЦИАРНОЙ СИСТЕМЕ

Н.И. Улендеева

*Самарский юридический институт ФСИИ России,
г. Самара, Россия*

В статье представлено рассмотрение основных вопросов организации планирования производственной деятельности предприятий, функционирующих как центры трудовой адаптации осужденных, федеральные унитарные предприятия, учебно-производственные и лечебно-производственные мастерские; обобщены два вида планирования, использующее для формирования показателей экономической эффективности производственных структур пенитенциарной системы: технико-экономическое и оперативно-производственное планирование.

Ключевые слова: производственная деятельность, планирование, предприятие, показатели экономической эффективности, контроль, пенитенциарная система

Актуальность исследования процессов планирования производственно-хозяйственной деятельности в уголовно-исполнительной системе (УИС) подтверждается становлением и постепенным развитием новой формы организации предприятий как взаимовыгодных партнеров с коммерческими и другими государственными предприятиями региона, где осуществляется экономическая деятельность [1].

Производственно-хозяйственная деятельность в пенитенциарной системе определяется как приносящая доход деятельность исправительного учреждения (ИУ) по организации трудовой адаптации осужденных, которые обязаны трудиться на собственных предприятиях УИС, по обслуживанию хозяйственных процессов (уборка территории, стирка белья, приготовление пищи и т.п.), а также на предприятиях любой организационно-правовой формы, определяемых администрацией исправительного учреждения.

Для успешного планирования приносящей доход деятельности целесообразно выделить правовые основания для ее осуществления. Так, организация собственных предприятий в ИУ осуществляется без регистрации такого предприятия в налоговом органе по месту ведения производственной деятельности; основными финансовыми средствами являются полученные лимиты бюджетных обязательств из федерального бюджета Российской Федерации; администрация ИУ имеет право самостоятельно (на свой страх и риск) по договорным обязательствам использовать финансовые средства и иное имущество юридических и физических лиц; выбирать поставщиков ресурсов и рынки сбыта готовой продукции; обеспечивать заказами поставки продукции по тендерным обяза-

тельствам для государственных нужд; самостоятельно утверждать штат работников предприятия в ИУ; доходы от производственно-хозяйственной деятельности в полном объеме зачислять на казенные счета, открытые в региональном казначействе.

Таким образом, организация производственно-хозяйственной деятельности предприятий в УИС с одной стороны подчиняется строгому нормативному планированию выполнения обязательств по государственным заказам, с другой стороны позволяет успешно использовать экономические критерии для планирования приносящей доход деятельности.

Для обязательного планирования производственной деятельности центров адаптации осужденных, унитарных казенных предприятий, учебно-производственных и лечебно-профилактических мастерских, используются единые требования:

1. Используемое имущество предприятий для отражения в балансе не может быть самостоятельно отчуждено.

2. Получение максимальной прибыли не рассчитывается при учете показателей плана.

3. Для планирования расходов производственной деятельности расчет приводится на основе бюджетных ассигнований.

4. Строго регламентированы виды приносящей доход деятельности в соответствии с генеральным разрешением, которое выдается региональным казначеством.

5. В уставе ИУ должны определяться и разграничиваются все виды деятельности, которые предприятие УИС выполняет на средства бюджетных ассигнований и по взаимодействию с государственными учреждениями, а какие выполняет по договорам с иными юридическими и физическими лицами.

Формой представления планирования производственно-хозяйственной деятельности является Техэкономплан, в котором критериями выступают показатели экономической эффективности производственных структур в УИС. Данный план формируется каждым территориальным органом ФСИН России на основе аналитических и статистических данных по анализу достигнутых показателей за предыдущий год.

Основными планируемыми критериями экономической эффективности являются показатели объема выпускаемой продукции и объем предоставления услуг; планируемый объем доходов по всем видам выпуска продукции предоставления услуг; процент вывода осужденных на оплачиваемые работы в зависимости от наличия рабочих мест; начисленная номинальная заработная плата осужденным на 1 отработанный рубль [2].

Кроме плана приносящей доход деятельности (экономической эффективности), который составляется ежегодно, разрабатывается план оперативно-производственного обеспечения, которое отражает текущее планирование выпуска продукции по цехам и производственным участкам, планирование поставок сырья и комплектующих, планирование выходов на производство количества осужденных, план движения готовой продукции, план (смета) расходов, в том числе и кассовых, планирование реализации товарной продукции. Опера-

тивно-производственной планирование обеспечивается планами на месяц, квартал и полугодие, которые являются разновидностью техэкономплана.

Для своевременного контроля осуществления производственно-хозяйственной деятельности предприятий, функционирующих на базе исправительных учреждений разрабатывается план и графики проведения контроля (ревизий) финансовой деятельности всех территориальных ведомств уголовно-исполнительной системы. В процессе осуществления ревизий сравниваются планируемые и фактические расчеты по себестоимости продукции и предоставления услуг; обосновывается загруженность (незагруженность) технологического оборудования и производственных площадей, контролируется фактическая численность осужденных, выводимых на производственные работы; проверяются зачисления заработной платы и обосновывается фонд оплаты труда; определяются остатки по сырью и материалам, учитывается производственная мощность предприятия ИУ.

Следовательно, качественное планирование и своевременный контроль и учет выполнения планов по производственно-хозяйственной деятельности позволяет нормативно регулировать вопросы предоставления дополнительных производственных мощностей для организации совместных предприятий с коммерческими структурами или расширить пространство производства и реализации продукции.

Список использованных источников

1. Порфирьев, А. Н., Губернаторов А. М. Теоретические основы и классификация угроз экономической безопасности объектов уголовно-исполнительной системы/ А.Н. Порфирьев, А.М. Губернаторов // Журнал прикладных исследований. – 2022. – №1. – С.184-188.

2. Улендеева, Н.И. Оценка показателей экономической эффективности производства в пенитенциарной системе // Приоритетные направления инновационной деятельности в промышленности. сборник научных статей XII международной научной конференции. – НПП Медпромдеталь: Казань, 2021. – С. 217-219.

ORGANIZATION OF PLANNING PROCESSES OF PRODUCTION AND ECONOMIC ACTIVITY OF ENTERPRISES IN THE PENITENTIARY SYSTEM

N.I. Ulendeeva

*Samara law Institute,
Samara, Russia*

The article presents the consideration of the main issues of the organization of the planning of production activities of enterprises functioning as centers of labor adaptation of convicts, federal unitary enterprises, educational-production and medical-

production workshops; two types of planning are generalized, using for the formation of indicators of economic efficiency of production structures of the penitentiary system: technical-economic and operational-production planning.

Keywords: production activity, planning, enterprise, economic efficiency indicators, control, penitentiary system

УДК 338

РЕСТРУКТУРИЗАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ПЕНИТЕНЦИАРНОЙ СИСТЕМЫ ПОСЛЕ ВВЕДЕНИЯ В ДЕЙСТВИЕ ЗАКОНА «ОБ УЧРЕЖДЕНИЯХ, ИСПОЛНЯЮЩИХ НАКАЗАНИЯ...»

Н.И. Улендеева

*Самарский юридический институт ФСИН России,
г. Самара, Россия*

В статье изучаются основные структурные элементы, характеризующие производственную деятельность предприятий уголовно-исполнительной системы после введения в действие законодательного регулирования предпринимательской деятельности учреждений, исполняющих наказание, а также регулировало предпринимательскую деятельность осужденных; выделенные в работе условия формирования «новых» форм организации производственной деятельности позволили провести весь цикл реструктуризации предприятий, функционирующих еще при советской власти.

Ключевые слова: производственная деятельность, предприятие, процесс организации предпринимательской деятельности, уголовно-исполнительная система

Процесс реструктуризации предприятий в уголовно-исполнительной системе Российской Федерации прошел путь от становления крупных производственных комплексов (федеральных унитарных предприятий-ФГУП), до формирования центров трудовой адаптации осужденных (ЦТАО).

Такой процесс был реализован с целью гуманизации исполнения наказаний и улучшения условий содержания осужденных к лишению свободы.

Однако изменения, вносимые в уголовное и уголовно-исполнительное законодательство, на современном этапе развития пенитенциарной системы расширяют перечень наказаний, не связанных с лишением свободы, которые предусматривают наказания в виде принудительных, обязательных или исправительных работ. Для обеспечения трудовой деятельности осужденных к принудительным работам необходимо сформировать новый взгляд на систему организации производства, на котором осуществляют свою деятельность осуж-

денные. В настоящее время центры исправительных работ расположены на большинстве на территории исправительного учреждения. Целесообразно изучить опыт реструктуризации производства в исправительных учреждениях и условия его обеспечения на протяжении развития современной российской уголовно-исполнительной системы с начала 1991 года.

Так согласно Ст. 37 Исправительно-трудового кодекса РСФСР указывается, что предприятия, осуществляющую производственно-хозяйственную деятельность, являются собственными предприятиями исправительных колоний, а также являются предприятиями, которые функционируют вне колоний и тюрем, но основную работу на них выполняют осужденные на которых выпускается товарная продукция. Основной формой собственности данных предприятий является государственное предприятие. Такие предприятия выполняют план по выпуску продукции и предоставлению услуг согласно нормативному планированию на основе бюджетных средств [1].

Вступление в действие закона РФ от 21.07.1993 № 5473-1 «Об учреждениях и органах, исполняющих уголовные наказания в виде лишения свободы» позволило формировать собственные предприятия в исправительных учреждениях, которые могли «принимать во владение и пользование от учреждений, организаций и предприятий любых организационно-правовых форм, а также граждан материально-технические ресурсы, финансовые средства и имущество» [2]. Такой подход позволил формировать условия производственной деятельности, когда другое юридическое или физическое лицо размещало в исправительном учреждении технологическое оборудование, а выполняли технологические процессы на нем осужденные под руководством сотрудников исправительного учреждения.

Пункт 5 Статьи 17 рассматриваемого Закона РФ № 5473-1 давало разрешение на ведение предпринимательской деятельности для осужденных, следовательно, начала формироваться новая структура в производственной деятельности исправительных учреждений – организация деятельности, приносящая доход, инициатором которой выступала администрация исправительных учреждений. На данном этапе развитие структуры управления и технологических процессов на предприятиях исправительных учреждений подчинялись общим требованиям по организации предприятия, то есть получение прибыли стало одной из основных целей развития предпринимательской деятельности. Доход от реализации товарной продукции и предоставления услуг зачислялся на счет исправительного учреждения и использовался для улучшения материальной базы предприятия, на социальные нужды по обслуживанию зданий и сооружений, на улучшение продовольственного обеспечения осужденных. Учредителями формируемых предприятий любых организационно-правовых форм выступали территориальные органы ФСИН России, непосредственное управление осуществляло администрация исправительного учреждения, руководителями производственных цехов и участков нанимались сотрудники по профилю профессиональной деятельности.

Организация предпринимательской деятельности осужденных была организована в форме индивидуальной трудовой деятельности, без открытия собственных расчетных счетов, учет налогов и взаиморасчетов по поставке сырья или реализации продукции вела администрация учреждений на платной основе.

Таким образом, переход предприятий пенитенциарной системы от структуры государственного типа к предприятиям с различной организационно-правовой формой позволил целенаправленно изменить входящие в ее структуру элементы: внутреннюю и внешнюю среду, взаимодействие по поставкам сырья и оборудования, регулирование реализации готовой продукции. Также менялась и система управления на предприятиях, вместо руководства предприятиями в лице администрации исправительных учреждений, стали приглашаться опытные сотрудники, менялась финансово-экономическая политика рассматриваемых предприятий, которые были заинтересованы в получении прибыли, развивались подразделения маркетинга, сбыта, которые выступали как торговые дома ФСИН, развивалась система получения образования в дистанционном формате, когда теоретические навыки осужденный мог получить посредством интернет-обучения, а практические навыки формировались на производстве. Финансирование собственных предприятий в исправительных учреждениях пенитенциарной системе могло осуществляться с использованием банковского кредита.

Анализ материалов практического опыта по развитию предприятий в 1995-2005 годах позволило сделать вывод о том, что предприятия учреждений пенитенциарной системы предприятий были двух типов собственности [3]:

1. Предприятия со смешанной формой собственности, когда управление предприятием осуществлял со стороны учреждения, исполняющего наказания представитель, входящий в состав совета директоров предприятия.

2. Государственные предприятия уголовно-исполнительной системы, самостоятельно осуществляющие производственную деятельность, имеющие возможность пользоваться банковскими кредитами, устанавливать штат сотрудников и вспомогательного персонала и распоряжаться доходами от производственной деятельности. Таким государственным предприятиям не требовалось дополнительной регистрации в налоговом органе. Предприятия, которые функционировали вне исправительных учреждений также подчинялись требованиям государственных предприятий и использовали для ведения производственной деятельности федеральное имущество.

Список использованных источников

1. Исправительно-трудовой кодекс РСФСР (утв. ВС РСФСР 18.12.1970) (ред. от 06.07.1993). – Режим доступа: [<http://base.consultant.ru/cons/cgi/online>. (Дата обращения 17.02.2022 г.).

2. Закон РФ от 21.07.1993 № 5473-1 Об учреждениях и органах, исполняющих уголовные наказания в виде лишения свободы» // Ведомости СНД и ВС РФ, 19.08.1993, № 33, ст. 1316.

3. Улендеева, Н.И. Формирование новых организационно-финансовых взглядов на производственную деятельность УИС / Н. И. Улендеева, Г. И. Мелкумян // Вестник Самарского юридического института. – 2015. – № 2(16). – С. 100-104.

RESTRUCTURING OF ENTERPRISES OF THE PENITENTIARY SYSTEM AFTER THE INTRODUCTION OF THE LAW «ON PENAL INSTITUTIONS...»

N.I. Ulendeeva

*Samara law Institute,
Samara, Russia*

The article studies the main structural elements characterizing the production activities of enterprises of the penal system after the introduction of legislative regulation of the entrepreneurial activities of institutions executing punishment, as well as regulated the entrepreneurial activities of convicts; the conditions highlighted in the work for the formation of «new» forms of organization of production activities allowed for the entire cycle of restructuring of enterprises operating under Soviet rule.

Keywords: production activity, enterprise, business organization process, penal enforcement system

УДК338

ВЛИЯНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА НА «АВТОВАЗ»

С.В. Хафизов, Д.Р. Терегулов, А.А. Фаткулин

*Уфимский топливно-энергетический колледж,
г. Уфа, Россия*

В результате экономического кризиса 2008-2009 годов и вызванных им проблем со сбытом продукции в начале 2009 года «АВТОВАЗ» попал в сложную финансовую ситуацию. На конец марта 2009 года долг поставщикам составил около 14 млрд руб. За 9 месяцев 2009 года производство упало на 43,5 % к соответствующему периоду предыдущего года.

Ключевые слова: «АВТОВАЗ», Москвич, Нива, УАЗ

30 марта 2009 года Правительством России было принято решение о выделении государственной корпорации «Ростехнологии» 25 млрд руб., которые та, в свою очередь, в виде беспроцентной ссуды сроком на год передаст «АвтоВАЗу».

Также модельный ряд «АвтоВАЗ» попал под государственную программу субсидирования процентных ставок по автокредитам.

В сентябре 2009 года руководством компании было объявлено о массовом сокращении персонала: до конца 2009 года будет сокращено 27,6 тыс. работников из 100 тысяч. По словам представителей «АВТОВАЗа», это будет одной из мер на пути к недопущению банкротства крупнейшей российской автомобилестроительной компании.[10] Впрочем, уже в начале октября стало известно, что в Правительстве России было согласовано увольнение только 5 тыс. человек, а первый вице-премьер Правительства Игорь Шувалов заявил: «Никаких увольнений и сокращений на предприятии не планируется. Это все вранье».

В то же время, в октябре 2009 года Министерство промышленности и торговли Российской Федерации в письме в аппарат правительства заявило, что в нынешнем виде «АВТОВАЗ» фактически является нежизнеспособным, находясь в предбанкротном состоянии (по расчётам министерства, на начало 2010 года долг завода будет составлять 76,3 млрд руб.). По мнению Минпромторга, дальнейшая государственная поддержка предприятия нецелесообразна, а спасти ситуацию в Тольятти можно лишь сократив до 50 тыс. сотрудников «АВТОВАЗа» и потратив средства, которые предполагается выделить «АвтоВАЗу», на стабилизацию рынка труда в Самарской области.

В ноябре 2009 года российское Правительство заявило о готовности оказать «АВТОВАЗу» поддержку в размере 54,8 млрд руб. Из этой суммы 38 млрд – это невозвратные долги, ещё 12 млрд руб. пойдет на создание и запуск в производство нового модельного ряда и ещё 4,8 млрд руб. необходимо для реализации программы создания новых рабочих мест.

Госкорпорация «Ростехнологии» и Renault подписали 27 ноября 2009 года протокол о сотрудничестве в рекапитализации «АВТОВАЗа». Соглашение предусматривает финансовую помощь «АВТОВАЗу» со стороны РФ в обмен на помощь Renault в использовании технологий Renault и Nissan.

10 марта 2010 года совет директоров «АВТОВАЗа» одобрил бизнес-план до 2020 года, по которому планируется рост производства автомобилей до 1,2 млн штук в год к концу 2010-х годов, а также инвестиции в предприятие за 2010--2020 годы в размере до 3 млрд евро.

26 августа 2010 года президент «АВТОВАЗа» Игорь Комаров сообщил, что чистая прибыль «АВТОВАЗ» за январь-июль 2010 года составила 24 миллиона рублей по РСБУ против убытка за аналогичный период 2009 года.

Как известно, ВАЗ-2101 создан на базе автомобиля Fiat-124. На базе того же автомобиля создан и ВАЗ-2103, являющийся люксовой версией «копейки».

Но первоначально предполагалось создавать версию люкс на базе другого автомобиля - Fiat-125, являвшегося люксовой версией Fiat-124. Однако, поскольку по требованию советской стороны унификация между моделями должна была составлять не менее 85 %, было решено делать обе модели на базе одной и той же машины.

Русских Москвичей-408 расходуется столько, сколько их ввозят.» Норвежский журнал «Техникенсверльд» («Мир техники») в 1968 году провёл испытания Москвич-408 на живучесть протяженностью в 1240 км по самым плохим дорожным условиям, по итогам которых писал: «Москвич-Элит» выдерживает жестокое обращение, и притом лучше, чем мы могли себе представить.

Наиболее экспортируемым советским и российским автомобилем является НИВА ВАЗ-2121. Её доля в экспорте в Европу наиболее значительна, а также она является единственным отечественным автомобилем, поставлявшимся в Японию. Из 1,8 миллионов выпущенных за 30 с лишним лет производства «Нив» на экспорт в более чем 100 стран мира было отправлено свыше 500 тыс.

Первоначально планировалось делать Москвич-400 с 2 дверями вместо 4, по примеру его прообраза Opel Kadet. Существует такая версия, почему всё же было решено делать автомобиль с 4 дверьми.

История Ульяновского автомобильного завода начинается с Великой Отечественной войны. Завод был возведен в 1942 г. из оборудования эвакуированного московского ЗИЛа. Изначально это предприятие стало выпускать автомобили оборонного назначения, уже в 1943 г. поставив действующим частям около 4000 единиц. первые УАЗы создавались для сопровождения танковой колонны на поле боя и предназначались для доставки личного состава к месту выполнения боевой задачи. После победы над фашистской Германией завод не переставал обеспечивать армию надежными и проходимыми УАЗами. Позже автомобили УАЗа стали применяться в разноплановых отраслях народного производства.

Существует несколько версий на счёт года основания Запорожского автомобильного завода. Сами заводчане датой создания завода привыкли считать 1863 год, когда голландец Абрагам Кооп создал завод по производству сельскохозяйственной техники. Другой вариант - 1908 год, когда был основан Мелитопольский моторный завод (МемЗ), который с 1960 года МемЗ начал поставлять свои двигатели на ЗАЗ. Ещё одна дата - 1923 год, тогда бывший завод Абрагама Коопа был переименован в «Коммунар». Однако направление деятельности сохранилось, с учётом появления новой сельскохозяйственной техники -- тракторов, уборочных комбайнов и др. В 1961 году завод был переименован в Запорожский автомобильный завод.

Официально (заводская версия) ЗИЛ-117, был создан как более динамичный, скоростной и маневренный по отношению к лимузину ЗИЛ-114 автомобиль сопровождения. Неофициально же бытовало утверждение, что ЗИЛ-117 --

«драйверская» версия, созданная по личному распоряжению Л. И. Брежнева, любившего управлять автомобилем лично. Имеется немало свидетельств очевидцев, что еще второй половине 1970-х генсек собственноручно управлял «коротким» ЗИЛом.

Заключение

В настоящее время из-за сравнительно невысокого качества российских автомобилей российские рынки захватывают корейские и японские автофирмы. Вследствие этого российские автопроизводители, в частности, АвтоВАЗ предпринимают определенные шаги, чтобы противостоять рыночной конъюнктуре.

Список использованных источников

1. Форум «АВТОВАЗ» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://auto.mail.ru/forum/> (дата обращения 18.02.2022).
2. Автомобильный форум России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://aboutcar.ru/> (дата обращения 18.02.2022).
3. История производства Авто ВАЗ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://referatbank.ru/referat/preview/17318/referat-istoriya-proizvodstva-avto-vaz.html> (дата обращения 18.02.2022).
4. Фархутдинов, А.М. Массовое строительство доступного и комфортно-го жилья // Города России: проблемы строительства, инженерного обеспечения, благоустройства и экологии: сборник статей XXIII Международной научно-практической конференции / МНИЦ ПГАУ. – Пенза: РИО ПГАУ, 2021. – С. 191-196.

THE IMPACT OF THE ECONOMIC CRISIS ON AVTOVAZ

S.V. Hafizov, D.R. Teregulov, A.A. Fatkulin

*Ufa Fuel and Energy College,
Ufa, Russia*

As a result of the economic crisis of 2008-2009 and the resulting problems with the sale of products in early 2009, AVTOVAZ got into a difficult financial situation. At the end of March 2009, the debt to suppliers amounted to about 14 billion rubles. For 9 months of 2009, production fell by 43.5 % compared to the corresponding period of the previous year.

Keywords: AVTOVAZ, Moskvich, Niva, UAZ

СУЩНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ ИННОВАЦИОННОГО УПРАВЛЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Л.Р. Хуснутдинова, Е.А. Ехлакова, В.Н. Макришин*

*Казанский государственный энергетический университет,
*Казанский (Приволжский) федеральный университет,
г. Казань, Россия*

В статье рассматриваются сущность, значение инноваций и инновационного управления на предприятии. Приведены основные мероприятия и условия успешного применения инноваций.

Ключевые слова: инновации, инновационное управление, предприятие, значение, изменения, управление

Понятие «инновации» или «инновационное управление» в последнее время стремительно набирает популярность, что связано с быстро меняющимися рынками техники и технологий. Это происходит из-за быстрого развития научно-технического прогресса, который позволяет нам говорить о резком совершенствовании технологий управления.

Инновация – это интеллектуальное решение, разработка и приобретение новых знаний, которые ранее не использовались, способствующие обновлению сфер жизни людей, а также последующему процессу его внедрения с получением дополнительных ценностей. На сегодняшний день инновации играют важную роль в развитии предприятия, поскольку они способны удержать конкурентоспособность предприятия в любой сфере [2].

Инновационный менеджмент всегда ориентирован на изменения, динамику, развитие, не приемлет баланса равновесия в среднесрочном, а также в долгосрочном периоде. При таком управлении всегда приветствуется нестандартный взгляд на ситуацию, творческие методы и подходы к использованию существующих и потенциальных возможностей организации, а также способностей сотрудников.

Сущность инноваций в области менеджмента заключается в том, что они представляют собой отход от традиционной системы управления к значительным изменениям работы менеджеров. Для эффективного управления инновационной деятельностью на предприятии могут быть рекомендованы следующие основные мероприятия:

1. Разработка внутренних профессиональных стандартов систем компетенций, образовательных требований и личностных характеристик для категорий сотрудников, в том числе таких качеств, как креативность. Разработанные инструменты распознавания способности генерировать идеи, креативные решения с учетом специфики деятельности компании уже является инновацией.

2. Представление руководству организации эффективной модели инновационного развития, которая отвечает её отраслевому потенциалу.

3. Особое внимание при разработке инновационной политики предприятия следует уделять развитию инноваций в области принятия управленческих решений, формирования организационной структуры и её своевременного реформирования.

4. Организация новой результативной работы отдела подбора и отбора кадров, способного разрабатывать методы и критерии оценки, как для руководителей, так и для работников инновационного направления деятельности [1].

Чтобы обеспечить долгосрочные преимущества в управлении инновациями необходимо соблюдать три следующих условия. Инновации должны:

1) быть основаны на совершенно новых принципах, отличных от традиционных;

2) быть упорядочены и взаимозависимы между собой;

3) являться частью непрерывной реорганизации, которые со временем приводят к улучшениям [3].

Разработка и координация управленческого решения, касающегося инноваций, направлена на сотрудничество отдела инноваций с другими подразделениями организации и управленческим персоналом. Главная особенность управления инновациями заключается в том, что они разрабатываются квалифицированными специалистами, а менеджеры принимают решение и утверждают окончательный план внедрения. На предприятиях, ориентированных на устойчивое современное развитие, как правило, установлена коллективная процедура принятия управленческих решений. Это позволяет команде выявлять несоответствия на различных уровнях управления, быстро и эффективно их устраняя.

Руководство введением инновационного управленческого решения наступает с установления работ и необходимых ресурсов всех видов, а также исполнителей, контролирующих лиц и сроки выполнения. Далее разрабатывается проект для внедрения решений по управлению инновациями, которые подразделения предприятия должны внедрять в соответствии с «древом» поставленных целей.

В качестве примера рассмотрим значение инноваций в управлении, которые происходили в компаниях «Linux» и «Visa».

Компания «Linux», занимающаяся разработкой программного обеспечения – очень яркий пример, использовавший инновации в управленческой деятельности. Её главным преобразованием была создание проектов на базе начального программного кода. Такое нововведение послужило результативным механизмом для координации деятельности каждого разработчика, находившимся на расстоянии тысяч километров друг от друга, для достижения единой поставленной цели.

«Visa» – первая во всём мире условно виртуальная организация, которая добилась успеха благодаря организационным инновациям. Вышестоящее руководство организовало в США форму временного объединения независимых предприятий, а затем банки-основатели «Visa» положили начало широко из-

вестному в мире бренду. На сегодняшний день «Visa» – это всемирная сеть, объединяющая более 1,4 млрд людей, которые владеют и пользуются картами компании.

Таким образом, значение инновационного управления на предприятии очень велико. Инновации позволят добиться успеха в любом виде деятельности при следовании основным условиям, проведении определённых мероприятий и готовности отойти от традиционного управления.

Практически на всех предприятия сложились стандартные процессы управления, такие как стратегическое планирование, составление бюджета, координация действий персонала и прочее. Но с каждым годом стандартные процессы управления становятся всё больше ненадёжными и неэффективными. Поэтому возрастает роль инноваций и новаторства в управлении предприятием.

Обобщая вышесказанное, можно сказать, что любая деятельность, которая, в итоге, позволяет повысить эффективность управления инновациями, должна быть направлена на производство конкурентоспособной продукции или предоставление конкурирующих услуг с обязательным условием получения дополнительной прибыли.

Список использованных источников

1. Емельянович, А.А., Кулягина Е. А., Цуркан Е. В. Повышение эффективности управления инновационной деятельностью на предприятии // Инновационное развитие экономики. 2016. № 6 (36). С. 20-24.

2. Клевцова, К.С. Управленческие инновации и их применение в российских компаниях / К.С. Клевцова. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2017. – № 3 (137). – С. 342-344. – URL: <https://moluch.ru/archive/137/38564/> (дата обращения: 18.02.2022).

3. Чечурина М. Н. Управленческие инновации XXI века / Менеджмент в России и за рубежом. – 2010. – № 5. – С. 3–10.

THE ESSENCE AND SIGNIFICANCE OF INNOVATIVE MANAGEMENT IN THE ENTERPRISE

L.R. Khusnutdinova, E.A. Ekhlakova, B.N. Makrishin*

*Kazan State Power Engineering University,
*Kazan (Volga Region) Federal University,
Kazan, Russia*

The article deals with the essence, meaning of innovation and innovation management in the enterprise. The main measures and conditions for the successful application of innovations are given.

Keywords: innovation, innovation management, enterprise, value, change, management

МАЛОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ КАК НЕОТЪЕМЛЕМАЯ ЧАСТЬ ЭКОНОМИКИ

З.Ф. Шарафутдинова, Е.А. Ехлакова, А.М. Садыкова*

*Казанский Государственный энергетический Университет,
*Казанский (Приволжский) федеральный университет,
г. Казань, Россия*

В данной статье рассматривается роль и значение малого бизнеса в экономики России.

Ключевые слова: бизнес, экономика, малый бизнес

Чтобы разобраться в теме статьи, нужно понять, что такое малый бизнес и что он включает в себя. Итак, малый бизнес - это субъект предпринимательской деятельности (например, индивидуальный предприниматель или юридическое лицо), наделенный статусом малого бизнеса в соответствии с Федеральным законом №209. Этот статус может быть присвоен, как только компания приобретет определенные характеристики: размер получаемого дохода, количество задействованных сотрудников и т.д.

Цели создания малого предприятия или, по-другому, малого бизнеса включают:

- усиление структурной перестройки экономики;
- насыщение потребительского рынка товарами;
- преодоление промышленных и региональных монополий и т.д.;

Государство оказывает существенную поддержку развитию малого бизнеса. Например, решение правительства о том, что налоговая база не может ухудшаться в течение первых пяти лет после регистрации малого бизнеса, стимулировало дальнейшее развитие МП. Также, соответственно, если после регистрации налоговая политика предприятия изменится в худшую сторону, то оно будет платить налог в размере, установленном на момент регистрации, в течение пяти лет.

Федеральная национальная программа поддержки МБ в 2021-2022 годах учитывает дальнейшее развитие малого бизнеса и ставятся соответствующие задачи: наполнение рынка товарами и услугами малого бизнеса, повышение заработной платы работников малого сектора экономики, увеличение малого бизнеса, увеличение количества рабочих мест, увеличение налоговых поступлений малого бизнеса в бюджеты всех уровней, увеличение инвестиций в малый бизнес. В свою очередь, правительство поддерживает малый бизнес за счет грантов (например, агростарт, гранты для туристического бизнеса и т.д.), субсидий на погашение процентов по кредиту и т.д.

Тем не менее, даже при поддержке страны количество малых предприятий в нашей стране значительно меньше, чем за границей. Например, в

Японии, где ведущее место занимает обрабатывающая и добывающая промышленность (более 6,4 миллиона малых предприятий), на долю которых приходится около 80 % от общей численности японской рабочей силы. Число малых предприятий в Соединенных Штатах Америки удвоилось за последние 20 лет, и за этот период насчитывается не менее 30,7 миллиона компаний. В Германии малые предприятия включают 97 видов деятельности, количество малых предприятий составляет 3,5 миллиона.

В настоящее время количество крупных компаний составляет 3,5 млн, что значительно меньше, чем у мелких (5,6 млн.), однако более крупные, в условиях жесткой конкурентной борьбы, готовы вытолкнуть малые предприятия.

Малые предприятия в рыночной экономике никак не могут функционировать совместно с крупными, особенно в годы развития, поскольку малые предприятия менее крупные с точки зрения численности персонала, размеров производства, размера активов, задействованных в производственном процессе.

В процессе хозяйственной деятельности они неизбежно сталкиваются с организационными и техническими, а также коммерческими трудностями.

Предпринимательская и предпринимательская деятельность - это активная и независимая деятельность граждан или их объединений, направленная на получение прибыли или личного дохода, осуществляемая на свой страх и риск и под собственную имущественную ответственность в определенных пределах. Предприниматель может осуществлять все виды экономической деятельности, если они не запрещены законом, при этом государство предоставляет ему юридические гарантии и поддержку.

Таким образом, можно сделать вывод, что малый бизнес является одним из обязательных элементов рыночной экономики, в которой существует честная и добросовестная конкуренция.

Список использованных источников

1. Конституция Российской Федерации (принята на всенародном голосовании 12 декабря 1993 г.) (в ред. от 30.12.2008 г., 05.02.2014 г.) // «Российская газета». 25.12.1993 г. № 37.

2. Гражданский кодекс Российской Федерации от 30.11.1994 г. № 51-ФЗ (ред. от 29.12.2017) // «Собрание законодательства РФ». 05.12.1994. № 32. ст. 3301.

3. Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ (ред. от 27.11.2017) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» // «Собрание законодательства РФ». 30.07.2007. № 31. Ст. 4006.

4. Указ Президента РФ от 14.11.2017 № 548 «Об оценке эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации» // «Собрание законодательства РФ». 20.11.2017. № 47. Ст. 6963.

5. Сабилова, Г.Т., Кулик А.А. Государственная поддержка малого предпринимательства // Региональное развитие. – 2014. – № 3-4. – С. 113-118.

SMALL BUSINESS AS AN INTEGRAL PART OF THE ECONOMY

Z.F. Sharafutdinova, E.A. Yehlakova, A.M. Sadykova*

Kazan State Power Engineering University,

**Kazan (Volga Region) Federal University,*

Kazan, Russia

This article examines the role and importance of small business in the Russian economy.

Keywords: business, economy, small business

УДК 338.242

ПРОБЛЕМЫ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

Г.Г. Шафигуллина, Е.А. Ехлакова, Р.И.Сунгатуллин*

Казанский Государственный Энергетический Университет,

**Казанский (Приволжский) федеральный университет,*

г. Казань, Россия

В статье рассматриваются особенности процесса реструктуризации на российских предприятиях в условиях современной экономики и основные проблемы, препятствующие реализации задач реструктуризации.

Ключевые слова: реструктуризация, предприятие, проблемы реструктуризации, адаптация деятельности, экономический кризис

Актуальность реструктуризации предприятий определяется состоянием экономического кризиса, активной конкуренцией и реформами в глобальной экономике, оказывающими существенное влияние на конъюнктуру и тенденции развития в основных отраслях производства страны. В таких условиях деятельность компании характеризуется «борьбой за выживание»: необходимо непрерывно совершенствовать свою внутреннюю организацию для достижения устойчивого развития, максимизации прибыли при минимальных затратах. Именно поэтому, руководители и собственники предприятия вынуждены пересматривать управленческие функции и структуру управления, взаимоотношения внутри предприятия с целью повышения его конкурентоспособности, эффективности и устойчивости дальнейшего развития.

Реструктуризация является одним из наиболее распространенных и эффективных способов решения проблем компании по адаптации к меняющимся усло-

виям хозяйствования [1]. Однако, Россия значительно отстает от развитых европейских стран, поскольку на такую сложную задачу решаются лишь единицы. Это процесс, который должен учесть многие ограничения и особенности предприятия, среду в которой он реализовывается. Следовательно, процесс реструктуризации необходимо проводить только при наличии четких целей и задач, концепции и плана, четкого понимания содержания каждого этапа реструктуризации, используемых методов и инструментов [2]. Именно поэтому мероприятия реструктуризации являются крупномасштабными и требуют готовности идти на риск, значительных финансовых и человеческих ресурсов.

Поскольку реструктуризация – сложный, комплексный процесс, затрагивающий все стороны деятельности компании, при решении её задач сталкиваются с целым рядом проблем как объективного, так и субъективного характера.

В большинстве случаев попытки использования зарубежного опыта реструктуризации на российских предприятиях пока не позволили получить должный результат из-за разницы в менталитете и в экономическом законодательстве [3]. К примеру, чрезмерные налоги препятствуют внедрению новых финансовых механизмов, поскольку все преимущества, которые могло бы получить предприятие от реструктуризации, рискуют быть «съеденными» дополнительными налоговыми платежами.

Ещё одной из основных проблемам реструктуризации является неэффективное использование методов, применяемых для выработки её стратегии. Большинство менеджеров высшего и среднего звена российских предприятий ещё не владеют необходимым для современной экономики арсеналом знаний и методов, а также опытом всестороннего анализа деятельности исходя из принципа здорового консерватизма. Процедуры диагностики и оценки деятельности компании должны излагать сложную задачу до уровня, ясного для понимания проектов, что позволит разработать эффективную концепцию реструктуризации. Для этого в компанию должны быть привлечены специалисты, которые проводят большой объем финансовых, экономических, маркетинговых, управленческих и социальных исследований.

Отсюда вытекает следующая проблема - привлечения долгосрочных инвестиций, необходимых для реструктуризации производства. Многие руководители российских крупных и средних предприятий ориентируются только на два источника финансирования: государство или банковские займы. Большинство предприятий не в состоянии предоставить банкам ликвидное обеспечение по кредитам, а государственное финансирование вряд ли может быть доступно многим.

Таким образом, в условиях российской экономики реструктуризация до сих пор остается сложной задачей. А перечисленные выше проблемы и требуют поиска адекватных экономических методов для развития реструктуризации на российских предприятиях.

Список использованных источников

1. Аистова, М.Д. Реструктуризация предприятий: вопросы управления. Стратегии, координация структурных параметров, снижение сопротивления преобразованиям. – Москва: Альбина Паблишер, 2017. – 287с. (дата обращения: 17.02.2022).
2. Алпатов, А. Реструктуризация предприятий: механизмы и организационные меры // Экономист. – 2016. – № 3. – С. 26-32 (дата обращения: 18. 02.2022).
3. Хокканен, Т. Практический опыт реструктуризации российских предприятий // Проблемы теории и практики упр. – 2012. – № 6. – С. 103-106 (дата обращения: 18. 02.2022).

PROBLEMS OF ENTERPRISE RESTRUCTURING IN THE RUSSIAN ECONOMY

G.G. Shafigullina, E.A. Ekhlakova, R.I. Sungatullin*

*Kazan State power engineering University,
*Kazan (Volga Region) Federal University,
Kazan, Russia*

The article discusses the features of the restructuring process at Russian enterprises in the conditions of the modern economy and the main problems that impede the implementation of restructuring tasks.

Key words: restructuring, enterprise, restructuring problems, activity adaptation, economic crisis

УДК 316

КАК СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ МЕНЯЮТ НАШ МОЗГ

М.С. Шейхова, А.В. Шевцова

*Донской ГАУ,
п. Персианоский, Россия*

В статье рассматривается вопрос влияния социальных сетей на наш мозг. Приведены несколько основных изменений, которые прямо сейчас происходят в мозге из-за социальных сетей. Выделены польза и вред времяпровождения в Интернете.

Ключевые слова: социальные сети, Интернет, научные исследования, области мозга, дофамин, нервная система

Каждый третий человек использует социальные сети. Многие из нас думают, что «залипание» в социальных сетях – это отдых от рабочих задач и переключение. Но так ли этот отдых безобиден, как кажется на первый взгляд? Ученые уверены, что соцсети действуют на мозг на физиологическом уровне, порождая в нем ряд изменений.

Проводить время в Интернете можно и с пользой. Например, для того, чтобы узнать что-то интересное, не нужно идти в библиотеку и тратить массу времени на поиск нужной литературы. Интернет предлагает современные тренажеры и курсы по развитию в удобной форме. Так что теперь на то, чтобы заниматься саморазвитием и тренировать свои когнитивные способности, нужно выделить совсем немного времени. Достаточно 15 минут в день [1].

Выделяют несколько основных изменений, которые прямо сейчас происходят в мозге из-за социальных сетей:

Никак не можете оторваться от экрана? Как ни странно, от 5 до 10 % пользователей не контролируют время, проведенное в Интернете. Хотя это психологическая, а не наркотическая зависимость, сканирование мозга этих людей показало повреждение той же области, что и у наркоманов. Точнее, белое вещество находится в области, отвечающей за эмоции, внимание и принятие решений. Из-за того, что социальные сети поощряют любое действие, даже самое незатратное, мозг начинает перестраиваться в погоне за этими стимулами, и любое взаимодействие приводит к желанию повторить это нервное возбуждение. Похоже на наркотики, верно? [2]

Социальные сети также могут влиять на многозадачность. Вы можете подумать, что, поскольку во многих социальных сетях легко переключаться между работой и Интернетом, многозадачность для них не проблема. Однако, согласно исследованиям, они справляются с такими испытаниями хуже других. Частые изменения активности в Интернете могут ухудшить способность мозга фильтровать отвлекающие факторы и запоминать информацию [3].

Например, когда телефон вибрирует во время работы...стоп. Он вибрировал? Синдром фантомной вибрации - относительно новое психологическое явление. Это проявляется, если, кажется, что вы чувствуете вибрацию, но ее там нет. 89 % респондентов заявили: это происходит не реже одного раза в две недели. Похоже, что наш мозг ошибочно принимает за обычную вибрацию зуд. Это звучит безумно, но технологии «переустанавливают» нашу нервную систему. И тогда наш мозг вынужден иметь дело со стимулами, которых раньше не существовало.

Социальные сети также увеличивают выработку дофамина, который является гормоном счастья. Используя магнитно-резонансную томографию, ученые обнаружили, что, когда люди высказывают свое мнение, а не прислушиваются к мнению других, центр счастья более активен. Неудивительно, что все мы любим говорить о себе. Но оказывается, что мы говорим о себе только в 30-40%

живого общения, в то время как при общении в социальных сетях эта доля составляет 80 % [4].

Социальные сети стимулируют те же области мозга, которые отвечают за оргазм, мотивацию и любовь, и являются еще более мощными, если вы знаете, что вас слушают. Наше тело побуждает нас восхищаться собой в Интернете, но это не просто любовь к себе. Исследования отношений показали, что партнеры больше нравятся друг другу, если они познакомились в Интернете, а не в реальной жизни. Связано ли это с большей анонимностью или более четко определенными целями точного ответа нет, но статистика подтверждает увеличение числа успешных отношений, завязанных онлайн. Поэтому, несмотря на то, что Интернет увеличил расстояние между собеседниками, люди, которые действительно важны, становятся все ближе и ближе.

Основные факторы негативного воздействия социальных сетей и влияние современных электронных технологий на молодой организм, и развивающийся мозг учащихся школы или студентов - это:

- деморализация и абсолютно ненужное зомбирование подростков, а также различные типы непристойной закодированной информации;
- физический вред организму подростков действием электромагнитного излучения, исходящего от компьютеров, планшетов, телефонов и других электронных устройств;
- гиподинамия, а также значительные потери реального времени [5].

К положительным факторам влияния социальных сетей можно отнести следующее: возможность в социальной сети для самореализации в глазах окружающих; у поколения постарше есть шанс найти своих родственников, друзей или коллег, связь с которыми была потеряна. Также появляется возможность найти единомышленников в сети.

Практически в любой социальной сети есть большое количество групп и сообществ, где люди могут обмениваться опытом или делиться переживаниями. Еще социальные сети обладают большой мультимедийной базой. Это позволяет пользователям находить подходящую музыку, видео или фотографии, а также другие необходимые и полезные файлы.

Таким образом, социальные сети не только становятся неотъемлемой частью жизни, отнимая значительную часть времени, которое можно было потратить на полезные дела, но и постепенно вытесняют реальное общение и различные хобби из нашей жизни. Однако большинство респондентов не считают, что социальные сети отвлекают их от важных дел, а наоборот уверены, что они помогают сделать жизнь намного проще и комфортнее.

Список использованных источников

1. Абдуллаева, Р.А. Анализ влияния социальных сетей на жизнь современного общества / Р.А. Абдуллаева // Международный журнал прикладных и

фундаментальных исследований. – 2015. – № 9-3. – С. 542-546

2. Биккулов, А.С. Интернет как средство массовой коммуникации [Текст] / А.С. Биккулов // Автореферат на соискание ученой степени кандидата социологических наук. – СПб.: 2013.

3. Добренъков, В.И. Методы социологических исследований / В.И. Добренъков. Л.И. Кравченко. – Москва: МГУ. – 2011. – 231 с.

4. Кравченко, Л.И. Общая социология: учебное пособие для вузов. – Москва: Юнити, 2011. – 228 с

5. Казаринова Н.В. Социология: учебник для вузов. – Москва: Nota bene, 2013. – 432 с.

HOW SOCIAL MEDIA IS CHANGING OUR BRAIN

M.S. Sheikhova, A.V. Shevtsova

*Donskoy SAU»,
P. Persianosky, Russia*

The article examines the issue of the influence of social networks on our brain. Here are a few basic changes that are happening in the brain right now due to social networks. The benefits and harms of spending time on the Internet are highlighted.

Keywords: social networks, Internet, scientific research, brain regions, dopamine, nervous system

УДК 159.99

ПИРАМИДА ДИЛТСА

М.С. Шейхова, Е.А. Ходарева

*Донской ГАУ,
п. Персианоский, Россия*

В статье освещен актуальный в настоящее время вопрос решения жизненных задач при помощи пирамиды Дилтса. Описаны уровни составляющие данную модель и на какие вопросы они отвечают. Представлен алгоритм работы с данной пирамидой. В заключении сделан вывод о пользе для человека приемов пирамиды Дилтса.

Ключевые слова: пирамида Дилтса, нейролингвистическое программирование, логические уровни, решение задач, выбор

Пирамида Дилтса – это инструмент психологического анализа, который помогает разобрать существующую проблему на мелкие составляющие и найти способы её решения.

Эксперт-разработчик нейролингвистического программирования Роберт Дилтс предложил удобную для описания жизни модель в виде пирамиды. Опираясь на научные исследования по обработке информации своего учителя антрополога Грегори Бейтсона, он усовершенствовал пирамиду логических уровней, который в свою очередь, опирался на научные данные британского философа и математика Бертрانا Рассела.

При решении вопросов, практически во всех сферах жизни, человек может воспользоваться приемами пирамиды логических уровней Дилтса. Данная модель даёт возможность осознать, что в жизни нужно что-то изменить, показывает какие именно сферы нуждаются в корректировке, позволяет расставить проблемы по сложности и важности. Их решение начинается с нижнего уровня, и благодаря этому человек видит в каком направлении ему нужно двигаться [3].

Самым нижним уровнем пирамиды является уровень быта, на котором необходимо ответить на вопрос «Что я имею?» (в сфере финансов, работы, семьи, круга общения и т.д.). Если задать вопрос «Почему я имею то, что имею?», то за ответом потребуется обратиться на второй уровень - уровень действия. На нём следует задать вопрос «Что я делаю?». Ведь из-за того, чем человек ежедневно занимается, какие поступки совершает, и зависит то, что он имеет в итоге. На вопросе «Почему я делаю то, что делаю?», ответ будет лежать на третьем уровне, уровне стратегии. На этом шаге необходимо ответить на вопрос «Как я выбираю?». Именно оттого как принимаются решения, как делается выбор, зависит то, как человек будет поступать в конкретной ситуации. Если же спросить себя «Почему я выбираю то, что выбираю?», то потребуется перейти для этого ещё на один уровень выше. На четвёртом этаже находятся убеждения и этот уровень отвечает на вопрос «Во что я верю?». Пятый уровень пирамиды отвечает за самосознание и самоидентификацию и на нем человек способен разобраться с вопросом «Почему я верю в то, во что верю?». Он отвечает на вопрос «Кто я такой?», от ответа во многом зависят убеждения человека. Кто-то говорит: «Я бездарь и никому не нужный неудачник», а кто-то «Я гений и рождён, чтобы добиться успеха» и у таких людей мировоззрение будет разным. Наконец, последний уровень пирамиды – это уровень миссии, уровень смысла жизни. Он отвечает на вопрос «Зачем я живу?» [1; 4].

Отличительной чертой модели Дилтса является то, что верхние уровни пирамиды доминируют над нижними и каждое изменение в верхних рядах обязательно распространяется вниз на нижние. Поэтому для каждого из уровней пирамиды ответ на вопрос «Почему это так?» лежит на один уровень выше. Но если что-то меняется на нижнем уровне, то верхние уровни это затрагивает далеко не всегда.

Концепция логических слоев заключается в том, что при обнаружении проблемы на уровне пирамиды можно определить, где произошел сбой и отталкиваясь от особенности уровня устранить данное нарушение.

Алгоритм работы с пирамидой Дилтса довольно простой и заключается в соблюдении некоторых правил: четко обозначить проблему; подняться вверх по пирамиде для определения уровня, на котором она расположена; найти уровень, где находится решение; сделать выбор какие действия нужно предпринять, чтобы устранить данную проблему; пройти по пирамиде в противоположном направлении сверху вниз, чтобы убедиться в правильности решения [2].

При прохождении человеком по уровням пирамиды в обоих направлениях, он начинает понимать сущность того, с чем работает, важность этого, и каким образом он сможет достичь выбранного результата.

Пирамиду Дилтса можно применять как при решении вопросов индивидуального характера, карьерного роста, взаимоотношений с другими людьми, так и при ликвидации барьеров и ограничений в деятельности организации. На логических уровнях проблема раскладывается на составляющие. Устанавливается место, на котором находится главная причина ее появления. Далее идет поиск решений, которые обычно располагаются на других уровнях.

Интересной особенностью пирамиды является то, что, если у человека возникает трудность на одном уровне, разрешить ее можно с одного - двух уровней выше. Например, если человек хочет начать вести здоровый образ жизни, то должен изменить свои ценности. Будущий результат и забота о себе должны стать важнее желания сиюминутных удовольствий. То есть, если для человека важнее здоровье, то он уже не сможет легко делать то, что ему вредит, а если – удовольствие, то сможет [5].

Пирамида наглядно показывает, как наши мысли управляют нашей жизнью. Чаще всего люди рассматривают все с позиций самых низких логических уровней - поведения и окружения.

Таким образом, людям рекомендуется использовать в своей жизни приёмы пирамиды Дилтса. Ведь благодаря ей появляется возможность проанализировать свою жизнь и выявить четкое представление о том, как нужно действовать в той или иной ситуации. Так же развитие навыков использования модели Дилтса разовьёт точность и глубину общения с другими людьми и их понимание.

Список использованных источников

1. Даниленко, Ю.Г. , Идентификация коучинга с использованием методов нейро-лингвистического программирования // Журнал исследования Мокслера, с.13-20.
2. Дилтс, Р. Коучинг с помощью НЛП. СПб: Прайм-Еврознак, 2004.

3. Капица, С.И. , Коучинг как новая эффективная социальная технология формирования трудовой мотивации корпоративного поведения сотрудников современных организаций. СПГИЭУ, с. 262 – 268.

4. Миронова, М.А., Факторы влияющие на организацию нормирования труда и мотивацию персонала предприятия // Вестник ТвГТУ серия «Науки об обществе и гуманитарные науки», 2014. Выпуск 1. – С. 221-225.

5. Пряжников, Н.С., Пряжникова Е.Ю., Психология труда и человеческого достоинства. – Москва: Академия, 2001. – 480 с.

DILT'S PYRAMID

M.S. Sheikhova, E.A. Khodaryova

Donskoy State Agrarian University, Persianosky, Russia

The article highlights the current issue of solving life problems with the help of the Dilts pyramid. The levels that make up this model are described and what questions they answer. An algorithm for working with this pyramid is presented. In conclusion, a conclusion was made about the benefits for a person of Dilts pyramid techniques.

Key words: Dilts pyramid, neurolinguistic programming, logical levels, problem solving, choice

УДК 331.1

ОБМЕН ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМ ОПЫТОМ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА¹

В.А. Шипицын

*Нижегородский институт управления - филиал РАНХиГС,
г. Нижний Новгород, Россия*

В статье раскрыта роль профессионального обучения как одного из важнейших направлений управления персоналом и фактора успешной работы предприятия. Приведены наиболее распространенные и подтвердившие свою практическую эффективность методы обмена профессиональным опытом между работниками, также рассмотрены способы профессионального обучения и обмена в контексте эффективного развития персонала организации.

¹ Научный руководитель – к.э.н., доц., В.Ю. Дудина, ФГБОУ ВО «Нижегородский институт управления – филиал РАНХиГС», г. Нижний Новгород, Россия

Ключевые слова: профессиональный опыт, обучение персонала, профессиональная культура, наставничество

Профессионалом является специалист, который не совершает принципиальных ошибок в области своей компетенции. Однако далеко не всем специалистам присущ профессионализм, а выработка этого качества требует больших материальных и временных вложений, поэтому такая ситуация, при которой организация будет полностью укомплектована специалистами, маловероятна. Следовательно, упомянутое необходимое требование профессиональной культуры должно удовлетворяться подготовкой специалистов высокого уровня в пределах организации [6].

В процессе получения профессионального образования происходит формирование профессиональной культуры специалиста. Однако данной подготовки недостаточно, когда специалист входит в существующую корпоративную систему отношений определенной компании. Помимо профессиональной культуры, специалист должен обладать корпоративным образованием, а именно определенные умения и знания, а также профессиональные качества специалиста. Также к корпоративному образованию относятся определенные правила, навыки, нормы, необходимые для дальнейшего развития специалиста, а также развития компании в целом.

Профессиональное образование разделяется по видам, а именно бывает внутрифирменное обучение, наставничество, обучение на рабочем месте, стажировка и т.д. [6].

Внутри организации происходит обмен профессиональным опытом между опытными и новыми сотрудниками. У последних, как правило, есть только теоретические знания без практического опыта. Для их развития не нужно нанимать коуча, так как у каждого высококвалифицированного специалиста есть свои профессиональные достижения. Необходимо прикреплять к старым сотрудникам новых сотрудников, которые знают все тонкости работы [2].

Формирование и постоянное обогащение личностных качеств является главной целью профессионального развития с точки зрения работников, а также для получения профессиональных знаний, навыков и умений, необходимых для эффективного выполнения ими своих обязанностей, прав и обязанностей.

Повышение эффективности использования работников за счет реализации поставленных перед организацией целей является главным вектором профессионального развития работников организации, а также повышения производственного потенциала коллектива и улучшения социально-психологического климата в коллективе.

Для обмена профессиональным опытом между работниками используются разные методы. Индивидуальные занятия помогают развить навыки работы с конкретными программами. Например, если опытный специалист в Excel хорошо разбирается, а молодой специалист плохо знаком с возможностями, то

будет достаточно нескольких занятий. Как правило, такие уроки усваиваются в кратчайшие сроки без дополнительной подготовки.

Консультирование, а также наставничество является одним из способов передачи опыта и развития основных профессиональных навыков. К неопытному работнику надолго приставляют тренера. Роль преподавателей можно облегчить, разработав набор руководств, инструкций и памяток, а также таблицы, предоставляющих информацию. Кроме того, целесообразно составить список справочных ресурсов, сценариев, подготовленных для решения общих задач [4].

Обмен профессиональным опытом путем ведения базы полезных ресурсов – распространенный и популярный метод, благодаря которому каждый сотрудник может использовать полезные статьи, книги, познавательные материалы, с помощью полезной информации задача значительно упрощается. Сотрудник фирмы должен стремиться заполнить базу данных, тем самым его необходимо мотивировать, а именно применять поощрение. Допустим, сотрудник компании принимал участие в конференции по определенной теме, тем самым его необходимо поощрить за составление доклада по данной тематике, который будет включен в базу данных фирмы, где работает данный сотрудник [1].

Внутренний маркетинг компании подразумевает проведение регулярных опросов внутри компании по ее развитию. При помощи данного опроса происходит выявление существующих проблем мешающих развитию компании, а также выявлению слабых звеньев управления. Следовательно, для слабого звена необходимо организовывать обучение, для повышения профессиональных умений и знаний, а также разрабатывать определенные программы по обучению данных сотрудников.

Обмен профессиональным опытом путем назначения грамотного, эффективного руководителя полезен для передачи ценных знаний подчиненным. Целесообразно делегировать управление проектом опытному специалисту или назначить его ответственным за определенный процесс. Главное, чтобы руководитель не стремился выполнять все поставленные задачи самостоятельно, а распределял их между сотрудниками, объясняя, какие методы помогут выполнить каждую задачу быстро и качественно [3].

Рассмотрим способы профессионального обучения и обмена для эффективного развития персонала. Мозговой штурм – одна из методик обмена опытом:

- сотрудникам описывают проблему;
- предлагают обдумать все способы ее решения;
- после обсуждения предложенных вариантов выбирают оптимальную модель;
- далее усложняют задачу, обсуждение начинают с самых неопытных участников;
- если новички высказали свои способы решения поставленных задач, а опытные сотрудники представили свежие предложения, которые отличаются по

уровню от остальных, выбирают оптимальный вариант, предлагая методики достижения цели.

Совместное профессиональное обучение через вебинары. Принятие передачи и обмена опытом является экономически эффективным. Вебинар в основном проводится по видео-конференц-связи. Участники задают ведущему ряд вопросов, на которые необходимо ответить. Кроме того, участники общаются друг с другом, обсуждают конкретные вопросы, получают рекомендации и решения [5].

Обмен профессиональным опытом между организациями, работающими в одной сфере, происходит путем внедрения новых технологий, программ или других изменений в области технологических процессов. Следует отметить, что для обмена профессиональным опытом проводятся конференции, семинары и другие мероприятия, что способствует присутствию большого количества специалистов всех компаний, заинтересованных в данном вопросе.

В ходе обмена профессиональным опытом рабочие могут быть направлены на другое предприятие для освоения всех приемов производственного процесса. Обучение проводят инструкторы или специалисты, овладевшие соответствующими навыками и технологическими процессами, могут обучать новичков. При заключении договора следует учитывать, что в процессе взаимодействия организаций-партнеров важно обеспечить взаимовыгодное сотрудничество.

При использовании в организации нового оборудования, могут возникнуть проблемы по его использованию, например, никто из сотрудников не умеет его эксплуатировать, помогут партнеры, которые уже какое-то время работают на таком оборудовании. Суть секондмента относительно проста. На практике сотрудники получают необходимые навыки и знания на другом предприятии. Затем они возвращаются на свой завод и обучают других специалистов. Кроме того, внутренняя и внешняя мобилизация отличаются тем, что специалиста направляют в другую структуру или отдел, филиал той же организации для освоения новой техники [2].

Также при подборе сотрудников руководитель должен учитывать несколько важных условий:

- направляемые специалисты должны уметь понимать и усваивать новую информацию;

- возможность поделиться навыками и знаниями, полученными на практике, а по возвращении необходимо будет обучить весь персонал, который будет работать на новой технике.

Таким образом, повышение квалификации играет важную роль в развитии человеческих ресурсов, так как представляет собой процесс обучения работников выполнению новых производственных задач, связанных, например, с занятием новых должностей и решением новых задач. Профессиональное развитие – это сложный и непрерывный процесс, который включает в себя несколько этапов. Управление этим процессом начинается с выявления потребно-

стей, которые формируются исходя из необходимости в развитии работников организации, а также потребности в работниках для выполнения текущих производственных задач.

Список использованных источников

1. Бархатова, Л.А. Структурные особенности коммуникации российских социологов: кейс онлайн-сообщества // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2020. – № 5. – С. 204–221. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.5.1656>
2. Долженко, Р.А. Методические подходы к внедрению системы «5S» в организации // Проблемы экономики и управления нефтегазовым комплексом. – 2015. – № 10. – С. 29-38.
3. Долженко, Р.А., Гиниева С. Б. Об использовании профессиональных сообществ в управлении персоналом // Общество и экономика. – 2017. – № 10. – С. 140-150.
4. Долженко, Р.А., Долженко С. Б. Профессиональные экспертные сообщества и их роль в решении социально-экономических задач // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». – 2019. – № 3. – С. 78-87.
5. Моргунов, Е.Б. Управление персоналом: исследование, оценка, обучение: учебник для вузов / Е. Б. Моргунов. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 424 с.
6. Формирование системы обмена опытом в рамках интегрированных структур ОПК / [Д.В. Богатырев и др.]; под ред. В.В. Федорова, Д.С. Джепа. – Москва: ООО «Айти Сервис», 2021. – 117 с.

EXCHANGE OF PROFESSIONAL EXPERIENCE AS A TOOL FOR STAFF DEVELOPMENT

V.A. Shipitsyn

*Nizhny Novgorod Institute of Management, branch of Russian Presidential Academy
of National Economy and Public Administration
Nizhny Novgorod, Russia*

The article reveals the role of vocational training as one of the most important areas of personnel management and a factor in the successful operation of an enterprise. The most common and proven practical methods of exchanging professional experience between employees are given, as well as ways of professional training and exchange in the context of the effective development of the organization's personnel.

Key words: professional experience, staff training, professional culture, mentoring

РЕИНЖИНИРИНГ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ КАК СПОСОБ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

О.Д. Шишенина, Е.А. Ехлакова, А.А. Шашков*

*Казанский государственный энергетический университет,
*Казанский (Приволжский) федеральный университет,
г. Казань, Россия*

В статье рассматриваются особенности реинжиниринга бизнес-процессов и его применения. Отражены основные приёмы и принципы, а также сделаны выводы о целесообразности проведения реформ.

Ключевые слова: реинжиниринг, бизнес-процессы, компания, развитие, реструктуризация

Под реинжинирингом понимается коренное перепроектирование бизнес-процессов для того, чтобы бы добиться радикального, быстрого и эффективного улучшения деятельности предприятия. Реинжиниринг обычно представляет собой базовое переосмысление и радикальную реструктуризацию бизнеса, целью которых является улучшение наиболее значимых показателей, таких как: стоимость, качество товаров (услуг), уровень обслуживания, скорость работы, финансы.

Для успешного реинжиниринга и его применения в инновационной деятельности следует помнить об обязательном условии - разработка проекта совершенно нового бизнес-процесса с использованием широкого набора методов, инструментария и подходов. На практике для реализации реинжиниринга назначают руководителя проекта из высшего руководства, выбирают лиц, которые будут ответственными за обновление процессов, формируют команду из группы экспертов и специалистов, а также создаётся комиссия наблюдателей за реализацией стратегии развития и для осуществления контроля за ходом выполнения работ [1].

Рассмотрим некоторые основные принципы и приёмы реинжиниринга бизнес-процессов. Они выражаются в следующем:

1. Несколько работ объединяются в одну. В современных условиях функционирования предприятий большая часть времени в процессе тратится не на работу, а на взаимодействие между работами, в то время как такие взаимодействия часто являются непродуктивны и не добавляют ценности.

2. Самостоятельность при принятии решений. Этот принцип позволяет свести к минимуму количество вертикальных взаимодействий во время рабочего процесса. Вместо того, чтобы обратиться к вышестоящему руководству, со-

ответственно, замедлить процесс и отнять время у менеджера, сам сотрудник подготавливается и делегируется на принятие решения.

3. Работа выполняется там, где это наиболее удобно. Организационная структура компании не должна предписывать строгих ограничений на этот процесс. Распределение функций должно исходить из процесса и необходимости его эффективного осуществления, а не из ранее установленных обязанностей.

4. Процессы имеют разные варианты выполнения. Вместо жестких и неприспособленных процессов вводятся такие процессы, при которых учитывается максимум возможных событий.

5. Ответственный менеджер является единственным контактным лицом в определённом процессе. Он взаимодействует с покупателем по всем вопросам, связанным с процессом. Поэтому у него должен быть доступ ко всем информационным системам и исполнителям [3].

Инновационный характер реинжиниринга заключается в том, что разрабатывается совершенно новый деловой процесс, а его реализация дает «древо» последующих инноваций в состоянии других элементов производственно-хозяйственной системы организации. С другой стороны, реинжиниринг выступает как метод инновационной деятельности и как разновидность инновационной стратегии [2].

Финансовая реструктуризация не несет в себе инновационный характер, хотя тоже имеет в себе долю нововведений, но для данной работы будет достаточно определить ее сущность. Финансовая реструктуризация – это реформирование финансовой сферы предприятия, совершенствование и оптимизация ее функций:

- а) усиление централизации в управлении финансами;
- б) проведение финансового мониторинга;
- в) планирование денежных потоков;
- г) оптимизация политики ценообразования и т.д.

Основной целью финансовой реструктуризации является увеличение рыночной стоимости фирмы.

Важно отметить, что необходим регулярный контроль за экономическими показателями компании и состоянием рынка. Это необходимо, чтобы вовремя распознать ситуацию для применения действий по реструктуризации. Запоздалые внедрения могут существенно ухудшить ситуацию и привести к необратимым последствиям.

Рассмотрим применение реинжиниринга на примере преобразований американской компании «Ford Motors». В начале 80-х годов 20 века компания переживала не лучшие свои времена. Основной проблемой был неоправданно большой штат сотрудников, на который тратились огромные деньги предприятия. Численность насчитывала 500 работников.

Руководство разработало мероприятия по преобразованию, которые включал в себя: изменение порядка работы с основными поставщиками, внед-

рение системы, высвобождающей компанию от выставления счетов для оплаты. Данные преобразования позволили сократить численность отдела в 4 раза, следовательно, затраты на персонал стали значительно меньше. При этом, сокращение численности работников не оказало влияние на функционирование компании.

Таким образом, можно сделать вывод, что главной задачей бизнес-реинжиниринга является резкое ускорение реакции предприятия на изменения в требованиях потребителей при многократном снижении всех видов затрат. Реинжиниринг может стать действенным инструментом, который сможет вывести организацию из состояния кризиса, а также поможет улучшить текущее положение дел. Необходимо отметить, что перед проведением каких-либо реформ, преобразований в организации необходимо тщательно оценить ситуацию на рынке и внутри компании, а также посчитать и учесть к каким изменениям приведут изменения. Особое внимание следует уделить главным факторам, без которых реинжиниринг потеряет весь свой смысл – это быстрота, заинтересованность, грамотно и чётко поставленные цели и задачи.

Список использованных источников

1. Анисимов, Ю.П. Управление бизнесом при развитии инноваций: / Ю.П. Анисимов, Ю.В. Журавлев, В.Б. Артеменко, Л.В. Прозоровская; Воронеж. гос. технол. акад. Воронеж, 2010. – 501 с.
2. Грабауров, В.А. Информационные технологии для менеджеров: / В.А. Грабауров.; – Москва: Финансы и статистика, 2012. – 368 с.
3. Чукалина Г. М. Планирование принудительного реинжиниринга бизнес-процессов как особой формы реструктуризации предприятий / Г.М. Чукалина. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2014. – № 11 (70). – С. 252-255. – URL: <https://moluch.ru/archive/70/12113/> (дата обращения: 15.02.2022).

BUSINESS PROCESS REENGINEERING AS A WAY TO RESTRUCTURE AN ENTERPRISE

O.D. Shishenina, E.A. Ekhlakova, A.A. Shashkov*

Kazan State Power Engineering University,
*Kazan (Volga Region) Federal University,
Kazan, Russia

The article discusses the features of business process reengineering and its application. The main techniques and principles are reflected, as well as conclusions about the feasibility of reforms are made.

Keywords: reengineering, business processes, company, development, restructuring

РОЛЬ СТРАТЕГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА В СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

И.А. Янкина, А.Р. Татарканов

*Таганрогский институт управления и экономики,
г. Таганрог, Россия*

В статье рассматривается проблема совершенствования деятельности организации в условиях современной российской практике. Рассматриваются особенности оценки внешних факторов в рамках стратегического анализа, таких как цифровизация, пандемия.

Ключевые слова: стратегический анализ, совершенствование деятельности организации, мониторинг окружающей среды, внешние факторы

Совершенствование деятельности организации в современных условиях требует от менеджера навыков использования инструментария стратегического менеджмента. Это связано с тем, что методология стратегического анализа позволяет достаточно успешно справляться с ситуацией неопределенности, выводя неструктурированные управленческие задачи на уровень слабо структурированных. Актуальность поднимаемой темы обусловлено тем, что возможности стратегического инструментария расширяют аналитический арсенал управленца в ходе разработки планов развития стратегического потенциала, повышения конкурентоспособности организации (что, согласно исследованиям, часто практикуется на отечественных предприятиях) [1].

Использование методик стратегического анализа актуализируется в связи с тем, что современные тенденции изменений в социально-экономической среде достаточно динамичны. Менеджмент в данных условиях должен ориентироваться на практику «управления по слабым сигналам», делегирования полномочий и управления на основе гибких систем. Текущая ситуация демонстрирует невозможность для организации одновременно быть успешной на рынке и работать по жесткому стратегическому плану. Изменчивость внешней среды и вариативность возможных путей для решения проблем, возникающих перед организацией, проблем, показывают важность мониторинга окружающей среды (как макросреды, так и ближайшего окружения). Исследования показывают, что такие факторы внешней среды, как пандемия COVID19, цифровизация, старение населения, перманентная нестабильность в сфере международных отношений создают предпосылки для латентных или явных кризисных процессов в организации [2, 3]. Следует учитывать то, что перечисленные факторы не являются статичными и находятся в процессе постоянных изменений. Они по-разному влияют на всех субъектов хозяйст

ния, их внутреннюю среду. Отмеченные выше факторы порождают глобальные изменения в повседневных практиках и жизненных стратегиях населения (в том числе персонала организации и покупателей). Поэтому использование таких методик, как PEST-анализ и SWOT-анализ, требует более тщательной проработки и глубокой аналитики. Проводя стратегический анализ необходимо учитывать, что некоторые факторы внешней среды проявляют дуалистическое влияние на деятельность организации. Например, повышенная цифровая грамотность населения позволяет облегчить сбыт производимого продукта (по средствам ИНТЕРНЕТ-магазинов, таргетированной рекламы). С другой стороны повышение цифровой компетенции позволяет расширить возможности трудоустройства и позволяет выйти сотрудникам организации за пределы потребностей локального рынка труда (что может поставить фирму в невыгодное положение при конкуренции на рынке труда за компетентных и квалифицированных сотрудников). Это показывает, что для совершенствования деятельности необходимо учитывать тенденции изменения внутренней среды, которые происходят не только под влиянием системы управления, но и факторов внешней среды.

Еще более сложная ситуация складывается с оценкой влияния на организацию последствий пандемии. Необходимо учитывать периодичность ее волн, уровень заболеваемости персонала, так же процессы регулирования государством ситуации с ростом числа заболевших и введением ограничительных мер. Все это подталкивает предприятия искать пути совершенствования деятельности (например, через изменение организационной структуры) [4].

Немаловажное значение для стратегического анализа является распространение западных управленческих практик. Еще двадцать лет назад западные практики плохо приживались в отечественном бизнесе, т.к. требовали от работников нетипичных для российского менталитета схем взаимодействия. Современная ситуация показала, что российское бизнес-сообщество уже полностью адаптировано: практика использования иностранного профессионального сленга, схемы работы в команде; готовность регулярно менять работу на более привлекательную (вместо привычной практики пожизненного найма, готовности работать и делать карьеру в рамках одной организации). Все чаще фиксируется готовность сменить место жительства и переехать в город с более высоким качеством жизни, стремление приобретать в личное пользование технику, обеспечивающую мобильное место работы. Таким образом, в ходе стратегического анализа нужно учитывать, что работа для россиян становится не местом, а объемом заданий. Особенно это касается таких работников, как представители молодежи и жителей крупных муниципальных образований. Например, наиболее мобильная часть молодых работников уходит с провинциального рынка труда и предлагают свои услуги на рынке труда крупных городов. Подобные тенденции требуют перестройки в системе управления персоналом отечественных организаций. Повышение управленческой гибкости и делегирование полномочий, сопровождающихся повышением затрат

на заработную плату, позволяет сохранить конкурентоспособность на рынке труда. Альтернативой может стать автоматизация производства. Однако недостаток инвестиционного капитала и отсутствие навыков эффективного управления высокотехнологичными производственными процессами не позволяет ее использовать отечественному бизнесу, действующему на уровне провинциальных территорий. Проблемность ситуации заключается в том, что низкая адаптивность субъектов хозяйствования ведет к снижению темпов экономического развития территорий, на которой они находятся, и понижению уровня жизни.

Итак, современные тенденции показывают, что факторы внешней среды имеют неоднозначное влияние на организацию. Проводя стратегический анализ нужно учитывать влияние внешней среды не только на конкурентные позиции, но и на внутреннюю среду организации, которая в результате приобретает новые характеристики.

Список использованных источников

1. Килин, С.В., Янкина И.А. Управление конкурентоспособностью организации (на примере ООО «Нефрит» г.Таганрог) // Молодежь и XXI век - 2021: материалы 11-й Международной молодежной научной конференции (18-19 февраля 2021 года), в 6-х томах, Том 1, Юго-Зап. гос. ун-т., Курск: Юго-Зап. гос. ун-т, 2021. – 427 с., С.201-203.

2. Нови, И.Н., Алистратова Д.О. Проблемы развития предприятий малого бизнеса в условиях неопределенности (на примере ООО «ЛЕКФАРМА АДО-НИС») // Вестник Таганрогского института управления и экономики. – 2021. – № 2(34). – С. 22-25.

3. Янкина, И.А. Социологический подход к анализу процесса управления персоналом в кризисной ситуации// Историческая и социально-образовательная мысль. – 2010. – №4. – С.57-61.

4. Егорова, И.А., Карпов В.С. Влияние пандемии коронавируса COVID-19 на структуру предприятий: российский опыт// В сборнике: Географические и экономические исследования в контексте устойчивого развития государства и региона. Материалы III Международной НПК под ред. Е.Г. Кошелевой. Донецк, 2021. – 370 с., С. 83-85.

THE ROLE OF STRATEGIC ANALYSIS IN IMPROVING THE PERFORMANCE OF THE ORGANIZATION

I.A. Yankina, A.R. Tatarkanov

Taganrog Institute of Management and Economics, Taganrog, Russia

The article deals with the problem of improving the activities of the organization in the conditions of modern Russian practice. The features of assessing external factors in the framework of strategic analysis, such as digitalization, pandemic.

Keywords: strategic analysis, improvement of the organization's activities, environmental monitoring, external factors

УДК 338.51

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Э.Р. Султанова, М.Р. Зайнуллина*

*Казанский Федеральный Университет,
г. Казань, Россия*

**Казанский Федеральный Университет,
Центр перспективных экономических исследований АН РТ,
г. Казань, Россия*

Статья актуализирует важность вопроса формирования цен и управления ценовой политики на современном этапе. Рассмотрены несколько подходов к оценке эффективности ценовой политики.

Ключевые слова: ценовая политика, скидки, кэшбеки, отраслевой беч-маркинг, страновой анализ, факторный анализ

Качество развития современных компаний различного профиля непосредственно зависит от научной обоснованности формирования и эффективности реализации ценовой политики. Ценовая политика компании представляет собой целенаправленную деятельность по формированию и развитию системы цен, скидок и кэшбеков на продукцию, работу, услуги, ориентированную на устойчивое увеличение доли на отраслевых рынках сбыта и максимизацию на данной основе финансово-экономической эффективности деятельности.

Ценовая политика компании формируется на основании синтеза влияния внутренних и внешних факторов. Основными внутренними факторами, оказывающими влияние на ценовую политику организации, являются состав, структура и динамика издержек производства и обращения, особенности обеспечения производительности основных фондов, специфика развития человеческого потенциала фирмы, особенности управления оборотными средствами, степень оптимизации состава и структуры источников финансирования деятельности, организация производственных и сбытовых процессов в целом. Внешними факторами формирования и развития ценовой политики являются уровень инфля-

ции в экономике в целом и на конкретных отраслевых рынках сбыта, динамика валютного курса, процентных ставок и т.п.

В условиях пандемийного кризиса 2020-2021 г.г. многие компании были вынуждены рационализировать содержание собственной ценовой политики. Так, ряд фирм потребительского рынка существенным образом подняли уровень конечных цен на продукцию, что привело к снижению потребительского спроса и уменьшению уровня финансово-экономической эффективности развития. На наш взгляд, в сложившихся условиях хозяйствования более рациональной представляется гибкая ценовая политика, системно учитывающая достаточно оперативные флуктуации рыночной конъюнктуры в условиях пандемийного кризиса.

Результативность формирования и реализации ценовой политики современных компаний различных форм собственности, масштаба деятельности и отраслей экономики непосредственно зависит от корректности использования методического инструментария оценки эффективности ценовой политики, обоснования направлений ее совершенствования.

В наиболее общем виде эффективность ценовой политики компании представляет собой степень влияния структуры и динамики цен на продукцию, работу, услуги на такие основные параметры результативности финансово-хозяйственной активности организации, как формирование прибыли, рентабельности, рыночной стоимости, оборачиваемости активов компании [1-2].

Круг методов оценки эффективности ценовой политики современных компаний достаточно многообразен. При этом различные методы относятся к разным областям экономико-статистического анализа.

Так, при отраслевом бенчмаркинге ценовой политики важно определить особенности формирования и развития систем ценообразования конкурентов, которые могли бы быть использованы для повышения эффективности ценовой политики исследуемой компании [5].

При макроэкономическом и страновом анализе эффективности ценовой политики осуществляется сопоставление динамики цен конкретной компании с ценовой конъюнктурой на национальном или мировых рынках сбыта в целом.

В рамках структурного ценового анализа определяется удельный вес в цене ее основных компонентов. При прочих равных условиях, в системе координат данного метода, ценовая политика фирмы признается в социально-экономическом плане более эффективной, если в структуре конечной цены увеличивается удельный вес чистой прибыли и фонда оплаты труда персонала.

В рамках метода факторного анализа оценивается влияние на формирование ценовой политики основных факторов внутренней и внешней среды развития компании. При этом основными, количественно измеримыми факторами внутренней среды, обеспечивающими эффективность ценовой политики, являются:

- стоимость и производительность основных фондов компании;
- оборачиваемость материальных запасов;

– численность персонала, уровень заработной платы и производительности труда;

– динамика инвестиционной и инновационной активности организации.

Основными факторами внешней финансово-экономической среды, оказывающими влияние на процесс ценообразования на продукцию, работы, услуги компании, являются:

– общий уровень инфляции в экономике;

– динамика валютного курса национальной валюты относительно ведущих резервных мировых валют (доллара и евро);

– уровень процентных ставок на финансово–кредитном рынке;

– динамика биржевого индекса на фондовом рынке (для крупных компаний, ценные бумаги которых имеют регулярные рыночные котировки) [3-4].

В целом, оценка влияния такого рода факторов на динамику цен на продукцию, работы, услуги компании осуществляется на основании использования методов одно- или многофакторного корреляционно-регрессионного анализа.

Список использованных источников

1. Буковский, Н.И. Ценообразование в промышленности и торговле – Москва: Армада, 2019. – 456 с.

2. Дурницкий, Н.И. Стратегический анализ. – Москва: Институт экономики переходного периода, 2017. – 512 с.

3. Коротков, Э.М. Принципы ценовой политики. – Москва: Юрайт, 2020. – 420 с.

4. Корягин, Н.Д. Антикризисное управление. – Москва: Академия, 2018. – 368 с.

5. Палей, Т.Ф. Корпоративный контроль в системе управления организацией. – Казань: изд-во КФУ, 2013. – 120 с.

EVALUATION OF THE EFFICIENCY OF PRICE POLICY IN MODERN CONDITIONS

E.R. Sultanova, M.R. Zainullina*

Kazan Federal University,

**Kazan Federal University, Center for Advanced Economic Research of the
Academy of Sciences of the Republic of Tajikistan,
Kazan, Russia*

The article actualizes the importance of the issue of pricing and pricing policy management at the present stage. Several approaches to evaluating the effectiveness of pricing policy are considered.

Key words: pricing policy, discounts, cashbacks, industry backmarking, country analysis, factor analysis

УДК 330

ОПЫТ БОРЬБЫ С КОРРУПЦИЕЙ В КИТАЕ

С.Г. Сафонова, А.В. Борботько

*Донской государственный аграрный университет,
п. Персиановский, Россия*

В статье рассматриваются антикоррупционные меры, проводимые в современных условиях властями Китайской Народной Республики с целью создание так называемого социализма с китайской спецификой.

Ключевые слова: коррупция, экономика, Китай

КНР – пример современного огромного быстрорастущего государства, ставшего «первой экономикой мира» по состоянию на 2021 год. Это страна, которая смешивает, казалось бы, несовместимое, что не мешает ей бурно развиваться и, при этом, сохранять традиции. Помимо проблем социально-экономического, отчасти политического и национального, внешнеполитического характера, нашему соседу приходится бороться и с коррупцией. России стоит учитывать этот поучительный опыт. Ведь по международным оценкам уровня коррупции и эффективности антикоррупционной политики КНР занимает примерно среднее положение в мире.

В то время как десятки миллионов китайцев все так же живут на 5-10 долларов в день, число миллионеров и миллиардеров постоянно увеличивается. Первых 4,4 млн. человек, вторых – около 799 [1].

Подавляющее большинство китайских миллиардеров – выходцы из бедных слоев общества, многие из них стали новаторами в тех или иных отраслях и участвовали в модернизации бывшего аграрного государства.

Наиболее известен из них Джек Ма – основатель и глава торгового гиганта Alibaba Group. Его состояние оценивается в 37,3 млрд. долларов. Тяга к предпринимательству не оставляла его долгие годы, и в 1999 году Ма убедил друзей вложить деньги в проект онлайн-торговой площадки. Уже через три года компания Alibaba Group вышла на точку безубыточности. Затем последовал взрывной рост. В 2014 году компания Alibaba Group произвела первичное размещение своих акций на Нью-Йоркской фондовой бирже [2].

Вторым по популярности в той же сфере известен Ма Хуатэн. Его фирма Tencent, вобрала в себя многие интернет-проекты Запада и адаптировала их для китайского рынка. Он предоставляет телекоммуникационные услуги и владеет крупнейшим в Азии сервисом по передаче голосовых и текстовых

сообщений WeChat. В настоящее время число его пользователей приближается к миллиарду. Ма Хуатэн в течении несколько лет исполнял обязанности депутата ВСНП и внес немало предложений по развитию «цифрового Китая».

Несмотря на такое большое количество миллиардеров и миллионеров, в китайском политическом лексиконе отсутствует понятие «олигарх», так как китайские богачи не вмешиваются в политику правящей партии, либо оказывают всяческую поддержку власти.

Однако, в современных условиях наиболее важной проблемой в Китае, на наш взгляд, безусловна является проблема противодействия коррупции, охватившая все уровни власти.

За период крупномасштабной кампании по борьбе с коррупцией, которая началась с приходом к власти нынешнего председателя КНР Си Цзиньпина, в Китае за подобные нарушения наказали более 1,5 миллиона членов коммунистической партии.

В принципе и до Си Цзиньпина борьба с агрессивно настроенными бизнесменами и коррупционерами велась, однако при новом лидере антикоррупционная кампания в Китае вспыхнула новыми темпами. Си Цзиньпин сломал систему, просуществовавшую десятки лет.

Всего за последние 5 лет в Китае так или иначе наказано было около миллион чиновников. Стилль борьбы с коррупцией несколько изменился. Китай активно ведет сотрудничество и с другими странами по поимке беглых коррупционеров. В феврале 2021 года в стране началась крупная общенациональная кампания под названием «Небесная сеть - 2021» по розыску и задержанию беглых коррумпированных чиновников. В прошлом году в общей сложности 1421 человек, скрывавшийся за границей от правосудия, в том числе 28 беглецов из "красного циркуляра" Интерпола, был доставлен в Китай. Также в ходе операции по борьбе с коррупцией в казну страны было возвращено около 456 млн. долл. США [3].

Под видом туристов или по деловым визам сотрудники китайских спецслужб отправляются «охотниками за головами» с целью обнаружить беглецов и депортировать их в Поднебесную. Операция получила название «Охота на лис». 1293 человека приехали в Китай сами, оформив явку с повинной. 410 обвиняемых во взяточничестве были членами КПК, занимая различные посты в госаппарате [4].

В заключении хотелось бы отметить, что проводимая в Китае жесткая политика по искоренению коррупции за последние годы показывает свою эффективность, что проявляется в следующем [5]:

- ежегодно правительство докладывает о росте количества выявленных чиновников, которые нажили огромные состояния на взятках и хищениях;
- с помощью жестких антикоррупционных мер КПК удалось выстроить неприятие обществом коррупции как социально опасного явления (в предыдущие годы взяточничество воспринималось гражданами как нормальная повседневная обыденность);

Список использованных источников

1. Количество миллионеров в КНР оказалось самым большим в мире: Рейтинг ТОП-10% [Электронный ресурс] URL: <http://elvisti.com/news/2019/10/21/kolichestvo-millionerov-v-knr-okazalos-samym-bolshim-v-mire-reyting-top-10>
2. Alibaba Group Holdings Ltd ADR (BABA) [Электронный ресурс] URL: <https://ru.investing.com/equities/alibaba>
3. Китай запустил операцию "Небесная сеть-2021" по розыску и задержанию беглых коррумпированных чиновников [Электронный ресурс] URL: http://russian.news.cn/2021-02/24/c_139764326.htm
4. Китайская «Охота на лис» [Электронный ресурс]: URL: <https://www.golosameriki.com/a/usa-fbi-china-fox-hunt/5493567.html>
5. Трунцевский, Ю. В. Противодействие коррупции в Китае: законодательство и правоприменение / Ю. В. Трунцевский, В. В. Севальнев, А. Н. Сухаренко; Институт законодательства и сравнительного правоведения при Правительстве РФ. – Москва: Проспект, 2019. – 175 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=570299> (дата обращения: 26.01.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-392-28475-7. – Текст : электронный.

EXPERIENCE OF COMBATING CORRUPTION IN CHINA

S.G. Safonova, A.V. Borbotko

*Don State Agrarian University,
Persianovsky, Russia*

The article examines the anti-corruption measures carried out in modern conditions by the authorities of the People's Republic of China in order to create the so-called socialism with Chinese characteristics.

Keywords: corruption, economy, China

УДК 656.11

МЕРОПРИЯТИЯ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ ФОРМ И МЕТОДОВ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА

О.Н. Козлова

*Академия ФСИН России,
г. Рязань, Россия*

В данной статье освещены вопросы повышения операционной эффективности производства. Особое внимание уделяется теоретическим особенностям

обозначенного вопроса. Кроме того, рассмотрены основные инструменты бережливого производства.

Ключевые слова: экономика организации, организация производства, формы производства, методы производства

В условиях неопределённости внешней и внутренней среды (постоянно изменяющиеся рыночные условия, повышение конкуренции и т.д.) – происходит увеличение разнообразия производимой продукции и применяемых в производстве техники и технологических процессов. В связи с этим важным аспектом производства становится повышение восприимчивости производственного аппарата к подобным изменениям. В настоящее время всё больше возрастают требования к качеству выпускаемой продукции, следствием чего является повышение внимания к организационному и технологическому уровню производственных систем.

Основным источником повышения операционной эффективности этих систем является реализация операционных улучшений.

Операционная эффективность – результат мероприятий, направленных на снижение операционных расходов и повышение доходов компании.

Рычаги повышения операционной эффективности:

1. Модернизация активов (инвестиционные проекты), сюда включается обновление оборудования, его реконструкция, капитальный и средний ремонт.

2. Технические инновации – это внедрение новых технологий, освоение новых продуктов, автоматизация производственных процессов.

3. Операционные улучшения - оптимизация процессов (устранение потерь, повышение качества работ), увеличение производительности труда («расшивка» узких мест), снижение затрат на ресурсы, уменьшение оборотного капитала (снижение времени и объёма хранения материалов), повышение доходности за счёт повышения качества услуг и оказания дополнительных услуг.

Для повышения операционной эффективности может быть рекомендована система бережливого производства, которая в настоящее время является одним из основных направлений по совершенствованию производственных процессов.

Бережливое производство (система Лин 6 Сигма) – это один из трендовых подходов к организации управления производством, который направлен на совершенствование качества работы посредством сокращения потерь. Инструменты бережливого производства используются на всех этапах деятельности предприятия – от создания до реализации готовой продукции.

Использование инструментов бережливого производства направлено на повышение качества работы. Оценка качества выполняется на всех уровнях, а полученные результаты должны ощущать все сотрудники. На предприятии, использующем эту систему, должны разрабатываться четкие инструкции и правила для каждого функционального направления. При этом необходимо обеспечить тесный тандем и взаимопомощь между всеми ветками производства. Производится обучение персонала для того, чтобы в сжатые сроки уметь выявлять потери и быстро исправлять ситуацию, доводя до нужного результата. Для во-

влечения всех сотрудников к реализации концепции разрабатываются определенные стандарты ключевых параметров качества.

Основной задачей руководства предприятия, целью которого является повышение качества продукции путём снижения выявленных потерь, выступает создание чёткого проработанного плана действий. Разработка инструкций и правил должна обеспечивать формирование целостной системы бережливого производства, повышение мотивации персонала к её использованию.

В системе выделяют следующие основные инструменты бережливого производства:

1. TPM
2. Визуальное управление
3. Стандартные операционные процессы
4. «Точно вовремя»
5. Картирование
6. Организация мест 5С
7. Кайдзен

TPM

Total Productive Maintenance (всеобщий уход за оборудованием), подразумевает за собой уход за оборудованием работниками независимо от их профессии, по типу создание универсального рабочего.

Концепция TPM: систематическое техническое обслуживание оборудования в целях снижения «случайных сбоев» и предотвращения поломок.

Цель TPM - достижение уровня «ноль аварий – ноль дефектов – ноль поломок» на протяжении всего жизненного цикла оборудования.

Соответственно предполагает новую динамику сотрудничества между операторами оборудования и сотрудниками подразделений технического обслуживания и ремонтов.

Визуальное управление

Цель – сделать неполадки и отклонения видимыми, представляет собой такое расположение запасных частей, инструментов, производственных операций, сведений об эффективности работы, при котором они будут чётко видны. Соответственно оно вызывает правильную реакцию сотрудников, вовлекает сотрудников в решение проблем, способствует вовлеченности и обучению.

Стандартные операционные процедуры (СОП)

Стандартизация работы уменьшает количество отклонений - обеспечивает, чтобы работа выполнялась одинаково вне зависимости от того, кто её делает. Она улучшает качество, обеспечивает «предсказуемость» процессов, обеспечивает непрерывное совершенствование.

Стандарт должен рассматривать пять основных позиций:

1. Безопасность - предотвращение травм;
2. Качество - предотвращение брака;
3. Метод - удобство в работе, внешний вид и ощущение;
4. Себестоимость - рациональное использование материалов;

5. Производительность - скорость работы.

Стандарт должен быть: простым в понимании, максимально визуализированным, выполнимым.

Ключевые факторы успеха при разработке и выполнении стандарта: стандарты должны разрабатываться сотрудниками, которые вовлечены в процесс и будут использовать стандарт в работе, стандарты должны быть изложены чётко и ясно, разработка стандартов и улучшений к ним должна происходить по простой и ясной процедуре, руководство обеспечивает контроль соблюдения стандартов на стабильной основе, внедрение стандарта поддерживается инструментами визуализации.

«Точно вовремя»

«Just In Time» представляет собой способ сокращения продолжительности производственного цикла и предполагает предоставление услуг, товарно-материальных ценностей и прочих ресурсов только тогда, когда они нужны, снижая риски наличия избыточных запасов, как одной из 8 производственных потерь.

Картирование

Представляет собой процесс создания простой графической схемы, наглядно изображающей временные и материальные потоки, которые требуются для предоставления услуг или продукции конечным пользователям. Картирование позволяет сразу выявить узкие места с наличием потерь, и по результатам его анализа определить операции, которые не приносят ценности и несут непроизводительные затраты. На основании этого разрабатываются мероприятия по улучшению потока создания ценности – всей производственной цепи в целом, начиная от поставщика материалов и заканчивая непосредственно потребителем.

Система 5С

Это система, направленная на эффективное и рациональное распределение и организацию рабочего пространства. Как и другие инструменты бережливого производства, она способствует снижению основных потерь на производстве, сокращая время на выполнение операций, повышая общую производительность труда. Система состоит из 5 этапов:

1. Сортировка
2. Содержание в чистоте
3. Соблюдение порядка
4. Совершенствование
5. Стандартизация [2].

Кайдзен

Кайдзен – это философия командной работы в направлении непрерывных улучшений. Компания, работающая по философии кайдзен, в своей работе должна постоянно совершенствовать бизнес-процессы и реализовывать новые подходы к управлению производством, получая экономический эффект от внедрения мероприятий. Кайдзен охватывает все цепочки процессов в предпри-

ятии, вовлекая в процедуру совершенствования весь персонал от рабочего до руководителей по функциональным направлениям.

Ключевая концепция подхода Кайдзен состоит в том, что всё должно подвергаться постоянному анализу и разработке новых направлений по совершенствованию.

Ни один из инструментов совершенствования производства не может работать в отдельной цепочке, каждый дополняет друг друга, создавая непрерывный процесс, направленный на повышение эффективности производства [1].

Список использованных источников

1. Кайдзен: ключ к успеху японских компаний/ Масааки Имаи; Пер. с англ. – Москва: «Альпина Бизнес Букс», 2019. — 274 с. – (Серия «Модели менеджмента ведущих корпораций»)

2. «Бережливое производство + шесть сигм»: Как скорость бережливого производства и качество шести сигм помогают совершенствованию бизнеса / Майкл Л. Джордж; [пер. с англ.] – Москва: Альпина Бизнес Букс, 2019. – 402 с. — (Серия «Модели менеджмента ведущих корпораций»).

MEASURES TO IMPROVE THE FORMS AND METHODS OF PRODUCTION ORGANIZATION

O.N. Kozlova

*Academy of the FPS of Russia,
Ryazan, Russia*

This article highlights the issues of improving the operational efficiency of production. Special attention is paid to the theoretical features of the designated issue. In addition, the main tools of lean manufacturing are considered.

Keywords: organization economics, organization of production, forms of production, production methods

СОДЕРЖАНИЕ

ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРИ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ КОМПАНИИ	
В.И. Абрамов, А.В. Борзов.....	3
РЕИНЖИНИРИНГ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ В УСЛОВИЯХ ВНЕДРЕНИЯ СОВРЕМЕННЫХ МЕТОДОВ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ	
Э.А. Авхадиева, Е.А. Ехлакова, В.Н. Макришин.....	8
СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ НА ПРИМЕРЕ ПАО «СИБУР ХОЛДИНГ»	
Д.А. Ануфриев, Е.А. Ехлакова.....	11
ИЗУЧЕНИЕ МЕТОДОВ ИССЛЕДОВАНИЯ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ КАК СПОСОБ ВЫСТРАИВАНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ ОТЕЛЯ	
А.А. Ануфриева.....	14
РОЛЬ ЛИДЕРСТВА В СИСТЕМЕ МЕНЕДЖМЕНТА ПРЕДПРИЯТИЯ	
А.И. Барова, О.Н. Пушкарев.....	18
АДАПТАЦИЯ ПЕРСОНАЛА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	
Н.А. Богодист, А.А. Солдатов.....	21
МОТИВАЦИЯ СОТРУДНИКОВ К ОБУЧЕНИЮ	
Н.А. Богодист, Ю.В. Карачалова.....	26
ОСОБЕННОСТИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА	
Е.А. Буранова, Д.П. Бирюкова.....	32
ПОКАЗАТЕЛИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА	
Е.А. Буранова, Д.П. Бирюкова.....	35
УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМИ ПРОЕКТАМИ НА ПОЛИГРАФИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ	
О.И. Викулова, О.Е. Лемешко.....	40
ФОРМИРОВАНИЕ МОДЕЛИ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИЙ РАБОТНИКОВ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ	
В.В. Воронкина, С.А. Ярушева.....	43
ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИЯМИ	
Ю.Н. Воронцова, К. А. Панченкова.....	48
ДИВЕРСИФИКАЦИЯ КАК СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ	
А.А. Гаврилов.....	52

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОБОРОТНЫХ СРЕДСТВ ДЕРЕВООБРАБАТЫВАЮЩЕГО ПРЕДПРИЯТИЯ	
Т.Г. Гарбузова, А.А. Смирнова.....	55
ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ БЕЗОПАСНОСТИ В ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ	
Н.А. Городнова, Д.З. Измайлова.....	58
ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТ ПО ОБЕСПЕЧЕНИЮ БЕЗОПАСНОСТИ НА ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ОБЪЕКТАХ	
А.И. Донсков, С.И. Пентегов.....	62
РЫНОК ЧАТ-БОТОВ И ИХ ПРЕИМУЩЕСТВА ДЛЯ БИЗНЕСА	
Е.А. Еремеева.....	66
ПРОБЛЕМА ПОКУПАТЕЛЬСКОЙ СПОСОБНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В МИКРОЭКОНОМИКЕ	
Л.Д. Ефимов.....	70
ЗНАЧЕНИЕ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОГО ПРОГРЕССА В РЕФОРМИРОВАНИИ ПРЕДПРИЯТИЙ	
Е.А. Ехлакова, А.С. Доронкина, А.А. Лифанов.....	73
ВЛИЯНИЕ АКТИВНОЙ ДОБЫЧИ КРИПТОВАЛЮТЫ НА РЫНОК ВИДЕОКАРТ	
Д.О. Задорожная.....	75
ИССЛЕДОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ АТТРИБУТОВ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ	
А.В. Земцов.....	79
МИНУСЫ АДМИНИСТРАТИВНО-КОМАНДНОЙ СИСТЕМЫ ЭКОНОМИКИ И ПОЧЕМУ ОНА НЕ ПОДХОДИТ ДЛЯ СОВРЕМЕННОГО МИРА	
Ю.А. Иванова.....	86
ЭФФЕКТИВНАЯ СТРУКТУРА МАРКЕТИНГОВЫХ ЗАТРАТ КОМПАНИИ	
М.И. Ильин.....	90
РОЛЬ КАЧЕСТВ ЛИЧНОСТИ АВИАЦИОННОГО СПЕЦИАЛИСТА В ОБЕСПЕЧЕНИИ БЕЗОПАСНОСТИ ПОЛЁТОВ	
Д.З. Измайлова, А.И. Самаркина, К.В. Сорокина.....	93
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА: СУЩНОСТЬ, ЭВОЛЮЦИЯ И ПРИНЦИПЫ РЕАЛИЗАЦИИ	
Я.В. Ильницкая.....	98
ВЗАИМОСВЯЗЬ ЭКОНОМИКИ И СПОРТИВНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ: ЭКОНОМИКА РОССИИ И ПРОВЕДЕНИЕ ЧЕМПИОНАТА МИРА ПО ФУТБОЛУ 2018 ГОДА	
П.А. Кирик.....	101

ЭКОНОМИКА ОБЛАЧНЫХ ВЫЧИСЛЕНИЙ	
Е.Д. Кобцев.....	105
РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО ПРЕДОТВРАЩЕНИЮ НЕЭФФЕКТИВНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МАТЕРИАЛЬНЫХ РЕСУРСОВ В ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ	
К.А. Козырева, Л.А. Чернобродова.....	108
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО ВИДЕОКОНТЕНТА НА СТРИМИНГОВЫХ ПЛАТФОРМАХ	
В.П. Кондауров.....	112
ПОТЕНЦИАЛ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА	
Д.А. Кочергин.....	116
ПРИНЦИПЫ КОРПОРАТИВНОГО ПРАВА	
К.С. Краюшкина, А.Д. Борисова.....	119
ПРИЧИНЫ ПОЯВЛЕНИЯ ТРАВМАТИЗМА В ОРГАНИЗАЦИИ И МЕРЫ ПО ЕГО ПРЕДОТВРАЩЕНИЮ	
А.С. Кукушкина, Е.Н. Капацинская.....	122
ИССЛЕДОВАНИЕ ФАКТОРОВ ЭФФЕКТИВНОСТИ МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРИМЕРЕ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ	
Р.И. Курамшина, М.Р. Зайнуллина.....	126
ЭКОНОМИКА ПРОИЗВОДСТВА ТЕЛЕСЕРИАЛОВ	
Ю.А. Курникова.....	129
СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РЫНКА ЦЕННЫХ БУМАГ В РОССИИ	
Т.Р. Лебедева.....	132
МОНЕТИЗАЦИЯ ОБЪЕКТОВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ	
В.В. Лоди.....	135
СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ КОНДИТЕРСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В РОССИИ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ	
К.С. Лузянина.....	138
ПРОБЛЕМЫ КАДРОВОЙ РАБОТЫ В ОРГАНАХ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ	
Л.А. Мануковская, К.В. Граф.....	142
ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ КОМПЬЮТЕРНЫХ СИСТЕМ И ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОБРАЗОВАНИИ	
Н.И. Менгазова.....	145
РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО УВЕЛИЧЕНИЮ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ МОЩНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	
Я.А. Мельникова, Н.В. Байдова.....	149

ИННОВАЦИИ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ ООО «ТЕХНОКОНСАЛТИНГ»	
Д.П. Миронова, Е.А. Ехлакова, Н.Ю. Камалиева.....	152
КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ: СОДЕРЖАНИЕ И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЗНАЧИМОСТЬ	
М.А. Морданов.....	155
ОСОБЕННОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ	
В.А. Морозова, Л.А. Чернобродова.....	160
РОЛЬ МЕНЕДЖМЕНТА В ОРГАНИЗАЦИОННЫХ ПРОЦЕССАХ ПРЕДПРИЯТИЯ	
И.И. Мостова, Е.А. Ехлакова, В.Н. Макришин.....	164
ВИДЫ МОШЕННИЧЕСТВА НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ УСЛУГ ПО СПИСАНИЮ ДОЛГОВ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ	
Н.В. Мохнаткин.....	167
ПРАВО И ЧЕЛОВЕЧЕСКАЯ МОТИВАЦИЯ В ЭКОНОМИКЕ: ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ И ДРУГИЕ ОЦЕНКИ	
А.А. Мурадова.....	170
ПЕРСПЕКТИВЫ ВНЕДРЕНИЯ ЗЕЛЁНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В АВТОМОБИЛЕСТРОЕНИИ	
Ю.М. Мякишева.....	174
ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ ПРЕДПРИЯТИЯ	
А.А. Низамов, О.Н. Пушкарев.....	177
ПУТИ ФОРМИРОВАНИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ СИСТЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ТРУДА НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ	
Д.О. Никитенко, С.И. Пентегов.....	181
ФОРМИРОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНЫХ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ СТРУКТУР УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ	
Е.В. Никитина, Е. А. Ехлакова, В.Н. Макришин.....	184
ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА ДОХОДЫ ИНДУСТРИИ ВИДЕОИГР	
А.А. Орищенко.....	188
ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ	
А.Д. Орлова.....	191
ВЛИЯНИЕ МИРОВЫХ ИНФЛЯЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ НА НАЦИОНАЛЬНЫЕ ФИНАНСОВЫЕ РЫНКИ	
А.С. Павленко.....	194
ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОЧИХ МЕСТ В ПРОЦЕССЕ ТРЕЛЕКИ ДРЕВЕСИНЫ	
С.И. Пентегов, Д.С. Шилова.....	197

СУЩНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ МОЩНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	
С.И. Пентегов, Е.Е. Ведерникова.....	201
ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ НА ПРОИЗВОДСТВЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ	
В.С. Потехина, О.И. Швайка.....	204
СПОСОБЫ РАЗРЕШЕНИЯ КОНФЛИКТОВ НА ПРЕДПРИЯТИИ	
В.А. Пущина, С.Г. Сафонова, Е.А. Бреусова.....	208
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РИСОВОДСТВЕ	
А.С. Пылаев.....	211
ВЛИЯНИЕ КУЛЬТУРЫ НА РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ	
А.А. Размаев.....	214
КАДРОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ И ЕГО РОЛЬ В УПРАВЛЕНИИ СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ	
А.А. Рахматуллина, Е.А. Ехлакова, В.Н. Макришин.....	217
СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ КАДРОВЫМИ РЕСУРСАМИ И ИХ ПОТЕНЦИАЛОМ В СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	
О.И. Регида, Е.А. Ехлакова, Е.Н. Ратова.....	219
СОВРЕМЕННЫЕ ПРИНЦИПЫ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННЫХ КОМПАНИЙ	
К.Е. Ростова.....	223
ПЕРСПЕКТИВЫ ЭНЕРГИИ СОЛНЦА И ВЕТРА ДЛЯ ПОЛУЧЕНИЯ ЭЛЕКТРОЭНЕРГИИ	
О.Н. Бачкова	226
МЕТОДЫ ПОВЫШЕНИЯ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	
А.М. Савина, Д.А. Борисов.....	234
РЫНОК ЭКОЛОГИЧЕСКИХ УСЛУГ В РОССИИ	
Д.В. Садыкова.....	237
ВЛИЯНИЕ АМЕРИКАНСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА НА РОССИЙСКУЮ СИСТЕМУ УПРАВЛЕНИЯ	
С.Г. Сафонова, С.А. Рыбник.....	240
ЭФФЕКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ – КАЧЕСТВЕННАЯ РАБОТА ПРЕДПРИЯТИЯ	
А.Э. Сафуанов, О.Н. Пушкарев.....	243
МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	
С.Г. Сафонова, П.М. Емельянова, А.И. Новиков.....	247
ПРОДВИЖЕНИЕ ПРОДУКТА НА СОВРЕМЕННОМ МУЗЫКАЛЬНОМ РЫНКЕ. PR-КОММУНИКАЦИИ В МУЗЫКАЛЬНОМ БИЗНЕСЕ	
Д.И. Сергеев.....	250

НЕОБХОДИМОСТЬ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМИ НА ОСНОВЕ ИННОВАЦИОННОГО ПОДХОДА	
Ю.Ю. Сергеева.....	253
НАЙМ ПЕРСОНАЛА КАК ФАКТОР УСПЕШНОСТИ МЕНЕДЖМЕНТА В ОРГАНИЗАЦИИ	
Н.Н. Симачкова.....	257
ЭТАПНОСТЬ КАК ФАКТОР УСПЕШНОЙ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ В СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	
Н.Н. Симачкова.....	260
НОВАЯ РОЛЬ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ	
И.Н. Слезкин.....	264
ПРОЦЕСС РАЗРАБОТКИ И ВНЕДРЕНИЯ НОВОГО ТОВАРА	
А.С. Тазова, С.И. Пентегов.....	267
ЖИВУЧЕСТЬ ЖЕЛЕЗОБЕТОННЫХ КОНСТРУКЦИЙ И КОНСТРУКТИВНЫХ СИСТЕМ	
Д.А. Таркан А.В. Байдов.....	273
НЕЖЕЛАТЕЛЬНОЕ СОБЫТИЕ В МЕДИЦИНСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАК ОБЪЕКТ УПРАВЛЕНИЯ	
Е.А. Титенко.....	276
ВЛИЯНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ НА МОДУ	
Е.Д. Тупик.....	280
ОСОБЕННОСТИ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ УСЛУГ ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	
А.А. Тулегенова.....	284
ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОЦЕССОВ ПЛАНИРОВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ В ПЕНИТЕНЦИАРНОЙ СИСТЕМЕ	
Н.И. Улендеева.....	287
РЕСТРУКТУРИЗАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ПЕНИТЕНЦИАРНОЙ СИСТЕМЫ ПОСЛЕ ВВЕДЕНИЯ В ДЕЙСТВИЕ ЗАКОНА «ОБ УЧРЕЖДЕНИЯХ, ИСПОЛНЯЮЩИХ НАКАЗАНИЯ...»	
Н.И. Улендеева.....	290
ВЛИЯНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА НА «АВТОВАЗ»	
С.В. Хафизов, Д.Р. Терегулов, А.А. Фаткулин.....	293
СУЩНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ ИННОВАЦИОННОГО УПРАВЛЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ	
Л.Р. Хуснутдинова, Е.А. Ехлакова, В.Н. Макришин.....	297
МАЛОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ КАК НЕОТЪЕМЛЕМАЯ ЧАСТЬ ЭКОНОМИКИ	
З.Ф. Шарафутдинова, Е.А. Ехлакова, А.М. Садыкова.....	300

ПРОБЛЕМЫ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ	
Г.Г. Шафигуллина, Е.А. Ехлакова, Р.И.Сунгатуллин.....	302
КАК СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ МЕНЯЮТ НАШ МОЗГ	
М.С. Шейхова, А.В. Шевцова.....	304
ПИРАМИДА ДИЛТСА	
М.С. Шейхова, Е.А. Ходарева.....	307
ОБМЕН ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМ ОПЫТОМ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА	
В.А. Шипицын.....	310
РЕИНЖИНИРИНГ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ КАК СПОСОБ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ	
О.Д. Шишенина, Е.А. Ехлакова, А.А. Шашков.....	315
РОЛЬ СТРАТЕГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА В СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ	
И.А. Янкина, А.Р. Татарканов.....	318
ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	
Э.Р. Султанова, М.Р. Зайнуллина.....	321
ОПЫТ БОРЬБЫ С КОРРУПЦИЕЙ В КИТАЕ	
С.Г. Сафонова, А.В. Борботько.....	324
МЕРОПРИЯТИЯ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ ФОРМ И МЕТОДОВ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА	
О.Н. Козлова.....	326

Научное издание

ОПЫТ И ПРОБЛЕМЫ РЕФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА НА СОВРЕМЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ: ТАКТИКА И СТРАТЕГИЯ

Статьи публикуются в авторской редакции

Ответственный за выпуск –
начальник Межотраслевого научно-информационного центра
Е.А. Галиуллина
Компьютерная верстка **Т.В Масловой**

Дата подписания к публикации 05.03.2022.

Учетно-издательские листы 18,79

Редакционно-издательский отдел Пензенского государственного аграрного университета. 440014, г. Пенза, ул. Ботаническая, 30, <https://mnis.pgau.ru>; mnis@pgau.ru; rio@pgau.ru; телефоны редакции: тел.-факс. (841-2) 62-90-60, +7 967 442-60-42