

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
САМАРСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМ. АКАД. С.П. КОРОЛЕВА
САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ГОСУДАРСТВЕННОГО
УПРАВЛЕНИЯ
МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИНСТИТУТ РЫНКА
МЕЖОТРАСЛЕВОЙ НАУЧНО-ИНФОРМАЦИОННЫЙ ЦЕНТР ПГАУ**

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРИКЛАДНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ, УПРАВЛЕНИЯ И ОБРАЗОВАНИЯ

**II Международная
научно-практическая конференция**

**Сборник статей
Том II**

15-16 июня 2021 г.

Пенза

УДК 33+37

ББК 65+74

Под общей редакцией доктора экономических наук, профессора кафедры менеджмента Самарского университета государственного управления «Международный институт рынка», *Б.Н. Герасимова* (г. Самара)

Теоретические и прикладные вопросы экономики, управления и образования: сборник статей II Международной научно-практической конференции. – В 2-х томах. – Том II. – Пенза: РИО ПГАУ, 2021. – 316 с.

Материалы данной международной научно-практической конференции включают в себя широкий спектр проблем и их решений, связанных с исследованием и построением деятельности различных процессов и объектов российской экономики. Большое внимание в сборнике статей уделено применению различных методологических и технологических инструментов реализации инновационных предложений в экономических системах разных классов. Представленные материалы могут быть использованы в операционной, управленческой и образовательной деятельности.

The materials of this international scientific and practical conference include a wide range of problems and their solutions related to the research and construction of various processes and objects of the Russian economy. Much attention in the collection of articles is paid to the application of various methodological and technological tools for implementing innovative proposals in economic systems of different classes. The presented materials can be used in operational, managerial and educational activities.

ISBN 978-5-00196-005-8 (т. 2)

ISBN 978-5-00196-003-4

© МНИЦ ПГАУ, 2021

УДК 378

РОЛЬ POWERPOINT В САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ СТУДЕНТА

А.А. Макарова

*ФГБОУ ВО «Сибирский государственный университет путей сообщения»,
г. Новосибирск, Россия*

В настоящее время создание презентаций в программе Microsoft PowerPoint имеет широкое применение. В данной статье описаны возможности программы Microsoft PowerPoint, а также опыт работы с данным продуктом при изучении дисциплины «Формирование отчетов и создание презентаций».

Ключевые слова: Microsoft PowerPoint, презентация.

В деятельности современного студента применение информационных технологий не инновация, а важное условие эффективной работы. Безусловно, степень освоения различных компьютерных программ для каждого человека различна и определяется в первую очередь спецификой его деятельности и кругом его интересов. Для меня, как для студента, обучающегося по направлению «Реклама и связи с общественностью», одной из самых востребованных программ, является PowerPoint. При изучении дисциплины «Формирование отчетов и создание презентаций», я более глубоко познакомилась с функционалом данной программы [1, 2]. Возможности этой программы очень разнообразны и интересны, она позволяет организовывать работу с уклоном творческой реализации замыслов.

С помощью программы PowerPoint создание презентаций для меня становится простым и увлекательным делом. Во время обучения я самостоятельно создавала презентации по различным дисциплинам для публичной защиты курсовых работ, при выступлениях на конференциях и т.д. Программа PowerPoint предполагает бесчисленный многофункциональный потенциал: позволяет составить план, создать и показать презентацию; вставить таблицы, графики и диаграммы; добавить различные объекты (формулы, электронные таблицы, графические изображения), а также звук и видеофайлы; преобразовывает презентацию в документ Word; поддержка гипертекстовых связей, сохранение презентации как Web-страницы; различные виды вывода презентации на печать [3]. Создание презентации является это творческим процессом, вклю-

чающим в себя несколько этапов: разработку сценария; размещение объектов на слайде; определение цветовой гаммы (дизайна); добавление различных эффектов анимации; настройку режимов демонстрации презентации.

Эти особенности программы делают её универсальным и незаменимым помощником студента.

Презентация – один из лучших инструментов проектной деятельности. Мой опыт показывает, что именно с помощью PowerPoint легче всего представить результаты исследовательских работ при изучении специфик моей будущей профессии. Работа с данной программой эффективно способствует формированию коммуникационной и графической компетенции.

Применение на практике мультимедийных технологий значительно улучшает качество усвоения любого материала, особенно это важно при изучении, рассмотрении и разработки различного рода рекламных проектов.

Программа PowerPoint повышает развитие познавательный интерес, мотивирует и совершенствует информационные и коммуникативные компетенции студента, давая ему возможность личностного развития [4].

В настоящее время презентации PowerPoint широко используются в учебном процессе, что способствует концентрации внимания студентов и облегчению восприятия учебной информации [5].

Список использованных источников.

1. Болбат О.Б., Закирова Е.С., Хекало О.Ю. Опыт обучения студентов вуза формированию отчетов и созданию презентаций. Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Гуманитарные науки. 2020. № 4-2. С. 64-69.

2. Болбат О.Б. Дисциплина "Формирование отчетов и создание презентаций": опыт внедрения в учебный процесс // Связь теории и практики научных исследований / Сборник статей Международной научно-практической конференции. 2016. С. 63-65.

3. Сафонова, Л.А. Создание мультимедийных презентаций с помощью MS PowerPoint 2010. – Открытый класс. Сетевые образовательные сообщества. – Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://www.openclass.ru/node/428920>.

4. Катханова Ю.Ф., Ван Ян. Тенденция развития визуализации информации в образовательной среде. //Преподаватель XXI век. 2020. № 1-1. С. 154-158.

5. Болбат О.Б. Использование мультимедийных презентаций в учебном процессе // Проблемы качества графической подготовки студентов в техническом вузе: традиции и инновации. 2015. Т. 1. С. 224-229.

ROLE OF POWERPOINT IN STUDENT'S INDEPENDENT WORK

Makarova A.A.

*FSBEI HE «Siberian State University of Railways»,
Novosibirsk, Russia*

Currently, the creation of presentations in Microsoft PowerPoint is widely used. This article describes the capabilities of the Microsoft PowerPoint program, as well as the experience with this product when studying the discipline "Report generation and presentation creation."

Keywords: Microsoft PowerPoint, presentation/

УДК 338.4:343.8

РАЗВИТИЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПОДРАЗДЕЛЕНИЙ ПЕНИТЕНЦИАРНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ С ДЕЛОВОЙ СРЕДОЙ

О.В. Макарова, Е.И. Сидоренко

*ФКОУ ВО «Академия права и управления
Федеральной службы исполнения наказаний», г. Рязань, Россия*

В данной статье рассматривается взаимодействие производственного сектора учреждений уголовно-исполнительной системы с деловой средой. Выделены особенности организации производственной деятельности пенитенциарных учреждений с учетом режимных требований.

Ключевые слова: деловая среда, производственный сектор, пенитенциарные учреждения, осужденные.

Текущий производственный комплекс уголовно-исполнительной системы находится в трудном процессе трансформации. Параллельно решаются сложные задачи, такие как адаптация и выживание в условиях высококонкурентной рыночной среды, позиционирование на местных рынках и усиление социальных факторов в процессе профессиональной подготовки осужденных.

Производственные подразделения, работающие в сфере учреждений УИС, не могут создать эффективную систему управления по ряду причин, которые включают отсутствие опыта в данной деятельности, незнание организации производства и сбыта продукции в контексте рыночных приоритетов.

Критериями оценки эффективности управления на территориальном уровне пенитенциарных учреждений являются: показатель занятости осужденных и объем продаж, производимой подразделениями продукции.

Экономическая ситуация на рынке придает деятельности производственного сектора УИС уникальные характеристики, которые отклоняются от цели создания и направляют производство на получение прибыли. Сложившаяся ситуация требует адаптации производственного процесса на востребованные потребителем товары, что поможет увеличить рентабельность. Так же необходимо учитывать, что условия и обязанности по функционированию производственных единиц учреждений, исполняющих уголовные наказания, существенно отличаются от промышленных предприятий коммерческой направленности из-за специфики целей создания [2].

Таким образом, можно утверждать, что именно отношения с деловой средой, определяют функциональную осуществимость предприятия в экономическом пространстве. Большинство производственных подразделений УИС в настоящее время находятся в нестабильном финансовом положении с низкой рентабельностью производства, некоторые из которых (около 30%) несут убытки. Отдельные производственные подразделения не имеют финансовых возможностей для увеличения производственных мощностей, улучшения промышленной базы, проведения технической передел и производства и сохранения необходимой производительности. Особенность такого производственного подразделения в том, что рабочие-осужденные, что лишает руководство возможности сокращать объемы производства, даже если это финансово невыгодно. А тяжелое финансовое положение таких подразделений связано со сложностью применения законов рыночной экономики.

Сложившаяся ситуация вызывает необходимость разработки усовершенствованной системы принятия решений (СППР), позволяющей обрабатывать большой объем разнородных исходных данных, решать возникающие в каждом отдельном модуле системы задачи, не приводя к ее разобщению [4]. При исследовании и учете влияния факторов внешней и внутренней среды производственного подразделения учреждения на эффективность его работы, необходимо разработать перечень мероприятий, способствующих достижению поставленных перед каждым конкретным производственным предприятием цели, исходя из ресурсных возможностей системы. Данный механизм должен включать мероприятия по изучению и оценке потребительского спроса, анализу состояния имеющихся производственных мощностей и ресурсов, оценке возможных путей развития производства [1].

Подготовка и последующее принятие решения являются основными элементами системы управления. В научной литературе данный процесс состоит из шести этапов: формулирование про-

блемы, разработка вариантов ее решения, оценка вариантов, принятие управленческого решения, исполнение, контроль и корректировка. Одними из наиболее важных механизмов управления являются: механизм оценки привлекательности рыночных сегментов рынка сбыта производимых товаров, позволяющий организовать сбыт, и механизм распределения имеющихся в ограниченном количестве ресурсов, позволяющий снизить издержки производства и увеличить занятость заключенных [3].

Реформирование системы управления УИС позволит не только «реанимировать» некоторые работающие в убыток производственные предприятия, но и выявить наиболее конкурентоспособные направления развития производственного сектора УИС применяя современные технологические разработки. Совершенствование системы управления позволит вычислить пики экономического роста предприятий УИС с последующей ориентацией производства на наиболее конкурентоспособные сегменты рынка. Исходя из сказанного, реформирование системы управления должно включать в себя несколько этапов: создание базы для обеспечения достаточного уровня самофинансирования учреждениями потребностей, которые не охвачены бюджетным финансированием; разработка основных направлений и планов производственной деятельности предприятий УИС; преобразование комплекса планов в социально-экономическую программу совершенствования системы управления, т.е. обеспечение производственного сектора УИС необходимыми методиками поддержки принятия решений при управлении производством.

Подводя итог можно сказать, что существующие системы поддержки принятия решений на уровне территориального органа ФСИН России позволяют осуществлять управление производственной деятельностью предприятия на этапах планирования без обоснованного определения наиболее выгодных с экономической и социальной точек зрения направлений производства, что приводит к невыполнению заданных производственных показателей, недоиспользованию имеющихся производственных мощностей и снижению трудозанятости заключенных. Следовательно, возникает необходимость разработки комплекса моделей, позволяющих усовершенствовать систему поддержки принятия решений при управлении производственными предприятиями УИС.

Список использованных источников

1. Громов М.А., Летунов В.Н., Чапышкин А.Ю., Шлыков В.В. Экономика и организация производства в исправительных учреждениях: учеб. пособие для образоват. учреждений федер. Службы исполнения наказаний / М.А. Громов, В.Н. Летунов, А.Ю. Чапышкин, В.В. Шлыков; Акад. права и управления ФСИН. Рязань, 2005. 313 с.

2. Константинов И.Г. Методологические вопросы приобщения осужденных к труду / И.Г. Константинов - М.: Изд-во ВНИИ МВД СССР, 1979. - 190 с.

3. Сергеев И.В. Экономика организации (предприятия) : учеб. Пособие для бакалавров / И.В. Сергеев, И.И. Веретенникова; под. Ред. И.В. Сергеева – М. : Издательство Юрайт, 2013. 671 с.

4. Черных, А.К. Моделирование задач принятия решений при нечетких исходных данных: монография / А.В. Флегонтов, В.Б. Вилков, А.К. Черных. – СПб.: Лань, 2020. – 332 с.

DEVELOPMENT OF INTERACTION OF PRODUCTION UNITS OF PENITENTIAL INSTITUTIONS WITH A BUSINESS ENVIRONMENT

O.V. Makarova, E.I. Sidorenko

*FSEI HE «Academy of Law and Management Federal Penitentiary Service»
Ryazan, Russia*

This article examines the interaction of the production sector of institutions of the penal system with the business environment. The features of the organization of production activities of penitentiary institutions, taking into account the regime requirements, are highlighted.

Keywords: business environment, manufacturing sector, penitentiary institutions, convicts.

УДК 339.137.22

УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ОРГАНИЗАЦИИ, НА ПРИМЕРЕ ООО «АГРОТОРГ» МАГАЗИН № 526 «ПЯТЕРОЧКА»

Д.А. Мардугалямова, Л.П. Кузьмина

*ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический университет»,
г. Казань, Россия*

В статье рассмотрена сущность управление конкурентоспособностью организации. Проведен сравнительный анализ магазина «Пятерочка» с её основными конкурентами. Выявлены достоинства и недостатки, а также предложены мероприятия для преодоления этих недостатков.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, управление конкурентоспособностью.

Современный рынок переполнен предоставляемыми услугами и различными товарами. Огромное количество разнообразных магазинов обслуживают покупателей с разными потребностями и материальным положением.

И для того, чтобы выдержать большую конкуренцию, необходимо «бороться» за свою целевую аудиторию и быть оригинальным и уникальным в своем сегменте.

Конкурентоспособность – это многомерное представление, означающее, что товар соответствует условиям рынка и определенным требованиям потребителей не только по своим техническим, экономическим, качественным, эргономическим, эстетическим характеристикам, но и по коммерческим и иным условиям его реализации (сервис, реклама, сроки поставки, цена, каналы продаж).

Управление конкурентоспособностью – это непрерывный процесс целенаправленного воздействия на бизнес-процессы организации, способствующий формированию и укреплению его конкурентных позиций на рынке, которые сводятся к формированию конкурентных преимуществ во всех сферах деятельности. В условиях нового рынка управление конкурентоспособностью должно опираться на тщательное изучение запросов и проблем потребителей услуг.

Необходимо правильно оценить, какие параметры продукции являются наиболее ценными, за что и сколько покупатель готов платить.

Рассмотрим управление конкурентоспособностью на примере организации ООО «Агроторг» магазин № 526 «Пятерочка».

«Пятерочка» – это российская сеть продовольственных магазинов «у дома», для людей, ориентированных на быструю покупку рядом с домом продуктов и сопутствующих товаров повседневного спроса по низким ценам на рынке.

На сегодняшний день конкуренция между организациями розничной торговли в России очень велика, что связано с большим количеством как крупных, так и мелких фирм в отрасли. Из этого следует, что если компания хочет выжить в условиях такой жесткой конкуренции, значит ей необходимо быть конкурентоспособной всеми различными путями и всевозможными ресурсами.

Основными конкурентами «Пятерочки» являются «Магнит», «Красное&белое», магазин Солнышко (по территориальному расположению находятся в радиусе 1-1,5 км от магазина «Пятерочка»).

Проведем анализ магазина Пятерочка и его основных конкурентов по таким факторам конкурентоспособности товара, как:

- Ассортимент;
- Качество (условно);
- Система скидок;
- Сервис;

- Продажная цена;
- Известность торговых марок поставщиков.

Сделаем сравнительный анализ предложения продуктов и услуг конкурирующими организациями по десятибалльной шкале. Для этого присвоим для каждого из факторов свою оценку, исходя из нашего анализа, при этом 10 баллов – лучший результат, а 1 балл – худшее состояние.

Баллы выставлены на основании данных организации и экспертном мнении директора магазина №526 «Пятерочка» (таблица 1).

Таблица 1 – Сравнительный анализ показателей конкурентов

| № | Факторы конкурентоспособности | Организация | | | |
|-------|--|-------------|--------|---------------|------------------|
| | | Пятерочка | Магнит | Красное&белое | Магазин Солнышко |
| 1. | Ассортимент | 8 | 10 | 5 | 4 |
| 2. | Качество | 9 | 7 | 6 | 5 |
| 3. | Система скидок | 10 | 8 | 8 | 4 |
| 4. | Сервис | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 5. | Продажная цена | 8 | 10 | 10 | 5 |
| 6. | Известность торговых марок поставщиков | 9 | 7 | 7 | 5 |
| Итого | | 48 | 46 | 40 | 28 |

Для того чтобы получить ясную оценку сил организации и ситуации на рынке, необходимо сделать вывод в виде достоинств и недостатков управления конкурентоспособностью организации ООО «Агроторг» магазин «Пятерочка».

Достоинства:

1. Имеет выгодное расположение в непосредственной близости от остановок общественного транспорта, что обеспечивает высокую проходимость;
2. Большая площадь торгового магазина, имеется 7 парковочных мест;
3. Развитая система скидок – присутствие недельных скидок на различные виды продукции, а также накопительная карта «Выручайка»;
4. Высокое качество товаров, что связано с закупками товаров только через крупных дистрибьюторов.

Недостатки:

1. Недостаточно квалифицированный персонал;
2. Слабая организация оптимальной выкладки товара;
3. Недостаточное развитие маркетинговой деятельности.

Для преодоления выявленных недостатков предлагаем следующие мероприятия:

Повышение квалификации персонала с помощью обучающих курсов для продавцов-кассиров.

Изменение выкладки товара с помощью мерчандайзинга:

– Доступность товара для потребителя, с применением специальных правил выкладки товара, электронные ценники, электронные чеки;

– Обеспечение обзора всего товара для потребителя посредством указателей;

– Музыкальное оформление.

Совершенствование маркетинговой деятельности с помощью расширение ассортимента и создание комфортных условий для покупателей: установка собственной мини-пекарни, оборудование специального места для зоны отдыха.

Таким образом, конкурентоспособность организации – это ее преимущество перед другими фирмами, которые выпускают и (или) предлагают аналогичные товары. Как известно, определение уровня конкурентоспособности происходит в процессе управления.

Любая организация нуждается в грамотном и эффективном управлении конкурентоспособностью. От качества управления конкурентоспособностью во многом зависит долгосрочность успеха и процветания организации.

Список использованных источников.

1. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика / Г.Л. Азоев // Москва: Центр экономики и маркетинга. – 2017. С. 330 – 365.
2. Портер М.Е. Конкурентное преимущество / М.Е. Портер // Москва: Альпина Бизнес Букс. – 2015. С. 10 –27 с.
3. Миронов М.Г. Ваша конкурентоспособность / М.Г. Миронов // Москва: Альфа-Пресс. –2018. С. 145 – 160 с.

MANAGEMENT OF THE COMPETITIVENESS OF THE ORGANIZATION, ON THE EXAMPLE OF LLC «AGROTORG» SHOP № 526 «PYATEROCHKA»

D.A. Mardugalyamova, L.P. Kuzmina

*FSBEI of HE «Kazan State Energy University»,
Kazan, Russia*

The article deals with the essence of the organization's competitiveness management. A comparative analysis of the Pyaterochka store with its main competitors is carried out. The advantages and disadvantages are identified, and measures are proposed to overcome these disadvantages.

Keywords: competition, competitiveness, competitiveness management.

УДК 373.2

ОСОБЕННОСТИ ОБУЧЕНИЯ ДОШКОЛЬНИКОВ ОРИЕНТИРОВКЕ В ПРОСТРАНСТВЕ

Л. В. Марышева

*ГБОУ ВО «Ставропольский государственный педагогический институт»,
г. Ставрополь, Россия*

В статье дана характеристика пространственной ориентировки, выделены особенности обучения ориентировке в пространстве. Приведены примеры игр по обучению ориентированию в пространстве дошкольников.

Ключевые слова: математика, пространство, пространственная ориентировка, дошкольник.

Обучение ориентированию в пространстве имеет большое значение для дошкольников. Это обусловлено тем, что обучение ориентированию в пространстве распространяется на различные области взаимодействия ребенка с окружающим миром. Благодаря этому у ребенка имеются знания о пространстве, он может ощущать и представлять пространство.

Пространство – множество объектов, элементы которого связаны пространственными отношениями. Восприятие пространства включает восприятия величины и формы предметов, расстояния и направления, в котором предметы расположены от нас и друг от друга.

Пространственная ориентировка – мыслительная деятельность, направленная на выбор направления движения, умение разбираться в окружающей среде с последующим определением нахождения расположения окружающих предметов и человека.

Важную роль в формировании пространственных представлений и способов ориентации в пространстве играют различные ощущения, но самые главные это осязательные и двигательные, как раз те, которые помогают детям дошкольного возраста ориентироваться в пространстве [1, 2].

Пространственные представления у детей развиваются благодаря непосредственно образовательной деятельности по математике, занятиям искусством, музыкой и физической активностью, а также во время режимных моментов в ДООУ: утренней гимнастики, во время прогулки на свежем воздухе, обучения и подвижных игр.

Многие психологи и педагоги уделяли внимание формированию ориентации в пространстве. А. В. Сунцова, Е. И. Тихеева, Н.Я. Семаго, А.А. Столяр, А. М. Леушина, Т. А. Мусейибова и другие отмечали в своих работах, что качество усвоения ориентировки во

многим зависит от того, как дошкольники выражают свое отношение к изучению данной теме.

Ученые выделяют следующие особенности методики, на которые должен обращать внимание воспитатель при обучении дошкольников ориентированию в пространстве:

- совершенствование представлений о пространстве, опираясь на стороны расположения относительно человека, то есть по правилу «от себя»;

- развитие представлений о пространстве ввиду правил: «от предмета», «от другого человека»;

- вырабатывать умения детей словом называть положение того или иного предмета по отношению к другому. Выделяют такие виды расположения предметов относительно друг друга;

- развитие умений ориентироваться на плоскости (ориентировка на листе бумаги) [2-4].

Для развития пространственных представлений дошкольников используются специальные дидактические игры и различные игровые упражнения, которые опираются на уже имеющиеся знания расстояниях, пространственных отношениях и о понятиях «Верх-низ, лево-право». Так, исходя из вышеперечисленных особенностей методики обучения ориентировки в пространстве, приведем примеры дидактических игр, которые способствуют формированию пространственной ориентации у дошкольников.

Игра «Где...?». Суть игры заключается в том, что она способствует формированию пространственных представлений, опираясь на стороны расположения относительно человека, то есть по правилу «от себя»: слева, справа, вверху, внизу, впереди, сзади. Воспитатель расставляет детей в хаотичном порядке и задает каждому вопрос, например, «Где, относительно тебя, Саша, стоит Маша, Коля, Петя и т. д.» Потом воспитатель спрашивает, какие предметы, относительно каждого ребенка, находятся слева, справа, сзади, впереди. За каждый правильный ответ детей можно поощрять звездочками, вырезанными из бумаги. В конце игры ребята сами должны посчитать количество полученных звездочек.

Игра «Найди свое место». Назначение данной игры – научить дошкольников ориентироваться в пространстве ввиду правил: «от предмета», «от другого человека». Игру можно проводить перед НОД, чтобы рассадить детей на конкретные места, так и перед завтраком, обедом и полдником. Воспитатель каждому даёт указание, по которому ребёнок должен найти место, к которому ведет педагог. Например, Катерина, подойди к столу, который стоит перед окном, слева от двери в спальную комнату. Присядь на стульчик за этим столом слева. Коля, подойди к столу, который стоит между

мультимедийным оборудованием и диваном, лицом к двери, сядь справа, и т.д. Таким образом воспитатель без усилий рассадит детей и проверит, как ребята осваивают ориентировку в группой комнате.

Игра «Что тут не так?» предполагает научить детей определять словом положение того или иного предмета по отношению к другому. Перед детьми на столе в 1-2 ряда лежат кубики разного цвета, по 5 в каждом ряду. Педагог может сам определить количество рядов и кубиков в ряду, отталкиваясь от возраста дошкольников. Воспитатель дает возможность детям посмотреть и запомнить расположение кубиков. Затем дети закрывают глаза или отворачиваются. Рассмотрим два варианта проведения данной игры. Вариант 1: воспитатель убирает один кубик и просит сказать какого не стало и назвать его местоположение. Например, убрали кубик зеленого цвета, который лежал внизу между красным и синим кубиком. Вариант 2: воспитатель перекладывает кубики и просит назвать то место, где они были изначально. Например, кубик красного цвета лежал сверху справа, а желтого цвета – снизу, второй с правого края. Обратимся к примеру игры – «Муха» Сунцовой А. В. Данная игра направлена на развитие ориентировки на плоскости (в данном случае ориентировка на листе бумаги в клеточку), закрепление понятий «право-лево», «низ-верх». Суть игры заключается в том, что педагог в среднем темпе говорит направление движения мухи по клеточкам тетради, воспитанник должен «управлять мухой». Например, муха летит вверх, вправо, вниз, вправо, направо, вверх и т. д. Если ребенку трудно ориентироваться, то можно буквами пометить соответствующие стороны. Игра продолжается до тех пор, пока дошкольник на скорости и с легкостью не начнет «управлять мухой» [5].

Формирование пространственных представлений является одним из важных разделов умственного воспитания детей. Знания о пространстве, пространственной ориентировке – развиваются в условиях разнообразных видов деятельности дошкольников. Знания об ориентировании в пространстве помогают детям быть более уверенными не только дома, но и в любом другом месте. Таким образом, ощущение ребенком пространства, представление о нем - позволяет ему ориентироваться в окружающей мире.

Список использованных источников.

1. Киричек К.А. Теория и технологии развития математических представлений у детей. – Ставрополь: Ставролит, 2018. – 144 с.
2. Леушина А.М. Формирование элементарных математических представлений у детей дошкольного возраста: Учебное пособие / А.М. Леушина. – М.: Просвещение, 1974. – 368 с.

3. Мусейибова Т.А Генезис отражения пространства и пространственных ориентаций у детей дошкольного возраста // Дошкольное воспитание. – 1970 . – №3 . – С. 36-40.

4. Семаго Н.Я. Методика формирования пространственных представлений у детей дошкольного и младшего школьного возраста: практ. пособие. – М.: Айрис-пресс, 2007. – 112 с.

5. Сунцова А.В., Курдюкова С.В. Изучаем пространство: лево – право, верх – низ, близко – далеко. – М.: Эксмо, 2010. – 64 с.

FEATURES OF TEACHING PRESCHOOL CHILDREN ORIENTATION IN SPACE

L.V. Marysheva

*Stavropol State Pedagogical Institute,
Stavropol, Russia*

The article describes the characteristics of spatial orientation, highlights the features of learning orientation in space. Examples of teaching orientation in the space of preschoolers are given.

Keywords: mathematics, space, spatial orientation, preschool child.

УДК 339.137.22

УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ, НА ПРИМЕРЕ ООО «ВЫСОТА 43», Г. ВЯТСКИЕ ПОЛЯНЫ

В.А. Марьин, Л.П. Кузьмина

*ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический университет»,
г. Казань, Россия*

В статье рассмотрена сущность управление персоналом организации. Проведен анализ управления персоналом организации ООО «Высота 43». Выявлены достоинства и недостатки, а также предложены мероприятия для преодоления этих недостатков.

Ключевые слова: персонал, управление персоналом, кадры.

Управление персоналом считается одной из важнейших сфер жизни предприятия, что может значительно повысить его эффективность. Понятие "управление персоналом" считается достаточно широким: от экономики и статистики до философии и психологии.

Понятие управления персоналом представляет собой систему теоретико-методологических взглядов на понимание и определение сущности, содержания, целей, задач, стандартов, принципов и

методов управления персоналом, а также организационно-практических методов формирования.

Персонал или кадры - это основные сотрудники, призваны для выполнения различных производственных и хозяйственных функций. Прежде всего, характеризуется своей численностью. Она также зависит от характера, размеров, сложности, трудоемкости производственного процесса, степени его механизации, автоматизации и компьютеризации.

Рассмотрим управление персоналом на примере организации ООО «Высота 43», г.Вятские Поляны.

ООО «Высота 43» – современное, высокотехнологичное предприятие, осуществляющее выпуск серийных лифтов грузоподъемностью от 400 до 2 000 кг со скоростью движения кабины до 2 м/с. Продукция завода предназначена для монтажа в жилых, административных и промышленных зданиях.

На производстве, расположенном в Вятскополянском промышленном парке Кировской области, установлено самое современное производственное оборудование ведущих мировых производителей: DURMA, TAILIFT, POLYTEX, TECNA, Lincoln Electric.

Вопросами по управлению персоналом занимается отдел кадров состоящий из начальника отдела кадров и специалиста.

Главная функция отдела кадров на предприятии любой формы собственности – подбор квалифицированного персонала. Кроме этого, среди функциональных обязанностей отдела кадров на предприятии можно выделить следующие:

- Анализ положения дел на предприятии и определение его потребности в кадрах.
- Подбор кадров совместно с главами структурных подразделений.
- Анализ текучести кадров.
- Разработка штатного расписания компании.
- Ведение личных дел работников предприятия.
- Прием, выдача, ведение и хранение трудовых книжек работников предприятия.
- Формирование графика отпусков, оформление отпусков, выходных, отгулов и т.д. согласно действующего трудового законодательства.

В целях проведения анализа было проведено анкетирование среди сотрудников компании.

Одна из проблем в организации – недостаточное обучение новых сотрудников, так как нет той специальности которая нужна в

организации они приходят без нужных знаний и не могут быстро понять и обучиться технологии производства на предприятии.

Для того чтобы получить ясную оценку сил организации, необходимо сделать вывод в виде достоинств и недостатков управления персоналом организации ООО «Высота 43».

Достоинства:

1. Надежная работа отдела кадров.
2. Отсутствие текучести кадров.
3. Нововведения организации сразу доносятся до сотрудников.

Недостатки:

1. Недостаточная система обучения персонала.
2. Отсутствие карьерного роста.

Для преодоления выявленных недостатков предлагаем следующие мероприятия:

Создание системы наставничества. Внедрение этой системы поможет организации грамотно обучить новых сотрудников. Позволяет сократить время обучения в три раза, а самое главное, не требует больших финансовых затрат.

Внедрение системы кадрового резерва. Позволит организации быстро находить сотрудников на вакантные рабочие места за счет существующих в организации сотрудников. Система кадрового резерва экономически выгодна, тем что затраты которые организация тратила на поиск и обучение новых сотрудников большие.

Таким образом, персонал организации – это один из главных ресурсов на предприятиях и организациях. Персонал как ресурс организации, отличается от других ресурсов (финансы, материалы, сырье) тем, что работники имеют право отказываться от условий работы, договариваться об уровне оплаты труда, переучиваться на другие профессии, участвовать в забастовках, уходить по собственному желанию; у каждого работника своя мотивация и ценности.

Список использованных источников.

1. Кибанов А.Я., Дуракова И.Б. Управление персоналом организации: отбор и оценка при найме, аттестация. учеб. пособие. / А.Я. Кибанов, И.Б. Дуракова. – М.: Экзамен, 2004. – 129 с.
2. Миротин, Л. Б. Основы менеджмента и управление персоналом. Логистическая концепция: моногр. / Л.Б. Миротин, А.К. Покровский, В.М. Беляев. - Москва: ИЛ, 2018. - 240 с.
3. Тебекин, А. В. Управление персоналом. Конспект лекций / А.В. Тебекин. - М.: Юрайт, 2018. - 192 с.

PERSONNEL MANAGEMENT OF THE ORGANIZATION, ON THE EXAMPLE OF LLC «VYSOTA 43», VYATSKIYE POLYANY

V. A. Marin, L. P. Kuzmina

*FSBEI HE «Kazan state power engineering university»,
Kazan, Russia*

The article considers the essence of the organization's personnel management. The analysis of personnel management of the organization «Vysota 43» LLC is carried out. Advantages and disadvantages are identified, and measures to overcome these shortcomings are proposed.

Keywords: personnel, personnel management, personnel.

УДК 371.14

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КВЕСТ-ТЕХНОЛОГИИ В РАБОТЕ С ДЕТЬМИ СТАРШЕГО ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА (НА ПРИМЕРЕ КВЕСТ-ЗАНЯТИЯ «НОВЫЕ ДРУЗЬЯ БУРАТИНО, ИЛИ ЧТО ТАМ ЗА КУЛИСАМИ»)

О.Л. Маслова, Ю.В. Строгонова

*МБДОУ "Детский сад 160" г.о.Самара,
г.Самара, Россия*

В статье представлен опыт разработки и реализации образовательной деятельности «Новые друзья Буратино, или Что там за кулисами» в рамках работы городской стажировочной площадки «Художественно-эстетическое развитие дошкольников в процессе приобщения к культурному наследию России и Самарской области». Авторами предлагается применение квест-технологии в процессе формирования интереса дошкольников к культурному наследию города Самара.

Ключевые слова: дошкольное образование, педагогические технологии, самарская монументальная скульптура, ознакомление дошкольников с профессиями.

В соответствии с требованиями образовательного стандарта дошкольного образования происходит активный поиск новых интерактивных технологий, направленных на формирование у ребенка навыков решений проблемных задач. Квест (от англ. поиск, приключение) – универсальная игровая технология, активизирующая у детей соревновательный интерес, самостоятельность и способствующая полному погружению дошкольников в тему образовательной деятельности. Образовательный квест – это специально организованный вид исследовательской деятельности, похожий на игру по станциям, но имеет существенное различие: в первом случае детям

открыто говорят, куда идти, во втором дети должны самостоятельно выполнить задание, чтобы понять, куда им следовать дальше. В методической литературе подробно раскрываются особенности квест-технологии, методика организации и проведения квест-занятий в ДООУ [1, 2, 3, 4]. На основе данного опыта была создана разработка образовательной деятельности «Новые друзья Буратино, или Что там за кулисами» для старшего дошкольного возраста. Занятие направлено на расширение представлений детей о монументальной скульптуре города Самара (на примере бронзовой скульптуры «Буратино» на ул. Фрунзе), о театре и театральных профессиях, на развитие художественно-творческих способностей дошкольников. Квест-технология позволила усвоить и повысить образовательную мотивацию дошкольников, развить инициативу и самостоятельность, формировать исследовательские навыки и навыки взаимодействия со сверстниками. Использование на занятии различных видов искусств (скульптуры, фотографии, живописи, декоративно-прикладного творчества, театра) было направлено на развитие полихудожественных способностей детей, позволяющих «ребенку осваивать мир с позиции творца, активно проявлять и выражать свои эмоциональные переживания, творчески импровизировать» [С.310] в различных видах художественно-творческой деятельности.

Подготовительная работа проходила в следующей последовательности:

1. Для занятия был выбран линейный сюжет. За основу сценария был взят сюжет хорошо знакомой и любимой детьми сказки А.Толстого «Золотой ключик, или Приключения Буратино».

2. Запланирована реализация таких методических приемов как: прием «Какие предметы спрятаны в рисунке?» для мотивации детей в начале занятия, «Карта путешествия» для определения маршрута движения, дидактическая игра "Узнай героя по контуру", методы драматизации, музыкальной и танцевальной импровизации, задания творческого характера в продуктивной деятельности.

3. Подготовка развивающей предметно-пространственной образовательной среды включила оформление театральных ширм и изготовление реквизита.

4. До занятия было организовано чтение с детьми сказки А.Н. Толстого «Золотой ключик, или Приключения Буратино» и просмотр мультфильма экранизации сказки.

Игровые события в ходе реализации квеста разворачивались поэтапно в определенной последовательности.

Организационная часть (Пролог). Воспитатель настраивает детей на игру, старается заинтересовать, заинтриговать, направить

внимание на предстоящую деятельность. Для начала детям предлагается серия заданий по мотивам сказки про Буратино, направленных на умение работать совместно, на активизацию мышления и умения систематизировать и вычленять главное, дающих возможность показать свои знания: «Сложи картинку и отгадай сказку», «Что спрятано в картинке?» В задачи детей входит правильно сложить картинку и отгадать сказку, назвать персонажей сказки, показать свои знания литературного материала. Интрига заключается в том, что при правильно собранных картинках дети получают карту путешествия, которая нарисована на обратной стороне разрезных картинок. Из детей формируется команда, дети знакомятся с правилами игры, внимательно изучают карту. Итогом первого этапа работы стала карта путешествия «За кулисами театра», на которой в иллюстрированной форме представлен порядок прохождения игровых точек (станций).

Основные этапы-задания (Экспозиция). Дети по карте определяют игровой маршрут, в ходе которого они решают поставленные задачи (задания содержатся в конвертах на каждой из станций). Команде предстоит пройти четыре станции и выдержать испытания. Бонусом за правильно выполненное задание команда получает часть фотографии, которую нужно к концу занятия собрать (скульптура Буратино у музея-усадьбы А.Н. Толстого в Самаре) и ответить на главный вопрос (где можно увидеть эту скульптуру и почему она стоит именно около этого дома). Все задания дети выполняют самостоятельно, воспитатель лишь по мере необходимости корректирует их действия. На каждой из станций дети знакомятся с новыми словами, театральными терминами, проговаривают их, объясняют, что обозначают эти слова. В процессе выполнения заданий используют слова в своей речи.

Путешествие детей по карте начинается со станции «Артистическая», где нужно показать знание героев сказки и свои артистические данные. Детям был предложен комплект карточек с изображением героев сказки про Буратино (контурный рисунок и раскрашенный). Нужно угадать героя по контуру и найти соответствующую карточку, а затем попытаться изобразить героя с помощью мимики и пантомимики, как это делают настоящие актеры. После успешного выполнения задания участники получают часть фото скульптуры «Буратино» и возможность продолжать маршрут по карте.

На станции «Гримерная» дети знакомятся с профессией гримера, который при помощи красок и специальных приспособлений внешне перевоплощает актеров в их персонажей. Участникам были предложены модели голов кукол из папье-маше, карточки с

изображениями героев сказки, краски, кисточки, бумажные папки, с помощью которых им предстояло «оживить» лица героев сказки, сделать их узнаваемыми. На станции «Костюмерная» детей ждало новое задание. Костюмер в театре помогает актеру создать необходимый образ на сцене. Художник рисует эскизы будущих костюмов для спектакля, а швея превращает эти рисунки в платья для актеров. Костюмеры помогают актерам надевать нужные наряды, хранят их, приводят в порядок после спектакля по необходимости. Детям предстояло из элементов костюмов создать сценический образ героев сказки: переодеться в героев сказки, подобрать соответствующие атрибуты и во время показа с помощью пластики изобразить своего героя.

На станции «Мастерская кукольника» дети попробовали себя в профессии кукловода или актера-кукольника, поработали с куклой-марионеткой, которая двигается с помощью нитей. В завершение дети с удовольствием выполнили задание «Изобрази движения куклы» под музыку «Бу-ра-ти-но» из фильма «Приключения Буратино».

После того как все этапы путешествия (станции) были пройдены, детям предстояло собрать из полученных частей фотографию скульптуры «Буратино» и выяснить, почему этот памятник появился в нашем городе.

Последняя станция называлась «Экскурсионная», которая представляла собой виртуальную экскурсию в музей-усадьбу Алексея Толстого в Самаре, возле которого находится скульптура «Буратино». С помощью слайд-шоу дети побывали в доме на улице Алексея Толстого, где несколько лет жил известный русский писатель. В музее Алексея Толстого есть уголок, посвященный любимой сказке. Ребята узнали, как появилась сказка про Буратино, кто такой Пинокио, увидели первое издание книги, которая вышла в 1935 году, и много другое.

Подведение итогов (Эпилог). После того, как успешно были выполнены все задания, состоялось награждение участников квеста и обмен мнениями.

Проведенное в подготовительной группе квест-занятие показало, что данная технология обладает уникальными возможностями, позволяет разнообразить образовательный процесс, делает занятие запоминающимся, увлекательным, вовлекает в игру всех участников.

Список использованных источников.

1. Давыдова И. А., Квест-технология организация образовательной деятельности детей дошкольного возраста в условиях реализации ФГОС

ДО (из опыта работы) [Электронный ресурс] https://ds17-gos.edu.yar.ru/vsya_dokumentatsiya/mip/kvest_igra_opit_raboti

2. Дубцова Г.М. Применение квест-технологии в образовательном процессе ДОУ [Электронный ресурс] <https://interactive-plus.ru>

3. Осяк С.А., Султанбекова С.С., Захарова Т.В., Яковлева Е.Н., Лобанова О.Б., Образовательный квест – современная интерактивная технология // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 1-2.

4. Карникова О.П., Сутолкина Е.Н. Эмоциональная отзывчивость как показатель полихудожественного развития дошкольников / Модернизация культуры: идеи и парадигмы культурных изменений. Материалы Международной научно-практической конференции. 2014. С.308-311.

**THE USE OF QUEST TECHNOLOGY IN WORKING
WITH OLDER PRESCHOOL CHILDREN (FOR EXAMPLE,
THE QUEST CLASS " NEW FRIENDS OF PINOCCHIO,
OR WHAT'S BEHIND THE SCENES»)**

O.L. Maslova, Yu.V. Stroganova

*МБПЕИ "Kindergarten 160" Samara,
Samara, Russia*

The article presents the experience of developing and implementing educational activities "New Friends of Pinocchio, or Whatever it is behind the scenes" within the framework of the city internship platform "Artistic and aesthetic development of preschoolers in the process of familiarizing themselves with the cultural heritage of Russia and the Samara region". The authors propose the use of quest technology in the process of forming the interest of preschoolers to the cultural heritage of the city of Samara.

Keywords: preschool education, pedagogical technologies, Samara monumental sculpture, introduction of preschool children to professions.

УДК 339.1

**К ВОПРОСУ О ВЗАИМОСВЯЗИ МЕНЕДЖМЕНТА,
МАРКЕТИНГА И ЛОГИСТИКИ**

А.Н. Матафонова, Д.В. Дзюба

*ФГБОУ ВО «Тихоокеанский государственный университет»,
г. Хабаровск, Россия*

В статье рассматривается связь менеджмента, маркетинга и логистики на примере предприятия завода-изготовителя продукции. В современных условиях развития логистики и маркетинга все больше наблюдается проникновение интересов маркетинга в деятельность логистики. В статье рассматривается взаимосвязь менеджмента, логистики и маркетинга, для чего нужна логистика в маркетинге и наоборот, распределения

функций маркетинга и логистики. Взаимодействие логистики с производством, маркетингом и финансированием. Сделаны выводы по расширению каналов в системе распределения и повышению эффективности продвижения продукции на рынок.

Ключевые слова: менеджмент, логистика, маркетинг, взаимосвязь, экономика.

На первый взгляд, менеджмент, логистика и маркетинг могут показаться диаметрально противоположными. Логистика имеет дело с обработкой и доставкой продукции. Маркетинг, же, представляет собой сочетание творческой деятельности и детального анализа, который ее подкрепляет. Однако эти два отдела в любой компании имеют взаимосвязь и тесные отношения. Поскольку клиенты, например, постоянно ожидают, что производство и доставка будут быстрыми и эффективными, логистика становится все более важным компонентом маркетинга. Менеджмент призван управлять производством или организацией для достижения поставленных целей и задач.

К основным общим целям менеджмента относятся прогнозирование, планирование и достижение намеченных результатов в деятельности предприятия. Конечная цель состоит в обеспечении прибыльности (экономической целесообразности) функционирования той или иной организации. Это может быть достигнуто посредством создания рациональной организации производственного процесса. Не менее важными целями менеджмента являются управление производством, совершенствование научно-технологической базы, а также эффективное использование кадрового потенциала, повышение его квалификации и стимулирование [1].

Логистика относится к той части компании, которая занимается перемещением товаров. Этот термин иногда используется для обозначения отрасли грузоперевозок, но он гораздо шире. Логистика охватывает все - от получения товаров от поставщиков за рубежом, доставки их до пункта въезда в страну, где находится компания, процесса таможенного оформления, упаковки для продажи на внутреннем рынке, складирования и отправки потребителям. Компании могут заниматься логистикой собственными силами или привлекать сторонних поставщиков логистических услуг.

Важность логистики становится очевидной, как только возникает проблема в любом месте логистической цепи, например, когда:

- задерживается поставка товаров,
- уровень запасов падает до нуля,

- уровень запасов превышает возможности склада,
- задерживаются исходящие грузы.

Любая из этих ситуаций не только вредит продажам, но и может быстро вывести прибыльный бизнес из строя.

Маркетинг - это практика понимания того, что нужно клиентам, и последующего информирования о том, как компания может удовлетворить эти потребности. Реклама, социальные сети и дизайн упаковки продукции - все это часть маркетинга, так же как и анализ данных о продажах и откликах, чтобы выяснить, что нравится и чего хотят клиенты, чтобы скорректировать исходящие сообщения.

Связь логистики с маркетингом проявляется всякий раз, когда компания продвигает на рынок такие вещи, как:

- бесплатная доставка,
- доставка на следующий день
- доставка в тот же день.

Как отмечено в работах [2-4], хорошая логистическая система становится преимуществом, которое может легко превзойти любой другой маркетинг, который могут проводить ваши конкуренты.

Работающий маркетинг способствует увеличению продаж, а когда это происходит, то напрягаются и производственные, и логистические системы.

Рассмотрим связь маркетинга, логистики и менеджмента на примере работы предприятия завода-изготовителя продукции пластиковых труб для водоснабжения.

Предприятие работает круглосуточно для обеспечения заказов на изготовление продукции.

Как только продукция произведена, она должна попасть с завода к заказчику. Логистика должна не только позаботиться об этом, но и обеспечить наличие достаточных избыточных мощностей для обработки данного заказа и следующего. Когда маркетинговый фокус компании смещается, обратная логистика берет на себя заботу о приеме возвратов от клиентов.

Эффективный отдел логистики может стать инструментом маркетинга. У некоторых компаний логистические системы настолько эффективны, что благодаря им они могут устанавливать более низкие цены и рекламировать этот факт. На примере производства пластиковых труб, необходим закуп сырьевых компонентов, которые привозятся часто из-за рубежа. Отдел логистики и снабжения занимается сбором коммерческих предложений, поиском поставщиков с долгосрочной перспективой сотрудничества,

сравнением цен и коммерческих предложений. На этапе производства продукции отдел логистики и снабжения должен оставаться в постоянном контакте с производством, чтобы понимать и оценивать складские запасы сырья и готовой продукции, отслеживать недостаток или избыток того или иного сырья и готовой продукции.

Ресурсы, управляемые в логистике, могут включать физические предметы, такие как продукты питания, материалы, животные, оборудование и жидкости; а также нематериальные предметы, такие как время и информация.

Логистика физических предметов обычно включает в себя интеграцию информационных потоков, обработку материалов, производство, упаковку, инвентаризацию, транспортировку, складирование и часто безопасность.

Управление логистикой - это часть управления цепями поставок, которая планирует, реализует и контролирует эффективный, действенный прямой и обратный поток и хранение товаров, услуг и соответствующей информации между точкой происхождения и точкой потребления для удовлетворения требований клиентов. Сложность логистики может быть смоделирована, проанализирована, визуализирована и оптимизирована с помощью специального программного обеспечения для моделирования.



Рисунок 1 – Связь маркетинга и логистики [5]

Минимизация использования ресурсов является общей мотивацией во всех областях логистики. Специалист, работающий в области управления логистикой, называется логистом.

Управление цепями поставок - это интегрированное, ориентированное на процесс планирование и контроль потоков товаров, информации и денег по всей цепочке создания стоимости и поставок от клиента до поставщика сырья. Управление цепями поставок включает в себя планирование и управление всеми видами деятельности, связанными с поиском и закупкой поставщиков, конверсией и всеми видами деятельности по управлению логистикой. Важно отметить, что оно также включает координацию и сотрудничество с партнерами по каналу сбыта, которыми могут быть поставщики, посредники, сторонние поставщики услуг и клиенты. По сути, управление цепями поставок объединяет управление спросом и предложением внутри и между компаниями.

Таким образом, правильное взаимодействие менеджмента, логистики и маркетинга способствует расширению каналов в системе распределения и повышению эффективности продвижения продукции на рынок.

Список использованных источников.

1. Всё по специальности менеджмент: сайт. – 2021. - URL: <http://management-study.ru/ceci-i-zadachi-menedzhmenta.html#ixzz6xT3Cwm2M>. (дата обращения: 10.06.2021).

2. Авдейчикова Е.В. Взаимосвязь маркетинга и логистики в целях формирования эффективной системы распределения / Е. В. Авдейчикова // Экономические науки. – 2016. – С 23-35.

3. Кохова Л.В. Совершенствование системы сбыта предприятия пищевой промышленности на основе клиент ориентированных стратегий / Л.В. Кохова, М.В. Воронин, Е.В. Павловский // Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение. – 2014 –№3 (39).

4. Резник Г.А. Клиент ориентированность корпорации как вызов времени / Г.А. Резник, О.В. Яшина // Проблемы маркетинга. Логистика. – 2016. – С.171-174.

5. Jacqueline Lynch. Do marketing and logistics understand each other? An empirical investigation of the interface activities between logistics and marketing // International Journal of Logistics. 11(3) DOI:10.1080/13675560701602708.

TO THE QUESTION ABOUT RELATIONSHIP OF MANAGEMENT, MARKETING AND LOGISTICS

A. N. Matafonova, D.V. Dzyuba

*FSBEI HE «Pacific National University»,
Khabarovsk, Russia*

The article considers the relationship of management, marketing and logistics on the example of the enterprise manufacturing products. In modern conditions of development of logistics and marketing more and more observed

penetration of marketing interests in logistics activities. The article considers the interrelation of management, logistics and marketing, what is the need for logistics in marketing and vice versa, the distribution of functions of marketing and logistics. The interaction of logistics with production, marketing and finance. Conclusions are made on the expansion of channels in the distribution system and improve the efficiency of product promotion to the market.

Keywords: management, logistics, marketing, interconnection, economics

УДК 336.011

УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСАМИ, ДЕНЕЖНЫМ ОБРАЩЕНИЕМ

А.Н. Матафонова, Д.В. Дзюба

*ФГБОУ ВО «Тихоокеанский государственный университет»,
г. Хабаровск, Россия*

В современном мире все чаще можно услышать о значимости финансовой грамотности, которая во многом сводится к продуманному управлению. Причем многие могли бы подумать, что для достижения финансовой независимости необходимо увеличивать доход. Он, бесспорно, очень важен, но, как показывает практика, гораздо важнее – грамотно управлять деньгами. Именно управление во многом обеспечивает профицит финансов в будущем. Чем раньше человек начинает не только думать о грамотном управлении личными деньгами, но и реализовывать достаточно простые принципы в своем бюджете, тем быстрее деньги начинают отвечать взаимностью, приходя во все больших количествах.

Ключевые слова: финансы, денежный поток, менеджмент, анализ, остаток, доход.

Финансы – главный элемент в построении и развитии бизнеса, имеющий свои источники поступления и определенное назначение [2]. Чтобы денежные потоки грамотно распределялись и приносили бизнесу процветание, необходимо грамотное управление финансами, которое призвано обеспечивать полный контроль, регулирование и учет денежных средств на законодательном уровне, в соответствии с правилами, нормативно-правовыми и учредительными документами. Процесс управления имеющимися финансами затрагивает интересы собственника организации, государства и общественности.

Денежные средства на расчетном счету используются для оплаты поставщикам и подрядчикам за товары (сырье, материалы) и услуги. В процессе использования сырья возникает незавершен-

ное производство, которое через некоторое время формирует готовую продукцию на складе отгрузки. Готовая продукция продается клиенту и образуется дебиторская задолженность, которая в итоге дает деньги на расчетном счете, увеличенные на сумму прибыли. Чем дольше у предприятия операционный цикл, тем на более долгий промежуток времени денежные средства выводятся из оборота, больше кассовый разрыв.

Суть оперативного управления денежными средствами сводится к налаженному ежедневному процессу проверки поступлений и выполнения оплат. С одной стороны, не должен быть упущен ни один платеж. С другой, вся деятельность должна занимать как можно меньше рабочего времени. В результате автоматизации и организационного преобразования оперативного управления денежными потоками свободных денежных средств и свободного рабочего времени сотрудников станет больше, но компания не достигнет всех поставленных перед ней целей.

Потому что если сроки оплаты всех заявок на расходование денежных средств будут «предоплата» а сроки всех инвойсов, выставленных клиенту, будут «30 дней постоплаты», то кассовый разрыв все еще будет увеличиваться [4]. Правильным решением будет разработка единой платежной политики внутри компаний группы, которая описывает стандартные сроки оплаты в договорах и методы оптимизации, если такого срока добиться не удастся.

Денежный поток (ДП) – это непрерывный процесс движения наличных и безналичных денег [1]. Все виды хозяйственной и финансовой деятельности компании сопровождаются доходами и издержками.

Хозяйственная деятельность каждой организации неразрывно связана с притоком и оттоком средств, поступлением различных платежей и выплатами, которые распределяются во времени. Разные виды денежных потоков организации объединяются в единый финансовый поток, который является самостоятельным объектом системы управления ресурсами. Стратегия распределения и синхронизации различных ДП играет важнейшую роль в экономическом развитии предприятия. Финансовый менеджмент отражается на итоговом результате деятельности компании.

Без «финансового кровообращения» невозможно обеспечить эффективную работу предприятия в условиях современного рынка [3]. Каждый год на потребительском рынке появляются новые компании. Правильно организованная система управления финансовыми ресурсами, использование современных методов распределения средств позволяют оптимизировать не только хозяйственную деятельность компании, но и обеспечить выгодное вложение

инвестиций, создать условия для экономического благополучия и процветания, достичь поставленных целей и получить высокую результативность.

Синхронизация поступления денег является важнейшей частью антикризисного плана компании. Несбалансированность различных видов денежных потоков организации повышает риск неплатежеспособности и банкротства даже успешного предприятия.

Грамотный и эффективный финансовый менеджмент способствует получению дополнительной прибыли и увеличению активов предприятия. Необходимо включать в оборот даже временно свободные остаточные средства и непрерывно увеличивать инвестиционные ресурсы.

При высоком уровне синхронизации доходов и расходов по объему и во времени снижается реальная потребность компании в текущем и страховом остатке средств. Такая стратегия управления нацелена на сокращение резервов инвестиционных ресурсов, которые формируются в процессе реального инвестирования.

Анализ притоков и оттоков средств предприятия является важным звеном финансового менеджмента, так как именно на его основе составляется стратегический план развития компании с учетом возможностей самофинансирования предприятия, его финансового потенциала и доходности. Наращивание финансовых ресурсов непосредственно влияет на экономическое благополучие предприятия. Без получения стабильной прибыли невозможно обеспечить покрытие долговых обязательств компании. Финансовый дефицит, как правило, приводит к кризису. Избыток свободных средств обычно свидетельствует об убыточности предприятия.

Убыточность компании обусловлена двумя основными факторами – инфляцией и упущенными инвестиционными возможностями. Предприятие может получать дополнительный доход от выгодного инвестирования избыточных средств. Анализ движения различных видов денежных потоков организации позволяет выявить ее фактическое финансовое положение.

Анализ совокупных показателей притоков и оттоков средств – это важнейшая характеристика стабильности и устойчивости компании. Только аналитический метод позволяет определить эффективность финансового менеджмента и выявить денежный потенциал предприятия.

Если выявлен рост остатка финансовых запасов, дебиторов и прочих активов за конкретный период, то итоговый результат расчета фиксируется со знаком «-» и свидетельствует об оттоке денег.

Уменьшение остатка средств фиксируется со знаком «+» и свидетельствует о притоке капитала. Рост кредиторов и прочих пассивов рассматривается как приток средств и отмечается знаком «+», а их снижение является оттоком со знаком «-» [5].

При анализе движения различных видов денежных потоков организации необходимо учитывать некоторые особенности в определении притока и оттока средств. Это обусловлено изменением основных фондов. При выполнении расчетов следует учитывать не только рост или снижение стоимости их остатка за определенный временной период, но и итоговый показатель реализации части основных фондовых средств за конкретный период. Если цена реализации превышает балансовую оценку, то это свидетельствует о притоке средств. Если же балансовая оценка превышает цену реализации, то речь идет об оттоке.

Без грамотного финансового менеджмента невозможно эффективно управлять всей хозяйственной деятельностью предприятия и благополучно разрешать текущие финансовые задачи. Система управления различными видами денежных потоков организации строится с опорой на ключевые принципы:

- информативная достоверность. Финансовый менеджмент должен быть обеспечен обязательной информационной базой. Создание такой базы осложняется отсутствием прямого финансового отчета, основанного на общих методических принципах бухучета.

Мировые стандарты формирования прямого финансового отчета стали разрабатываться только с 1971 года и, по мнению некоторых экспертов, еще далеки до полного завершения. В нашей стране бухучет осуществляется способами, отличающимися от принятых в мировой практике. Это вызывает определенные сложности и не позволяет обеспечить достоверность информационной базы.

- обеспечение сбалансированности. Управление всеми видами денежных потоков организации должно соответствовать общим целям и задачам финансового менеджмента, а также обеспечивать сбалансированность притоков и оттоков средств по типам, объемам, периодам времени и другим немаловажным показателям. Только так можно оптимизировать финансовое планирование компании.

- обеспечение эффективности. Для финансовых притоков и оттоков любой компании характерна неравномерность, которая приводит к появлению свободных активов в значительных объемах. Временно свободные остатки средств являются производи-

тельными активами, которые обесцениваются во времени по различным причинам. Эффективное управление средствами должно обеспечивать их инвестирование.

- обеспечение ликвидности. Неравномерность некоторых видов денежных потоков организации вызывает временный недостаток финансов. Это неблагоприятно отражается на степени платежеспособности предприятия. Поэтому очень важно обеспечить наибольшую степень их ликвидности в течение всего периода деятельности.

В заключении можно сказать, что знание классификации всех видов денежных потоков организации, умение выполнить все необходимые расчеты и проанализировать полученные результаты поможет вам повысить эффективность деятельности предприятия. Формулы, приведенные в этой статье, помогут грамотно составить бухгалтерскую отчетность, позволят избежать ошибок и проблем с налоговыми органами.

Список использованных источников.

1. Бондаренко, Т.Г. Финансовый менеджмент / Т.Г. Бондаренко, В.В. Коокуева, Ю.С. Церцеил. - М.: Русайнс, 2018. - С.126.
2. Гаврилова, А.Н. Финансовый менеджмент / А.Н. Гаврилова, Е.Ф. Сысоева, А.И. Барабанов. - М.: КноРус, 2018. - С. 368.
3. Мочалова, Л.А. Финансовый менеджмент (для бакалавров) / Л.А. Мочалова. - М.: КноРус, 2018. - С. 304.
4. Тихомиров, Е.Ф. Финансовый менеджмент: Управление финансами предприятия / Е.Ф. Тихомиров. - М.: Academia, 2018. - С. 141.
5. Этрилл, П. Финансовый менеджмент и управленческий учет для руководителей и бизнесменов / П. Этрилл. - М.: Альпина Паблишер, 2018. – С. 648.

FINANCIAL MANAGEMENT, MONEY CIRCULATION

A. N. Matafonova, D.V. Dzyuba

*FSBEI HE «Pacific National University»,
Khabarovsk, Russia*

In the modern world, you can increasingly hear about the importance of financial literacy, which largely comes down to thoughtful management. Moreover, many people might think that to achieve financial independence, it is necessary to increase income. It is undoubtedly very important, but, as practice shows, it is much more important to manage money correctly. It is the management that largely ensures a financial surplus in the future. The sooner a person begins not only to think about the proper management of personal money, but also to implement fairly simple principles in their budget, the faster the money begins to reciprocate, coming in ever larger quantities.

Keywords: finance, cash flow, management, analysis, balance, income.

УДК 378.147

ФОРМИРОВАНИЕ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ БАКАЛАВРИАТА СРЕДСТВАМИ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА

Д.В. Мирошникова

*ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный педагогический университет»,
г. Оренбург, Россия*

В статье актуализируется необходимость насыщения содержания дисциплины «Иностранный язык» для бакалавров профессионально ориентированными ситуациями, способствующими формированию коммуникативной компетенции обучающихся. Важность затрагиваемой проблемы обусловлена требованиями современного общества к уровню подготовки выпускника бакалавриата, что отражено в Федеральном государственном образовательном стандарте высшего образования нового поколения (УК-4). Автором обозначен ценностный компонент как составляющая коммуникативной компетенции, охарактеризованы и приведены приметы наиболее эффективных коммуникативных профессионально-ориентированных заданий в рамках дисциплины «Иностранный язык» для формирования коммуникативной компетенции обучающихся различных направлений профессиональной подготовки в ВУЗе.

Ключевые слова: бакалавр, коммуникативная компетенция, иностранный язык, методика обучения иностранному языку, профессиональная подготовка, ФГОС ВО, ценностная ориентация.

Постоянное развитие международного сотрудничества, которое затрагивает различные сферы деятельности и становится условием успешного функционирования любого конкурентоспособного государства, а также требования современного рынка труда обуславливают потребность в совершенствовании механизма подготовки кадров в различных профессиональных областях. В настоящее время любая профессиональная деятельность представляет собой комплексное, многоплановое явление, обусловленное спецификой развития данной профессиональной сферы в регионе, требованиями рынка труда. Высокой степенью сложности отличаются требования как к профессиональному, так и к личностному и общекультурному уровням подготовки будущих бакалавров.

Отметим, что, в целом, в трактовке ряда учёных, компетентность представляет собой способность, которая является необходимой для выполнения профессиональных действий, а также подразумевает владение специальными знаниями, особыми предметными навыками и способами мышления. Также в современном профессиональном мире владение каким-либо видом компетентности подразумевает её постоянное совершенствование.

Таким образом, значимой становится профессиональная составляющая при подготовке бакалавров, а именно внедрение в содержание дисциплины «Иностранный язык» профессионально-ориентированного элемента.

Профессиональная составляющая определяется специфическим набором ценностных ориентаций и нормами профессионального поведения и связан с внутренней культурой организаций той или иной профессиональной сферы (в зависимости от направления подготовка бакалавра). Актуализация профессионального ресурса обеспечивает готовность будущего сотрудника использовать различные формы, методы и приемы для организации профессиональной деятельности; выбирать образцы профессионального поведения в соответствии с профессиональной ситуацией; воспринимать и перерабатывать опыт межкультурной коммуникации коллег с целью его внедрения в собственную профессиональную деятельность. Методы и приемы, применяемые в учебном процессе, предоставляют уникальную возможность создания коммуникативно насыщенного профессионального пространства для формирования коммуникативной компетенции в условиях профессиональной подготовки будущих сотрудников различных профессиональных сфер.

Коммуникативно-профессиональная направленность организации обучения по дисциплине «Иностранный язык» в контексте формирования коммуникативной компетенции будущего бакалавра различных профессиональных сфер связана с формированием опыта взаимодействия, ориентированного на обмен информацией, конструированием продуктивной коммуникации в различных профессиональных ситуациях, реализацией межкультурного взаимодействия, обеспечивающего развитие умений оптимального выбора тактик и стратегий общения в рамках профессиональной деятельности.

Данный ресурс тесно связан с возможностью многовариантного выбора сфер профессионального общения и взаимодействия посредством выбора адекватных ситуации средств и форм взаимодействия, обеспечивающих продуктивную профессиональную межкультурную коммуникацию участников профессиональных отношений. В данном случае для формирования коммуникативной компетенции важным является тот факт, что технологии способствуют усвоению опыта межкультурного взаимодействия, формированию у обучающегося образа эталонного взаимодействия в профессиональной сфере. Готовность к профессиональной коммуникации на иностранном языке будущего сотрудника связана с осознанием себя представителем собственной культуры, наличием

коммуникативной активности, самостоятельности в выборе средств взаимодействия, навыков, опыта организации процесса коммуникации, а также потребности в межкультурном взаимодействии. Обучающийся учится выбирать приемы и формы установки контакта с клиентами, коллегами, партнерами, представителями иной культуры; определять и выбирать форму публичного выступления перед представителями иной культуры; разрешать конфликтные ситуации; управлять собственным поведением в контексте межкультурного взаимодействия; определять коммуникативные намерения собеседника и выбирать стиль общения, адекватный коммуникативной ситуации.

Коммуникативная компетенция – сложное явление, поддающееся оцениванию по широкому спектру умений и навыков. Одним из показателей коммуникативной компетенции в контексте нашего исследования стали «Ценностные ориентации на понимание особенностей мировоззрения другой культуры».

Для диагностики ценностных ориентаций мы использовали методику М. Рокича «Ценностные ориентации», основанную на ранжированном списке ценностей, которые выделены в два класса ценностей – терминальные (убеждения в том, что конечная цель индивидуального существования стоит того, чтобы к ней стремиться) и инструментальные (убеждения в том, что какой-то образ действий является предпочтительным в любых ситуациях). Ценностные ориентации в контексте профессиональной деятельности будущего сотрудника любой профессиональной сферы выражаются в системе общечеловеческих, личных и профессиональных ценностей, поэтому среди представленных в методике ценностей определены те, которые более всего ориентируют будущего сотрудника на развитие коммуникативных умений и навыков: «интересная работа», «познание» (возможность расширения своего образования, кругозора, общей культуры, интеллектуальное развитие), «развитие» (работа над собой, постоянное физическое и духовное совершенствование), «творчество» (возможность творческой деятельности), «независимость» (способность действовать самостоятельно, решительно), «самоконтроль» (самодисциплина), «смелость в отстаивании своего мнения, взглядов», «эффективность в делах» (трудолюбие, продуктивность в работе), «взаимодействие».

Экспериментальная работа осуществлялась в естественных условиях профессиональной подготовки обучающихся по направлению подготовки 44.04.01 Профессиональное образование – Сервис и Торговля (бакалавриат) в ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный педагогический университет». В экспериментальной работе приняли уча-

стие 20 обучающихся. Мы разделили обучающихся на 2 группы – контрольную и экспериментальную, в каждой группе – по 10 обучающихся. Работа проводилась в рамках дисциплины «Иностранный язык». Важными выступили разделы рабочей программы учебной дисциплины, посвященные страноведческой тематике и вопросам профессиональной сферы обучающихся. Интерпретация результатов происходила следующим образом: если в первую пятерку ценностей студент ставил 3 и более выделенных ценностей, то данный ответ принимался как высокий уровень; если среди первых пяти ценностей определялись 1-2 из выделенных, то данный ответ принимался как средний уровень; при выборе 0 ценностей из выделенных – низкий уровень.

Результаты представлены в табл. 1.

Таблица 1 - Результаты сформированности ценностного показателя

| Показатели | ЭГ | | | КГ | | |
|--|----|----|----|----|----|----|
| | В | С | Н | В | С | Н |
| Ценностные ориентации на понимание особенностей мировоззрения другой культуры. | 10 | 40 | 50 | 20 | 30 | 50 |

Результаты анализа показывают, что средний показатель уровня сформированности межкультурной компетентности по деятельностному компоненту: высокий – 10 % ЭГ и 20% КГ, средний – 50 % ЭГ и 30 % КГ, низкий - 60% ЭГ и 50 % КГ.

Приведем примеры эффективных коммуникативных ситуаций направленных на формирование коммуникативной компетенции обучающихся, которые можно применять в рамках дисциплины «Иностранный язык»:

- изучить разного рода ситуации, при которых у обучающихся возникнет необходимость вступить в межкультурное общение (Пример задания: “Read the professional talk of two colleagues and name the epithets describing the preferable way of talk in the professional situation”, Act out the following situation: a tourist from the United States, while walking through the center of the city of Orenburg, sees the Orenburg drama theater. A tourist is interested in the culture of Russia and is a fan of musicals, you offer him to watch the Russian musical "West Side story");

- определить речевые и экстралингвистические особенности поведения носителей иных культур при соблюдении норм этикета (Пример задания: “You are communicating on the social network Facebook with Simon, who works in one of the real estate offices in London. During the video call, you want to learn as much information as possible about the lifestyle of the British, their gastronomic habits, traditions, as you will have a two-week trip to London, living with an English family”);

- обозначить свою личную позицию относительно культурно-лингвистических стереотипов, составляющих имидж той или иной страны и её представителей (Пример заданий: “What associations do you have with the the UK / the USA? Write your ideas and then compare and discuss them with your fellow students”);

- проследить закономерность русского коммуникативного поведения в сфере международного гостеприимства (Пример заданий: “Imagine that you have to conduct a tour of the Orenburg national Park. During the tour, you mention the famous Dartmoor Park, a former Royal forest in Saxon times. You talk about the purpose of national parks in Russia and the UK.”, “Your client does not know where the tourist information center, sports complex, shopping center, art gallery, city administration are located. You need to explain how to get to these objects”) [2].

Наблюдения оказывают, что студенты ЭГ после введения предложенных заданий более свободно ориентировались в выборе адекватных языковых средств для достижения той или иной коммуникативной задачи. Кроме того, исследование показало, что в процессе реализации организационно-педагогических условий у обучающихся возросла мотивация к изучению иностранного языка, интерес к культуре стран изучаемого языка. При изучении ценностных ориентаций на понимание особенностей мировоззрения другой культуры мы отметили, что возросло число студентов, у которых наблюдается интерес к иной культуре, тенденция к более глубокому и детальному исследованию особенностей речевого поведения представителей иной культуры. Среди важных личностных коммуникативных качеств будущего профессионала обучающиеся отметили: общительность, тактичность, вежливость, умение воздействовать на собеседника, умение правильно понимать посыл высказываний. Среди нравственных и волевых качеств обучающиеся отметили: отзывчивость, терпение, самообладание, любознательность, уважение к представителям иной культуры, интерес к работе, способность к самокритике, доброжелательность, инициативность, ответственность.

Таким образом, мы достигли положительной динамики в формировании коммуникативной компетенции по ценностному показателю что свидетельствует об эффективности предложенных нами профессионально-ориентированных заданий в рамках дисциплины «Иностранный язык». В перспективе дальнейшего исследования мы рассмотрим другие показатели коммуникативной компетенции в контексте профессиональной направленности будущих бакалавров различных направлений подготовки.

Список использованных источников.

1. Быстрая, Е.Б. Проблемы подготовки к межкультурному взаимодействию / Е.Б. Быстрая, И.Е. Кутенева // Сборник научн. статей по материалам XVI Межд. научно–практ. конференции «Вопросы филологии и переводоведения: направления и тенденции современных исследований». – Чебоксары: Чувашский гос. пед. ун–т. 2019. – С. 134–138.
2. Герасимова, К.Ю. Формирование межкультурной компетентности будущего сотрудника сферы туризма как актуальная профессионально-педагогическая проблема / К.Ю. Герасимова // Вестник педагогических наук. – 2021. - №2. – С. 158-162.
3. Мирошникова, Д.В. Учебно-творческие задачи в развитии креативности будущего учителя / Д.В. Мирошникова // Перспективы науки. – 2018. – №6 (105). – С. 115-118.
4. Овсянникова Т.В. Педагогические условия формирования межкультурной компетентности студентов // Вектор науки ТГУ. – 2011. – № 2(5). – С. 152 155.
5. Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://fgosvo.ru/fgosvo/151/150/24/94> (дата обращения: 17.05.21)
6. Шпак Е.В. Формирование межкультурной коммуникации студентов туристского вуза: дис. канд. пед. наук / Шпак, Е.В. – Рязань. – 2010. – 151 с.
7. Янкина, Н.В. Формирование межкультурной компетентности студента университета: дис. ... д.пед.наук / Н.В. Янкина. – Москва, 2006. – 360 с.

FORMATION OF COMMUNICATIVE COMPETENCE OF BACHELOR STUDENTS BY MEANS OF FOREIGN LANGUAGE

D.V. Miroshnikova

*FSBEI HE «Orenburg State Pedagogical University»,
Orenburg, Russia*

The article actualizes the need to saturate the content of the discipline "Foreign language" for bachelors with professionally oriented situations that contribute to the formation of communicative competence of students. The importance of the problem raised is due to the requirements of modern society to the level of training of a bachelor's degree graduate, which is reflected in the Federal State Educational Standard of Higher Education of a New Generation (UK-4). The author identifies the value component as a component of communicative competence, characterizes and gives signs of the most effective communicative professionally oriented tasks within the framework of the "Foreign language" discipline for the formation of communicative competence of students in various areas of vocational training at a university.

Keywords: bachelor's degree, communicative competence, foreign language, methods of teaching a foreign language, professional training, Federal State Educational Standard of Higher Education, value orientation.

УДК 17.021.2

МОДЕЛИРОВАНИЕ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Е.В. Молчанова

*Филиал ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» в г. Тихорецке,
г. Тихорецк, Россия*

В статье акцентировано внимание на том, что моделирование деловых, профессиональных, образовательно-воспитательных процессов усложняется динамичной внешней средой: повышаются требования общества к профессиональному образованию, обновляются технологии обучения, меняются организационные и экономические условия деятельности вузов.

Ключевые слова: достоинство, личность, информационные ресурсы, педагогическое моделирование, педагогика, образовательное учреждение.

Выделение деловых процессов и операций в образовательных учреждениях, формальное их описание, построение моделей и анализ результатов моделирования, позволит с достаточной (приемлемой для практики) точностью определить затраты трудовых и иных ресурсов на исполнение делового процесса за период времени, оценить эффективность использования ресурсов, сравнить варианты организации деловых процессов и выработать рекомендации по их рационализации. Таким образом, очевидна актуальность изучения деловых процессов в учреждениях высшего профессионального образования и построения моделей деловых процессов.

Целью исследования является построение моделей деловых процессов образовательных учреждений, минимизация трудовых и ресурсных затрат при предоставлении образовательных услуг. Задачами исследования являются изучение операционной деятельности образовательного учреждения и проведение анализа с привлечением экономико-статистических методов.

Инструментарием исследования является процессно-статистический подход и интеграция визуального и имитационного моделирования. Процессно-статистический подход основан на следующих принципах: интеграция визуального и имитационного моделирования деловых процессов; использование языка UML для представления структуры деловых процессов; автоматизированный синтез имитационной модели.

Интеграция визуального и имитационного моделирования предполагает построение совокупности взаимосвязанных количественных и визуальных (диаграммы языка UML) компонентов и использование этой совокупности как основы для имитационного

моделирования, что обеспечивает возможность одновременного моделирования системы на качественном и количественном уровне и позволяет сократить затраты времени на построение имитационной модели.

В современной рыночной среде особое внимание уделяется потребителю. Потребителями образовательных услуг являются студенты, провоцирующие совокупность основных и обеспечивающих процессов в деятельности вуза. На основе процессно-статистического подхода данные процессы поддаются формализации и используются для обеспечения качества подготовки специалистов и эффективности функционирования вуза.

К основным процессам вуза следует отнести процессы организации непосредственной подготовки специалистов, воспитательный процесс и научно-исследовательские процессы. Обеспечивающие процессы способствуют выполнению задач вуза, но сами себе не добавляют стоимости. Здесь существует множество управленческих процессов, связанных с поддержкой учебной и административной деятельности вуза.

Для моделирования основных и обеспечивающих процессов вуза на количественном уровне был проведен сбор и анализ данных о временных затратах на исполнение операций деловых процессов. Для получения исходных данных использовалось несколько различных методов: проводился опрос сотрудников, обладающих достаточным опытом работы (была разработана анкета для проведения такого опроса); временные характеристики операций процессов собирались путем хронометража. Результаты обработки собранных данных использовались для определения переменных имитационной модели в системе СИМ-UML.

Рассмотрим построение фрагмента модели учебного процесса с помощью диаграммы прецедентов языка UML. Диаграмма прецедентов позволяет представить функционирование образовательного учреждения в целом, на самом общем уровне. При этом можно очертить границы изучаемой системы, ввести внешние сущности, которые вызывают сценарии использования системы. В рассматриваемом фрагменте модели учебного процесса в роли акторов выступают: абитуриент, студент, выпускник, головной вуз и внешняя организация.

При обращении актора к прецеденту будет начато исполнение соответствующего делового процесса. На рисунке 1 представлена диаграмма прецедентов учебного процесса (фрагмент). Из рисунка видно, что с прецедентами «Архивная справка», «Характеристика» связаны сразу два актора «Студент» и «Выпускник», с прецедентом «Справка о прохождении вступительных испытаний»

операции различна, наиболее востребована по данным таблицы выписки из приказа о завершении обучения. Проведя расчет затрат труда на выполнение каждой из операций по выписке из приказов методистом дневного отделения, построим модель по переменной S – суммарные затраты труда за месяц на выполнение операций по выписки из приказов о переводе на заочное отделение, о зачислении, об отчислении, о завершении обучения.

Имитационное моделирование показывает, что максимальное количество выписок из приказов за месяц составит 220 штук (операций), совокупное время на выполнение этого объема работы составит 1 час 50 минут. Минимальное количество выписок из приказов за месяц составит около 20 штук (операций), совокупное время на выполнение этого объема работы составит 35 минут.

Таким образом, выявив все выполняемые операции работником можно рассчитать – сколько рабочего времени ему необходимо для выполнения этих операций, определить его загруженность, производительность и заработную плату. Выявленные данные позволят руководителям вуза наиболее рационально организовать основные и обеспечивающие процессы вуза, подобрать наиболее трудоспособный и дисциплинированный коллектив, обеспечив им высокую заработную плату, а также сократить затраты времени на контроль, повысить конкурентоспособность работников.

Список использованных источников.

1. Найниш Л. А. Моделирование в педагогике / Л. А. Найниш, О. А. Кувшинова // *Wschodnioeuropejskie Czasopismo Naukowe*. – 2018. – № 7-4(35). – С. 27-30.

2. Писаренко В.И. Моделирование в современной педагогике. // *Общество: социология, психология, педагогика*. – 2019. – №12 (68). – С. 146-154.

MODELING IN THE EDUCATIONAL PROCESS

E. V. Molchanova

*Kuban State University Branch in Tikhoretsk,
Tikhoretsk, Russia*

The article focuses on the fact that the modeling of business, professional, educational and educational processes is complicated by a dynamic external environment: society's requirements for professional education are increasing, training technologies are being updated, and the organizational and economic conditions of higher education institutions are changing.

Keywords: dignity, personality, information resources, pedagogical modeling, pedagogy, educational institution.

УДК 334.72

РАЗВИТИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА В ПОСЛЕПАНДЕМИЙНЫЙ ПЕРИОД

М.И. Морозевич

*ФГБОУ ВО «Нижевартовский государственный университет»,
г. Нижневартовск, Россия*

В статье характеризуется развитие малого бизнеса после пандемии коронавируса. В процессе написания статьи были исследованы точки зрения, как официальных источников, так и частных аналитических центров. Рассматривается также роль государства в развитии малого бизнеса, реализуемые меры поддержки.

Ключевые слова: Малый бизнес, пандемия, развитие бизнеса, предпринимательство, малое предприятие.

Современные условия ведения бизнеса характеризуются повышенной степенью неопределенности и рисков, что обусловлено влиянием пандемии вируса Covid-19. Сложнее всего приходится малому бизнесу, для которого последствия ограничительных мер оказались наиболее болезненными. Для успешного развития бизнеса необходимо своевременно выявлять возникающие трудности, разрабатывать меры для минимизации последствий кризиса, в том числе с поддержкой государства. Необходимость развития малого бизнеса обусловлена его важностью для рыночной экономики. Ведь именно малое предпринимательство обеспечивает большую часть рабочих мест, стимулирует и поддерживает конкурентную среду. Все это обуславливает актуальность темы настоящей статьи.

Развитие малого бизнеса еще не достигло уровня, который был до пандемии коронавируса. Иными словами, преждевременно сейчас говорить о восстановлении вируса. Платежеспособность населения была значительно снижена, многие малые предприятия до сих пор накапливают финансовые ресурсы для покрытия убытков [4].

В настоящее время отмечается тенденция инвестирования малыми предприятиями в свое развитие, что свидетельствует о постепенной адаптации к последствиям кризиса.

Способствующий фактор для развития экономики в целом, для малых предприятий заключается в проведении вакцинации. Чем большее количество людей будет провакцинировано, тем выше вероятность полного снятия ограничений по всей России. Это, в свою очередь, позволит нарастить темпы восстановления малого бизнеса, последующего роста.

Наименее пострадавшими в период пандемии отраслями можно назвать такие как фармацевтика, торговля строительными

товарами, автозаправки. Также менее подверженными негативным тенденциям в экономике оказались зоомагазины, специализированные алкомагазины, продуктовые лавки. Их развитие будет продолжаться, как и до пандемии [3].

Сложнее всего ситуация складывается в туристической отрасли, для хозяйствующих субъектов индустрии общепита, развлечений, для фитнес-центров. Для их полноценного восстановления и дальнейшего развития необходимо осуществлять государственную поддержку.

Стоит отметить, что введенные во время коронавируса меры поддержки были доступны далеко не всем пострадавшим субъектам малого бизнеса. Это значительно снизило эффективность государственной помощи. Поэтому актуальным вопросом является продолжение мер поддержки малого бизнеса и после снятия ограничительных мер в послепандемийный период.

На помощь государства могут рассчитывать малые предприятия сельскохозяйственного сектора: фермеры, занятые в рыбном хозяйстве, растениеводстве, животноводстве. Важным условием является отсутствие долгов, как перед государством, так и перед сотрудниками предприятия. Малый бизнес сельскохозяйственной отрасли может компенсировать до 90% от своих расходов, частично возместить уплаченные проценты по кредитам. Данные меры направлены на поддержание и развитие фермеров, имеющих маленькие магазинчики для реализации собственной продукции, поставляющих ее ресторанам или точкам общепита в более широких масштабах.

Также на поддержку государства в послепандемийный период могут рассчитывать малые предприятия, связанные с инновациями. Государство заинтересовано в проведении исследований и осуществлении разработок, нацеленных на будущее [5]. Поскольку инновационная деятельность не приносит высоких прибылей важно, чтобы государство предоставляло такому бизнесу гарантии перед инвесторами, возможность воспользоваться более доступными заемными средствами. Это может быть как компенсация расходов на уже уплаченные кредиты, так и снижение процентных ставок по вновь оформляемым займам [2].

Восстановление сферы услуг после пандемии происходит более высокими темпами по сравнению с другими сферами предпринимательства. По результатам исследования, проведенного аудиторской компанией «FinExpertiza», в январе-феврале 2021 г. оборот химчисток, ремонтных мастерских, салонов красоты увеличился на 64,7%, фитнес-центров и центров развлечений – на 47% по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года [2].

Стоит отметить, что данные «FinExpertiza» основываются на официальной статистической информации, которая не всегда отражает реальную обстановку в стране.

Если рассматривать развитие бизнеса в территориальном разрезе, то можно отметить постепенное развитие малого бизнеса практически во всех субъектах РФ – в 71 регионе из 85. При этом в числе лидеров можно отметить Дагестан, Тамбовскую область и Алтай. Хуже ситуация складывается в Нижегородской, Волгоградской и Сахалинской областях. Дальнейшее развитие малого бизнеса, может повысить результативность российской экономики [1].

По мнению Минэкономразвития, что статистика объективно отражает реальность. Заметный рост отмечен в химическом комплексе, легкой промышленности, машиностроении. В строительном и обрабатывающем секторах, темпы развития бизнеса сохраняются на прошлогоднем уровне. О постепенном наращивании темпов развития малого бизнеса свидетельствуют также данные контрольно-кассовой техники. Так, среднедневные обороты в январе-феврале превысили уровень начала 2020-го. Впрочем, малому бизнесу все еще тяжело, признали в министерстве.

По мнению Михаила Когана, руководителя отдела аналитических исследований Высшей школы управления финансами, с окончанием кредитных каникул затруднится функционирование малого бизнеса, поскольку основная масса средств пойдет на возврат кредитных средств [6]. В сфере услуг возможен рост за счет самозанятых граждан и маленьких предприятий, цены которых ниже среднерыночных. Реальные доходы населения остаются на довольно низком уровне, поэтому многие потребители вынуждены экономить. В частности, это скажется негативно на таких сферах как одежда, бытовая техника, ресторанный и отельный бизнес [6].

Таким образом, преждевременно говорить об окончании кризиса для малого бизнеса. Даже при оптимистичном сценарии экономика восстановится не раньше конца текущего года или первой половины 2022-го. Мешают не только последствия пандемии, но и высокая налоговая нагрузка, излишние административные барьеры, низкий покупательский спрос, дорогие кредиты.

Список использованных источников.

1. Волкова, И.А. Управление малым и средним бизнесом в рамках концепции "бережливый регион" / И.А. Волкова // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2018. – № 1(68). – С. 99-106.

2. Выбрался из пандемии: российский бизнес заработал больше, чем до кризиса. – URL: <https://ria.ru/20210407/biznes-1610620362.html> (дата обращения: 23.04.2021).

3. Левшукова, О.А. Возможные последствия пандемии Covid-19 на развитие экономики России // Естественно-гуманитарные исследования. – 2020. – № 29 (3). – С. 191-202.

4. Магомедова, Н.И. Анализ перспектив развития бизнеса в после-пандемийный период // УЭПС: управление, экономика, политика, социология. – 2020. – № 39 (173). – С. 29-33.

5. Тагирова А.В. Использование инноваций в бизнесе индивидуальными предпринимателями / А.В. Тагирова // Культура, наука, образование: проблемы и перспективы: материалы VI международной научно-практической конференции, Нижневартовск, 13–15 февраля 2017 года. – Нижневартовск: Нижневартровский государственный университет, 2017. – С. 455-458.

6. Эксперты: малый бизнес смог выжить в пандемию, но говорить о полном восстановлении рано. – URL: <https://tass.ru/ekonomika/10575241>/(дата обращения: 23.04.2021).

DEVELOPMENT OF SMALL BUSINESS IN THE POST-PANDEMIC PERIOD

M.I. Morozevich

*FSBEI HE «Nizhnevartovsk State University»,
Nizhnevartovsk, Russia*

The article characterizes the development of small businesses after the pandemic coronavirus. In the process of writing the article the points of view of both official sources and private analytical centers were investigated. The role of the state in the development of small business, the implemented support measures are also considered.

Keywords: Small business, pandemic, business development, entrepreneurship, small business.

УДК 34.07

К ВОПРОСУ О КЛАССИФИКАЦИИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ, ПРИНИМАЕМЫХ В ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ ОРГАНАХ МВД РОССИИ

Н. М-А. Мустафаев

*Академия управления МВД России,
г. Москва, Россия*

В статье рассматриваются теоретические аспекты управленческих решений принимаемые в органах внутренних дел, а также вопросы связанные с требованиями предъявляемым к управленческим решениям. Затронуты вопросы классификации и результативности принимаемых в органах внутренних дел управленческих решений.

Ключевые слова: управленческие решения, субъект управления, органы внутренних дел.

Управленческое решение представляет собой определенную совокупность правовых и социальных норм, определяющих возникновение и осуществление правоотношений между индивидами, выступающими в роли субъекта и объекта административно-правовых отношений – начальника и его подчиненных, руководителя и исполнителей в самых разных областях жизнедеятельности государства и общества.

Любое управленческое решение в территориальных органах МВД России, принимается на основе анализа оперативной обстановки. Информация, отмечает Д.В. Граждан, применительно к принятию и реализации управленческих задач, несомненно играет приоритетную роль относительно взаимодействующей с ней социальной организацией¹.

Информационные ресурсы управленческого характера, на базе которых в территориальных ОВД осуществляется формирование и принятие уполномоченными субъектами управленческих решений, по мнению Ю.Е. Булыгина, должна рассматриваться как систематизированная общность данных о тех явлениях и процессах, которые осуществляются в самом органе внутренних дел, его службах и подразделениях, на территории оперативно-служебной деятельности ОВД, среди населения соответствующего субъекта РФ, муниципального образования и т.п.²

Как отмечал Ю.В. Колесников, информация, значимая для управленческой деятельности, представляет собой различные сведения инновационного характера, определяющие и иллюстрирующие ситуацию принятия управленческого решения. Такая управленческая информация уменьшающая степень неизвестности перспектив правоохранительной деятельности, субъектом администрирования должна восприниматься как полезный источник для принятия значимых и актуальных управленческих решений, разрешения административных задач³.

По мнению Е. Ф. Яськова, изучавшего природу управленческих решений, для каждой организации, особенно крупной, свой-

¹ Граждан Д. В. Социальное управление как профессиональная и общественная деятельность // Социальное управление: курс лекций. М., 2000, с. 154.

² Булыгин Ю. Е. Организация социального управления (основные понятия и категории): словарь-справочник. М., 1999, с.42.

³ Колесников Ю. В. Кибернетизация и коммуникации в управлении // Социальное управление: курс лекций. М., 2000, с. 271.

ственно наличие определенной модели принятия и реализации типовых управленческих решений, наличие специально разработанного механизма формирования таких решений и повышения их эффективности¹. Указанный автор делает особый акцент на том, что при формулировании и принятии управленческих задач в обязательном порядке должны рассматриваться альтернативные варианты достижения предполагаемой цели решения:

- альтернативность в ходе выявления и конкретизации проблем подлежащих разрешению,
- альтернативность задач, решение которых приведет к разрешению административно-правовой проблемы,
- альтернативность механизма достижения цели управленческого решения. Она проявляется в возможных вариантах реализации взаимосвязей участников управленческого правоотношения, вариантах использования имеющейся и возможной к задействованию ресурсной базы и пр.

Управленческое решение всегда должно отвечать требованиям осознанности, наличия волевой составляющей субъекта управленческой деятельности, носить императивно-безусловный характер, формироваться и приниматься в соответствии с установленной процедурой, предварительной оценки информационных ресурсов о проблеме, требующей административного реагирования, наличия альтернативных вариантов достижения цели решения, наличия должного объема сил и средств для полноценной реализации всех поставленных задач. Базовая цель принятия и последующей реализации управленческого решения – разрешение проблемной ситуации в сфере правоотношений административно-правового характера, а также урегулирование и оптимизация соответствующих общественных отношений.

Реализуемые в территориальных органах МВД России на региональном и районном уровне управленческие решения можно классифицировать в зависимости от тех критериев и прикладных параметров, которые положены в основу их дифференциации. От того, насколько глобальной является цель принимаемого управленческого решения, оно может носить оперативно-тактический или же стратегический характер.

Исходя из того, на какой объем объектов управления распространяется принимаемое руководителем в системе МВД России управленческое решение, можно вести речь об управленческих решениях локального характера, обращенных на одно подразделе-

¹ Яськов Е. Ф. Управленческие решения. М., 2006, с.63.

ние или службу территориального ОВД, и соответствующих решениях общего (организационного) характера, рассматривающих в качестве исполнителей либо несколько подразделений, либо весь территориальный орган МВД России.

Беря в качестве критерия дифференциации управленческих решений в системе МВД России время действия данного решения, можно выделить следующие виды административных решений:

- краткосрочные управленческие решения. Их реализация предполагается в крайне ограниченный временной отрезок,

- управленческие решения среднесрочного характера. По сложившейся в территориальных ОВД практике среднесрочные решения имеют «временную привязку» к определенным отчетным периодам в служебной деятельности ОВД. они могут быть месячного, квартального, полугодового, и, что много реже, годового периода действия,

- перспективные управленческие решения. Они носят долгосрочный (от года и более) характер и в основном имеют отношение к сфере полномочий руководителей территориальных ОВД регионального характера и Центрального аппарата МВД России.

Если в основу классификации управленческих отношений разметить критерий наступающих последствий принятого решения и возможности обратить их вспять, то можно выделить две группы решений административного характера:

- обратимые управленческие решения. Их последствия могут быть подвергнуты корректировке, изменению, совершенствованию (решение о привлечении сотрудника к дисциплинарной ответственности может быть скорректировано при получении субъектом управления дополнительной значимой информации),

- необратимые управленческие решения, последствия которых корректировке подлежать не могут. В качестве примера можно привести исполненное управленческое решение об уничтожении в установленном порядке служебной документации.

Не смотря на то, что в системе МВД России в значительной степени преобладают управленческие решения, принимаемые в единоначальном порядке, в ряде случаев могут встречаться административные решения, принимаемые коллегиальным субъектом управленческой деятельности. На уровне Центрального аппарата МВД России и территориальных ОВД по субъектам РФ это, прежде всего, решения соответствующих Коллегий, в образовательных организациях высшего образования системы МВД России – решения ученых советов вузов.

Выбирая в качестве основания классификации управленческих решений, принимаемых в территориальных органах МВД

России способ их формализации, можно выделить следующие виды решений управленческого характера:

- управленческие решения, принятые и зарегистрированные в соответствии с государственными и ведомственными требованиями ведения документооборота. К их числу надлежит отнести различные приказы и распоряжения Министра, руководителей подразделений Центрального аппарата МВД России, руководителей территориальных органов МВД России,

- управленческие решения не прошедшие официальной регистрации. Чаще всего они представляют собой устные приказы и распоряжения субъектов внутриорганизационной административной деятельности в системе МВД России, отданные в пределах полномочий соответствующего руководителя.

Отталкиваясь от того, что стало первоисточником возникновения необходимости принятия руководителем в системе МВД России управленческого решения, можно выделить управленческие решения, которые были сформулированы и приняты во исполнение административного решения, принятого вышестоящим руководителем ОВД и т.н. инициативные решения субъекта управления, принимаемые им самостоятельно в пределах предоставленных по занимаемой должности полномочий.

В зависимости от того, насколько быстро должна быть достигнута цель принимаемого управленческого решения, выделяются:

- управленческие решения несрочного характера, связанные с достаточным количеством ресурса времени у исполнителей для реализации решения,

- срочные управленческие решения. Они носят оперативный характер, требуют принятия неотложных мер при минимальном объеме времени как на оценку информации, так и на реализацию решения,

- управленческие решения кризисного характера. Они имеют достаточно большое сходство со срочными решениями, но основаниями для их разработки, принятия и реализации выступают внезапно возникающие кризисные явления – резкое ухудшение оперативной обстановки, возникновение ЧС, внезапно возникшая необходимость проведения КТО и пр.

Исходя из степени рациональности, используемой субъектом управления при формировании и принятии управленческого решения, выделяются:

- рациональные решения управленческого характера. При их формировании и принятии управомоченный субъект управления

максимально объективно оценивает все имеющиеся обстоятельства и информационные ресурсы, включая имеющийся опыт принятия аналогичных решений,

- управленческие решения, принимаемые на интуитивном уровне, когда руководитель в системе МВД России задействует свое интеллектуальное и имеющийся опыт административной деятельности,

- управленческие решения, принимаемые на основе предварительной прогнозной деятельности,

- программируемые административные решения, основанные на имеющемся опыте и оценки имеющихся ресурсов для реализации решения.

Анализируя возможные основания для дифференциации принимаемых в территориальных ОВД управленческих решений, нельзя обойти стороной саму личность, единоначально принимающую соответствующее решение, стиль их принятия и контроля реализации:

- абсолютно авторитарные решения, принимаемые руководителем безо всякой опоры на мнение заместителей, прочих подчиненных,

- демократичные управленческие решения, в разработке которых принимали участие объекты управления, принималось во внимание мнение большинства исполнителей,

- взвешенно-осторожные, при которых субъект управления старается максимально полно учесть все аспекты, включая возможные негативные последствия исполненного решения,

- оптимально-уравновешенные управленческие решения,

- инертные решения управленческого характера, при принятии которых субъект управления излишне затягивает процессы формулирования и фактического принятия решения, носящего, подчас, срочный характер,

- импульсивно принимаемые управленческие решения, при постановке которых руководитель в большей части руководствуется своими эмоциями, а не информационными данными и имеющимся опытом административной деятельности.

Мы приводим далеко не полный перечень всех возможных классификаций управленческих решений, принимаемых в территориальных ОВД. Более того, следует признать, что такая дифференциация решений, принимаемых субъектами управления территориальных ОВД носит достаточно искусственный, умозрительный характер, а, соответственно, в «идеальном» воплощении встречается достаточно редко.

Общая теория управления фиксирует значительный по своему объему перечень требований, которые предъявляются к формированию и принятию решений управленческого характера. Практически все они применимы и к управленческим решениям, принимаемым в территориальных органах МВД России. К числу таких требований следует отнести:

- актуальность принимаемых решений управленческого характера, наличие объективной потребности в данном административном решении «здесь и сейчас». Решение формируется и принимается лишь в том случае, когда имеет место проблема, которая не может быть решена без принятия такого решения,

- целенаправленность принимаемых решений управленческого характера, определение не только максимально конкретной цели, но и прикладных задач решения,

- эффективность принимаемых решений управленческого характера. В качестве сути такого требования В.К. Русаков рассматривал обязательность достижения исполнителями цели управленческого решения и достижение общественно значимого результата¹,

- обоснованность и своевременность принимаемых управленческих решений,

- полнота принимаемых решений управленческого характера. Под данным требованием понимается полнообъемная фиксация всех обязательных элементов такого решения от проблемы, требующей разрешения, до ресурсного обеспечения исполнителей,

- наличие у субъекта управления, принимающего решение управленческого характера, надлежащего уровня сформированности профессиональных, профессионально-специализированных компетенций, а также опыта принятия и контроля реализации управленческих решений,

- наличие у субъекта управления, принимающего решение управленческого характера, полномочий на принятие соответствующего решения и контроля его реализации,

- неукоснительность соблюдения принципа законности субъектом и объектом управления на всех этапах работы с управленческим решением, от его целеполагания до окончания практической реализации,

- вариативность принимаемого решения управленческого характера, предусматривающая обязательность рассмотрения субъектом администрирования всех возможных альтернативных вари-

¹ Русаков В. К. Качество управленческих решений: проблемы определения и подходы к его оценке // Труды Академии управления МВД России. 2012. № 2 (22), с. 47.

антов достижения цели и минимизации проблем и негативных последствий, а также избрание для практической реализации решения наиболее оптимального из них,

- соответствие и согласованность принимаемого решения управленческого характера ранее реализованным решениям аналогичной природы управленческой деятельности, преемственность в процессе администрирования,

- конкретность и доступность к пониманию административного замысла принимаемого управленческого решения для лиц, осуществляющих его практическую реализацию,

- максимальная простота и минимизация возможности двойного толкования целей, задач и формулировок управленческого решения, как его исполнителями, так и адресатами решения,

- четко зафиксированная адресность принимаемого управленческого решения, его ориентированность на решение конкретной проблемы,

- подвижность принимаемого и реализуемого управленческого решения, которое исполняется при наличии в нем объективной необходимости и отменяется по минованию в нем надобности.

В завершении, следует отметить, что соблюдение субъектом управленческой деятельности в территориальном ОВД требований, предъявляемых к таким решениям, дают ему возможность избрать наиболее эффективный и малозатратный вариант его реализации. В результате достигаются цели принимаемого административного решения, а субъект правоохранительного администрирования получает личный опыт принятия и контроля реализации управленческих решений как в обычных условиях, так в случае осложнения оперативной ситуации на территории оперативного обслуживания органа внутренних дел.

ON THE ISSUE OF CLASSIFICATION OF MANAGEMENT DECISIONS TAKEN IN THE TERRITORIAL BODIES OF THE MINISTRY OF INTERNAL AFFAIRS OF RUSSIA

N. M.-A. Mustafayev

*Academy of Management of the Ministry of Internal Affairs of Russia,
Moscow, Russia*

The article deals with the theoretical aspects of managerial decisions made in the internal affairs bodies, as well as issues related to the requirements for managerial decisions. The issues of classification and effectiveness of managerial decisions taken in the internal affairs bodies are touched upon.

Keywords: management decisions, the subject of management, internal affairs bodies.

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ЛЕСНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

М.А. Муравьёва, А.А. Малеева

*ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет
имени академика И.Г. Петровского», г. Брянск, Россия*

Экономический потенциал государства представляет собой комплекс отраслей народного хозяйства, к одной из которых и относится лесная промышленность. Россия – могущественная держава с востребованным и перспективным лесным сектором, но тем не менее экономический потенциал в стране не реализован в полной мере.

Ключевые слова: экономический потенциал, лесопромышленный комплекс, продукция, лесные ресурсы, экспорт.

Среди ведущих стран мира по уровню развития экономики Российская Федерация находится на почетном пятом месте. Наша страна богата не только сырьевыми ресурсами, такими как нефть, газ, уголь, но также и запасами древесины. От результатов реализации данных ресурсов зависит экономическая составляющая РФ. Россия занимает первое место в мире по площади и на ее долю приходится 1/5 всех лесов планеты. Это является безусловной прерогативой для развития и поддержания экономического потенциала лесной промышленности. Лесопромышленный комплекс (далее ЛПК) – представляет собой динамичную отрасль, а также один из ведущих секторов экономики, направленный на заготовку и переработку древесины. По мировым ее запасам на нашу страну доводится 1/4 часть. Уступаем лишь таким страна, как Канада, США, Финляндия, Бразилия, Китай и Швеция.

ЛПК включает в себя четыре составляющие: лесозаготовительную, целлюлозно-бумажную, лесопильно-деревообрабатывающую и лесохимическую. В настоящее время в данной области насчитывается 22 тысячи предприятий. Исходя из данных Федеральной государственной службы статистики (далее Росстат) за 2019 год индекс производства в целлюлозно-бумажной промышленности составил 103,6% по отношению к 2018 году, в деревообрабатывающей промышленности - 105,3%. В целом объем производства за 2019 год превысил 127 млн м³ промышленной древесины и свыше 13 млн м³ топливной. Основными областями лесозаготовительной отрасли являются Республика Коми, Хабаровский и Красноярский край, а также Иркутская, Архангельская, Томская и Пермская области.

Мы должны понимать, что стратегическое значение лесной отрасли очень актуально для России и играет большую роль в развитии экономики государства. Безусловно, Российская Федерация

имеет огромный экономический потенциал лесной промышленности. Это подтверждается тем, что 2/3 части территории занимают леса. Это примерно 780 млн гектаров. Около 25% мировых лесных ресурсов приходится на Россию. Это и служит перспективой дальнейшего процветания отрасли.

Сейчас, когда инновации не стоят на месте, появляется новейшее оборудование, вопрос посадки и вырубki леса гораздо упрощен. На смену ручной работы и бензопилам пришли форвардеры (отвозят и собирают деревья) и харвестеры (занимаются срубом и первичной обработкой дерева). Лесная промышленность сейчас находится на переломном периоде, оказывающем как благоприятное, так и неблагоприятное влияние. Да, происходит модернизация оборудования, изменяется нормативно-правовая база. Но недостатки тоже есть, процесс внедрения занимает большое количество времени, квалифицированных кадров не хватает, слабо развитая дорожно-транспортная инфраструктура, таможенные пошлины – в значительной мере замедляют темпы развития лесной отрасли.

Российская лесная продукция высочайшего качества и прочности, она безусловно соответствует международным стандартам. Это является одним из преимуществ нашей продукции на мировом рынке. Так как Китай, Бразилия и США высаживают в плантации менее прочные деревья, что не очень привлекательно для потребителей.

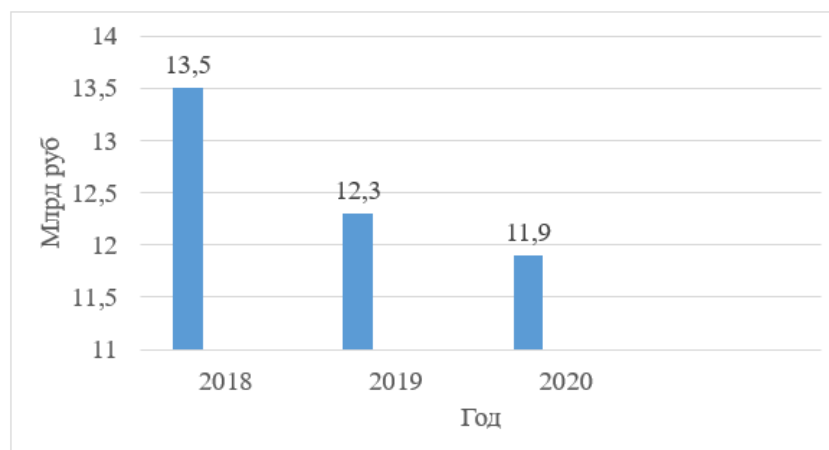


Рисунок 1 – Динамика экспорта продукции ЛКП за 2018-2019 года

Исходя из рис.1. мы можем пронаблюдать, что экспорт лесопромышленной продукции за последние три года незначительно сокращается. Это связано с тем, что в 2018 году цены на целлюлозно-бумажную продукцию на международном рынке были достаточно высокими, что принесло в бюджет государства хороший доход. В 2020 же году, несмотря на сложности пандемии, были зафиксированы экспортные ре-

корды по некоторым показателям. Например, увеличился вывоз древесных брикетов, клеёной фанеры, деревянной тары, химической целлюлозы, а также деревянных дверей. Да, общий объем экспорта снизился, но большинство продукции увеличил свои поставки за рубеж. Большая часть всех экспортируемых лесных товаров приходится на Китай. Ведь российские поставки по-прежнему жизненно необходимы для этой страны. В результате пандемии Китайская народная республика ужесточила фитосанитарный контроль, это ухудшило ситуацию с поставками и негативно повлияло на экономику РФ.

В заключение, хочется сказать, что Российская Федерация – это могущественная страна, обладающая всеми необходимыми лесными ресурсами. И если найти правильный подход к их использованию, то можно достичь высоких результатов. Если так подумать, около 35% древесины используется неэффективно, но ведь какой доход государство могло бы получить от ее реализации. Конечно, у России есть огромный лесной потенциал, а значит и экономический потенциал, благодаря чему страна имеет все возможности выйти на новый уровень внешнеэкономических отношений и последующего сотрудничества с иностранными государствами.

Список использованных источников

1. Антонова Н. Е. Биоресурсный сектор Дальнего Востока России / Н.Е. Антонова, Л.В. Волков, Г.И. Сухомиров // *Пространственная экономика*. – 2017. – №2. – С. 110-133.
2. Быковский, В. К. Лесное право России / В. К. Быковский. – 6-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2020. – 262 с.
3. Вавилова Е.В. Экономический потенциал территории Российской Федерации : учебное пособие / Вавилова Е.В. – КноРус, 2019.
4. Официальный сайт Росстата РФ. [Электронный ресурс]. URL : <https://rosstat.gov.ru/>. (дата обращения 09.04.2021).
5. Электронная образовательная система БГУ. [Электронный ресурс]. URL : <http://biblioclub.ru>. (дата обращения 13.03.2021).

ECONOMIC POTENTIAL OF THE FOREST INDUSTRY IN THE RUSSIAN FEDERATION

M.A. Muravyova, A.A. Maleeva

*FSBEI HE «Bryansk State University named after academician I.G. Petrovsky»,
Bryansk, Russia*

The economic potential of the state is a complex of branches of the national economy, one of which is the timber industry. Russia is a powerful state with a popular and promising forest sector, but nevertheless, the country's economic potential has not been fully realized.

Keywords: economic potential, timber industry complex, products, forest resources, export.

УДК 303.425.6

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ВОВЛЕЧЕННОСТЬЮ КАК УСЛОВИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ЛОЯЛЬНОСТИ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ НА ПРИМЕРЕ ИЛАНСКОЙ ДИСТАНЦИИ ПУТИ

С.А. Нельк, А.В. Кутузова

*Красноярский институт железнодорожного транспорта – филиал
ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет путей сообщения»
г.Красноярск, Россия*

В статье представлена оценка эффективности управления вовлеченностью молодых специалистов в Иланской дистанции пути. В ходе оценки использовался опросник Q12 разработанный институтом Гэллапа, а также методика, основанная на алгоритме формирования вовлеченности Скриптуновой, а также оценка лояльности молодых специалистов с помощью шкалы Терстоуна. По результатам оценки были выявлены проблемы в области исследования. В связи с этим разработаны рекомендации и корректирующие мероприятия по решению выявленных проблем в управлении вовлеченностью молодых специалистов.

Ключевые слова: вовлеченность персонала, лояльность персонала, Иланская дистанция пути, управление персоналом, молодые специалисты.

На сегодняшний день проблема вовлеченности молодых специалистов в работе организации является одной из самых актуальных в управлении персоналом. За каждым шагом в процессе работы организации стоят реализующие его сотрудники, их человеческий капитал, который в современном бизнесе стал ключевым фактором, определяющим конкурентоспособность организаций. В условиях растущей конкуренции для современных организаций важно создавать работоспособные и вовлеченные команды единомышленников. [4].

Для оценки эффективности управления вовлеченностью молодых специалистов в Иланской дистанции пути использовались следующие методы исследования: опросник Q12 разработанный институтом Гэллапа, а также методика, основанная на алгоритме формирования вовлеченности Скриптуновой, а также оценка лояльности молодых специалистов с помощью шкалы Терстоуна.

В анкетировании приняло участие 5 молодых специалистов. В разработанной анкете респонденты в большинстве случаев отвечали «нет». При расчете процента положительных ответов от общего числа респондентов получается 47%. Это является важным моментом в управлении вовлеченностью, поскольку при таком показателе нужно начать разработку и внедрение мероприятий,

направленных на повышение уровня заинтересованности. Но первоначально необходимо установить истинные причины низкой вовлеченности с целью точного выявления проблем в исследуемой области.

Также известно, что на вовлеченность молодых специалистов существенное влияние оказывают взаимоотношения с руководством. Респондентам были заданы вопросы относительно стиля управления их непосредственного начальника, ответы на которые представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Исследования вопроса «Стиль управления: мой непосредственный руководитель...»

| № | Вопрос | Редко /иногда (%) | Обычно /всегда (%) |
|----|--|-------------------|--------------------|
| 1 | Обсуждает со мной потребности в обучении | 80 | 20 |
| 2 | Информирует меня о результатах моей работы | 40 | 60 |
| 3 | Дает мне понять, что моя работа важна | 50 | 50 |
| 4 | Отмечает, когда я хорошо поработал | 66 | 34 |
| 5 | Дает мне советы по важным для меня вопросам | 57 | 43 |
| 6 | Не скрывает от меня того, что происходит в организации | 14 | 86 |
| 7 | Открыт и честен | 15 | 85 |
| 8 | Четко объясняет, чего от меня хотят | 63 | 37 |
| 9 | Внимательно выслушивает мои предложения | 23 | 77 |
| 10 | Поддерживает меня, если у меня возникают проблемы | 24 | 26 |
| 11 | Справедлив ко мне | 20 | 80 |

По результатам анкетирования 61,5% опрошенных в целом удовлетворены работой своих непосредственных руководителей, при этом следует отметить: 80% респондентов указали на то, что крайне редко непосредственный руководитель обсуждает с ними потребности в обучении и развитии, и лишь 66% иногда слышат похвалу за хорошо выполненную работу. Также 90% опрошенных ответили, что их непосредственный руководитель предан деятельности предприятия; не скрывает того, что происходит (86%); открыт и честен (85%); справедлив (80%); внимательно выслушивает мои предложения (77%) и оказывает поддержку (76%). Из этого следует, что проблема вовлеченности не по причине неудовлетворяющих отношений с руководством.

По результатам ответов на удовлетворённость работой были выявлены результаты, представленные на рисунке 1.

По результатам проведенного опроса относительно удовлетворенности работой в целом выявилось, что 39% респондентов ею

удовлетворены, 37% – не удовлетворены и лишь 24% – удовлетворены частично. Высокие показатели удовлетворенности демонстрируют такие характеристики работы, как: ответственность, непосредственный начальник (79%); отношение с коллегами (70%); свобода выбора методов работы (60%); безопасность работы (58%) и признание хорошей работы (50%). Респонденты частично удовлетворены: вниманию, уделяемое предложению (63%); возможности использовать свои способности (58%); условиям работы (53%); разнообразием на работе (45%); отношению работников и администрации (43%); признанию хорошей работы, возможности продвижения, то, как управляют предприятием (40%).



Рисунок 1 – Удовлетворенность работой, %

Основными аспектами неудовлетворенности для респондентов является: временем работы (80%); оплатой труда (55%); разнообразием на работе (45%); возможности продвижения, отношению работников и администрации, то, как управляют предприятием (40%).

В целом анализируя удовлетворенность работой, следует отметить, что она во многом зависит от уровня ожиданий конкретного сотрудника. Поэтому оценка «удовлетворен работой» означает, что практически все условия или большая их часть соответствует его притязаниям. Так же нужно иметь в виду, что у сотрудника, имеющего завышенные требования к работе, удовлетворенность трудом никогда не будет определена максимальным значением. Из этого можно сделать вывод, что отношение персонала к работе – это многогранное явление, которое не является статичным. Исследователи выделяют три типа вовлеченности: когнитивная, физическая и эмоциональная [1].

В ходе анкетирования респондентов было выявлено, что все три типа вовлеченности имеют показатель выше среднего. С наибольшим отрывом на первом месте находится эмоциональная вовлеченность, её демонстрирует 67,5% опрошенных. Эмоциональный аспект отражает, что сотрудники думают и какое они имеют отношение к работе. На втором месте когнитивная вовлеченность – 61%. Когнитивный аспект касается убеждений работников относительно своей работы. И третьим – физическая вовлеченность – 56,6%. Физический аспект вовлеченности связан с энергией, которую вкладывают работники и выполнение своих рабочих ролей.

Так как степень вовлеченности во многом зависит от того, насколько сотрудники могут самостоятельно определять, как им выполнять свою работу, то чаще всего такая возможность им предоставляется на предприятии. Важны также поддержка готовности сотрудников формировать новый опыт, положительная обратная связь и стимулирование инициативы. Сотрудники, ощущающие такую поддержку в процессе работы, имеют хорошие возможности для формирования вовлеченности [2].

На основании приведенных вопросов рассчитывается индекс вовлеченности конкретного работника. И он может быть в пределах от 0 до 100. Из полученных данных рассчитываем индекс вовлеченности сотрудников, заполнивших анкету:

- вовлеченность в решение корпоративных задач = 513;
- вовлеченность в рабочий процесс = 684;
- инициатива = 171;
- индекс вовлеченности = $(513 + 684 + 171)/57 = 1368/57 = 24$.

Таким образом, индекс вовлеченности молодых специалистов ниже среднего. Из всего этого можно сделать вывод, что персонал не знает и не желает знать стратегические задачи организации.

Оценка лояльности необходима организации в ситуациях, когда коллектив выказывает достаточно явные признаки недовольства. Его проявлением могут стать текучесть кадров, конфликтные ситуации, снижение КРІ и вовлеченности в работу. Различные преобразования и изменения также могут стать предпосылками для выяснения уровня удовлетворенности сотрудников. Однако большинство организаций, хотя бы раз проводивших анкетирования и опросы по оценке лояльности, продолжают проводить их впоследствии на постоянной основе.

При обработке результатов измерения лояльного отношения сотрудника к организации оценивались ответы только на суждения № 1, 3, 4, 5, 11, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 27, 32, 34. Остальные суждения не учитываются, они служат для камуфляжа

истинных целей исследования. В зависимости от того, в какую градацию отнесено нужное суждение, ему присваивается соответствующий балл. Анализ ответов молодых специалистов Иланской дистанции пути на анкету показал, что испытуемые набрали от 18 до 54 баллов - что указывает на среднюю лояльность опрошенных.

Делая вывод результатов анкетирования, были выявлены следующие проблемы:

- низкий уровень вовлеченности молодых специалистов в процессы организационных изменений и обеспечения качества выполненных работ;

- неэффективная система внутриорганизационных коммуникаций, в особенности вертикальных.

В связи с выявленными проблемами встает необходимость в разработке рекомендаций и корректирующих мероприятий, которые позволят уровень эффективности управления вовлеченностью молодых специалистов.

Одним из факторов, влияющего на вовлеченность молодых специалистов в рабочие процессы, является корпоративная «прозрачность»[5].

Таким образом, решением первой проблемы – низкого уровня вовлеченности молодых специалистов в процессы организационных изменений и обеспечения качества производства продукции предлагается разработать и внедрить Wellbeing-программы для решения личных проблем сотрудников в рамках корпоративной стратегии компании.

Wellbeing-программы (с англ. wellbeing – благополучие) можно развивать комплексно. Необходимо одновременно охватить четыре важные сферы жизни человека: здоровье, личные финансы, карьеру и отношения [4].

Также решением первой проблемы предлагается в комплексе собирать мнения сотрудников с помощью пульс-опросов. С помощью пульс-опросов можно решить несколько задач. Во-первых, отследить, насколько эффективны HR-процессы: адаптация, обучение, мотивация. Во-вторых, получите возможность быстро воздействовать на проблемные зоны. И в-третьих, регулярно получать обратную связь от сотрудников. Когда персонал поймет, что их слышат, вовлеченность и продуктивность возрастут [5].

В связи с этим решением проблемы неэффективной системы внутриорганизационных коммуникаций предлагается внедрить систему внутренних коммуникаций Контур.Стафф.

Контур.Стафф – это крупный проект, представляющий собой внутреннюю корпоративную сеть, которая состоит из удобных

сервисов. Она разработана для того, чтобы оптимизировать информационные потоки в компании. С помощью данного ресурса люди общаются, читают объявления, знакомятся с новшествами, участвуют в быстрых опросах и высказывают свое мнение. Таким образом, у руководства и HR-ов есть возможность оперативно информировать коллектив об актуальных событиях, днях рождения, свадьбах или профессиональных достижениях коллег [5].

Своя социальная сеть решает следующие проблемы внутрикорпоративных коммуникаций:

- создание единого информационного поля в компании;
- повышение вовлеченности сотрудников в деятельность компании;
- быстрый поиск актуального контента и хранение конфиденциальной информации;
- повышение лояльности персонала [5].

Таким образом, такое совершенствование управления вовлеченностью молодых специалистов позволит повысить мотивацию сотрудников, что приведет к росту производительности и эффективности деятельности предприятия в целом. Помимо этого, увеличится непосредственно лояльность и удовлетворенность коллектива, что также положительно повлияет на функционирование Иланской дистанции пути.

Список использованных источников.

1. Кутузова А.В. Повышение уровня лояльности персонала / А.В. Кутузова, Е.Г. Хлебникова // Молодые ученые в решении актуальных проблем науки. Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. Под общей редакцией Ю.Ю. Логинова. – 2017. – С. 651-653.

2. Лучникова, Л.В. Методические аспекты оценки вовлеченности персонала организации / Л.В. Лучникова // Современные технологии управления персоналом. Сборник трудов V Международной научно-практической конференции. Под научной редакцией О.С. Резниковой. – 2018. – С. 361-365.

3. Согрина, А. Как снять у сотрудников ощущение, что все приелось. 5 проектов, чтобы повысить вовлеченность // Журнал: Директор по персоналу. – 2019. URL: Режим доступа: <https://e.hr-director.ru/758308>

4. Чуланова, О.Л., Припасаева О.И. Вовлеченность персонала организации: основные подходы, базовые принципы, практика использования в работе с персоналом / О.Л. Чуланова, О.И. Припасаева // Интернет - журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ». – Т. 8 (2). – 2016. – С. 44-51.

5. Шатохин, В. Как активировать у сотрудников вовлеченность. 5 способов побороть безразличие к работе // Журнал: Директор по персоналу. – 2019. URL: <https://e.hr-director.ru/693392>

ESTIMATION OF THE EFFICIENCY OF INVOLVEMENT MANAGEMENT AS A CONDITION FOR FORMING LOYALTY OF YOUNG SPECIALISTS ON THE EXAMPLE OF THE ILANIAN DISTANCE

S.A. Nelk, A. V. Kutuzova

*Krasnoyarsk Institute of Railway Transport - branch
of FSBEI HE «Irkutsk State University of Railways», Krasnoyarsk, Russia*

The article presents an assessment of the effectiveness of managing the involvement of young specialists in the Ilan path distance. The assessment used the Q12 questionnaire developed by the Gallup Institute, as well as a methodology based on the engagement formation algorithm. Based on the results of the assessment, problems in the area of research were identified. In this regard, recommendations and corrective measures have been developed to solve the identified problems in the management of the involvement of young specialists.

Keywords: personnel involvement, personnel loyalty, Ilan path distance, personnel management, young specialists.

УДК 37.014.54

ВЛИЯНИЕ БЮДЖЕТИРОВАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ НА ОЦЕНКУ КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАНИЯ

Л.М. Нелюбина

*ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»,
г. Екатеринбург, Россия*

В статье сделан обзор бюджетирования государственной итоговой аттестации, рассматриваются вопросы влияния бюджетирования государственной итоговой аттестации на оценку качества образования. Для любого государства важное значение имеет соответствующий вызовам времени уровень качества образования, без которого в настоящее время представляется невозможным экономический рост и структурные изменения в экономике, в связи с чем представляется необходимым смена модели финансирования образовательных процессов, в том числе и оценки качества полученных знаний на основе национальной системы оценки результатов школьного образования (ГИА).

Ключевые слова: качество образования; бюджетирование; государственная итоговая аттестация; образование.

В последние годы Российская Федерация всё более уверенно возвращается на арену глобальной геополитической и экономической конкуренции, однако при этом всё чаще отмечается, что экономический рост и структурные изменения в экономике, зачастую

недостаточно обеспечены кадровым резервом, имеющим соответствующий вызовам времени уровень образования.

В то же время, своевременное трансформирование образовательной системы и её адаптация к требованиям времени является невозможным без повышения качества оценки итогов образовательного процесса, что может потребовать также и изменения подхода к модели финансирования образовательных процессов, в том числе и оценки качества полученных знаний.

Система оценки качества основного общего образования в Российской Федерации в настоящее время является многоуровневой, и особое место занимают процедуры государственной итоговой аттестации основного общего образования (ОГЭ в 9-х классах) и государственной итоговой аттестации среднего общего образования (ЕГЭ в 11-х классах).

Благодаря наличию системы оценки качества образования существует возможность осуществлять мониторинг знаний учащихся в разные периоды обучения в образовательной организации, своевременно выявлять и решать проблемы в системе образования в разрезе школ, предметов, муниципальных образований.

Организатором проведения государственной итоговой аттестации выступает Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки (Рособрнадзор), а организационно-технологическое обеспечение проведения экзаменов на территории Свердловской области выполняет ГАОУ ДПО СО «Институт развития образования», центром финансовой ответственности выступает подразделение Региональный центр обработки информации и оценки качества образования ГАОУ ДПО СО «Институт развития образования».

Бюджетирование рассмотрено с точки зрения его влияния на изучаемый объект (оценка качества образования), т.е. как инструмент финансового планирования реализации проекта.

Требования как к срокам, так и к качеству проведения государственной итоговой аттестации установлены законодательно, и единственным параметром, предполагающим возможность изменения, являются показатели бюджетирования. Подготовка бюджета государственной итоговой аттестации осуществляется путём внесения изменений в государственное задание ГАОУ ДПО СО «ИРО», фактором затрат выступает количество исследований (сданных экзаменов) при проведении Государственной итоговой аттестации.

Размер бюджетных затрат на проведение одного исследования в рамках проведения государственной итоговой аттестации является (с учётом временного фактора стоимости денег) стабильным показателем.

Государственная итоговая аттестация выполняет одну из важнейших функций государства в сфере управления образованием, позволяет оценивать качество образования, и тем самым решать одну из приоритетных задач, стоящих перед нашей страной, и поставленных в «Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года», в «Стратегии национальной безопасности Российской Федерации до 2020 года», и в «Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года».

Таким образом, влияние бюджетирования на оценку качества образования, по сути дела отражает важность решаемых при проведении государственной итоговой аттестации государственных задач.

Список использованных источников.

1. Об утверждении Плана мероприятий по подготовке предложений государственного задания Государственного автономного образовательного учреждения дополнительного профессионального образования Свердловской области «Институт развития образования» на 2021 год [Текст] : Приказ ГАОУ ДПО СО «ИРО» от 02.09.2020 г. № 232

2. Подповетная, Ю.В. Экономико-математическое моделирование процессов управления в ВУЗЕ [Электронный ресурс]: / Ю.В. Подповетная. Режим доступа: https://drive.google.com/file/d/0BwSk3-flMnJ_akZZVkrIZUx2dTQ/view, свободный.

3. Хруцкий, В. Е. Внутрифирменное бюджетирование. Теория и практика: учебник для бакалавриата и магистратуры [Текст] : / В. Е. Хруцкий, В. В. Гамаюнов. – 3-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2018. – 457 с.

4. Бюджетирование на предприятии как инструмент финансового планирования [Электронный ресурс] : // Элитариум. Центр дополнительного образования. Режим доступа: <http://www.elitarium.ru/byudzhet-predpriyatie-proizvodstvo-prodazha-zatrata-debitorskaya-zadolzhennost-produkciya-raschet-plan-balans-planirovanie-pokazatel-dohod-upravlenie-algoritm/>, свободный.

5. Использование результатов независимых оценочных процедур в управлении качеством образования [Текст] : методические рекомендации / авт. - сост.: Т. Н. Райхерт, Е. В. Степанова. – Нижний Тагил: НТФ ГАОУ ДПО СО «ИРО», 2020. – 50 с.

6. Организация внутренней системы оценки качества образования в общеобразовательной организации в условиях реализации ФГОС [Текст] : / Методические рекомендации для руководящих работников общеобразовательных организаций / авт.-сост. С. А. Иванов, С. В. Алейникова, С. В., Никитин, О. А. Толстых – Екатеринбург: ГАОУ ДПО СО «ИРО», 20149 – 75 с.

THE INFLUENCE OF BUDGETING OF THE STATE FINAL CERTIFICATION ON THE ASSESSMENT OF THE QUALITY OF EDUCATION

L.M. Nelyubina

*FSBEI HE «Ural State University of Economics»,
Yekaterinburg, Russia*

The article provides an overview of the budgeting of the state final certification, examines the impact of budgeting of the state final certification on the assessment of the quality of education. For any state, the level of quality of education corresponding to the challenges of the time is of great importance, without which economic growth and structural changes in the economy seem impossible at present, in connection with which it seems necessary to change the model of financing educational processes, including assessing the quality of acquired knowledge based on the national system for assessing the results of school education (GIA).

Keywords: quality of education; budgeting; state final certification; education.

УДК 338.2

РЕФОРМИРОВАНИЕ АТРИБУТОВ ПРОЦЕССА УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ

Р.И. Огуленко

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

Необходимость поддерживать свою организацию на высоком конкурентоспособном уровне обязывает постоянно вводить изменения в деятельности организации. Исследование и развитие подпроцессов управления персоналом позволит улучшить важнейшие аспекты использования персонала организации в соответствии с квалификацией и компетенциями.

Ключевые слова: стратегия, организация, управление персоналом, проблемы, предложения, технология.

Процесс управления персоналом – это деятельность по эффективному использованию и развитию человеческих ресурсов организации для достижения её целей и миссии путем применения экономических, организационных и социально-психологических инструментов управления. Управление персоналом представляет собой систему знаний, связанных с формированием и прямым воздействием на отдельных сотрудников и трудовой коллектив для согласования их интересов с интересами организации, а также ре-

ализации стратегии организации [4]. Формирование и поддержание в рабочем состоянии процессов всегда сопряжена с установлением двусторонних отношений – экономических, социально-психологических, правовых и иных видов, регулирующих деятельность и её результаты в рамках организации [1, 2, 3].

Поскольку управление персоналом в настоящее время выделилось в отдельное направление деятельности, то ученые и специалисты разработали специфические атрибуты продуктивной деятельности сотрудников организации [8]. Методы управления персоналом – это способы воздействия на процессы, которые выполняются для осуществления функций организации и координации процессов в деятельности сотрудников в рамках функционирования и развития организации [7]. Рассмотрим подробнее нормативное содержание атрибутов процесса управления персоналом организации на основе работы [5, 9]. Основные атрибуты процесса управления персоналом организации представляю собой различные аспекты содержания данного процесса: средств, возможностей, обеспечивающих стабильную деятельность и/ или развитие процесса организации для достижения его назначения [11, 14]. Характеристика основных атрибутов процесса управления персоналом организации представлена в табл. 1.

Таблица 1 - Основные атрибуты процесса управления персоналом организации

| Наименование | Характеристика |
|----------------------------|---|
| 1 | 2 |
| 1. вход (назначение) | Потребность в реализации процесса управления персоналом на высоком уровне ¹ |
| 2. основные преобразования | Управление потребностью в персонале, управление подбором персонала, управление зарплатой и льготами работников, управление документацией по персоналу, управление расстановкой персонала, управление адаптацией персонала, управление обучением работников |
| 3. выход (результаты) | Улучшение работы каждого сотрудника с тем, чтобы он оптимальным образом наращивал и использовал свой трудовой и творческий потенциал и благодаря этому содействовал достижению целей предприятия, а также поддерживал деятельность других сотрудников в этом направлении. |
| 4.1. материальные | Расходные материалы |
| 4.2. информационные | Информационные системы управления персоналом как комплекс программных средств и информационных технологий, использование которых позволяет повысить эффективность деятельности кадровых служб |
| 4.3. методические | Методические материалы, описывающие работу с персоналом (методические материалы набора персонала, аттестации сотрудников и т.д.) |
| 4.4. трудовые | Сотрудники организации (начальник отдела кадров, специалист по работе с персоналом, рекрутер) |

Продолжение таблицы 1

| | |
|---------------------------|--|
| 1 | 2 |
| 4.5. технические | Компьютеры, программное обеспечение |
| 4.6. правовые | ТК РФ, положения и регламенты по управлению персоналом организации |
| 5. критерии качества | уровень удовлетворенности качеством труда, мотивация персонала; - самооценка сотрудников; авторитет руководства; уровень конфликтности в коллективе; количество жалоб от работников |
| 6. критерии эффективности | Количество рекламаций и их динамика. Затраты на отдельные направления и программы деятельности служб управления персоналом в расчете на одного работника. Соответствие организационных и личных целей. Текучесть персонала и его динамика. |

Таким образом, управление персоналом представляет собой систему знаний, связанных с формированием, поддержанием и постоянными взаимными отношениями отдельных сотрудников и подразделений и управленческого аппарата на основе согласования интересов всех участников операционных и управленческих процессов [6].

Таблица 2 - Существующие подпроцессы в рамках процесса управления персоналом «HolidayInn Самара»

| Наименование | Характеристика |
|--|--|
| Управление потребностью в персонале | деятельность по определению наличия вакантных мест, которые необходимо заполнить в соответствии с основными параметрами (количество, качество, время принятия), а также с требуемыми характеристиками специалиста. |
| Управление подбором персонала | деятельность по привлечению кандидатов на должность, отвечающих необходимым требованиям для занятия вакантных рабочих мест, а также определения соответствия виду деятельности и принятия решения о пригодности или непригодности кандидатов к должности |
| Управление зарплатой и льготами работников | деятельность по определению уровня вознаграждения по соответствующей должности и социальных льгот для различных категорий персонала, а также их изменение в соответствии с инфляцией, профессионализмом, компетентностью |
| Управление документацией по персоналу | деятельность по оформлению, ведению, хранению и выдаче кадровых документов сотрудникам организации. В настоящее время многие организации ведут базу данных персонала с использованием программных средств |
| Управление расстановкой персонала | деятельность по распределению и перераспределению работников по рабочим местам (должностям) на базе научно обоснованных норм затрат труда, а также с соблюдением определенных для данных условий пропорций по квалификации, социальной активности, возрасту, полу с учетом совместимости сотрудников |
| Управление адаптацией персонала | деятельность по приспособлению новых работников к условиям организационной культуры и социальной среде организации для эффективной деятельности и адекватного поведения |

В качестве базовой организации для исследования был выбран отель «HolidayInn Самара», который был открыт в 2007 г. и

на сегодняшний день является одним из самых современных и комфортабельных среди существующих отелей Самары. Бренд отеля входит в организацию IHG – это международная гостиничная организация с огромным числом номеров – свыше 750 000 номеров, свыше 5000 отелей в более чем 100 странах мира.

Было проведено исследование существующих подпроцессов в рамках процесса управления персоналом «HolidayInn Самара», которое, как правило, позволяет выявить действующие в настоящее время подпроцессы в выбранной организации. Наименования и характеристика существующих подпроцессов в рамках процесса управления персоналом «HolidayInn Самара» приведено в табл. 2.

Деление каждого процесса, в частности, управления персоналом на подпроцессы позволяет определить существующие подпроцессы в «HolidayInn Самара». Исследование существующих подпроцессов позволило выделить проблемы, которые заключаются в противоречиях, трудностях, препятствиях и даже тупиках в деятельности и поведении [16, 17]. Характеристика проблем процесса управления персоналом в «HolidayInn Самара» отображена в табл. 3.

Таблица 3 - Характеристика проблем процесса управления персоналом в «HolidayInn Самара»

| Наименование проблемы | Причины возникновения | Ожидаемые последствия |
|--|--|---|
| 1. Неэффективная организация кадровой политики | Низкий уровень заработной платы | Потеря ценных сотрудников. |
| 2. Неэффективные методы стимулирования персонала | Низкий уровень производительности труда | Неудовлетворенность персонала работой в организации |
| 3. Отсутствие системы адаптации сотрудников | Недостаток квалифицированных специалистов, имеющих опыт организационной работы и построения организационных структур | Неудовлетворенность персонала работой в организации |
| 4. Нет практики наставничества | Отсутствие у собственника четкого понимания, что конкретно они хотят получить в результате деятельности организации | Снижение эффективности деятельности персонала |
| 5. Отсутствие практики обучения персонала | Отсутствие в организации системы планирования | Некачественное обслуживание клиентов |
| 6. Низкий уровень заработной платы | Наличие неэффективной системы мотивации | Снижение производительности труда |
| 7. Низкий уровень производительности труда | Отсутствие инструментов для оценки эффективности и быстрого контроля выполняемых действий | Низкий моральный дух |

Выявленные проблемы были проанализированы для последующего определения подпроцессов, которые способны устранить

существующие трудности в деятельности в «HolidayInn Самара» (табл. 4).

Таблица 4 - Определение подпроцессов, решающих проблемы в HolidayInn Самара»

| Наименование проблемы | Наименование новых подпроцессов | Ожидаемые результаты |
|--|--|--|
| 1. Неэффективная организация кадровой политики | 1.1. Управление обучением работников 1.2. Управление оценкой персонала | Предотвращение ухода ценных сотрудников. |
| 2. Неэффективные методы стимулирования персонала | 1.1. Управление резервом управленцев 1.2. Управление обучением работников | Повышение удовлетворенности персонала работой в организации. |
| 3. Отсутствие четкой система адаптации сотрудников | 1.1. Управление обучением работников 1.2. Управление оценкой персонала | Повышение производительности труда сотрудников |
| 4. Нет практики наставничества | 1.1. Управление резервом управленцев 1.2. Управление обучением работников | Повышение эффективности деятельности персонала |
| 5. Отсутствие практики обучения персонала | 1.1. Управление обучением работников 1.2. Управление оценкой персонала | Формирование системы управления персоналом |
| 6. Низкий уровень заработной платы | 1.1. Управление резервом управленцев 1.2. Управление обучением работников | Управление конфликтами и стрессами |
| 7. Низкий уровень производительности труда | 1.1. Управление обучением работников 1.2. Управление оценкой персонала | Обеспечение безопасности персонала |

Дадим характеристику новым подпроцессам в рамках процесса управления персоналом «HolidayInn Самара», которые призваны устранить выявленные проблемы (табл. 5).

Таблица 5 - Новые подпроцессы в рамках процесса управления персоналом «HolidayInn Самара»

| Наименование | Характеристика |
|------------------------------------|---|
| Управление обучением работников | деятельность по получению профессиональных навыков и умений для выполнения конкретных должностных обязанностей. Предусматривает разные уровни подготовки |
| Управление оценкой персонала | деятельность для определения соответствия работника вакантному или занимаемому рабочему месту (должности) на основе его индивидуального вклада в деятельность организации, личностных качеств и динамики профессионального развития |
| Управление резервом управленцев | деятельность по выделению некоторых специалистов организации, обладающих соответствующим потенциалом для занятия в перспективе вышестоящих управленческих должностей |
| Управление квалификацией персонала | деятельность по целенаправленного повышения профессиональной компетенции специалистов для выполнения задач более высокого уровня |

Рассмотрим предложения по разрешению проблем и развитию деятельности «Holidayinn Самара», которые представляют собой авторские инновации по улучшению деятельности отдельных подпроцессов процесса управления персоналом организации (табл. 6).

Таблица 6 - Предложения по развитию процесса управления персоналом «Holidayinn Самара»

| Наименование предложений | Средства реализации | Ожидаемые результаты |
|---|--|---|
| 1. Подбор персонала не только по деловым, но и личностным качествам | Бюджет затрат | Предотвращение ухода ценных сотрудников |
| 2. Сочетание доверия к своим сотрудникам с регулярным, но не очень строгим, контролем их работы | План реализации кадровой политики | Повышение удовлетворенности персонала работой в организации |
| 3. Разработка новой системы мотивации персонала | Сотрудники | Повышение производительности труда сотрудников |
| 4. Выдача задач и проектов в соответствии с возможностями и способностями исполнителей | Организационные воздействия | Повышение эффективности деятельности персонала |
| 5. Обеспечение всем сотрудникам социальной и правовой защищенности | Распорядительные воздействия | Формирование системы управления персоналом |
| 6. Разработка системы обучения персонала | Совершенствование коммуникаций организации | Управление конфликтами и стрессами |
| 7. Внедрение системы наставничества | Экономия времени | Обеспечение безопасности персонала |

Таким образом, управление трудовыми ресурсами является одной из максимально значимых и проблемных сторон жизни организации [15]. Ключом к успеху организации являются ее сотрудники с их навыками, способностями, квалификацией и идеями, полезными в организации [10]. Для новых подпроцессов целесообразно разработать технологию управления для повышения эффективности конкретного подпроцесса управления персоналом в «HolidayInn Самара». Фрагмент графического изображения технологии управления оценкой персонала представлен на рис. 1.

Данная технология была разработана с учётом необходимых требований по внедрению, формированию, поддержанию и развитию нормативов и стандартов в реальном режиме, т.е. создания так называемой модели, которая помогла бы избежать появления новых противоречий, трудностей и несоответствий при введении новых норм в повседневную жизнь отеля [12, 13]. Данная технология позволяет обеспечить успешное развитие подпроцесса управления оценкой персонала в «HolidayInn Самара»

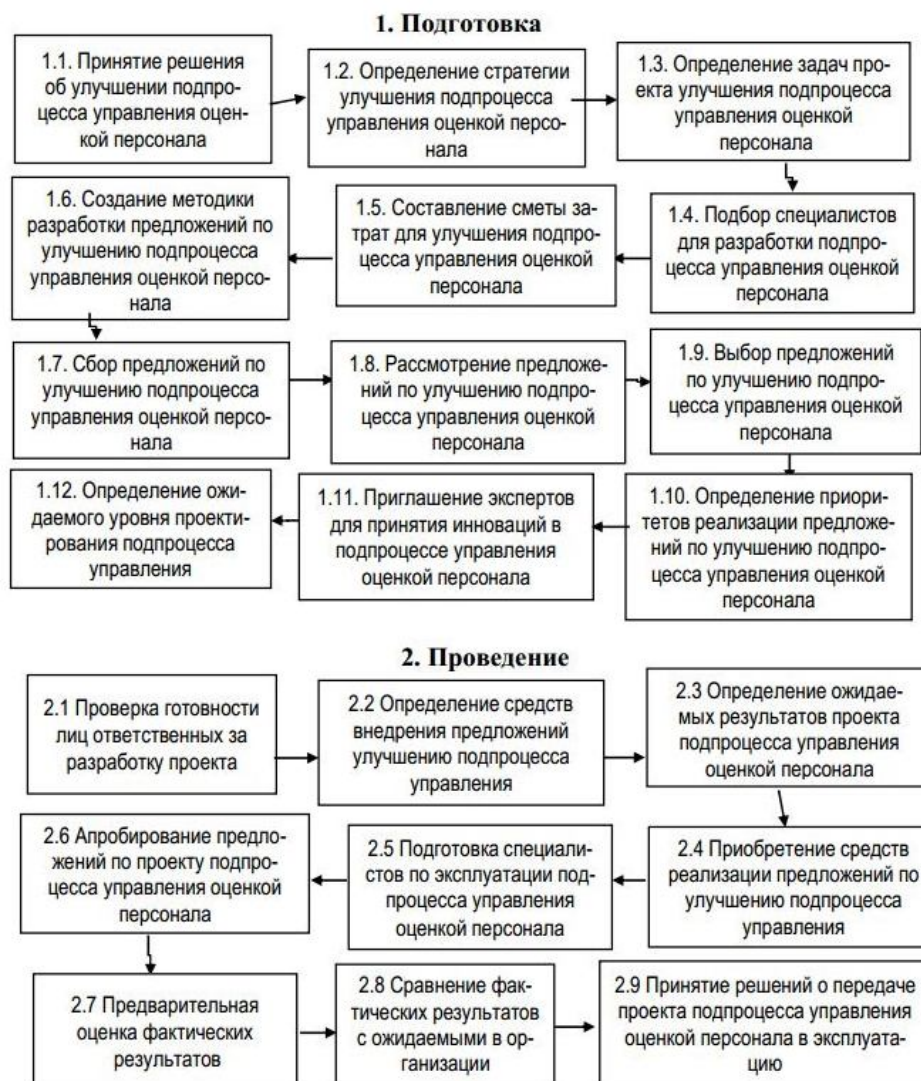


Рисунок 2 - Технология подпроцесса управления оценкой персонала в «HolidayInn Самара»

Таким образом, деление процесса управления персоналом на подпроцессы позволяет определить новые сферы деятельности в рамках управления человеческими ресурсами, на основе которого можно выполнить более четкое распределение задач между специалистами и управленцами организации.

Список использованных источников.

1. Адизес И.К. Управляя изменениями. Как эффективно управлять изменениями в обществе, бизнесе и личной жизни / пер. с англ. М.: Манн, Иванов и Фербер. 2014. 368 с.
2. Акофф Р., Эмери Ф. О целеустремленных системах / пер. с англ. М.: Сов. радио, 1974. 272 с.
3. Базарова Т.Ю., Еремина Б.Л. Управление персоналом: учеб. М.: ЮНИТИ, 2014. 560 с.

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. Методологические инструменты науки управления в социальных и экономических средах // Менеджмент и бизнес-администрирование. 2020. №4. С. 4-17.
6. Герасимов Б.Н. Построение деятельности управленцев по уровням профессионализма // Креативная экономика и социальные инновации. 2019. Вып. 9. № 2(27). С. 57-70.
7. Герасимов Б.Н., Герасимов К.Б. Методология управления: онтология, структура, содержание // Управление. 2020. Т.8. №3(37). С. 5-15.
8. Герасимов Б.Н., Герасимов К.Б. Технология управления: онтология, структура, содержание // Менеджмент и бизнес-администрирование. 2020. №3. С. 23-33.
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. Методологические атрибуты управления // Онтология проектирования. 2020. Т. 10, №3(37). С. 296-306.
11. Гуияр Ф.Ж., Келли Д.Н. Преобразование организации / пер. с англ. М.: Дело, 2000. 376 с.
12. Егоров С.Н. Управление персоналом. Пенза: Изд.: ПГУ, 2012. 417 с.
13. Клок К., Голдсмит Дж. Конец менеджмента и становление организационной демократии / пер. с англ. СПб.: Питер, 2004. 368 с.
14. Савченко В.А. Управление развитием персонала. К.: КНЭУ. 2014, 187 с.
15. Макаров П.Ю. Механизм управления интеллектуальным капиталом. М.: Экономика, 2018. 254 с.
16. Скрынченко П.Б. Эффективное использование рабочего времени // Интерактивная наука. 2018. № 10. С. 154-162.
17. Щедровицкий Г.П. Оргуправленческое мышление: идеология, методология, технология. 5 изд. М.: Студия Артемия Лебедева, 2018. 644 с.

REFORMING THE ATTRIBUTES OF THE MANAGEMENT PROCESS BY THE ORGANIZATION'S PERSONNEL

R.I. Ogulenko

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

The need to maintain your organization at a high competitive level obliges you to constantly introduce changes in the organization's activities. Research and development of personnel management sub-processes will improve the most important aspects of the use of the organization's personnel in accordance with their qualifications and competencies.

Keywords: strategy, organization, personnel management, problems, proposals, technology.

УДК 338.2

ИССЛЕДОВАНИЕ МЕНЕДЖМЕНТА В ОРГАНИЗАЦИИ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ

Р.И. Огуленко

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

Для поддержания организации гостиничных услуг на конкурентоспособном уровне обязывает обращать постоянное внимание на менеджмент и деловые коммуникации в своей деятельности. Исследование и развитие атрибутов менеджмента позволит улучшить важнейшие аспекты профессионализма специалистов и управленцев организации в сфере гостиничного бизнеса.

Ключевые слова: стратегия, организация, менеджмент, управление персоналом, проблемы, предложения, оценка целесообразности.

Современное управление – одно из основных условий успеха любой организации независимо от того, связан он с производством товаров или оказанием услуг. Это справедливо и в отношении гостиничного бизнеса, которая в наши дни представляет собой не только одну из отраслей обслуживания.

Сейчас всё больше расширяются круг организаций, зарабатывающие деньги на оказании гостиничных услуг. Вместе с этими услугами активно развивается такое направление, как управление туристическими услугами на основе современных принципов управления, призванные сделать бизнес максимально эффективным. В последние годы окончательно развеялся миф о низкой доходности гостиниц. На самом деле, оказание гостиничных услуг при правильной её организации весьма прибыльное дело.

При анализе состояния рынка гостиничных услуг можно выделить следующие особенности управления ими, большинство из которых связано со стратегиями развития и управления персоналом [11, 12]. Особенности формирования менеджмента в гостиничной сфере тесно связана с самоидентификацией специалистов и управленцев и особенностями их делового поведения [15]. Нередко они раз за разом меняют место работы в поисках лучших условий, хотят получать большую оплату за труд, отказываются от заключения традиционного контракта. Зачастую квалифицированным специалистам и управленцам свойственна «звёздная болезнь», поскольку они считают себя душой и сердцем своей организации. По мнению некоторых из них, представители других профессий внутри организации (бухгалтера, управленцы, IT-специалисты) живут за счёт работы топовых специалистов [13].

Успех гостиничного бизнеса заключается, как правило, в профессионализме специалистов и управленцев и их умении общаться с клиентами в любых ситуациях. Взаимодействие работников с клиентами – вот основа, без которой признание значимости той или иной организации гостиничных услуг может стать весьма проблематичным, а иногда и невозможным [2, 3].

Для гостиничного бизнеса цель значит куда больше, чем для любого другой области услуг или вида деятельности. Есть риск собрать коллектив, состоящий преимущественно из совместителей или непрофессионалов, которые стараются как можно больше заработать. Увы, но такие специалисты есть, и они могут навредить имиджу гостиницы.

Гостиница никогда не станет успешной, когда в ней оказываются некачественные услуги, если её работникам не доверяют. Ни реклама, ни внешнее оформление и техническая оснащённость не скроют сущности такой организации. Столкнувшись единожды с непрофессионализмом работников и нарушением своих прав, люди никогда больше не придут в эту гостиницу.

На практике сложилось несколько способов руководства гостиничным хозяйством. Первым лицом гостиницы может быть человек без специального образования, но тогда он должен иметь в подчинении таких специалистов, отвечающих за все ключевые направления деятельности гостиницы. Недостаток такой схемы менеджмента в том, что руководитель бизнеса очень поверхностно знаком с его спецификой, не способен в полной мере оценить правильность принимаемых управленческих решений.

Помимо имиджевых целей, у этого поступка было и очень важное практическое назначение, ведь директор должен понимать все особенности содержания процессов, которыми управляет. Однако случаев, когда руководитель гостиницы пошёл получать соответствующее образование, чтобы лучше разбираться в своём бизнесе, весьма немного.

Сейчас многие руководители стремятся получить образование в сфере менеджмента, степень MBA и становятся полноценными руководителями гостиничного бизнеса. Сочетание знаний в области содержания услуг и управления ими позволяют наиболее полно оценивать ситуацию в организации, вносить необходимые изменения и добиваться более высокого качества её деятельности [5].

Однако до сих пор менеджмент в гостиничном бизнесе является малоизученной сферой. На рынке труда не хватает специалистов, способных качественно управлять гостиничной организацией. Профессиональная школа «гостиничного менеджмента» ещё не сформирована, а краткосрочные курсы по этой специальности

могут дать лишь самые основные знания. Ещё одна сложнейшая задача менеджмента – сотрудничество с акционерами и инвесторами, основная цель которых состоит в получении прибыли [1].

Поскольку эти люди вкладывают деньги, они хотят иметь максимальную отдачу.

В результате может снизиться качество услуг, оказываемых в гостиничном деле, на второй план уйдут вопросы обновления и обслуживания клиентов, не будет должным образом контролироваться правильность и полнота обслуживания.

В некоторых зарубежных странах существуют Ассоциации, представляющие сообщество в сфере гостиничных услуг и повсеместно контролирующую деятельность в данной области. Однако в России нахождение баланса между прибылью и качеством – задача менеджмента, и этот вопрос лежит на сфере ответственности Совета директоров и акционеров.

Гостиничное обслуживание – это та область, в которой постоянно появляются всё новые и новые направления гостеприимства, более современное оборудование, средства связи и т.д.

Задача менеджмента – отслеживать все новинки и внедрять их в практику гостиничного обслуживания. Руководитель гостиницы должен понимать, что большинство клиентов предпочтёт наиболее современную организацию в любой области, которое располагает большими возможностями для оказания в сфере гостиничных услуг.

Также необходимо постоянно повышать квалификацию всех категорий специалистов в сфере гостиничных услуг, чтобы они были в курсе инноваций в этой области. При этом повышение квалификации в специалистов является не только отдельной стратегической задачей, а постоянным процессом в рамках повседневной деятельности.

Менеджмент в гостиничном бизнесе выполняет задачу контроля эффективности и мотивации сотрудников, которая является достаточно сложной из-за специфики этого вида деятельности [6].

Объективности в оценивании работы врачей способствует появление принципов и стандартов качества в сфере гостиничного услуг, по которым выбираются наиболее оптимальные с точки зрения действенности и затрат методы коммуникаций и гостеприимства.

Очевидна и связь между качеством менеджмента и уровнем предоставления услуг клиентам. Из-за этого многие российские гостиницы начинают сертифицировать свой менеджмент по ISO 9001. Однако, при более глубоком анализе состояния рынка гости-

ничных услуг можно выделить несколько этических проблем менеджмента, возникающих в погоне за деньгами так как все они напрямую связаны со стратегией управления персоналом.

Абсолютное большинство проблем на рынке гостиничных услуг связаны с неадекватной стратегией управления персоналом или её отсутствием вообще, а также использование неэффективных методологических инструментов [8].

Вопрос о том, существуют ли проблемы в таком атрибуте менеджмента как стратегия процесса управления персоналом организации, имеет первостепенное значение, поскольку приложение огромных усилий к решению несуществующих проблем - отнюдь не исключение, а весьма типичный случай. Надуманные проблемы атрибутов маскируют актуальность проблемы. В то же время удачная формулировка проблемы может быть равносильна половине ее решения.

Проблема является основой всей работы. Следовательно, нужно четко, ясно, корректно сформулировать проблему по каждому атрибуту менеджмента. Она может быть осознана в виде проблемной ситуации, нерешенного вопроса, теоретической или практической задачи и т.п. [9].

Если проблема обозначена и сформулирована в виде идеи, концепции, то это значит, что можно приступать к постановке задачи по её решению [10, 14].

В качестве базовой организации для исследования был выбран отель «HolidayInn Самара», который был открыт в 2007 г. и на сегодняшний день является одним из самых современных и комфортабельных среди существующих отелей Самары. Фрагмент рассмотрения проблем в менеджменте «HolidayInn Самара» отображен в табл. 1.

Точная формулировка и постановка проблемы по конкретному атрибуту менеджмента в рамках деятельности специалистов и управленцев в гостиничной деятельности является основой для её успешного решения, так как конкретная формулировка противоречий и трудностей даёт возможность спрогнозировать и осмыслить возможные этапы решения указанной проблемы [16].

Решение задач – процесс, являющийся составной частью мышления; выполнение действий или мыслительных операций, направленное на достижение цели, заданной в рамках проблемной ситуации.

С точки зрения когнитивного подхода процесс решения проблем в рамках процесса управления персоналом организации является наиболее сложной из всех функций интеллекта и определя-

ется как когнитивный процесс более высокого порядка, требующий согласования и управления более элементарными или фундаментальными навыками.

Таблица 1 – Проблемы в менеджменте
«HolidayInn Самара» (фрагмент)

| Стадия цикла | Проблема | Методы исследования | Причина возникновения | Ожидаемые последствия |
|---|--|--|--|---|
| Анализ трудовых ресурсов | Нарушения при обработке и хранении данных (| Анализ, обобщение | 1.1 Отсутствие организованного хранения данных; 1.2 Разные люди ответственны за одну работу; 1.3 Большой объем информации | 1.1 Ошибки при интерпретации результатов; 1.2 Сбой в системе высшего менеджмента |
| Задачи стратегии системы (процесса) управления персоналом | Нарушена последовательность задач | Выявление и разрешение противоречий, наблюдение, конкретизация | 1.1 Нехватка времени в результате срыва сроков выполнения работ; 1.2 Отсутствие инструкций по нормам выполнения работ | 1.1 Ухудшение качества выполняемой работы; 1.2 Недовольство со стороны клиентов и партнеров; 1.3 Падение деловой репутации фирмы |
| Структура персонала | Размытая структура отделов в организации | Анализ, конкретизация, изучение и обобщение опыта | 1.1 Нежелание работников взять на себя ответственность за работу; 1.2 Нехватка кадров и высокий объем работ | 1.1 Срыв сроков и ответственности за работу; 1.2 Торможение развития компании; 1.3 Временные затраты на доделывание «старой» работы |
| Управление информацией в трудовых ресурсах | Отсутствие документального подтверждения передаваемой информации | Формализация, конкретизация | 1.1 Низкая ответственность сотрудников, передающих информация; 1.2 Нежелание сотрудников нести ответственность за переданную информацию | 1.1 Много пустых обещаний; 1.2 Отсутствие возможности определить первоисточник информации; 1.3 Искажение информации |

Фрагмент инновационных предложений для решения проблем в менеджменте «HolidayInn Самара» представлен в табл. 2.

Таким образом, на основе сформулированных проблем были предложены средства их решения. Благодаря точной формулировке проблемы возможна организация деятельности не только по её устранению, но и по развитию каждого из атрибутов менеджмента организации.

Для оценки инновационных предложений по устранению проблем атрибутов организации и их развития необходимо провести оценку целесообразности их реализации. Эта оценка состоит из нескольких отдельных параметров, которые в совокупности

позволят определить значимость проблем состояния атрибутов управленческой деятельности организации [4].

Таблица 2 - Предложения по решению выявленных проблем (фрагмент)

| Проблема | Предложения | Средства реализации | Ожидаемые результаты |
|--|---|---|--|
| Отсутствие учета всех функциональных обязанностей работников | Создать и включить список должностных обязанностей в соответствующие нормативные документы | Анализ, постановка проблем, конкретизация | Чёткое распределение ответственности за выполненную работу |
| Завышенные требования к росту ключевых показателей | Разработать систему повышения роста показателей, основанную на анализе прошлого опыта | Сравнение, доказательство, построение гипотез, изучение и обобщение опыта | Достижение плановых показателей и комфортной психологической обстановки в коллективе |
| Создание жёстких рамок, тарифов, ограничений и строгого наказания за их нарушение | Установить более гибкие рамки путём выявления зависимости степени нарушения от разных факторов, включая внешнюю среду | Наблюдение, опрос, дедуктивный метод, изучение и обобщение опыта | Психологический комфорт в коллективе, высокая работоспособность сотрудников |
| Отсутствие прямого обмена информацией о состоянии дел между ключевыми фигурами бизнеса | Пересмотр личных целей менеджеров на предмет соответствия целям компании | Наблюдение, моделирование | Гармоничное развитие организации в заранее спланированном направлении |

Фрагмент значений оценок параметров выявленных предложений в менеджменте «HolidayInn Самара» представлен в табл. 3.

Таблица 3 - Оценка параметров предложений по развитию менеджмента «HolidayInn Самара» (фрагмент)

| Предложения | Важность | Сложность | Обеспеченность | Компетентность | Целесообразность |
|---|----------|-----------|----------------|----------------|------------------|
| Разработать систему повышения роста показателей, основанную на анализе прошлого опыта | 6 | 7 | 5 | 2 | 15 |
| Установить более гибкие рамки путём выявления зависимости степени нарушения | 5 | 7 | 6 | 2 | 15 |
| Провести тренинг, повышающий навыки делового общения | 5 | 3 | 7 | 3 | 31,5 |
| Назначение ответственных за хранение лиц или введение новой должности | 6 | 4 | 5 | 3 | 27 |

Таким образом, важность оценки значений отдельных параметров и интегральной оценки целесообразности реализации

предложений по устранению проблем или развития всех атрибутов менеджмента организации сложно переоценить. Данная оценка позволяет не только оценить, но и наглядно представить всю необходимую информацию, которая может послужить основой для разработки плана действий по устранению проблем и внедрению инноваций своевременно и в оптимальной последовательности.

Список использованных источников.

1. Анисимов О.С., Деркач А.А. Основы общей и управленческой акмеологии. М.; Новгород: СЕТ, 1995. 272 с.
2. Афоничкин А.И., Афоничкина Е.А. Модель синергии в интегрированных экономических системах // Системный анализ в экономике-2014: сб. тр. III междунар. науч.-практ. конф. М.: ФУ при правительстве РФ, 2014. С. 62-75.
3. Васяйчева В.А., Герасимов Б.Н. Развитие процесса инновационной деятельности предприятия // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2018. №10 (168). С. 69-76.
4. Герасимов Б.Н. Исследование и проектирование процессов управления конфликтами в организациях // Менеджмент и бизнес-администрирование. 2018. №3. С. 99-108.
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. 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. Технология управления: онтология, структура, содержание // Менеджмент и бизнес-администрирование. 2020. №3. С. 23-33.
8. Герасимов Б.Н., Герасимов К.Б. Теория управления: онтология, структура, содержание // Проблемы теории и практики управления. 2021. №5. С. 130-144.
9. Герасимов Б.Н., Герасимов К.Б. Методологические атрибуты управления // Онтология проектирования. 2020. Т.10, №3(37). С. 296-306.
10. Горшкова Л.А. Аналитический инструментарий организации управления // Экономический анализ: теория и практика. 2003. №12(15). С.50-54.
11. Сергиенко С.К. Центр оценки: групповая деятельность, управленческая технология, исследовательская лаборатория. М.: ГУУ, 1999. 184 с.
12. Турчинов А.И. Профессионализация и кадровая политика: проблемы развития теории и практики. М.: МПСИ, Флинта, 1998. 272 с.
13. Шепель В.М. Человековедческая компетентность менеджера. Управленческая антропология. М.: Дом педагогики, 2000. 544 с.
14. Щедровицкий Г.П. Оргуправленческое мышление: идеология, методология, технология. 5 изд. М.: Изд-во студии Артемия Лебедева, 2018. 644 с.

15. Levasseur R.E. People skills: Building analytics decision models that managers use - A change management perspective. *Interfaces*. 2015. Vol. 45, № 4, P. 363-364.

16. Recker J. et al. Business process modeling: a comparative analysis. *Journal of the Association for Information Systems*, 2009. Vol. 10, № 4, P. 333-363.

RESEARCH OF MANAGEMENT IN THE ORGANIZATION HOTEL SERVICES

R. I. Ogulenko

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

In order to maintain the organization of hotel services at a competitive level, it obliges to pay constant attention to management and business communications in its activities. The research and development of management attributes will improve the most important aspects of the professionalism of specialists and managers of the organization in the field of hotel business.

Keywords: strategy, organization, management, personnel management, problems, proposals, feasibility assessment.

УДК 373.2

ФОРМИРОВАНИЕ ГРАФИЧЕСКИХ УМЕНИЙ У ДОШКОЛЬНИКОВ В ПРОЦЕССЕ РАЗВИТИЯ ЭЛЕМЕНТАРНЫХ МАТЕМАТИЧЕСКИХ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ

А.Е. Окуняка

*ГБОУ ВО «Ставропольский государственный педагогический институт»
г. Ставрополь, Россия*

Обозначена важность проблемы формирования графических умений у дошкольников в процессе развития элементарных математических представлений, предложены и охарактеризованы способы реализации формирования графических умений. Сделаны выводы о роли графических умений в процессе развития элементарных математических представлений у дошкольников.

Ключевые слова: графические умения, дошкольный возраст, математика, графические упражнения.

В наше время многие родители настаивают на преждевременном обучении ребенка письму, так как считают, что это умение является высоким уровнем готовности к школе. Однако важнее дошкольнику приобрести графические навыки (владение карандашом, умение изображать, штриховать, обводить, соединять по точкам и т.п.). Изучением проблемы развития графических умений и

навыков занимались российские и зарубежные ученые Б.Ф. Ломов, Н.В. Мишина, Ж. Пиаже, Л.С. Выготский, Н.Н. Ростовцев, М. Фростиг, И.В. Чугунова и другие [6].

Письмо – это сложный процесс перекодирования устной речи в письменную, поэтому сначала необходимо подготовить базу, чтобы ребенок овладел этим навыком.

Огромное значение имеет раннее выявление ситуаций, когда ребенок не справляется или плохо справляется с графическими заданиями. Вовремя выявленные трудности помогут разработать специальную систему методов и приемов по их устранению.

По сведениям специалистов у множества современных ребят, посещающих начальную школу, выявляется дисграфия – несоблюдение процесса письма, при котором имеются стойкие и циклические ошибки. Заключение «дисграфия» ставится в школьном возрасте и просит особой коррективки. Профилактикой появления дисграфии следует заниматься уже в дошкольном возрасте [3].

Выделяют несколько видов дисграфии, рассмотрим их.

Акустическая дисграфия сопряжена с недостаточностью фонематического слуха, при которой страдает дифференциация фонем, нарушается установление правильных звукобуквенных соответствий. У детей отмечается неполноценность операций звукового анализа и синтеза, наблюдаются пропуски и перестановки букв.

Моторная дисграфия обусловлена неполноценной деятельностью двигательного анализатора, которая сопровождается развитием патологической инертности в формировании двигательных стереотипов. Так у детей возникают трудности движения руки во время письма, не вырабатываются двигательные формулы букв.

Оптическая дисграфия связывается с недоразвитием у детей зрительных систем коры головного мозга. Неполноценность оптического анализатора может проявляться в нарушении целостного восприятия, дифференцированных зрительных представлений, зрительной памяти. Вследствие этого у детей затруднено запоминание и узнавание букв. В письме они смешивают оптически сходные буквы, неправильно располагают элементы букв в пространстве или путают их количество [4]. Организуя работу по развитию графических навыков, принципиально важно следовать принципу «от простого к сложному». Для этого необходимо определить начальный уровень владения ребенком карандашом, проверив умение выполнять различные виды графических упражнений. Развитие графических навыков следует начинать с раннего возраста. Периодическая, целенаправленная, совместная работа воспитателей и родителей – важное условие для удачного овладения ребенком навыками изящного и правильного письма [2].

Графический навык нужен ребенку при выполнении заданий буквально во всех образовательных областях. Дети учатся ориентированию в пространстве листа бумаги, клетки, изображению узоров по клеточкам, соединению точек по цифрам, обучаются штриховке геометрических фигур, выполняют задания «обведи по контуру» и т.п. [5]. Эта работа содействует развитию тактильных ощущений, глазомеру, которые еще в свою очередь подходяще воздействуют на развитие навыков письма. Следует отметить, что опыт показывает следующее: овладение графическими навыками в группе детей случается неравномерно. Одни дошкольники просто учатся держать в руках карандаш и проворно переходят к выполнению все к более трудным заданиям. Другие ребята – с трудом справляются с наиболее ординарными заданиями. Некоторые дошкольники при работе с карандашом очень крепко или же очень слабо нажимают на него, их движения неточны, в итоге линия выходит дрожащая и угловатая. А также у них отсутствует чувство формы и композиции [1].

Можно увидеть дошкольников 3-х и 6-ти лет, которые приблизительно идентично владеют карандашом. Это случается по той причине, что в основе формирования графических навыков лежат трудные, многокомпонентные нейрофизиологические механизмы. Незрелость 1-го или же нескольких компонентов приводит к трудностям овладения графическими навыками [3]. Ребятам с подобной проблемой необходима особая поддержка в подготовке руки к письму, иначе в школе она будет еще больше очевидной. Для того чтобы ребенок благополучно осваивал рисование, штриховку, у него должны быть сформированы следующие предпосылки графической деятельности:

- развитая мелкая моторика – дееспособность брать маленькие предметы и оперировать с ними, подвижность, точность;
- развитая зрительно-моторная координация – дееспособность согласовывать перемещение руки и взгляда;
- общая моторная зрелость – важна для формирования устойчивости, возможности поддерживать статичную позу;
- ощущение ритма – ритмичное движение под музыку, счет, способность пародировать постороннему ритму и поддерживать личный ритм;
- зрительное восприятие и внимание – умение понимать изображение в целом, визуально анализировать изображение, выделяя значимые детали;
- сформированные зрительно-пространственные представления – ощущение композиции, умение располагать рисунок на листе, отображать пространственное расположение, а также их размер и соотношения [7].

Рассмотрим упражнения, относящиеся к развитию графических навыков.

1. Прямые дорожки. Ребенку необходимо провести линию в центре прямой дорожки на листе бумаги, не съезжая с нее и не отрывая карандаша от бумаги.

2. Фигурные дорожки. При прохождении дорожки ребенку следует стараться, как можно более точно соблюдать все изгибы и повороты линий. Во время выполнения задания карандаш не должен отрываться от бумаги, а лист не должен переворачиваться.

3. Рисование по точкам. Ребенку предлагают соединить точки согласно инструкции. Карандаш не отрывается от листа бумаги, лист фиксируется и его состояние не меняется.

4. Рисование по контурам. Ребенка просят соединить точки для того, чтобы получилось завершённое изображение.

5. Рисование по клеткам. На бумаге в клетку ребенку предлагают продолжить узор по данному образцу.

6. Выполнение штриховок (с разным направлением движения руки). Ребенка просят выполнить различные виды штриховок по образцам: наклонные, вертикальные, «клубочками», горизонтальные, полукругами. При этом, линии должны выполняться одним перемещением кисти руки. Штриховки вначале должны быть большими, по мере приобретения ребенком опыта выполнения их величина уменьшается [8].

Становление графических умений реализуется в процессе всего дошкольного возраста.

Родителям и воспитателям стоит уделять внимание графическим упражнениям в процессе воспитания дошкольников, потому что такие задания помогут не только научить аккуратно и правильно писать, но и подготовить к обучению в общеобразовательном учреждении.

Список использованных источников.

1. Богословская Т.В. Овладение языком графических построений как компонентом учебной деятельности: дис. канд. пед. наук: 13.00.01 / Богословская Тамара Викторовна. – М., 2003. – 153 с.

2. Буцыкина Т. П., Вартапетова Г. М. Развитие общей и мелкой моторики как основа формирования графомоторных навыков у младших школьников // Логопед. – 2005. – №. 3. – С. 84.

3. Гаврина С. Е. Мой помощник - карандаш. Развиваем графические навыки: Для детей 3-4 лет. – Ярославль: Изд-во Академия развития: АСТ: Астрель, 2005 (ГУП Смол. полигр. комб.). – 24 с.

4. Горбатова Е. В. Готовим руку к письму: графические игры и упражнения для детей старшего дошкольного возраста. – Мозырь: Белый Ветер, 2015. – 24 с.

5. Киричек К.А. Теория и технологии развития математических представлений у детей: учебно-методическое пособие. – Ставрополь: Ставролит, 2018. – 144 с.

6. Парамонова Л.Г. Дисграфия: диагностика, профилактика, коррекция. – Санкт-Петербург: Детство-Пресс, 2006. – 122 с.

7. Пиаже Ж. Речь и мышление ребенка / Жан Пиаже; [сост., новая ред. пер. с фр., коммент. Вал. А. Лукова, Вл. А. Лукова]. – Москва: Педагогика-пресс, 1999. – 526 с.

8. Салмина Н.Г., Глебова А.О. Учимся рисовать. Клетки, точки и штрихи: пособие для детей старшего дошкольного возраста. – Москва: Вентана-Граф, 2021. – 62 с.

FORMATION OF GRAPHIC SKILLS IN PRESCHOOL CHILDREN IN THE PROCESS OF DEVELOPING ELEMENTARY MATHEMATICAL REPRESENTATIONS

A. E. Okunyaka

*Stavropol State Pedagogical Institute,
Stavropol, Russia*

The importance of the problem of the formation of graphic skills in preschool children in the process of developing elementary mathematical representations is indicated, and the ways of implementing the formation of graphic skills are proposed and characterized. Conclusions are drawn about the role of graphic skills in the development of elementary mathematical representations in preschool children.

Keywords: graphic skills, preschool age, mathematics, graphic exercises.

УДК 656.11

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО КОНСУЛЬТИРОВАНИЯ В СФЕРЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

В.В. Ордин

*ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»,
г. Екатеринбург, Россия*

В статье дается история становления как науки управленческого консультирования, раскрываются роль управления как особого вида человеческой деятельности в развитии консалтинга. Выделяются точки касания сфер консалтинга и общественного питания. Дается ответ на вопрос: «В чем причина привлечения консалтинговых агентств компаниями?».

Ключевые слова: управленческое консультирование, общественное питание, производство, менеджмент.

Знание исторических процессов способствует пониманию возможностей и проблем управленческого консультирования. Так как же развивалось данное научное течение? Управленческое консультирование с точки зрения научного подхода сформировалось в ходе промышленной революции, когда остро встал вопрос о росте производительности труда.

В этот эпохальный момент истории, когда меняется размеренная жизнь и устоявшийся уклад, когда формируется и организовывается современное фабричное производство. В это же время набирает свою популярность наука об управлении, как обособленный вид человеческого труда, который тесно связан с другой деятельностью, а именно управленческий консалтинг.

Толчком к развитию консалтинга в этот период становится повсеместное внедрение современных технологий на производствах и появление крупной прослойки новых профессий и специальностей, ранее не существовавших. За эти ценные кадры большое число фабрик, конкурирующих между собой, начинают вести борьбу. При этом руководители предприятий формируют спрос на научные знания по управлению и организации.

Производная от научного управления – консалтинг, который заложил в свою основу производительность труда, рациональную организацию труда с учетом затраченного на производство времени, минимизация издержек. Всей этой области дали название «организация производства» [2].

Нововведением в это время в трудовых отношениях становится практика ведения переговоров между разными уровнями в трудовой иерархии. В середине сороковых годов прошлого века консалтинг получил мировое распространение. Послевоенный экономический бум, захлестнул западные страны и способствовал росту промышленности. В это же время активно внедрялись в гражданский сектор методики проведенных анализов многочисленных операций.

Не заставило себя долго ждать распространение по миру среди консалтинговых фирм. Постепенно консалтинговые компании распространились повсеместно. На долю России данный процессный период приходится на 90-е годы двадцатого столетия. Ключевым вектором, на котором базируется консалтинг, является обоснование перспектив, основанных на научно-технических и организационно-экономических достижениях с учётом потребностей клиента. Почему же для решения корпоративных задач применяют услуги консалтинговых агентств? Потому что не каждая организации способна нести расходы по содержанию штата экспертов, которые способны проанализировать и решить возникшие

проблемы. Проблема может возникнуть по любому направлению в организации – производственной, финансовой, юридической, кадровой. В каждом случае от руководителя требуется принятие решения по обращению к профессиональным консультантам. Суть работы консультанта – провести анализ деятельности предприятия, его подразделений и на основе беспристрастной оценки идентифицировать уязвимые места [1].

Консалтинговые фирмы способствуют повышению уровня квалификации сотрудников на предприятии, проводя мастер-классы в различных сферах деятельности. Популярны тренинги по командной работе, по работе с возражениями и разрешением конфликтов.

Под понятием «управленческое консультирование» понимается помощь руководителям и руководящему составу на предприятиях квалифицированными специалистами в меру своей квалификации в области управления хозяйственным процессом, в том числе основанном на анализе и последующем решении проблем развития и функционирования (в области планирования, управления финансовой и хозяйственной деятельностью и повышения эффективности компании), осуществляемые в форме услуг, в результате которых, совместно с клиентом вырабатываются рекомендации направленные на достижение показателей клиентской формы.

В практике Консультирования принято основываться на результатах исследовательско-аналитической работы, доказывающая обоснованность применения научно-технических и организационно-экономических новшеств в производстве.

В 2001 году отрасль пережила стагнацию, после которой произошли рост и восстановление уже к 2003 году. сейчас прослеживается тренд, направленный на глубокую сегментацию рынка консалтинговых услуг в области управления. Подводя промежуточный итог, отметим, что сфера консалтинговых услуг стремительно росла несколько лет подряд. На сегодняшний день среди крупных участников рынка консалтинга закрепились практика, ориентированная на устойчивое развитие.

Несмотря на то, что в настоящее время отрасль управленческого консалтинга развивается, любой рост сопряжен с рядом проблем. Далее приведены примеры проблем, наиболее часто встречаются в практике управленческого консалтинга.

Первой по распространённости является низкое доверие к привлекаемым консультантам. Большинство собственников бизнеса боятся потери той информации, которую передают внешним консультантам [3].

Другой проблемой является непринятие со стороны компании к изменениям. Например, руководитель вносит изменения в работу,

При этом сложно предсказать последующую реакцию сотрудников на проводимые изменения, но функционал консультирующего специалиста будет входить сопровождение руководителя по введению изменений.

В штате любой организации имеются собственные управленцы, управленческий опыт которых и квалификация могут не уступать внешним консультантам, однако, решающего фактора многом зачастую не хватает – неподвзятость.

Большинство фирм, предоставляющих деловые услуги, оказывают консультации в области своей специализации. Не осталась в стороне отрасль общественного питания. Крупные участники рынка уже диверсифицировали свои источники формирования выручки в том числе за счет оказания консалтинговых услуг. Специфика, которая свойственна данной отрасли дает пространство на рынке консалтинга. «Черные лебеди», которые в последнее время чаще стали оказывать влияние на экономику, вызывая от менеджеров нестандартных, творческих решений. Даже с привлечением внешней помощи со стороны консультантов.

Резюмируя вышесказанное можно утверждать, что сфера консалтинговых услуг неминуемо продолжит положительную динамику развития при это будет трансформироваться структура отрасли, открывая новые направления.

В решении управленческих задач от стороны руководящего состава требуется совершенствование навыков, а в условиях растущей конкуренции данное обстоятельство становится жизненно важным фактором. Внешние специалисты, обладающие познаниями в управленческой сфере, могут предложить свою помощь наемным управленцам.

Список использованных источников.

1. Котельников, Н. В. Теоретические основы управленческого консультирования / Н. В. Котельников, А. А. Дегтярева // Эксперт года 2019: сборник статей VI Международного научно-исследовательского конкурса. – Пенза: "Наука и Просвещение" (ИП Гуляев Г.Ю.), 2019. – С. 35-37.

2. Мнацаканян, Л. С. Управленческий консалтинг в наше время: история, состояние, проблемы / Л. С. Мнацаканян // Colloquium-journal. – 2020. – № 8-5(60). – С. 6-8.

3. Пионткевич, Н. С. Место внутреннего управленческого консалтинга в процессе совершенствования финансово-хозяйственной деятельности организации / Н. С. Пионткевич, Е. Г. Шатковская // Фундаментальные исследования. – 2020. – № 12. – С. 175-179

FEATURES OF MANAGEMENT CONSULTING IN THE FIELD OF PUBLIC CATERING

V. V. Ordin

*FSBEI HE «Ural State University of Economics»,
Yekaterinburg, Russia*

The article gives the history of the formation as a science of management consulting, reveals the role of management as a special type of human activity in the development of consulting. The points of contact between the spheres of consulting and public catering are highlighted. The answer to the question is given: "What is the reason for attracting consulting agencies by companies?".

Keywords: management consulting, catering, production, management.

УДК 656.11

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ АДАПТАЦИЯ МОЛОДОГО СПЕЦИАЛИСТА В СОВРЕМЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Н.С. Осина

*Казанский национальный исследовательский технологический
университет, г. Казань, Россия*

Статья освещает особенности адаптации начинающего специалиста к выполнению трудовых обязанностей с точки зрения повышения качества управления персоналом в организациях. Проведено исследование способности адаптации различных возрастных категорий.

Ключевые слова: новый сотрудник, человеческие ресурсы, адаптация персонала, управление адаптацией персонала, эффективность адаптации.

В 2020 году в России из вузов вышло более четырех миллионов специалистов. И большинство из них столкнулись с одной и той же проблемой – адаптацией на новом месте работы и в новом коллективе. Управление человеческими ресурсами в современном мире является основой их главных задач организаций. Человеку психологически свойственно подсознательное чувство сопротивления всему новому, неизвестному, конфликтность, что может изменить уже достигнутое им положение [1-2].

Адаптация – это способность человека подстраиваться под окружающую среду. Для организации важно иметь гибкого работника, который может быстро абстрагироваться к меняющимся внешним условиям. Также организация должна создать такие условия для работника, при которых он не станет стремиться уйти

на новую работу. В таких случаях возникает необходимость для создания и внедрения методик адаптации.

Отсутствие методик адаптации молодого персонала связано с недостаточным пониманием организацией связи между успешной адаптацией специалиста и успешной работой компании [3].

Достижение определенного уровня адаптации за определенное количество времени является эффективностью адаптации.

Оценка эффективности адаптации происходит при помощи определения критериев.

Рассмотрим основные этапы адаптации молодого персонала:

1) обучение студента в вузе.

Именно на этом этапе будущий специалист выстраивает своё понимание о предстоящей ему работе, которое в будущем способствуют более быстрой адаптации на месте работы. Но он не догадывается о трудностях, с которыми он может столкнуться на практике.

2) стажировка в организации.

Именно на этом этапе важно создать должные условия для адаптации работника. Случается первое соприкосновение специалиста с предстоящей окружающей рабочей обстановкой и работой в целом. Положительной (т.е. успешной) адаптацией на данном этапе является принятие специалистом политики, культурных норм и ценностей компании.

3) один год работы в организации

Молодой сотрудник уже привык находиться в окружающей его рабочей обстановке, изучил структуру и цели организации, а так же принимает активное участие в их исполнении.

Главное дальше правильно мотивировать сотрудника, давать ему понять, что он ценен как кадр.

4) два года работы

Этот этап является окончательным. Сотрудник уже сформировался как личность, научился отстаивать свои интересы в работе, способен принимать правильные (верные) решения, стремится к улучшения качества наработанного им навыка.

Методы адаптации – это мероприятия, которые выполняет организация для того, чтобы сотрудник быстрее стал частью коллектива и производственного процесса, начал выполнять свои обязанности и не испытывал внутри себя тревожных чувств.

Рассмотрим эти методы:

1) инструктаж на рабочем месте.

Инструктаж должен проводиться со всеми работниками, которые принимаются в компанию. Инструктаж проводит непосредственный начальник, показывает сотруднику его рабочее место,

разъясняет его обязанности, первично знакомит с коллективом. Также должен проводиться инструктаж по охране труда.

2) наставничество.

Молодому сотруднику дается на определенное время наставник (более опытный и компетентный работник в своей области), который вводит его в курс дела организации, разъясняет и помогает делать его непосредственную работу.

3) самообучение.

Самообучаясь, сотрудник может раскрыть свой внутренний потенциал, проявляется основная способность к работе. Сотрудник удовлетворяет «собственное я» в конце выполненной работы, что он справился с поставленной ему задачей. Главное не забывать хвалить сотрудника на данном этапе [4].

В связи с изменением пенсионного возраста разделим работников на следующие 3 категории:

а) молодой сотрудник (человек, который пришел на работу сразу после окончания института и не имеет никакого опыта работы, что по своей профессии, что в коллективе (возраст от 22 до 25 лет);

б) сотрудник со средним стажем работы (человек, который имеет опыт работы около 9-15 лет (возраст 26-45 года);

в) сотрудник, который «повидал свое» (человек от 46 до 60 лет, в случае женщин до 55).

Молодой сотрудник, который только вышел на работу столкнулся со следующими трудностями при адаптации:

- нехватка знаний на практике;

В высших заведениях программа основана с упором на теорию, зачастую знания теории намного отличается от реальности, происходящих на практике в организациях.

- сложность в общении с коллективом;

Когда новый человек приходит в коллектив, коллективу легче абстрагироваться, чем ему. Молодой сотрудник чувствует себя неуверенно, выполняя свои трудовые функции, в общении с коллегами. У него присутствует некое стеснение, скованность. Чтобы устранить данное чувство, коллективу нужно относиться более лояльно к нему, находить общие темы и интересы, помогать в работе.

Сотрудник со средним стажем работы легче адаптируется. У него уже имеется опыт работы, он знает свои цели в данной организации и понимает, какие результаты от него хочет увидеть руководитель. С коллективом проблем в общении не имеет.

Сотрудник, который «повидал свое», адаптируется в организации так же, как и молодой сотрудник. Из-за своей уверенности в себе в своих знаниях зачастую сложно переубедить его мнение, пытается внедрить свою точку зрения.

Из проведенного анализа можно выделить основные элементы успешной адаптации как молодого специалиста, так и опытного сотрудника:

- 1) знакомство нового сотрудника с коллективом (руководитель должен познакомить стажера и как можно больше рассказать о коллективе);
- 2) проведение экскурсии по помещениям места работы;
- 3) приятны жесты от компании (маленький подарок, например ручка с логотипом);
- 4) ознакомление сотрудника с правилами трудового распорядка;
- 5) постепенно усложнять задачи сотрудника;
- 6) welcome-тренинг, рассказать, какие цели преследует организация и какой важный вклад приносит;
- 7) постоянная психологическая поддержка сотрудника [5].

Список использованных источников.

1 Кибанов А.Я. Управление персоналом организации: актуальные технологии найма, адаптации и аттестации: учебное пособие. – 2 изд. КНОРУС-2016, 360 с.

2. Ахмадуллин И.Р., Фатхуллина Л.З. Особенности конфликтов в организации: социальный аспект // Управление устойчивым развитием. 2018. №2 (15). С. 41-46.

3 Луцко Е. А. К вопросу об определении критериев и факторов эффективности адаптации // Вестн. С.-Петерб. ун-та. Сер. 12. 2008. Вып. 1. С. 205 – 209с.

4. Исаева О. М., Припорова Е. А. Управление персоналом: учебник для СПО. М.: Юрайт, 2020. -168с.

5. Пахута М. О. Оценка эффективности процесса адаптации: российская практика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://studwood.ru/2072445/menedzhment/metodicheskie_podhody_adaptatsii_molodyh_spetsialistov.

PROFESSIONAL ADAPTATION OF A YOUNG SPECIALIST IN MODERN ORGANIZATIONS

N.S. Osina

*Kazan National Research Technological University,
Kazan, Russia*

The article highlights the peculiarities of adaptation of a novice specialist to the performance of work duties from the point of view of improving the quality of personnel management in organizations. The study of the ability to adapt to various age categories was conducted.

Keywords: new employee, human resources, personnel adaptation, personnel adaptation management, adaptation efficiency.

УДК 658.310.9

УПРАВЛЕНИЕ КОНФЛИКТАМИ НА ПРЕДПРИЯТИИ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Д.А. Пашенцева, В.Д. Рябова, З.В. Герасимчук

*ФГБОУ ВО «Московского государственного университета
имени М.В. Ломоносова», филиал в г. Севастополь, Россия*

В статье характеризуется актуальность управления конфликтами на предприятиях в условиях кризиса, раскрываются роль и важность персонала, а также умение руководства управлять конфликтными ситуациями. Рассматривается общая характеристика конфликтов на предприятии. Анализируется влияние руководства на систему управления конфликтами. Характеризуется механизм управления конфликтами на производственных предприятиях.

Ключевые слова: конфликт, управление конфликтами, антикризисное управление, кризис.

Очевидным является то, что в условиях кризиса, а также при разработке и внедрении антикризисных мер, как правило, возникают спорные решения и противоречия. Иногда они могут иметь настолько острый характер, что переходят в конфликт – столкновение противоположно направленных целей, интересов, позиций, мнений или взглядов двух и более лиц [4, с.48]. Поэтому можно сказать, что кризис сам по себе порождает конфликты, поскольку он нарушает динамическое равновесие организации, в результате чего обостряются деловые и социально-психологические отношения между работниками.

Актуальность. Учитывая, что в современной экономической сфере именно персонал является основным ресурсом любого предприятия, во время кризисных ситуаций особое значение имеет эффективное управление социально-трудовыми отношениями в коллективе. Поэтому особое значение приобретает способность руководства в нужное время выявлять и правильно анализировать конфликтную ситуацию, а также выбрать такой метод разрешения конфликта, который будет наиболее эффективен в сложившейся ситуации.

Таким образом, вопросы исследования и совершенствование системы управления конфликтами в организации в условиях кризиса являются актуальными.

Цель исследования состоит в том, чтобы проанализировать систему управления конфликтами в организации и выработать мероприятия по её совершенствованию.

Задачи, поставленные для достижения цели:

- рассмотреть общую характеристику конфликтов на предприятии;
- выявить основные причины появления конфликтов в трудовом коллективе;
- проанализировать влияние руководства на систему управления конфликтами;
- охарактеризовать механизм управления конфликтами на производственных предприятиях.

Конфликт – это наиболее острый способ разрешения противоречий в интересах, целях, взглядах, возникающих в процессе социального взаимодействия, заключающийся в противодействии участников этого взаимодействия и обычно сопровождающийся негативными эмоциями [2, с. 81].

Различают пять основных типов конфликтов: внутриличностный, межличностный, между человеком и группой, межгрупповой, социальный [1, с. 180].

Задача руководства – сосредоточиться на профилактике и профессиональном управлении конфликтами. Лучшая практика управления конфликтами основана на владении руководителем предприятия знаний о природе, характеристиках, технологии и особенностях соответствующих инструментов анализа [5, с.132].

Существует множество причин возникновения конфликтов в организациях. Основными из них можно назвать следующие:

- ограниченность ресурсов, распределяемых в организации;
- неудовлетворительные условия труда;
- несоответствие прав и обязанностей;
- различия в целях;
- различия во взглядах и представлениях;
- различия в психологических особенностях людей;
- отсутствие четкости в распределении трудовых обязанностей [3].

Для руководителя, который реализует принципы антикризисного управления, важным элементом является понимание того, что конфликт – это не случайное столкновение интересов. У него есть основание, на котором он развивается, есть участники, имеющие разные точки зрения, цели и мнения. Для решения конфликта важно знать все его явные и скрытые причины, провести анализ различных позиций и интересов сторон и сконцентрировать внимание именно на интересах, так как в них решение проблемы.

На основании мониторинга и анализа предприятия, его структуры и функционирования, можно вывести механизм управления конфликтами на предприятии (Рис.1).

Основной целью механизма управления является минимизация возникновения конфликтных ситуаций и варианты по их предотвращению, регулированию и локализации. Вышеупомянутые механизмы, а именно: экономические, социально-психологические, организационные и правовые, позволят разрешить ситуацию с конфликтами на предприятии.

Для минимизации конфликтов на предприятии существуют следующие рекомендации:

- создание на предприятии комиссии или отдела для разрешения и минимизации конфликтных ситуаций;
- обучение руководства предприятия и членов комиссии технологиям и методам разрешения конфликтных ситуаций;
- разработка Положения о системе материального и морального стимулирования работников;
- установление согласованности целей;
- ротация персонала;
- уменьшение взаимозависимости.



Рисунок 1 - Механизмы управления конфликтами

На практике предложенная модель управления конфликтами позволит урегулировать и стабилизировать их текущее состояние и предотвращать его возникновение в будущем, позволит улучшить качество межличностных отношений внутри коллектива предприятия, повысить уровень работы, как сотрудников конкретного подразделения, так и руководителей всех уровней, вследствие чего произойдет рост показателей производительности пред-

приятия в целом. Реализация предложенных мероприятий принесёт наиболее ощутимый эффект при их комплексном применении. Подводя итог, заметим, что уровень социальных отношений в трудовом коллективе формируют социально-психологический климат, состояние которого во многом определяет результативность деятельности предприятия. А вероятность открытого проявления конфликта заметно увеличивается в условиях кризиса.

Таким образом, становится очевидно, что грамотно организованная система управления конфликтами в организации является залогом эффективного управления и успешности предприятия.

Также следует отметить, что обучение руководства и сотрудников, улучшение качества работы и должностных инструкций не являются спасением и средством для достижения цели по управлению конфликтами. Предприятие должно разработать систему по управлению конфликтами, которая обеспечит своевременное выявление причин конфликта и разработку наиболее эффективных методов управления.

Список использованных источников.

1. Блюм М.А. Управление конфликтами в коммерческой деятельности: учебное пособие / М.А. Блюм, Н.В. Молоткова. – Тамбов: Изд-во ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2011. – 180 с.
2. Водопьянова, Н. Е. Стресс-менеджмент: учебник для бакалавриата и магистратуры / Н. Е. Водопьянова. – М.: Юрайт, 2018. – 283 с.
3. Живага, А. Ю. Управление конфликтами и стрессами в организации: учебное пособие / А. Ю. Живага. – Южно-Сахалинск : СахГУ, 2019. – 108 с.
4. Ишмуратов А.Т. Конфликт и согласие / А.Т.Ишмуратов. – К.: Научная мысль, 2016. – 189с.
5. Панина Е.С. Трудовые конфликты на предприятиях // Основы экономики, управления и права, 2012. – No 6. – С. 132 – 13

CONFLICT MANAGEMENT IN THE ENTERPRISE IN A CRISIS

D.A. Pashentseva, V.D. Ryabova, Z.V. Herasymchuk

*Sevastopol Branch of Moscow State University named after M. V. Lomonosov,
Sevastopol, Russia*

The article describes the relevance of conflict management in enterprises in a crisis, reveals the role and importance of personnel, as well as the ability of management to manage conflict situations. The general characteristics of conflicts in the enterprise are considered. The influence of management on the conflict management system is analyzed. The mechanism of conflict management in production enterprises is characterized.

Keywords: conflict, conflict management, anticrisis management, crisis.

УДК 369.032.4

ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ МУНИЦИПАЛЬНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ

Т.В. Петренко, В.В. Фрибус

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный университет им. И.Т. Трубилина», г. Краснодар, Россия

В данной статье рассмотрены особенности муниципальной социальной политики, функции и задачи органов местного самоуправления по ее реализации. Освещена специфика разработки и реализации муниципальной социальной политики.

Ключевые слова: муниципальная социальная политика, социальная сфера, управление, муниципальное образование.

Социальная политика представляет собой систему принципов, целей, задач и средств, обеспечивающих такое социально приемлемое и допустимое материальное, политическое, культурное положение социальных групп и слоев населения, при котором они могут реализовать личные интересы и различными видами деятельности способствовать собственному развитию и развитию общества в целом [2, с. 123].

Социальная политика осуществляется через интересы людей и выступает как управление интересами. Она призвана устранять противоречия между несовпадающими интересами различных субъектов, между текущими и перспективными интересами общества.

Состояние социальной сферы служит интегральным показателем эффективности экономики страны, гуманности юриспруденции и политического устройства общества, его духовности. Важнейшими задачами социальной политики являются обеспечение целостности сообщества, его устойчивости, возможности динамичного развития, недопущение социальных конфликтов. Управление социальной сферой осуществляется на всех уровнях публичной власти: федеральном, региональном и муниципальном. Функции каждого уровня определяются в соответствии с законодательно разграниченными полномочиями.

Социальная сфера воспроизводит и развивает главное богатство муниципального образования - его человеческий потенциал, человеческий капитал. Содержание и развитие социальной инфраструктуры муниципального образования поглощает значительную долю средств местных бюджетов. В отраслях социальной сферы работает основная часть работников, получающих заработную

плату из бюджетных средств. Поэтому одной из главных задач органов местного самоуправления является формирование и реализация муниципальной социальной политики. Муниципальная социальная политика строится в русле социальной политики государства и во взаимодействии с органами государственной власти, в первую очередь с органами власти субъектов РФ. Через муниципальную социальную политику реализуются как собственные полномочия местного самоуправления, так и переданные на муниципальный уровень государственные полномочия в социальной сфере [1, с. 216].

Местному самоуправлению принадлежит важная роль в реализации одной из главных задач современности - соединение в единое целое интересов государства, общества и личности, поскольку главный смысл, сущность местного самоуправления состоит в том, чтобы на уровне каждой отдельно взятой личности осуществлять гармонизацию прав и свобод человека и гражданина с интересами государства и общества. Именно такая направленность местного самоуправления отвечает идеям современного демократического правового социального государства, высшая ценность которого - человек, его права и свободы.

Муниципальный уровень призван конкретизировать методы, способы и механизмы достижения целей, определенных в рамках федеральной и региональной социальной политики, в привязке к особенностям конкретных территорий. Задачей органов местного самоуправления, как наиболее приближенных к населению, является непосредственное предоставление комплекса социальных услуг, обеспечивающих условия для жизнедеятельности человека и его воспроизводства. На основе региональных норм и нормативов органами местного самоуправления могут разрабатываться местные социальные нормы и нормативы, учитывающие специфику конкретного муниципального образования.

При разработке социальной политики должны определяться приоритеты, которые в данный конкретный момент являются для общества наиболее настоятельными и неотложными, требуя первоочередного решения. От эффективности реализации социальной политики зависит имидж муниципального образования [3, с. 302].

Современная социальная политика должна строиться с учетом следующих обстоятельств:

- приоритетность проблем социальной защищенности населения в условиях вхождения в рынок;
- повышение роли личного трудового вклада в удовлетворении материальных, социально-культурных и бытовых потребностей населения;

- формирование нового механизма обоснования и реализации социальной политики[4, с. 10].

Основным принципом разработки и реализации муниципальной социальной политики следует считать целенаправленность - предполагает проведение политики, основанной на согласованной системе целей социального развития муниципальной общности. Данная система должна представляться в виде иерархической структуры, которая определяет вытекающую из генеральной цели совокупность социальных целей более низких уровней. Если генеральная цель для любого муниципального образования, в общем-то, едина - обеспечение максимально возможного развития качества жизни населения, то состав и содержание целей в каждом конкретном случае будут определяться местной спецификой, в том числе структурой населения и ресурсными характеристиками. Игнорирование принципа целенаправленности недопустимо, поскольку различная, порой противоречащая друг другу целевая ориентация локальных социальных программ и отдельных мероприятий ведет к распылению ресурсов и потере управляемости социальной сферой.

Важнейшим механизмом реализации местной социальной политики является местный социальный бюджет, представляющий собой неотъемлемую часть местного бюджета. Экономическую основу формирования местного социального бюджета должны составлять муниципальная собственность, местные финансы, имущество, находящегося в государственной собственности и переданное в управление органам местного самоуправления. Соответственно, важнейшим условием эффективной местной социальной политики является наполненность местных бюджетов, полноценная их доходная часть, сбалансированность доходов и расходов.

Список использованных источников.

1. Денисова И.П. Социальная политика. 2-е изд., испр. и доп. - Ростов н/Д: Феникс.- М., - 2017. - 352 с.
2. Волгин А.Н., Егоров В.К. Социальная политика в муниципальных образованиях. - М.: Альфа-Пресс, 2016, - 568 с.
- 3.Курасова Е.О. Теоретические аспекты проблемы территориального имиджа / Е.О. Курасова, Т.В. Петренко // Исследование инновационного потенциала общества и формирование направлений его стратегического развития: сб. научн. ст. 5-й Международной науч.-практ. конф. / Отв. ред. А.А. Горохов. - Курск, 2015. - С. 300-303.
4. Петренко Т.В. Формирование комплексной системы государственного регулирования социально-трудовых отношений в донецкой народной республике/Т.В. Петренко, С.Ю. Бунтовский, Д.И. Стрельченко // Вестник Университета Российской академии образования. -2019. - № 4. -С. 9-14.

FEATURES OF THE IMPLEMENTATION OF MUNICIPAL SOCIAL POLICY

T.V. Petrenko, V.V. Fribus

*FSBEI HE "Kuban State Agrarian University named after I.T. Trubilina
Krasnodar, Russia*

This article discusses the features of municipal social policy, the functions and tasks of local self-government bodies for its implementation. The specifics of the development and implementation of municipal social policy are highlighted.

Keywords: municipal social policy, social sphere, management, municipal education.

УДК 331

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИИ АДАПТАЦИИ ПЕРСОНАЛА В ОРГАНИЗАЦИИ

Л.Н. Петрова

*ФГБОУ ВО Уральский ГАУ
г. Екатеринбург, Россия*

В нынешнем обществе огромный интерес со стороны общества уделяется таким общественным концепциям, как кадровые и человеческие ресурсы. И в первую очередь наиболее востребованы вопросы управления профессиональными и людскими ресурсами.

Ключевые слова: персонал, технология, адаптация.

В цивилизованных странах инвестиции в развитие кадровых ресурсов (людей, задействованных в производстве) рассматриваются как одна из самых прибыльных и эффективных форм вложений капитала [2, ст. 118].

Важным условием для стабильного функционирования любой организации, организации или трудового коллектива важно стремление сотрудников оперативно адаптироваться к постоянно изменяющимся внешним и внутренним условиям, от сотрудников необходима сноровка и гибкость в производственном процессе, сотрудники должны иметь высокоразвитое внутреннее ощущение нового, уметь распознавать все современное и актуальное в области своей компетенции. При этом важно понимать, что одной из задач подразделения, занимающегося управлением человеческими и кадровыми ресурсами в организации или компании становится подготовка и поддержание работников в таких производственных, бытовых и эмоциональных условиях, при которых

стремление сотрудников к увольнению или смене рабочего места должно быть минимальным. В организациях, заинтересованных в развитии кадров, очевидно, появляется стремление к созданию практических методик по изучению и поддержанию адаптации персонала, оценки её успешности, особенно в отношении молодых специалистов. В связи с этим, отсутствие или неэффективное использование методик анализа адаптации персонала на предприятиях и в организациях часто основывается на слабом понимании ответственными лицами взаимосвязей между ощутимыми показателями результативности адаптации сотрудников (качественными показателями) и итоговой успешностью кампании по развитию процессов развития персонала и компании в целом (количественными показателями) [2, ст. 213].

Также следует учитывать, что в противоречие с этими методиками вступает потребность любого здорового человека в стабильности, комфорте, понятности окружающей ситуации. Психология говорит о том, что любой индивид стремится сохранить вокруг себя такую достигнутую среду, которую он ощущает, как привычную и знакомую. Человеку психологически свойственно подсознательное чувство сопротивления всему новому, неизвестному, что может изменить уже достигнутое им положение в мире.

Исследуемая организация это ведущий российский поставщик стационарных и тяговых аккумуляторных батарей для различных областей применения. Компания специализируется на поставках стационарных (промышленных) и тяговых аккумуляторных батарей для использования в источниках бесперебойного питания, системах резервного электропитания, для охранно-пожарных систем, телекоммуникаций, медицинского оборудования, полумоечной и полоуборочной техники, альтернативной энергетики.

В ходе исследования в организации было проведено анкетирование 50 сотрудников. В анкетировании участвовало 20 % женщин и 80% мужчин.

Так же анкетирование показало возраст сотрудников. По результатам можно сказать, что большинство анкетированных лиц в возрасте от 18 до 30 лет.

Третий вопрос анкеты показывал, как долго продолжается освоение в условиях нового места работы сотрудников. Полученные результаты представлены на рисунке 1.

Третий вопрос анкеты показывает, были ли проблемы при адаптации работника к новому месту работы. По данным рисунка 1, можно сделать вывод, что у большинства опрошенных возникали трудности при освоении новых знаний.

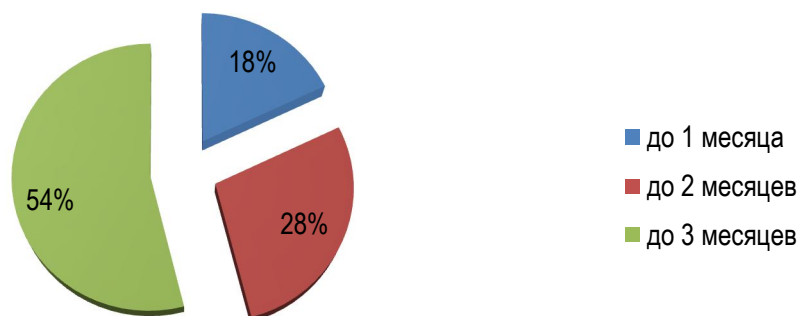


Рисунок 1 - Вопрос № 3. « Как долго продолжается Ваше освоение в условиях нового места работы? »

Четвертый вопрос анкеты «Что Вам показалось наиболее сложным в течение этого периода?», полученные результаты представлены на рисунке 2.

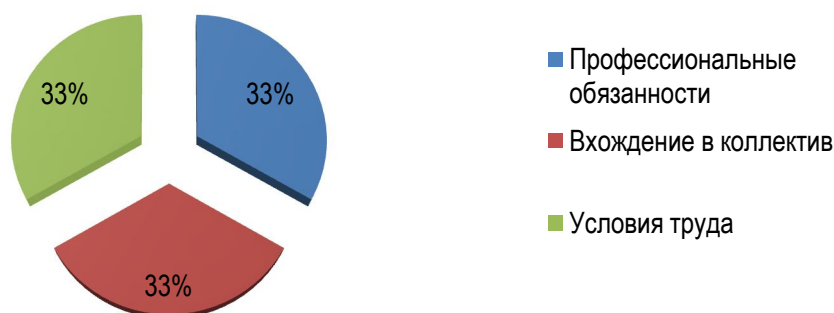


Рисунок 2 - Вопрос № 4. « Что Вам показалось наиболее сложным в течение этого периода? »

По данным анкетирования на вопрос № 4 можно сделать вывод, что проблемы при адаптации работника к новому месту работы связаны с профессиональными обязанностями, со знакомством с новыми коллегами и с условиями труда. Следующий вопрос анкетирования показывает период времени, когда новые сотрудники обращаются за помощью к своим коллегам.

Большинство опрошенных 49% обращались за помощью к своим коллегам до 3 месяцев.

Таким образом, сделаем основные выводы по опросу:

- большинство работающих в организации – мужчины;
- большинство опрошенных имеют возраст от 18 -30 лет;
- определяющим фактором при выборе места работы является заработная плата и карьерный рост;
- у большинства опрошенных возникали трудности при освоении новых знаний при устройстве на работу;

– большинство опрошиваемых может уволиться, если его не будет устраивать получаемая заработная плата.

Исходя из этого, особое внимание необходимо уделить формированию кадровой политики в области наставничества, карьерного роста.

Используя данные проведенного анализа и в организации и современную стратегию кадровой политики в области привлечения и удержания рабочей силы, определим следующие пути совершенствования кадровой политики в области привлечения и удержания рабочей силы.

Основными мероприятиями, которые должны обеспечить привлечение и удержание рабочей силы, являются:

- внедрение системы наставничества;
- привлечение молодых работников, не имеющих специальности и организация их обучения на требуемую специальность за счёт организации.

Исследование доказало, что сохранение актуальности совершенствования процесса адаптации новых работников, поскольку внешняя среда очень изменчива, современный мир стал характеризоваться усилением различных вызовов и угроз. Это, безусловно, оказывает, значительное влияние на формирование процессов управления персоналом и соответствующей ему внутриорганизационной политики учреждений по управлению персоналом.

Список использованных источников.

1. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 N 197-ФЗ (ред. от 05.04.2021)– URL: <http://www.consultant.ru/>

2. Коргова, М. А. Кадровый менеджмент: учебное пособие для вузов / М. А. Коргова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2020. – 216 с. – (Высшее образование). Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/448299> (дата обращения: 27.01.2021).

IMPROVING THE TECHNOLOGY OF PERSONNEL ADAPTATION IN THE ORGANIZATION

L.N. Petrova

*FSBEI HE Ural SAU
Ekaterinburg, Russia*

In today's society, a huge interest on the part of society is paid to such social concepts as human resources and human resources. And first of all, the most popular issues are the management of professional and human resources.

Keywords: personnel, technology, adaptation.

УДК 373

ГРУППОВАЯ РАБОТА КАК ЭЛЕМЕНТ СОТРУДНИЧЕСТВА ДЕТЕЙ НА УРОКАХ МАТЕМАТИКИ

Е.С. Петрова

*ГБОУ ВО «Ставропольский государственный педагогический институт»,
г. Ставрополь, Россия*

В данной статье рассматривается необходимость формирования сотрудничества младших школьников. Групповая форма учебной работы предполагает включение обучающихся в совместное планирование учебной деятельности, уяснение информации, обсуждение, взаимный контроль, что способствует развитию сотрудничества. Приведены задания по математике, направленные на формирование сотрудничества и коммуникативных универсальных учебных действий.

Ключевые слова: групповая работа, сотрудничество, математика, начальная школа.

В настоящее время в ходе реализации новых образовательных стандартов, необходимость внедрения и использования современных методов и технологий обучения, групповых форм работы не вызывает сомнений [5]. Совместная деятельность в процессе школьного обучения, как со сверстниками, другими учениками, так и с учителем является одним из основных условий формирования универсальных учебных действий, а конкретно: личностных, познавательных, коммуникативных.

Согласно Федеральному государственному образовательному стандарту начального общего образования, перед образовательными учреждениями стоит задача, которая предполагает собой процесс реализации педагогики сотрудничества, а также развития самостоятельной и ответственной личности обучающихся.

В рамках начального обучения приоритетной задачей является сохранение индивидуальности ребенка и создание необходимых условий для успешной самореализации и самовыражения. Решение этой задачи осуществляется путем дифференцированного обучения, которое учитывает темп деятельности ребенка, сформированность у него необходимых знаний и умений, а также уровень обученности.

Огромная роль при этом отводится групповой форме работы, которая основана на учебном сотрудничестве обучающихся и позволяет осуществлять учебную деятельность без пошагового руководства и контроля со стороны учителя. Организация групповой работы предполагает разделение учеников на несколько групп с целью самостоятельного изучения нового учебного материала, решения поставленных задач, обсуждения различных точек зрения.

Процесс обучения, основанный на групповых формах работы, позволяет к концу обучения в начальной школе сформировать учебный класс как единое сообщество, ставить перед собой учебную цель, задачи, а также совместно искать пути их решения [1].

Групповая форма организации учебной деятельности более эффективна для ситуаций, в которых необходим поиск общего способа решения поставленной задачи. Такая форма работы стимулирует обучающихся к творческому подходу при решении задач, способствует расширению их осведомленности как в предметной области, так и в сфере социального взаимодействия.

Математика в начальной школе открывает потенциально большие возможности при организации групповой деятельности обучающихся. Связанно это с тем, что учебные предметы с математической направленностью довольно обширны, с большой вариативностью заданий, решение которых нацеливает учеников на выполнение различных видов деятельности, создавая тем самым способность согласованных действий в соответствии с поставленной целью [4]. Учебные задания по математике способствуют формированию различных логических операций, групповая отработка которых, является эффективным средством активизации внимания, а также развития математической грамотности, мышления и речи.

Применение групповой формы работы на уроках математики, как одного из элементов организации сотрудничества, способствует:

- углублению и пониманию изучаемого материала, улучшению познавательной активности и творческой самостоятельности обучающихся;

- улучшению межличностных связей, формированию способностей выстраивать отношения: пропадает безразличие, появляется теплота, честность, взаимность;

- способствует сплочению классной аудитории, дети начинают лучше понимать друг друга;

- приобретаются такие навыки, как откровенность, способность строить свое поведение с учетом позиции собеседника [3].

Усилия учителя при формировании сотрудничества на уроках математики отмечаются тогда, когда видны результаты его деятельности, а конкретно – высвобождение и развитие учебной и познавательной инициативы.

Именно в начальной школе должны быть заложены основы групповой работы, а также развиты навыки сотрудничества. Педагог, в данном случае, является наставником, от его умений и навыков зависит успешность организации и эффективность групповой

работы, которая является средством формирования учебного сотрудничества и коммуникативных навыков. При организации групповой работы на уроках математики учитель должен руководствоваться методическими принципами, характерными для современного начального образования.

Рассмотрим некоторые типы заданий, способствующие развитию сотрудничества на уроках математики в начальной школе.

Первый тип заданий – «Расшифровка». Задания такого рода способствуют групповому взаимодействию детей, а также позволяют развить навыки устного счета. В рамках таких заданий необходимо провести вычислительные действия и по их результатам расшифровать спрятанное стихотворение. Данный тип заданий интересен для детей тем, что возникает азартная ситуация в силу ограничений по времени. Именно поэтому дети должны выполнять задание совместно и быстро, распределить основные роли, каждая из которых отвечала бы за отдельный подпункт. В том случае, если решать примеры будут 1-2 человека, то задание не будет выполнено, так как недостаточно времени для этого. Чтобы получить результат, необходима работа в группе, что как следствие способствует формированию сотрудничества.

«Разбитые фигуры». Структура данного типа заданий также предполагает групповую работу. Его суть заключается в сложении деталей фигуры, для того чтобы получить общую, назначенную учителем. При этом дети должны молчать, но им разрешается использовать жесты для выражения своих идей. Задание будет считаться выполненным, когда группа полностью соберет все фигуры. Данный тип заданий позволяет развить творческую деятельность, индивидуальный подход к групповой работе, а также сотрудничество детей.

«Цепочки вычислений». Данный тип заданий предполагает разделение класса на несколько групп, каждая из которых получает карточки с заданиями, в которых необходимо произвести арифметические действия. Время выполнения заданий ограничено, группа должна решить примеры и поставить в порядке убывания карточки с ответами. Для того, чтобы усложнить задание, карточек с ответами больше чем самих ответов, и все они разных цветов. После группового решения, выстраивается последовательность цветов согласно условию (порядок убывания), затем учитель открывает правильный ответ («желтый-синий-красный»). Если цвета не совпадают, группе дается еще попытка, чтобы исправить свой ответ, пока учитель проверяет результаты другой группы. Данный тип заданий больше игровой и соревновательный, что поз-

воляет сделать процесс обучения увлекательным и познавательным [2]. Такие задания развивают навыки устного счета, способности к выполнению сложных арифметических операций, а также ответственность не только за себя, но и товарища, учебное сотрудничество младших школьников.

Проект «Великие математики» предполагает разработку презентации с информацией о великих личностях, математиках. Для начальной школы это довольно сложная работа и одному ученику это не всегда под силу. Именно поэтому данный вид работы относят к групповой форме. Совместный поиск необходимой информации, наполнение слайдов презентации позволяет развить сотрудничество детей, увидеть индивидуальность каждого ребенка.

В заключении хотелось бы отметить, что развитие группы и самой личности взаимно обусловлены. Достижение сотрудничества возможно только тогда, когда члены групп овладеют коммуникативными умениями и навыками, будут готовы строить партнерские отношения. На уроках математики групповая форма работы заключается в формировании универсальных учебных действий, а конкретно учебной самостоятельности, познавательной активности, способности учиться друг у друга. Самостоятельность детей, стремление учиться, возрастает тогда, когда выше опыт учебного сотрудничества.

Список использованных источников.

1. Алёхина И. А. Групповая работа как форма организации деятельности младших школьников // Эксперимент и инновации в школе. – №3. – 2011. – С. 25-27.
2. Клевакина В. П. Групповая форма обучения как способ совместной педагогической деятельности учителя и обучающихся в процессе обучения математике // Эксперимент и инновации в школе. – 2010. – №4. – С. 63-68.
3. Рябкова М. О. Приёмы работы в малых группах при обучении школьников математике на этапе подготовки к итоговой аттестации // Концепт. – №4. – 2011. – С. 13-21.
4. Устимова М.М. Групповая работа на уроке как средство формирования коммуникативных УУД младших школьников // Государственные образовательные стандарты: проблемы преемственности и внедрения: сборник материалов всероссийской научно-практической конференции, Арзамас, 17 апреля 2015 года. – Арзамас: Арзамасский филиал ННГУ, 2015. – С. 397-401.
5. Formation of competence of using modern methods and technologies of education in bachelors of education training / K. Kirichek, R. Bazhenov, O. Bogdanova [et al.] // Inted2018 : Conference Proceedings, Valencia, 05–07 марта 2018 года. – Valencia: IATED Academy, 2018. – P. 2403-2410. – DOI 10.21125/inted.2018.0457.

GROUP WORK AS AN ELEMENT OF CHILDREN'S COOPERATION IN MATH LESSONS

E. S. Petrova

*SBEI HE «Stavropol State Pedagogical Institute»,
Stavropol, Russia*

This article discusses the need for cooperation among primary school students. The group form of educational work involves the inclusion of students in the joint planning of educational activities, understanding of information, discussion, mutual control, which contributes to the development of cooperation. The tasks in mathematics aimed at forming a cooperative and communicative universal educational activity are presented.

Keywords: group work, collaboration, mathematics, primary school.

УДК 336.7

РАЗВИТИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ КУРСАНТОВ НА ОСНОВЕ ТЕХНОЛОГИЙ ЭЛЕКТРОННОГО ОБУЧЕНИЯ

Ю.С. Пирогова, С.В. Абрамова

*Тюменское высшее военно-инженерное командное училище
имени маршала инженерных войск А.И. Прошлякова, г. Тюмень, Россия*

В данной статье рассмотрена возможность применения различных элементов электронного обучения (электронные учебники, электронные учебные пособия, системы электронного тестирования) в обучении курсантов военно-инженерного училища, а также проанализированы проблемы формирования профессиональных компетенций (на примере учебной дисциплины «Системы автоматизированного проектирования»)

Ключевые слова: электронное обучение, электронный учебник, преподавание, курсант, системы автоматизированного проектирования, профессиональные компетенции.

Электронное обучение активно используется в образовательной системе нашей страны, постоянно повышается уровень информатизации образования, что соответствует мировым тенденциям в области образовательных технологий. Под электронным обучением понимается обучение с использованием в учебном процессе различных информационных технологий. К формам электронного обучения в учебном заведении относятся:

1) организация обучения на базе специальной системы управления курсами (электронного обучения), широко известной системой подобного типа является Moodle

2) использование электронных учебников и пособий

3) применение электронного тестирования для контроля знаний

4) обращение к образовательным ресурсам сети интернет

Для поддержания обороноспособности нашей страны, необходимо использовать современные научно-технические достижения, в том числе современные образовательные технологии для всесторонней и качественной подготовки военных специалистов. В настоящее время технологии электронного обучения активно внедряются в учебный процесс военных учебных заведений Российской Федерации, что активно поддерживается на уровне Министерства обороны Российской Федерации.

Электронное обучение в военных вузах имеет свои особенности в силу специфики военного образования, использование технологий глобальных сетей является ограниченным и строго регламентированным.

В декабре 2014 было принято решение о создании единой электронной библиотеки для всех военных вузов.

В 2015 году была разработана структура электронного библиотечного комплекса – разделение на внутренний и внешний контуры.

В 2016 году было объявлено о переходе на электронные учебники в вузах Министерства обороны РФ, стартовал проект «Электронный ВУЗ», с 1 сентября 2016 года функционирует единая электронная библиотека, к 2017 было разработано и оцифровано более 2000 учебников и учебных пособий только для вузов Сухопутных войск. Проблемы, связанные с разработкой и внедрением электронных учебников и учебных пособий в учебный процесс военных вузов, анализируются во многих современных публикациях.

В настоящее время в Тюменском высшем военно-инженерном училище активно идет процесс внедрения и разработки элементов электронного обучения, что необходимо для успешного развития профессиональных компетенций курсантов. В условиях Тюменского высшего военно-инженерного командного училища актуально использование электронных учебных изданий и электронных тестовых модулей.

В учебном процессе активно используются базовые учебники Министерства обороны, обязательные для использования в учебном процессе. В то же время в ТВВИКУ возникает необходимость разработки собственных электронных изданий, так как разработка базовых электронных учебников для всех учебных дисциплин невозможна по причине их большого количества и специфики.

В рамках учебной дисциплины «Системы автоматизированного проектирования», изучаемой курсантами специальности «Транспортные средства специального назначения», предусмотрено развитие следующих компетенций:

1) способность самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой профессиональной деятельности (ОПК-2);

2) владение основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, наличием навыков работы с компьютером как средством управления информацией (ОПК-8).

Формирование данных профессиональных компетенций в рамках данной учебной дисциплины происходит по двум направлениям:

1) непосредственное изучение информационных технологий – программы «КОМПАС-3D», современной российской системы автоматизированного проектирования с использованием компьютерной техники; в перспективе возможно изучение других САПР;

2) использование технологий электронного обучения (электронных учебных пособий и тестовых комплексов).

Второе направление, использование технологий электронного обучения в преподавании дисциплины «Системы автоматизированного проектирования», в настоящее время находится в стадии внедрения.

Первоначально использовались pdf-версии учебников и учебных пособий кафедры.

Необходимость в разработке электронного учебника по дисциплине «Системы автоматизированного проектирования» вызвана рядом причин: достаточно часто возникает проблема подбора литературы для преподавания данной учебной дисциплины, практически невозможно найти современное печатное издание, которое охватывало бы и теоретические вопросы, и работу с программным продуктом; по многим иностранным САПР нет никакой русскоязычной литературы, в сети интернет можно найти отдельные бесплатные видеоуроки на русском языке, зачастую низкого качества.

Возникает необходимость разработки не только учебных пособий по отдельным разделам дисциплины, но и полноценных электронных учебников.

Наиболее эффективным средством повышения качества преподавания учебной дисциплины «Системы автоматизированного

проектирования» является разработка электронного учебника в одном из программных продуктов для электронной разработки учебных изданий и внедрение его в учебный процесс.

Рекомендуется использовать современное программное обеспечение SunRayBookOffice, предоставляющее удобный интерфейс для разработки электронных учебников, позволяющее использовать гиперссылки, удобную навигацию, электронное тестирование, вставку аудио и видеофрагментов.

Основное преимущество использования электронного учебника по дисциплине «Системы автоматизированного проектирования» - возможность использования качественных графических иллюстраций для изображения интерфейса изучаемого программного продукта, разрабатываемых чертежей и 3D-моделей.

Печатные издания, описывающие работу САПР-системы, очень часто имеют иллюстрации крайне низкого качества.

Для повышения эффективности преподавания актуальна вставка аудио и видеофрагментов в электронный учебник для обучения работе в конкретном программном продукте, а также наглядного представления производственных процессов – обработки деталей и материалов на станках, процесса создания 3D-моделей на 3D-принтерах.

В настоящее время дорабатывается электронный учебник «Системы автоматизированного проектирования» на базе SunRayBookOffice и создаются электронные тесты для проверки знаний на базе SunRay TestOffice.

Использование электронных учебных изданий способствует более успешному усвоению профессиональных компетенций, электронные издания – одна из актуальных форм использования современных информационных технологий в образовании.

DEVELOPMENT OF PROFESSIONAL COMPETENCIES OF CADETS BASED ON TECHNOLOGY E-LEARNING

Y.S. Pirogova, S.V. Abramova

*Tyumen Higher Military Engineering Command School (Military Institute),
Marshal of Engineering Troops A.I. Proshlyakov, Tyumen, Russia*

This article considers the possibility of using various elements of e-learning (electronic textbooks, electronic tutorials, electronic testing systems) in the training of cadets of the military engineering school, as well as analyzed the problems of forming professional competencies (using the example of the training discipline "Computer-aided design systems")

Keywords: e-learning, e-textbook, teaching, cadet, computer-aided design systems, professional competencies.

РАЗВИТИЕ ЦИФРОВОГО ПРАВИТЕЛЬСТВА НА ФЕДЕРАЛЬНОМ И РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЯХ

А.Д. Поркграс¹

*Нижевартовский государственный университет,
г. Нижневартовск, Россия*

Рост требований у граждан к качеству реализуемых государством услуг постоянно растет, каждый хочет взаимодействовать с государством через Интернет более доступными и продвинутыми способами. И данный факт обоснован, в настоящее время большая часть деятельности людей тесно связана с информационными технологиями. Данная статья посвящена теме цифрового правительства, его важности для общества и государства, а также теме развития электронных услуг на региональном уровне.

Ключевые слова: цифровое правительство, электронное правительство, умная страна, портал государственных услуг, региональные сайты, федеральные сайты.

Выход в глобальную сеть дает людям множество возможностей и поэтому современному гражданину хочется взаимодействовать с органами государственной власти в такой же доступной мере, как при пользовании интернет-магазинами или банкоматами. Реализацию эффективного способа предоставления информации о деятельности государства, а также оказания государственных услуг гражданам, предпринимательству и другим областям, называют «цифровым правительством», которому свойственно использование информационных технологий, мобильных технологий и сети Интернет при взаимодействии заявителя и государства. [5]

Для начала, следует отметить, что в России в мае 2008 года была принята концепция «электронного правительства», которая являлась инновационной структурой государственной деятельности, базирующейся на широком использовании информационно-коммуникационных технологий с целью получения организациями и гражданами удобства при пользовании государственными услугами. Так, в настоящее время население России осуществляет большинство своих запросов через Единый портал государственных и муниципальных услуг (далее ЕГПУ), который положил начало освоению цифрового обслуживания граждан еще в 2009 году [4].

Развитие электронного правительства через портал государственных услуг состояло из трех стадий: начальное, расширенное

¹ Научный руководитель: Тагилова А.В. Старший преподаватель кафедры «Коммерции и менеджмента»

и полное взаимодействие (рисунок 1). Разница в получении информации через сайты на начальном этапе не особо ощутима. Региональные сайты предоставляют только 50% услуг, когда у федеральных сайтов – 63%. Вторая стадия демонстрирует расхождение в предоставлении услуг, так, в регионах расширенные информационные услуги составляют только 30%, в то время как на федеральном уровне – 82%. Третья стадия является важнейшей для оценки цифрового развития России – региональный уровень предоставляет лишь 42% электронных услуг, федеральный – 85% [2].



Рисунок 1 – Показатель развития стадий электронного правительства по порталам государственных и муниципальных услуг [2]

Таким образом, по результатам исследования федеральные сайты более широко распространяют свои услуги [2]. Это обосновано факторами полного государственного вмешательства и отсутствием необходимых условий для внедрения системы в региональном масштабе. Ко всему прочему, развитие численности пользователей ЕПГУ имеет характер активного роста. Так, в 2012 году численность пользователей ЕПГУ составила 1 413 587 человек, а в 2020 – почти 130 млн. человек. Таким образом, в настоящее время около 70% граждан РФ пользуются электронными государственными услугами и находят в этом особенное удобство [2].

Взаимоотношение организаций с органами власти на федеральном и региональном уровне имеет свои определенные различия. Так, на рисунке 2 представлено сравнение использования интернета для получения информации о деятельности органов государственной власти и местного самоуправления в Российской Федерации и в Ханты-Мансийском автономном округе-Югре.

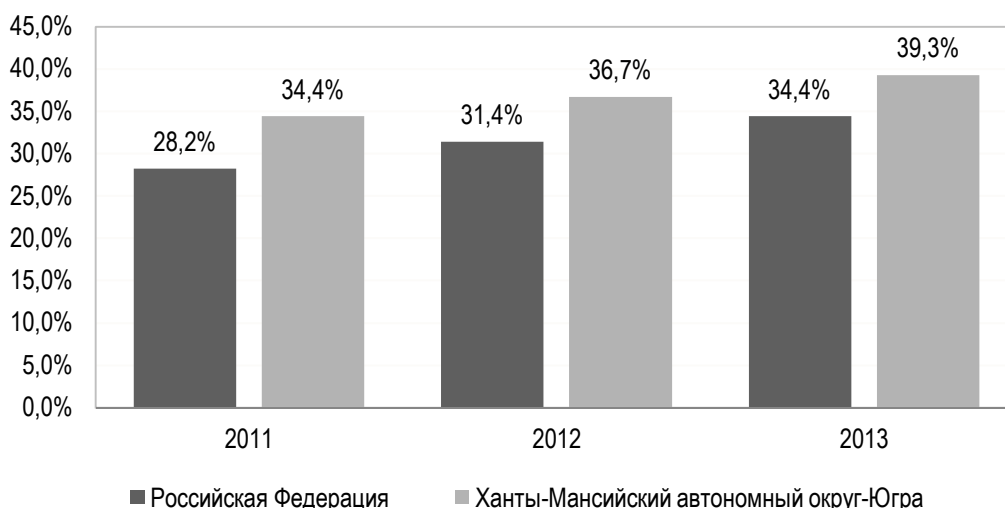


Рисунок 2 – Использование интернета для получения информации о деятельности органов государственной власти и местного самоуправления (в % от общего числа организаций) [6]

Так, анализируя полученные данные можно сделать вывод, что в ХМАО-Югре электронное обслуживание граждан находится на уровне выше среднего и предполагает развитие в дальнейшем. В 2018 году в регионе была организована Государственная программа «Цифровое развитие Ханты-Мансийского автономного округа – Югры» или «Цифровой регион» [3]. Задачей программы является развитие информационного общества и электронного правительства, в том числе технологий, обеспечивающих повышение качества государственного управления, электронного взаимодействия населения и органов государственной власти автономного округа [7].

Мероприятия «Цифрового региона» осуществляются и по настоящее время. Например, 4 декабря 2018 года был основан Региональный проект «Цифровое государственное управление», который продолжит осуществление своей деятельности вплоть до 2024 года. Ключевыми задачами проекта являются обеспечение получения актуальной информации о конкурсных отборах и требованиях к ним, а также публикация актуальных новостных материалов о конкурсах и мерах государственной поддержки в социальных сетях [3].

Таким образом, цифровое развитие Российской Федерации находится в активной позиции и прогнозирует рост потребностей в реализации соответствующих данному направлению мероприятий. В современном информационном мире государство должно заботиться о качественном предоставлении услуг населению. Также немаловажным является государственная поддержка развития электронных порталов, как на федеральном, так и на региональном уровнях. Именно воплощение данных задач в проектах

различного масштаба позволяет продвигать цифровое направление в России и достигать положительного взаимодействия граждан и государственных органов в ХМАО-Югре.

Список использованных источников.

1. Джордано Д.О. Электронное правительство и цифровое государство / Д.О. Джордано, М.Б. Понявина // Экономика и бизнес. – 2020. – С. 74-76.
2. Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации URL: <http://government.ru/rugovclassifier/719/events/> (дата обращения 24.05.2021)
3. Постановление от 5 октября 2018 г. n 353-п о Государственной программе Ханты-Мансийского автономного округа - Югры "Цифровое развитие Ханты-Мансийского автономного округа - Югры" URL: <https://depit.admhmao.ru/programmy/gosudarstvennaya-programma-tsifrovoye-razvitiyehanty-mansiyskogo-avtonomnogo-okruga-yugry/postanovlenie-pravitelstva-khanty-mansiyskogo-avtonomnogo-okruga-yugry-ot-05-10-2018-g-353-p-o-gosud/5582569/redaktsiya-ot-5-03-2021/> (дата обращения 24.05.2021)
4. Сайт ГосУслуги URL: https://www.gosuslugi.ru/help/news/2020_12_30_results_of_the_year#:~:text=Госуслуги%20в%20цифрах%20за%202020,присоединились%20только%20в%20этом%20году (дата обращения 24.05.21)
5. Сидорова, А. А. Электронное правительство : учебник и практикум для вузов / А. А. Сидорова. – Москва: Юрайт, 2020. – 166 с. – Текст : электронный. – URL: <https://urait.ru/bcode/451318> (дата обращения: 24.05.2021).
6. Электронное правительство в субъектах Российской Федерации URL: <https://digital.gov.ru/ru/activity/statistic/rating/elektronnoe-pravitelstvo-v-subektah-rossijskoj-federacii/> (дата обращения 24.05.2021)
7. Волкова И.А. Развитие кадрового и научно-образовательного потенциала цифровой экономики в ХМАО-Югре / И.А. Волкова // Актуальные проблемы гуманитарных наук. – 2021. – С. 150-153.

DEVELOPMENT OF DIGITAL GOVERNMENT AT FEDERAL AND REGIONAL LEVELS

A.D. Porkgras

*Nizhnevartovsk State University,
Nizhnevartovsk, Russia*

The growth of citizens' requirements for the quality of services sold by the state is constantly growing: everyone wants to interact with the state via the Internet in more accessible and advanced ways. And this fact is justified – at present, most of the activities of people are closely related to information technology. This article is devoted to the topic of digital government, its importance for society and the state, as well as the development of electronic services at the regional level.

Keywords: digital government, e-government, smart country, public service portal, regional sites, federal site.

УДК 373.2

ЗНАКОМСТВО ДОШКОЛЬНИКОВ С ВЕЛИЧИНОЙ, КАК СРЕДСТВО ПОЗНАНИЯ ОКРУЖАЮЩЕГО МИРА

В.А. Поспелова, А.С. Чижикова

*Ставропольский государственный педагогический институт,
г. Ставрополь, Россия*

В данной статье рассматривается необходимость развития у дошкольников представлений о величине, как одного из основных математических понятий. В статье описываются способы измерения величины. Раскрывается вопрос о том, как знакомить детей с величиной, а также этапы освоения детьми понятия «величины».

Ключевые слова: величина, математика, дошкольник, математические представления.

Современное образование призвано обеспечить саморазвитие и самореализацию ребенка, способствовать развитию субъективной позиции в познании окружающей действительности. Согласно Федеральному государственному образовательному стандарту, перед дошкольными образовательными учреждениями стоит задача, связанная со всесторонним развитием интеллектуального и творческого потенциала детей. Математическое образование является одним из эффективных средств интеллектуального развития детей, позволяющее расширить возможности успешной адаптации подрастающего поколения к современным условиям жизни. Многие исследователи в своих работах акцентируют внимание на поиск необходимых средств, приемов и методов, которые способствовали бы формированию у дошкольников элементарных математических представлений, позволяющих развивать умственные навыки дошкольников, а также формировать способность самостоятельно и творчески мыслить.

Исследователями-практиками отмечено, что дети дошкольного возраста в рамках изучения математики, наибольший интерес проявляют к таким математическим категориям, как время, величина, количество, форма и пространство, которые позволяют им ориентироваться в различных вещах и ситуациях, находить связь между ними, закономерности. Способность определять величину как свойство некоторого предмета является не только необходимостью для познания определенного предмета в отдельности, но и для понимания взаимосвязи между ними. Развитие представлений у дошкольников о величине позволяет формировать у детей более полные знания об окружающей действительности [5].

Величина предмета является пространственным признаком, связанным с процессом восприятия, который позволяет изучать

объект, раскрывать его особенности. Для образования у дошкольников представлений о величине необходимо развить у них конкретные представления о предметах и явлениях окружающей действительности. Чувственное восприятие и первичные представления о величине формируются у ребенка еще в раннем возрасте, в результате взаимодействия с различными предметами. Многократное восприятие объектом на разном расстоянии и в разном положении способствует развитию константности восприятия.

Познание величины детьми дошкольного возраста происходит на основе сенсорного восприятия, мышления и речи. Навыки точного определения величины приобретаются в результате практической деятельности с объектами разных размеров. По мнению Леушиной А.М. для получения наиболее популярных представлений о величине, необходимо установить определенную взаимосвязь между предметами и явлениями, которые нас окружают. Как отмечалось выше, величина является пространственным признаком и прямо связана с сенсорным процессом, который позволяет определить свойства изучаемого предмета [3].

Оценка размера предметов необходима для более точного его описания. Для сравнения размеров предметов можно воспользоваться различными практическими действиями, такими как наложение, измерение. Киричек К.А. считает, что дошкольников необходимо обучать единицам измерения длины, развить у них представления о метре, сантиметре, а также познакомить с функциями линейки и правилами измерения [4]. Процесс измерения будет понятен дошкольникам, если они будут знакомы с алгоритмом измерения, другими словами, если дошкольники будут обладать умениями, которые при дальнейшем использовании и повторении становятся навыками. Некоторые дети испытывают значительные трудности в процессе измерения предметов, так как считают, что средства измерения, применяемые в одних условиях, не могут использоваться в других. Связано это с тем, что имеющиеся знания не выходят за рамки индивидуального практического опыта.

При знакомстве детей с величиной выделяют этапы, которые характеризуются общностью предметных действий и направлены на освоение понятия «величина». Первый этап предполагает выделение и определение свойств и качеств отдельных предметов и их сравнение без измерения. На данном этапе детей учат элементарным измерениям, сравнению двух предметов при помощи третьего, равного одному из них. Воспитатель должен показать детям и объяснить им, что не всегда предметы можно сравнить друг с другом путем наложения одного к другому, и что в таком случае каждый предмет необходимо измерить по отдельности [1].

На данном этапе необходимо объяснить ребенку, что существуют объективные и субъективные качества предметов, которые не всегда позволяют провести точную оценку. Необходимо показать ребенку качества, которые позволяют провести точную оценку разницы, то есть показать, насколько больше или меньше тот или иной предмет.

Второй этап формирования представлений о величине у дошкольников должен проводиться с использованием промежуточной мерки. Данный этап позволяет развить у детей навыки измерения при помощи промежуточных мер. Сама мера выбирается ребенком произвольно из окружающих его предметов. При этом, прежде чем приступить к измерению, необходимо чтобы ребенок владел навыками определения длины, ширины; умением координировать движением руки; обладать счетными умениями и количественными представлениями.

При использовании промежуточных мерок целесообразно научить ребенка ориентироваться по меткам, в качестве которых могут быть использованы палочки, пуговицы и т.п. Определяя каждую метку условно, ребенок получает модель определения величины. При использовании меток, как способа определения величины, дошкольники устанавливают связь между числом как мерой величины и числом как характеристикой величины. После завершения расставления меток для определения величины, достаточно просто сосчитать их количество, чтобы получить численное значение величины [4].

Третий этап предполагает знакомство дошкольников с различными измерительными приборами и единицами измерения. Данный этап обладает значительной формализованностью, так как основные стандартные меры величины являются условным соглашением. К стандартным мерам измерения обычно относят метр для измерения длины, килограмм для измерения массы, литр для измерения емкости.

Таким образом, знакомство дошкольников с величиной положительно влияет на умственное развитие детей, так как способствует формированию способности к отождествлению, распознаванию, сравнению, подводит к пониманию величины как математического понятия и подготавливает ребенка к дальнейшему изучению математических основ.

Список использованных источников.

1. Белошистая А.В. Формирование и развитие математических способностей дошкольников: вопросы теории и практики: курс лекций для студентов вузов / А.В. Белошистая. Обучение математике в ДОУ. - М.: Айриспресс, 2005. - 320 с.

2. Киричек К.А. Методика ознакомления дошкольников с метром и сантиметром // Гуманитарные научные исследования. -2015. - № 8 (48). - С. 77-78.

3. Леушина А.М. Формирование элементарных математических представлений у детей дошкольного возраста. - М.: Просвещение, 1974. – 368 с.

4. Линник Н.В. , Ревина Н.А. Экспериментирование как средство формирования представлений о величине у детей старшего дошкольного возраста // Психология и педагогика: методика и проблемы практического применения. 2015. №46. С. 101-105.

5. Микляева Н.В. Теория и технология развития математических представлений у детей [Текст]: учеб. для студ. учреждений высш. образования / Н.В.Микляева, Ю.В.Микляева. - М.: Академия, 2014. - 352 с.

INTRODUCTION OF PRESCHOOLERS WITH SIZE AS A MEANS OF COGNITION OF THE ENVIRONMENT

V.A. Pospelova, A.S. Chizhikova

*Stavropol State Pedagogical Institute,
Stavropol, Russia*

This article discusses the need for preschoolers to develop ideas about value, as one of the basic mathematical concepts. The article describes how to measure a quantity. The article reveals the question of how to acquaint children with the size, as well as the stages of mastering the concept of "size" by children.

Keywords: value, mathematics, preschooler, mathematical representations.

УДК 331.5

БЕЗРАБОТИЦА МОЛОДЕЖИ

А.А. Пронина, Д.М. Шакирова

*ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический университет»,
г. Казань, Россия*

Проблема невостребованности молодежи на современном рынке труда является одной из проблем социально-экономической ситуации в стране. Для преодоления сложностей в сфере безработицы, как никогда, необходимо анализировать охват и вовлеченность молодежи в трудовую деятельность и найти способ оказания действенной помощи молодежи, переживающей сложные обстоятельства с трудоустройством.

Ключевые слова: менеджмент, занятость, молодежь, рынок труда, проблема безработицы.

Безработица, являясь существенной макроэкономической проблемой, оказывает негативное влияние на темпы экономического роста, таким образом определяя спад и так ограниченных ре-

сурсов для производства товаров. В целях решения данной проблемы необходимо исследовать вопрос безработицы как социально-экономической системы, а также как элемента, сильно влияющего на эффективность работоспособности предприятий.

Проблема безработицы обусловлена не только экономическим спадом, она также выражена социальными последствиями, о которых необходимо задуматься. Негативные последствия влияют на уровень рождаемости, на количество разводов, приобщение молодежи к преступному миру и т.п. Необходимо системное воздействие на своевременный контроль складывающейся ситуации на рынке труда, формирование наиболее востребованных профессий, изучение возникающих рисков, влияющих на безработицу, а также прогнозирование актуальности перечня специальностей, преподаваемых в вузах. [1].

Если начинать с малого, то стоит затронуть потенциал молодежи, так как он является перспективным ресурсом и важным субъектом экономической активности на рынке труда. Молодежь имеет возможность внести большой вклад в сокращении безработицы в будущем. Стоит учесть, в первую очередь, что молодые люди составляют около 35% трудоспособного населения Российской Федерации. Но выходя из стен высших учебных заведений, многие сталкиваются с тем, что работодатели не имеют огромного желания брать молодых специалистов без опыта работы или требования к работе не совпадают с квалификацией выпускников.

К сожалению, уровень образования молодых людей подвержено скептическому отношению со стороны работодателей. Это вызвано тем, что после окончания школы молодые люди без анализа рынка труда поступают в высшее учебное заведение по желанию авторитетных для них людей или с заоблачными представлениями о будущей профессии, что в дальнейшем вызывает разочарование и нежелание работать по полученной специальности. Каждый из них в первую очередь обращает внимание на дальнейшую заработную плату, не отдавая отчета, что рынок труда перенасыщен данными профессиями. [2].

В связи с этим не стоит забывать о том, что диплом перестает быть гарантией трудоустройства и ставит его обладателя в зависимость от спроса и предложения на рынке труда. Желательно еще на этапе учебы заняться мониторингом рынка и поиском будущего рабочего места. Выпускникам в современных реалиях необходимо постоянное повышение компетенций и навыков, которые благоприятно бы отличали их в конкурентной среде. Также принципиально важно дать выпускникам возможность трудоустройства даже без опыта работы. В противном случае получается замкнутый круг [3].

Существующие проблемы обуславливают необходимость реализации государственной политики в сфере преодоления и сдерживания безработицы среди молодежи. Государственная поддержка реализуется в форме пособий по безработице, реализации программ, предусматривающих стимулирование занятости.

Важным аспектом стабилизации занятости молодежи должны стать программы профессиональной ориентации, которые должны включать в себя анализ потребностей рынка труда и развитие интереса молодежи к этим профессиям. Такой подход позволит достичь компромисса между спросом и предложением на рынке труда и запросами молодых специалистов.

Кроме того, непосредственно работодателям необходимо создать благоприятные условия для адаптации молодых сотрудников, путем приобщения их к корпоративной культуре организаций, предоставления наставников из числа более опытных коллег, привлечению к спортивным и творческим мероприятиям и т.п.

Список использованных источников.

1. Тычинских Ю.Д., Л.Б. Осипова «Безработица молодежи в России» – Вузовская наука: теоретико-методологические проблемы подготовки специалистов в области экономики, менеджмента и права, г. Тюмень, 2014 г. – 223-227 с.

2. Юшаева Р.С.-Э., И.М. Нанаева «Безработица среди молодежи в России» – Известия Чеченского государственного педагогического института, г. Грозный, 2018 г. –250-252 с.

3. Приставка Т.А., В.А. Лысых «Проблема безработицы молодежи» – Содействие профессиональному становлению личности и трудоустройству молодых специалистов в современных условиях, Сборник материалов X Юбилейной Международной заочной научно-практической конференции, посвященной 65-летию БГТУ им. В.Г. Шухова. В 2-х частях. Под редакцией С.А. Михайличенко, Ю.Ю. Буряка. - Белгород, 2018. – 341-344 с.

ESSENCE OF STRATEGIC MANAGEMENT

A.A. Pronina, D.M. Shakirova

*FSBEI HE «Kazan State Power Engineering University»,
Kazan, Russia*

The problem of the lack of demand for young people in the modern labor market is one of the major problems of the socio-economic situation in the country. To overcome the difficulties in the field of unemployment, more than ever, it is necessary to analyze the coverage and involvement of young people in the labor force and find a way to provide effective assistance to young people experiencing difficult circumstances with employment.

Keywords: management, employment, youth, labor market, the problem of unemployment.

ИССЛЕДОВАНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СТАБИЛЬНОСТИ КОМПАНИИ

И. Проценко¹

*Сибирский государственный университет путей сообщения
г. Новосибирск, Россия*

В статье рассмотрено определение и виды финансовой устойчивости, финансовые показатели оценки уровня финансовой устойчивости, а также влияние управленческого учета на конкурентоспособность предприятия.

Ключевые слова: финансовый анализ, финансовое состояние, финансовая устойчивость, управленческий учет, управленческие решения.

Стабильность финансового состояния предприятия определяется уровнем ее финансовой устойчивости. Оценка финансовой устойчивости – это элемент финансового анализа, который является необходимым для оценки финансового состояния компании, контроля ее деятельности, позволяющая выявить риски нарушений по обязательствам, определить риск банкротства.

Финансовая устойчивость организации является важным показателем финансово-экономической деятельности [1, с.12]. Прежде всего, она отражает уровень конкурентоспособности компании по сравнению с другими в этой же отрасли, ее инвестиционную привлекательность для привлечения заемных средств, выбора поставщиков, привлечения квалифицированных работников, так как ее основой является соотношение оборотных и в оборотных активах, а также собственных и привлеченных источников финансирования. От того, насколько высок уровень финансовой устойчивости компании, зависит вероятность риска ее банкротства в случае критических ситуаций.

Главная задача менеджмента - управление финансовой устойчивостью для того, чтобы обеспечить предприятие независимостью от внешних контрагентов.

Финансовый анализ дает ответы на следующие вопросы [4, с. 28]:
– уровень зависимости компании от инвесторов;
– какой тип финансовой устойчивости у компании в данный момент.

Главной основополагающей целью анализа финансовой устойчивости предприятия является оценка того, насколько оно независимо от заемных источников финансирования. Для анализа финансовой устойчивости используются коэффициенты, которые

¹ Научный руководитель: В. А. Щербаков канд. экон. наук, доцент СГУПС

показывают, как составляющие активов и пассивов баланса, так и взаимосвязь между ними: их еще называют относительными показателями финансовой устойчивости [3, с.129].

1) Коэффициент автономии

Показывает, насколько та или иная организация зависит от займа средств у кредиторов, какую долю собственные средства занимают в общей стоимости всех средств предприятия. Высокое значение коэффициента означает независимость предприятия от внешних кредиторов.

2) Коэффициент обеспеченности оборотных активов собственными оборотными средствами

Характеризует наличие СОС у предприятия, которые нужны для того, чтобы обеспечить финансовую устойчивость. Если собственный оборотный капитал отсутствует, то есть коэффициент будет показывать отрицательное значение, это значит, что почти все активы образованы за счет заемных источников.

3) Коэффициент финансовой устойчивости

Показывает, какая часть актива покрывается за счет стабильных и гарантированных источников. Они находятся в пользовании организации больше года.

4) Коэффициент маневренности собственного оборотного капитала

Показывает умение предприятия находиться на определенном, должном уровне собственного оборотного капитала и в критических ситуациях пополнять оборотные средства за счет собственных источников.

5) Индекс постоянного актива

Отражает долю собственных источников средств, которая направляется на покрытие в необоротных активах, т. е. главной части производственного потенциала предприятия. Он показывает, какую часть занимают иммобилизованные средства в собственном капитале.

6) Коэффициент экономического левериджа

Этот коэффициент отражает, какую часть собственный капитал компании занимает в ее активах. Если показатель получится высоким, значит предприятию может грозить банкротство, так как очень высок предпринимательский риск организации. Если у предприятия большая доля заемных средств, это означает, что оно получит меньше прибыли, так как она частично пойдет на погашение кредитов и выплату процентов.

Финансовая устойчивость бывает четырех типов, от абсолютной финансовой устойчивости, когда наблюдается высокий уровень платежеспособности, то есть интересы кредиторов и инвесторов защищены от неуплаты денежных средств [1, с. 30] до кризисного финансового состояния, когда предприятия полностью неплатежеспособно

и находится на грани банкротства. Основным источником информации для анализа и оценки финансовой устойчивости организации является бухгалтерский баланс. На его основе проводится анализ, основанный на коэффициентном подходе. Так как, экономическая ситуация в стране нестабильна, то вероятность банкротства становится более реальной, поэтому важно вовремя получить информацию о стоимости предприятия. Это является самой важной составляющей антикризисного управления, которая может помочь в разработке дальнейших решений. [2, с. 146]. Для того, чтобы выстоять в условиях жесткой конкуренции, предприятиям очень важно грамотно принимать управленческие решения, которые будут соответствовать условиям определенной сферы хозяйствования [6, с. 136]. Руководители предприятий должны внимательно подходить к процессу управления своим бизнесом, так как от учета финансовых результатов, различных методик их расчета и контроля, зависит эффективность принятия управленческих решений, что в свою очередь позволяет компании прогнозировать ситуацию на будущее и не допускать кризисного состояния в компании [5, с.212]. Именно управленческий учет позволяет вовремя доносить управленческие решения до руководства, тем самым обеспечивая качественный результат процессов контроля и планирования на предприятии.

Таким образом, в современном мире от того, насколько сильна и финансово устойчива организация, зависят результаты деятельности взаимоотношений с партнерами по бизнесу и ее дальнейшее развитие и конкурентное преимущество на рынке. Для того, чтобы компания сохраняла свою финансовую устойчивость, необходимо преодолеть сложившуюся критическую ситуацию, а для этого следует использовать наиболее грамотную управленческую политику.

Список использованных источников.

1. Джурбаев К.Т., Щербаков В. А. Экономика. Организация производства. Менеджмент (опыт, проблемы, перспективы). Новосибирск: НГТУ, 2002 - 315 с.

2. Сотник А.Н. Методика сбора информации для принятия управленческих решений по инвестиционным проектам предприятий топливно-энергетического комплекса // Топливо-стратегический комплекс России: актуальные проблемы и стратегии развития: сборник статей II Международной научно-практической конференции, - Пенза: РИО ПГАУ, 2019, с. 56-57

3. Шмакова В.Д. Управленческий учет в принятии управленческих решений // Транспорт. Экономика. Социальная сфера (актуальные проблемы и их решения): сборник статей VI Всероссийской научно-практической конференции МНИЦ ПГАУ. Пенза - РИО ПГАУ, 2019, с. 212

4. Беляева К.А. Стоимость бизнеса как объект оценки управления. // Формирование и реализация стратегии устойчивого экономического развития Российской Федерации: сборник статей IX Международной научно-практической конференции. – Ч.1. Пенза: РИО ПГАУ, 2019, с. 48

5. Щербаков В.А., Костин М.В., Джурабаев Г.К. Экономика. Финансы. Менеджмент (вопросы теории, методологии, практики). Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2004. – 344 с.

ANALYSIS OF THE FINANCIAL SUSTAINABILITY OF THE ORGANIZATION

I. Protchenko

*Siberian Transport University,
Novosibirsk, Russia*

The article discusses the definition and types of financial stability, financial indicators for assessing the level of financial stability, as well as the impact of management accounting on the competitiveness of an enterprise.

Keywords: financial analysis, financial condition, financial stability, management accounting, management decisions.

УДК 65

МЕТОДЫ И ПРИНЦИПЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

О.Н. Пушкарев, А.А. Зиятдинов

*ФГБОУ ВО "Казанский государственный энергетический университет"
г.Казань, Россия*

В статье приведен анализ методов и принципов управления персоналом.

Ключевые слова: методы, принципы, персонал, сотрудники, задачи, работа, компания, решения, эффективность, специалисты, профессионалы.

Методы управления персоналом могут быть разными, но все они направлены на повышения эффективности рабочего процесса, путем определенного воздействия на каждого сотрудника предприятия. Современные тенденции таковы, что главы компаний все чаще хотят видеть в своей команде специалистов, которых принято называть «универсальные солдаты». Такие высококвалифицированные работники готовы выполнять практически любые задачи, однако, как показывает практика, сама система кадрового менеджмента далека от идеала, поэтому выбрать профессионалов по каждой вакансии весьма проблематично.

Управление персоналом – это важная функция, которую должен выполнять руководящий состав предприятия, параллельно обрисовывая цели и задачи для сотрудников. Подобная деятельность направлена в основном на разработку эффективной концепции, с помощью которой будет легче использовать кадровый потенциал. Проще говоря, в каждой организации должна быть индивидуальная система контроля персонала, включающая в себя поощрения и наказания, за счет которых продуктивность труда всегда будет оставаться на высоком уровне.

Принципы управления персоналом – это совокупность рекомендаций и правил, с помощью которых руководитель может налаживать взаимоотношения с сотрудниками, не выходя за рамки делового общения. Такой своеобразный регламент полностью отображает закономерности, возникающие в процессе совместной работы. Правда, иногда все же возникает вопрос, зачем соблюдать какие-то правила, действуя по намеченному плану. Ответ максимально прост: четкий регламент позволяет руководителю координировать сотрудников, используя проверенные методы. Делать это можно разными методами, но лучше исходить из следующих принципов управления персоналом:

1. Единовластие. Суть заключается в том, что все ключевые решения должен принимать один человек, дабы не было разногласий.

2. Научная обоснованность. В идеале все действия, связанные с управленческими процессами, должны опираться на современные научные тенденции. Иными словами, переход к кадровому менеджменту нужно осуществлять в строгом соответствии с общепринятыми требованиями.

3. Плановость. Решение тех или иных задач должно проходить по намеченному плану, где указаны четкие сроки и виды наряд.

4. Сочетание прав и обязанностей каждого сотрудника. Все работники могут взаимодействовать друг с другом, если это требуется для выполнения профессиональных обязанностей.

5. Дополнительная мотивация. В процессе управления руководителю обязан помнить о методе «кнута и пряника».

6. Стимулирование. Мотивация играет далеко не последнюю роль в работе специалиста, поэтому можно использовать любые методы, которые направлены на положительную стимуляцию.

7. Демократизация. Права и обязанности сотрудников должны соблюдаться, в том числе при коллективной ответственности.

8. Системность. Должна присутствовать связь между экономическими, социальными и технологическими аспектами работы в коллективе. Это необходимо для того, чтобы соблюдался определенный порядок в принятии конкретных решений.

9. Эффективность работы. Поставленные задачи стоит решать путем минимальных затрат, если это возможно. Это касается не только финансовых, но и временных, а также трудовых затрат. Соответственно, руководители компании должны создать подходящие условия для сотрудников. К примеру, закупить современную компьютерную технику.

10. Основное звено. Это значит, что нужно уметь быстро определять важность задачи и правильно расставлять приоритеты.

11. Оптимальность решений. Принцип демократизации не должен действовать всегда, так как авторитарность иногда позволяет достичь максимального уровня производительности.

12. Системный контроль. Сотрудники обязаны выполнять свою работу, но далеко не факт, что они будут это делать, если не обеспечить надлежащего контроля.

Все вышеперечисленные принципы управления персоналом могут приносить пользу на любом предприятии. При этом у руководителя всегда будет пространство для маневра, так как он сможет подстраиваться под определенный стиль управления, в зависимости от обстоятельств. Работая в такой системе, специалисты смогут продемонстрировать все свои лучшие качества: от креатива до профессионального решения задач, а это и есть основа командного успеха.

Список использованной литературы

1. Баскакова, О. В. Экономика организаций (предприятий): учебное пособие для студентов вузов/ О.В. Баскакова. – 2-е изд., испр. – М.: Дашков и К, 2019.- 272с.

2. Бобрешова, И.П. Применение компетентного подхода в управлении персоналом / И.П. Бобрешова // Университетский комплекс как региональный центр образования, науки и культуры материалы Всероссийской научно-методической конференции. – 2018. – №1. – С. 1993-1996.

3. Верна, В.В. Управление персоналом организации как основополагающий фактор ее устойчивого развития / В.В. Верна // Успехи современной науки. – 2019. – Т. 3. – № 1. – С. 171-173.

4. Виханский, О. С. Менеджмент: человек, стратегия, организация, процесс: учебное пособие / О. С. Виханский. – М.: МГУ, 2018.– 588с.

PERSONNEL MANAGEMENT METHODS AND PRINCIPLES

O.N. Pushkarev, A.A. Ziyatdinov

*FSBEI HE "Kazan State Energy University"
Kazan, Russia*

The article analyzes the methods and principles of personnel management.

Keywords: methods, principles, personnel, employees, tasks, work, company, solutions, efficiency, specialists, professionals.

КЛЮЧЕВЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ МЕНЕДЖЕРА В УПРАВЛЕНИИ ИННОВАЦИОННЫМИ ПРОЕКТАМИ

А.А. Романов, Л.Ю. Шемятихина

*ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»,
г. Екатеринбург, Россия*

Компетентных специалистов высоко ценят в любых компаниях. Но при работе с инновационными проектами требования к компетентности менеджера ужесточаются многократно, ведь зачастую именно это качество определяет эффективность планирования и реализации таких проектов. И в данном случае неважно, идёт ли речь о проекте в сфере предпринимательства, социальной или производственной сферах. В любой из них менеджер должен обладать набором определённых способностей, позволяющих ему добиться желаемых результатов в реализации проектов, грамотно направлять действия возглавляемой команды.

Ключевые слова: управление, менеджер, профессиональные компетенции, управление инновациями.

Набор способностей, о котором уже было упомянуто выше и практических навыков и принято называть компетенцией. Действующие в компании механизмы, методики и инструменты, даже хорошо проверенные на практике, не гарантируют успеха, если компетентность менеджера, управляющего инновационными проектами, будет недостаточной [3].

Кроме общей профессиональной подготовки, эрудиции в вопросах менеджмента и практических навыков, менеджер должен обладать и рядом специфических характеристик, необходимых для успешной реализации проекта. Эти характеристики важно учитывать ещё на этапе подбора кандидатуры.

1. Широта кругозора. Имеется в виду не только круг специальных знаний, который, естественно, должен быть максимально широким, но и глубокое понимание целей и задач проекта.

2. Лидерские качества, умение координировать работу команды и направлять инициативу коллег на решение общих задач. Здесь важна и личная харизма, и природные управленческие способности.

3. Эффективность и целенаправленность действий, умение концентрировать ресурсы и усилия и направлять их на достижение конечной цели проекта.

Эти характеристики являются ключевыми при определении уровня компетенции менеджера, призванного управлять инновационными проектами. Оценив их в совокупности и сопоставив в отдельной таблице с условиями подготовки и реализации конкретного

инновационного проекта, можно делать прогноз его исхода. Достоверность такого прогноза будет тем выше, чем большим будет уровень детализации каждой характеристики. Например, раздел «лидерские качества» может быть дополнен информацией об уровне смелости и самостоятельности менеджера при принятии ответственных решений, и о возможных последствиях этих решений [5].

Детализация характеристик позволяет создать некий «собираемый образ» менеджера и определить уровень его компетентности. Однако следует помнить: как характер человека в целом не может содержать только положительные или отрицательные черты, так и вывод о его компетентности/некомпетентности тоже не может быть однозначно положительным или отрицательным. Для грамотной оценки каждой персоны нужен внимательный сбалансированный, индивидуальный подход. Карта навыков представлена на рисунке 1. Перечень данных компетенций был определен в соответствии с разработкой Европейской ассоциацией по сертификации и квалификациям ЕСQA – компетенции менеджера по инновациям.



Рисунок 1 - Карта навыков менеджера

Данная карта была взята на основании основного перечня компетенций менеджера в области инноваций.

Продуктивно общаться с клиентами, членами команды, сотрудниками помогают способности взаимодействия. Для достижения установленных целей и задач менеджер проекта использует способности социального взаимодействия. В дополнении, на протяжении всего жизненного цикла проекта эти способности позволяют поддерживать взаимодействие членов команды и их мотивацию. Профес-

сиональный менеджер по управлению проектом должен уметь акцентировать свое внимание на организации соответствующей среды в команде для проектной деятельности; менеджер должен акцентировать свое внимание на организационной культуре, принципах, ценностях, структуре и процедурах в организации [1; 4]. Управленец должен знать, как создать эффективную культуру, но и не забывать отслеживать воздействие самой культуры на различные проекты. Менеджер проекта должен владеть навыками переговоров. Под переговорами понимается обсуждение, возможность торга или поиска компромисса. Результативность проекта напрямую связана с качествами переговорного процесса. Не только отдельной команде, но и всей организации необходим менеджер с развитыми переговорными навыками. К тому же умение вести переговоры вызывает уважение и авторитет, поскольку не каждый сотрудник способен провести грамотно деловую встречу или беседу с клиентом [2].

Благодаря своей компетентности менеджер способен получить авторитет в команде, а авторитет в свою очередь порождает влияние. Ведь команда проекта готова довериться решениям и следовать указаниям только компетентного менеджера. Технологии развития могут быть использованы при самообучении с использованием научной литературы, статей, участие в конференциях области инновационного менеджмента. Сертификация с последующим получением документов о повышении квалификации. Организация корпоративного обучения внутри компании, лекции, семинары, дискуссии. Так же возможно воспользоваться массивностью компании и поехать в заграничную командировку для получения новых знаний, увидеть новый подход к решению каждодневных задач.

Во многих компаниях конечно же существует больше способов развития профессиональных навыков, в данной статье выделены самые доступные и актуальные. Если развить конкретные навыки у менеджеров инновационных проектов, то это даст результат в их ежедневной работе начиная от планирования собственного рабочего времени и рабочего времени своих подчинённых, до получения четкой картины затрат по времени, денежных и человеческих ресурсов.

Список использованных источников.

1. Сорокин А. Компетенции участников проектного управления инновационной деятельностью // Наука и инновации. - 2017. - № 2 (168). - С. 40-43.
2. Аньиин В.М., Перцева Е.Ю., Глазовская Е.С. Проектный подход к реализации концепции устойчивого развития в компании. М.: ИНФРА-М, 2015. 268 с.

3. Сорокин А. Компетенции участников проектного управления инновационной деятельностью // Наука и инновации. - 2017. - № 2 (168). - С. 40-43.

4. DuBois M. et al. Leadership Styles of Effective Project Managers: Techniques and Traits to Lead High Performance Teams // Journal of Economic Development, Management, IT, Finance & Marketing. -2015. - Т. 7. - №. 1. - С. 30-46.

5. Николаенко В.С., Мирошниченко Е.А., Грицаев Р.Т. Модели зрелости управления проектами: критический обзор [электронный ресурс] // Государственное управление. Электронный вестник. Выпуск №73. Апрель 2019 г. С. 71-111. - URL.: http://ejournal.spa.msu.ru/vestnik/item/73_2019_nikolaenko_miroshnichenko_grisaev.htm (дата обращения: 27.07.2019)

KEY COMPETENCIES OF A MANAGER IN MANAGING INNOVATIVE PROJECTS

A.A. Romanov, L.Yu. Shemyatikhina

*FSBEI HE "Ural State Economic University",
Yekaterinburg, Russia*

Competent specialists are highly valued in any company. But when working with innovative projects, the requirements for the competence of a manager become more stringent, because often it is this quality that determines the effectiveness of planning and implementing such projects. And in this case it does not matter whether we are talking about a project in the field of entrepreneurship, social or industrial spheres. In any of them, the manager must have a set of certain abilities that allow him to achieve the desired results in the implementation of projects, competently direct the actions of the team led.

Keywords: management, manager, professional competence, innovation management.

УДК 330.34

СОВРЕМЕННЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

А.М. Руденко, С.Г. Сафонова

*ФГБОУ ВО "Донской государственный аграрный университет",
пос. Персиановский, Россия*

В данной статье описаны особенности современной цифровой экономики. Повышенное внимание уделено вопросам принципов человеческой деятельности в экономике цифрового мира. Были приведены данные, подтверждающие высокие темпы развития цифровой экономики. Так же были рассмотрены вопросы влияния повсеместной цифровизации в сфере экономики и её последствия для общества.

Ключевые слова: информационный уклад, цифровизация, новая экономика, экономические субъекты.

Современная жизнедеятельность человека сегодня «экранируется» и структурируется с помощью ряда технологий фильтрации и возможностей цифровых технологий. Автоматизация повседневной жизни означает, что многие профессии в ближайшее время перестанут существовать [1].

Сегодня мы много времени проводим перед компьютером, в виртуальной среде на работе, учебе, на портале госуслуг, в онлайн-играх, в социальных сетях (размещая желаемый профиль или размещая фото и видео, связанные со все еще реальным миром). Мы платим налоги, покупаем билеты (кино, поезд), снимаем жилье, записываемся на прием к врачу, заказываем продукты в интернет-магазинах, посещаем музеи (например, знакомимся с виртуальными 3D-выставками) или просто ищем и находим ответы на вопросы в виртуальной среде.

Поисковые системы охватывают сотни миллионов пользователей и знают их предпочтения лучше, чем они сами. На основе этой информации глобальная поисковая система создает цифровой профиль каждого пользователя сети. Люди никогда не были такими свободными и в то же время такими зависимыми из-за того, что реальный мир определяется алгоритмами разработчиков виртуального мира. Если в цифровом мире я узнаю правила игры, то стану его правителем [2].

Принципами деятельности человека в экономике цифрового мира являются:

- виртуальный мир предполагает доминирование цифровых технологий, оцифровку производства;
- цифровая среда требует не только смены носителя (диск, флэш-карта, жесткий диск, центры обработки данных, виртуальная память), но и улучшения передаваемого изображения (например, стандарты мобильной связи от 2G до 5G);
- цифровые технологии являются основой общества, они определяют его надстройку;
- в мире цифровых технологий экономика развивается в соответствии с законами, установленными создателем технологии;
- в мире цифровых технологий экономика завязана на возможности быстрого развития, праве на трудоустройство и оценке творческих способностей;
- в мире цифровой экономики какие – либо предоставляемые услуги намного проще превратить в «приложение», используя возможности своей платформы;
- реализация экономики должна быть основана на участии всех элементов сети, однако, это приводит к непредсказуемости конечного результата;

- классические факторы производства (рабочая сила, земля, капитал, предпринимательские навыки и информация) теперь не определяют доминирование в виртуальной экономике, решающими факторами теперь являются объем и скорость обработки информации, создание многомерных цифровых образов реальности;
- виртуальная реальность предлагает цифровое господство над человеком;
- в цифровой экономике классические составляющие производительных сил и производственных отношений претерпевают значительные изменения;
- развитие мира цифровых технологий происходит за счет синергетического эффекта бифуркации и характера эволюции;
- снижение всех видов затрат и максимизация прибыли;
- уменьшение роли человека в экономике лишает его творческих способностей;
- сетевой характер цифровой экономики подразумевает, что прибыльность и эффективность достаются разработчику, инициатору сети и, что абсолютно не соответствует уровню дохода любого элемента, входящего в сеть, с учетом его иерархического уровня и распределения прибыли в соответствии с долей участия в реализации целей сети [3].

Новая передовая технологическая структура цифровой экономики повышает эффективность всей системы производственных отношений, повышает ее производительность. Это способствует дифференциации общества, ускорению капитализации отраслей, контролю над пользователями и процессам распределения в обществе. Инициированный создателем, он используется для достижения своих целей, а обычные пользователи соответствуют роли, назначенной им веб-разработчиком. В теории позиционного управления и системном подходе эта взаимосвязь представляет собой вечную подсистему управления (создателя сети) и подсистему управления (потребителя услуг виртуальной экономики).

Процессный подход предполагает, что подсистема управления определяет входные параметры (начальные значения и компоненты процесса) и технические характеристики (набор действий, характеристик, составляющих процесс), характеристики продукции (параметры конечной эффективности процесса). Цифровая экономика предполагает, что человек становится приложением в алгоритмах виртуальной среды. Группировка сегментов эффективной экономики зависит от интересов девелопера. Задача разработчика, отвечающего потребностям пользователей сети, - управлять основными параметрами сети (правила игры, роль каждого

участника). Так создается система отношений между элитой и массами в лице разработчика и потребителей (пользователей) услуг. В таких условиях рядовой гражданин с пониженным уровнем критического мышления не поймет, с кем он имеет дело. Например, чтобы принять «правильное» решение, достаточно показать «цифровой портрет» любого чиновника, который строится по заранее подготовленным критериям.

Хотелось бы сказать о сферах применения и измерениях объема интернет экономики в различных странах и компаниях. Так, например, в исследовании за 2012 год компания Boston Consulting Group оценила размер «интернет-экономики» в \$2,3 трлн для G20 – стран «Большой двадцатки», около 4,1 % их ВВП. В докладе Oxford Economics общий размер цифровой экономики в 2013 году оценивался в \$20,4 млрд, что составляет примерно 13,8 % мировых продаж [4].

Интернет-экономика Великобритании, крупнейшей в G20, в 2012 году составила около 8,3 % по отношению к объёму ВВП, в 2016 году – 12 %. Цифровая экономика России сильно отстает от США, Китая, Европы и Японии. Если на долю России в 2018 г. в мировом ВВП приходилось 1,8 %, то в мировой производительности суперкомпьютеров составила лишь 0,32 %.

Несмотря на имеющееся отставание, цифровая экономика в России развивается, благодаря взаимодействию крупных IT-организаций, которое сопряжено с работой Россотрудничества. Совместно с ведущими российскими университетами и IT-компаниями создаются проекты, формирующие новые кадры для развития данного направления в дальнейшем.

Обладание супер возможностями (в научных, технических, промышленных, глобальных сферах социально-экономической жизни), капиталом для продвинутых членов общества (элиты) делает действительно невозможным достижение потенциальных высот в пирамиде власти и технологического разделения труда для остальной части участников (массы) этой глобальной игры несмотря на так называемые «социальные лифты» (на самом деле, это означает всего лишь дополнительно введенный «улучшенный» элемент в уже существующую «эффективную» систему принятия решений).

Существуют также различные социальные последствия от внедрения цифровой экономики:

1. Цифровое пространство предоставляет возможность любому человеку в любой точке земного шара искать и покупать любой товар, тем самым стирает границы территорий, нивелирует национальную самобытность, размывает все возможные барьеры,

так или иначе противопоставляющие одних людей другим, в чем бы это ни выразалось - будь то языковые, религиозные, расовые разграничения, предубеждения или неприязнь между народами.

2. Можно предположить, что поколение-next перестанет рассматривать покупку как необходимость перемещения куда-либо в реальном пространстве. Опустение торговых центров, сокращение количества горожан, спешащих на рынки и в магазины, а также снижение нагрузки на транспортную инфраструктуру - важные последствия киберторговли, которые влекут за собой изменение городской среды.

В хорошо работающей сети случаются сбои. Пока отдельный элемент «адаптирован» к стандартам, принятым в системе, или пытается определить его права, искусственный интеллект продолжает управлять всей системой и развиваться. Отрицательным результатом может стать монополизация влияния разработчика, ухудшение потребительского творчества и снижение эффективности контроля. Информационная среда легко структурируется по запросу разработчика и позволяет дать представление об основных процессах, происходящих в компании. Фактически, вы можете найти реальные интересы и устремления различных слоев общества, которые не осведомлены о процессах объединения пользователей. Это позволяет структуре меньше контролировать развитие и формирование групп.

В заключение можно сказать о взаимодействии цифровой экономики и правительств различных государств. С ростом населения планеты и мобилизации ресурсов, электронная экономика не заканчивается бизнесом электронной торговли и сервисов - он затрагивает каждый аспект жизни: здравоохранение, образование, интернет-банкинг и так далее [5].

Учитывая массовый перенос документов и коммуникаций на цифровые носители (в России для электронного документооборота принят стандарт электронной подписи, так же в 2021 году начнется выдача электронных паспортов в Москве, если эксперимент пройдет удачно, его распространят на всю Российскую Федерацию), логичным выглядит перенос «общения» с государством на электронную платформу. Электронное государство и Электронное правительство будут создавать значительную долю электронных сервисов и продуктов для своих граждан [6].

Правительства и частные компании предпринимают меры для обеспечения граждан скоростными цифровыми сетями, например, компания SpaceX Илона Маска планирует запустить в космос 11000 спутников к 2024 для обеспечения высокоскоростного интернета для всех жителей земли в любом уголке планеты [7].

Таким образом, мы видим, как технологии всё глубже пробираются в нашу повседневную жизнь. Люди могут относиться к этому по-разному: проявлять опасения или же пользоваться дарами технологий в своё удовольствие. В любом случае, с каждым годом человека будут все дальше отодвигать от собственной жизни технологии, а хорошо это или плохо, покажет только лишь время.

Список использованных источников.

1. Левчаев, П.А. Перспективы инновационно-модернизационной модели развития экономики России [Текст] / П.А. Левчаев // Финансы и кредит № 23, Москва, 2011. - С. 2-7.
2. Левчаев, П.А. Проблемы цифровой экономики [Электронный ресурс] URL: <https://naukaru.ru/ru/nauka/article/18558/view>
3. Левчаев, П.А. Инновационная модель развития экономики региона: монография [Текст] / П.А. Левчаев. - М.: ИНФРА-М, 2019. - 92 с
4. Цифровая экономика [Электронный ресурс] URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A6%D0%B8%D1%84%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F_%D1%8D%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D0%BA%D0%B0
5. Левчаев, П.А. Цифровая экономика как будущее нашей жизни [Электронный ресурс] URL: <https://naukaru.ru/ru/nauka/article/19735/view>
6. В 2021 г. в России начнется выдача электронных паспортов [Электронный ресурс] URL: https://www.cnews.ru/news/top/2020-11-27_v_2021_gv_rossii_nachnetsya_vydacha
7. Илон Маск хочет дать интернет всему миру [Электронный ресурс] URL: <https://www.vedomosti.ru/technology/articles/2018/02/16/751289-mask-dat-internet-miru>
8. Руденко, А. М., Котлярова, В. В. Воздействие средств массовой коммуникации на современное общество [Текст] / А. М. Руденко // Медиаобразование №3, г. Таганрог, 2017. – С. 134- 142

MODERN FEATURES OF THE DIGITAL ECONOMY

A.M. Rudenko, S.G. Safonova

*FSBEI HE "Don State Agrarian University",
Persianovsky, Russia*

This article describes the features of the modern digital economy. Particular attention is paid to the issues of the principles of human activity in the economy of the digital world. Data were presented confirming the high rates of development of the digital economy. They also considered such important issues as the impact of widespread digitalization in the economy and its consequences for society.

Keywords: informational structure, digitalization, new economy, economic entities.

ПРОБЛЕМЫ ТРУДОУСТРОЙСТВА МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ ТРУДА

А. М. Руденко, М. С. Шейхова, К. А. Назаренко

*Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал)
ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет»,
в городе Шахты, Россия.
ФГБОУ ВО «Донской государственный аграрный университет»,
п. Персиановский, Россия*

В данной статье рассматривается актуальность такого вопроса, как занятость и трудоустройство молодежи в период с 2019 по 2021 год. Анализируются основные проблемные вопросы, связанные с трудоустройством молодежи с социальной и правовой точек зрения. Выявлены статистические изменения занятости молодежи в период пандемии.

Ключевые слова: наука, трудоустройство, высшее образование, молодые специалисты, пандемия, гражданин, проблема.

Проблема трудоустройства молодежи всегда была и остается актуальной на сегодня. Также, стоит отметить, что она абсолютно не является односторонней, так как касается не только выпускника, будущего работника, но и работодателя. В данной работе будут рассмотрены причины, из-за которых возникают сложности на российском рынке труда и шаги, делающиеся государством для предотвращения этой проблемы. Хотелось бы уточнить, что на период до 2025 года возрастные рамки молодежи определяются в следующем порядке: к молодежи относятся граждане Российской Федерации в возрасте от 14 до 30 лет, если говорить о молодых ученых, которые имеют ученую степень кандидата наук в возрасте до 35 лет, ученую степень доктора наук - в возрасте до 45 лет, отмечается, что возраст молодого специалиста не должно превышать 30 лет. Если смотреть по (МОТ)- Международной организации труда, то там возрастные рамки молодежи ставят от 15 до 29 лет [1].

Молодежная безработица- является "хронической болезнью", которой страдают большинство стран. Известно, что в СССР ее почти не было. После учебы выпускников распределяли на работу в разные организации, где они в свою очередь обязаны были отработать три года, а также в течение этих лет реализовать существенную законодательную защиту молодого специалиста, его интересов и прав. Однако, если рассматривать период с 2019 по 2021 год, то статистика значительно поменялась. По данным Росстата, уровень безработицы среди молодежи 20-24 лет в конце 2019 года составил 15,1% (в 3,2 раза выше общего уровня безработицы), а среди молодежи 15-19 лет - 22,1% (в 4,7 раз выше) [2].

Еще большим толчком к росту числа безработных является пенсионная реформа, которая началась в 2018 году. По данному закону нельзя было увольнять людей пред пенсионного возраста, тем самым они остаются на рынке труда (200 тысяч насчитывалось в 2019 году, в 2020 - уже 700 тысяч, а на момент 2021 года таких работников стало свыше миллиона.) Во многих регионах России, как известно, исполнительная власть до последнего держит на особом контроле и не допускает увольнения людей, которые уже вот-вот должны пойти на пенсию, но, как только те достигают пенсионного возраста, происходит ликвидация их рабочих мест. Человек уходит на пенсию, его место - в прошлое. Таким образом, молодому специалисту здесь перспективы не открываются. К сожалению, адекватных попыток по решению данной проблемы государством, пока, не предпринимаются. Имеются некоторые обсуждения по этому вопросу, например, говорить об увеличении бюджетных мест в вузах и колледжах, а также увеличение срока обучения в школе до 12 лет и т. п. Образно говоря, предлагается увеличение мест в зале ожидания при сокращении количества поездов. Но несмотря на это «Текущий уровень может считаться, поводом для оптимизма даже при сравнении с развитыми экономиками. Это один из немногих социально важных параметров, ситуация с которыми у нас не так уж и плоха, как может показаться на первый взгляд»- Пишет Росстат. Действительно, можно согласиться с федеральной службой государственной статистики, так как картина, которую мы наблюдаем в 2020 году является намного критичной, резкий рост безработицы в связи с Коронавирусной инфекцией. Экономический кризис, обусловленный распространением COVID-19, привел людей к серьезным долгосрочным последствиям. Во всех сферах жизнедеятельности пандемия внесла основательные коррективы, обострила существующие и выявила новые проблемы. В наиболее незащищенном положении оказались такие категории как: женщины, молодежь, мигранты и дети, их доля в неформальном секторе непропорционально велика [3]. В таком случае, в числе существующих проблем, которые касаются реализации права на трудовую занятость усугубляется вопрос, связанный с первым выходом на рынок труда молодежи, трудоустройством выпускников учебных заведений. Исследования также показывают, что граждане России сильно озабочены поиском работы. Их мнение (в процентах) в 2020 году выражаются следующим образом:

12 - поиски новой работы будут сложными и безрезультатными.

25 - если работодатель уволит, то снова трудоустроиться будет несложно.

30 - новое место работы будет хуже, в том числе и по зарплате.

31 - работа найдется, нужно только приложить немного усилий, чтобы получить положительный результат [4].

Учитывая мнение населения, можно сказать, что реальной работой для молодого поколения остается только- доставка товаров, еды, раздача рекламных листовок и т.д., так как в этой сфере даже на момент пандемии всегда есть вакантные места, не требующие специальной подготовки.

Неправильное использование рабочей силы и безработицу можно назвать основными проблемами рынка труда в России. В стране распространены несколько видов безработицы: региональная; структурная; фрикционная; латентная. Региональная безработица получила наибольшее распространение. В регионах наблюдается несвоевременная выплата заработной платы именно поэтому она обостряется больше, чем другие виды. Сильная дифференциация по отраслям производства, территориям и сферам занятости, неоднородность, всё это характерно для безработицы. Рассматривая статистики разных регионов в России, можно выделить области с максимальным и минимальным сокращением работников в возрасте до 30 лет [Рис. 1,2].

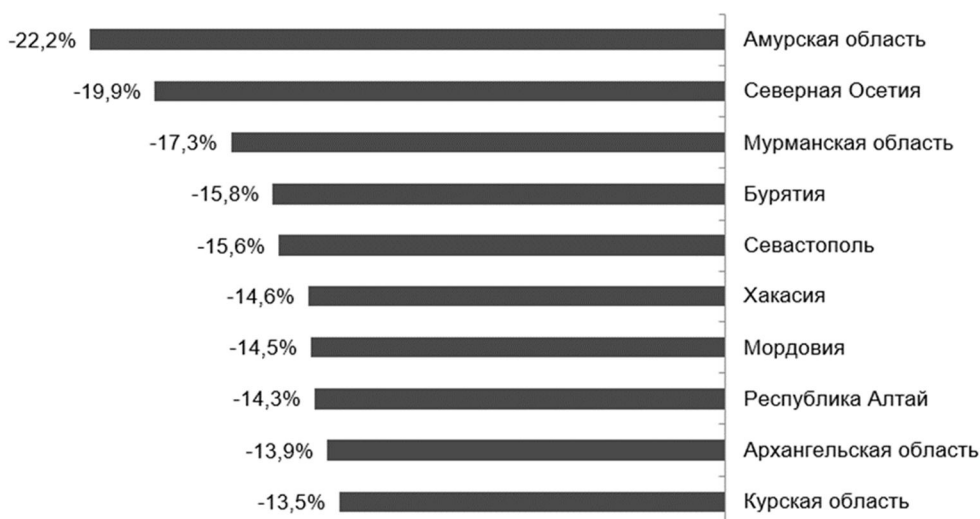


Рисунок 1 - Регионы с максимальным сокращением работников в возрасте до 30 лет (на момент 2020 года).

Следует отметить, что к концу 2020 года большинство трудоспособного населения вернулось к работе, а итоговое снижение

численности занятой молодежи объяснялось уже не пандемическими, а долгосрочными демографическими факторами. Этот вынужденный период безработицы серьезно подорвал благосостояние молодых сотрудников. Даже к концу года среднее количество отработанных часов у молодежи оставалось ниже, чем у специалистов 30-59 лет. Такая тенденция была и в начале 2021 года, но со временем положение изменилось.

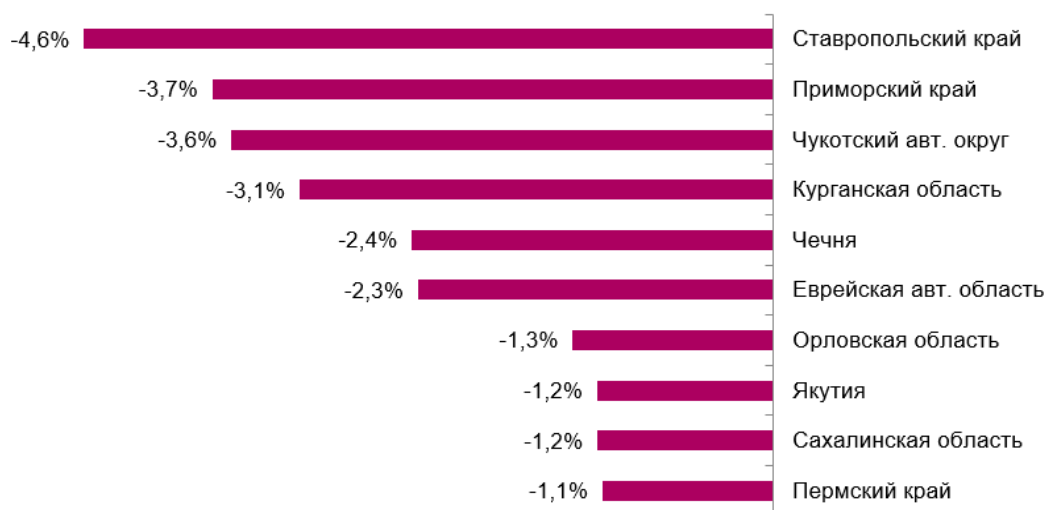


Рисунок 2 - Регионы с минимальным сокращением работников в возрасте до 30 лет (на момент 2020 года).

Постепенно стали расширять штаты работников многие компании. Изначально вакансии стали появляться в таких сферах как: медицина, информационные технологии, финансовые организации, фармакология. Ситуация на рынке труда стала выравниваться в 2021 году, количество вакантных мест увеличивается с каждым днём. Работодатели предпринимают все возможные варианты для повышения уровня работоспособности общества. Для этого они подписывают договоры с вузами, техникумами и училищами, а также активно включаются в процесс повышения квалификации и переобучения своих сотрудников.

Важными причинами безработицы в России являются: региональная дифференциация, социальные причины (беженцы, естественный прирост, миграции), причины, связанные с экономикой (сокращение объемов производства в различных отраслях, значительный в одних, и небольшой в других), дифференциация людей по доходам, тяжелое мат. положение населения в общем также растёт длительность безработицы.

Таким образом, можно сделать вывод, что по сравнению с 2019 и 2020 годом структура трудовых ресурсов и рынка труда в

нынешнем году демонстрирует процессы, которые будут характерны для российской занятости населения в последующие несколько лет. Переход к информативным технологиям, тотальная роботизация, изменение экономической конъюнктуры рынка говорят о том, что работодатели требуют не просто работников, а людей, умеющие делать всё. Для того, чтобы твою кандидатуру включили в оборот рассмотрения желательнее владеть иностранными языками, креативно мыслить, быть компетентными в нескольких сферах одновременно, а также быть готовыми к обучению и погружению в более узкие сферы производства.

Список использованных источников.

1. Шейхова, М. С. Проблемы занятости сельского населения в Южном федеральном округе / М. С. Шейхова, А. А. Есекова // Актуальные вопросы науки и практики в инновационном развитии АПК. - 2020. – С. пос. Персиановский. – С. 345-349.

2. Шейхова, М. С. Демографические факторы устойчивого развития сельских территорий Ростовской области / М. С. Шейхова // Аграрная экономика и образование в современных условиях развития общества. – 2020. – пос. Персиановский. – С. 346-350.

3. Шейхова, М. С. О демографической ситуации в России: Проблемы и перспективы в условиях новой экономики / М. С. Шейхова, Т. Ю. Сорокина // Формирование и реализация стратегии устойчивого экономического развития Российской Федерации. – 2020. – С. 286-290.

4. Шейхова, М. С. Общие причины девиантного поведения среди современной молодежи / М. С. Шейхова, Я. С. Айвазова // Проблемы управления качеством образования: Сборник статей XIII Всероссийской научно-практической конференции, Пенза, 28-29 декабря 2020. - Пенза: Пензенский государственный аграрный университет, 2020. - С. 191-196.

PROBLEMS EMPLOYMENT OF YOUNG PROFESSIONALS ON THE RUSSIAN LABOR MARKET

A.M. Rudenko, M. S. Sheikova, K. A. Nazarenko

*Institute of Service and Entrepreneurship (branch)
FSBEI HE «Don state technical university», in Shakhty, Russia.
FSBEI HE «Don state agrarian university»
s. Persianovskiy, Russia*

This article examines the relevance of such an issue as employment and youth employment in the period from 2019 to 2021. The main problematic issues related to the employment of young people from the social and legal points of view are analyzed. Statistical changes in youth employment during the pandemic were revealed.

Keywords: science, employment, higher education, young professionals, pandemic, citizen, problem.

ГЕНДЕРНОЕ НЕРАВЕНСТВО В СФЕРЕ ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ

А.М. Руденко, М.С. Шейхова, К.К. Пономаренко

*Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал)
ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет»,
г. Шахты, Россия.
ФГБОУ ВО «Донской государственный аграрный университет»,
п. Персиановский, Россия*

В данной статье рассмотрена концепция гендерного неравенства как явление в современном мире, проявление данного феномена в сфере профессионально-трудовых отношений, а также возможные пути решения этой проблемы.

Ключевые слова: гендер, дискриминация, труд, факторы, социальная роль.

Гендерная дискриминация в сфере труда - это, как правило, не только неравный доступ к списку определенных профессий на рынке труда, но и дискриминация в результате профессиональной деятельности, то есть при получении заработной платы. Когда будет достигнуто гендерное равенство, мужчины и женщины формально, юридически и фактически будут иметь равные права и обязанности, что означает, что они будут в равной мере социальными субъектами.

Гендер - это социальное деление людей, основанное на половых различиях. Гендерная роль - это один из видов социальной роли, подразумевающее под собой определенное и допустимое поведение мужчин и женщин в обществе. Факторами, влияющими на становление гендерных ролей, могут быть, в первую очередь моральные ценности и социальные установки в семье, религия и экономика, мнения учителей, сверстников и родных, средства массовой информации. Наиболее распространенная гендерная роль женщины в обществе - это роль матери, жены, домохозяйки и хранительницы семейного очага. Гендерная роль мужчины - роль добытчика и охотника, главы семьи, который по умолчанию обязан обеспечивать родных всем необходимым для жизни.

Около 40 лет назад в Америке был проведен социальный эксперимент, в котором американских и канадских детей попросили изобразить картину ученого. В результате из 5000 человек только 28 опрошенных (что составляет 0,6% от общего числа детей, которые приняли участие) проиллюстрировали ученого в виде женщины. И хотя, возможно, данные стереотипные ассоциации спустя

несколько десятков лет ослабли, большинство людей связывают научную деятельность сугубо с мужчинами.

Традиционные гендерные роли, в их обычном понимании, не позволяют личности полноценно развиваться и раскрывать весь свой потенциал. Они служат преградой, стеной для развития индивидуальности. Придерживание гендерных ролей обычно связано с чувством долга, навязанным обществом, и самоактуализация, самовыражение затруднены одновременно. Если деятельность осуществляется на основе чувства долга без учета личных интересов, теряется чувство собственного достоинства и возникают смирение и зависимость. Для полноценного развития и самореализации человек должен снять ограничения, налагаемые стереотипами мышления о поведении мужчин и женщин, которые являются лишь условностью.

В современном обществе социальные роли мужчин и женщин существенно изменились, хотя традиционные роли также сохранились. Все большее количество женщин пробиваются в политику и бизнес, в силовые структуры. Количество социальных ролей, выполняемых женщиной увеличилось неоднократно. Однако, очевидным становится тот факт, что в различных общественных отношениях женщины часто сталкиваются не только с завышенными требованиями, дискриминацией и при приеме на работу, и пр. служебном продвижении, что является препятствием для полноценного развития и реализации себя как личности. Например, существует список запрещенных профессий для женщин, создание которых оправдано «заботой» о безопасности и здоровье женщин, но фактически дискриминирует их и лишает права на свободный выбор работы, как следствие, ограждая их от определенных профессий. В список запрещенных профессий для женщин входят:

- Подземные в горнодобывающей промышленности;
- Кузнечнопрессовые и термические;
- Некоторые строительно-монтажные и ремонтно-строительные;
- В области черной и цветной металлургии;
- В гражданской авиации;
- В различных производственных отраслях.

Однако не следует забывать, что дискриминации по признаку пола подвержены не только представительницы слабого пола. Компоненты традиционной мужской роли включают нормы успеха, высокого статуса, умственной, физической и эмоциональной стойкости. Очевидно, что не все мужчины (правильнее сказать, большинство мужчин) могут и имеют возможность достичь таких стереотипных критериев, что, как правило, влечет за собой

социальное давление и стресс. Мужчины далеко не всегда расширяют свои социальные изменения, и они тоже пострадали. Например, у мужчин существенно расширяется эмоциональное и личное пространство, что влечет за собой смягчение присущих им критериев «настоящего мужчины». «Мужчины, которые зарабатывают меньше женщин», «мужчины, ухаживающие за детьми» сегодня не удивительны, но, по крайней мере, вызывают осуждение и неодобрение [2].

Дискриминация в сфере труда приводит к неравным возможностям на рынке труда для группы работников, которые находятся в неблагоприятном положении по определенным причинам, но имеют такую же производительность, как и другие работники, или к неравным возможностям для отдельных работников по сравнению с работниками с аналогичными качественными характеристиками.

Гендерная дискриминация находит свое отражение в акценте на образовании женщин, репродуктивной роли женщин и производительной роли мужчин в нормативных актах. "Надлежащая работа для женщин и мужчин.

Классическим примером явной гендерной дискриминации является отказ от резюме более квалифицированной женщины при приеме на работу менее квалифицированного мужчины на том основании, что работодатель считает, что женщина будет отсутствовать на работе из-за детей. Классическими и знакомыми многим примерам гендерного угнетения в сфере труда являются: неравная оплата за равный труд, увольнение женщин из-за беременности, ограничение доступа женщин к работе в зависимости от семейного положения и наличия детей.

Дискриминация также может быть скрытой, косвенной. Эта форма дискриминации предполагает умышленное нарушение прав человека или группы людей, не ограничивается прямыми запретами и действует в них в случаях, когда явно нейтральная позиция ставит лиц одного пола в наименее благоприятное положение по сравнению с лицами другого пола. Одним из ярких примеров косвенной дискриминации является дискриминация, «традиционно» воспринимаемая как должное для домашних работников-женщин, которая приводит к ситуации заметного дисбаланса, гендерной асимметрии в распределении ресурсов домашнего хозяйства и времени между женщинами и мужчинами (в пользу мужского пола).

В настоящее время распространяется тот вид гендерной дискриминации, при котором работодатели формально уважают все права, которыми женщины обладают по закону, но на самом деле создают невыносимые условия труда, чтобы избавиться от «слабого пола».

Хотя разрыв в заработной плате между мужчинами и женщинами в настоящее время постепенно сокращается, он остается довольно значительным. Дискриминацию в заработной плате можно свести к минимуму с помощью соответствующей государственной политики, в которую рекомендуется включить такие меры, как улучшение регулирования тарифов на заработную плату посредством тарифных соглашений и коллективных договоров, основанных на объективной и разумной оценке сложности работы. Необходимо превратить запретительный характер российского трудового законодательства в рекомендацию. Женщина имеет право принимать самостоятельные решения: где, каким образом, на какой работе ей следует работать. Все эти вопросы она должна решать сама. Полезно сохранять законодательные ограничения только на роды, вскармливание младенцев и наличие в семье детей-инвалидов.

В отношении России и стран СНГ следует отметить, что существующий барьер лишает женщин возможности занимать более высокие должности. В России представленность женщин на уровне принятия решений как в правительстве, так и в негосударственной сфере остается низкой. Большая часть работающего женского населения сосредоточена в сфере материального производства и мало участвует в системе управления. Эту проблему можно решить: указав процент мест в государственных органах и занимая должность при назначении на должность; Обучить женщин основам предпринимательства и организовать собственное дело.

От дискриминации в сфере труда страдают не только отдельные группы работников, но и организации, которые ее осуществляют. Последствия индивидуальной дискриминации, основанной на субъективности работодателя, особенно негативны для компании. Например, у большинства женщин есть высшее образование, но доходы и статус ниже, хотя на многих должностях женщины могут успешно конкурировать с мужчинами, но вместо этого происходит отток квалифицированных специалистов в бизнес, где самореализация и достижение равных прав будет возможно. По данным Росстата, гендерный разрыв в разнице между заработной платой мужчин и женщин в 2019 году в России в среднем составлял 28%, то есть женщины получают лишь 72% от заработной платы мужчин.

Для экономики дискриминация на рынке труда также имеет негативные последствия. Его можно рассматривать как внешнюю по отношению к рынку силу, которая препятствует эффективному распределению экономических ресурсов. Борьба с гендерной дискриминацией трудна, потому что ее трудно доказать, а борьба с ней не дает никаких гарантий, что работник больше не подверг-

нется этому влиянию. В результате перед женщиной встанет выбор: либо она остается в сфере трудовых отношений, не обращая внимания на нарушение работодателем собственных прав, либо отстаивает свои права, но не претендует на место. эффективная работа. И большинство женщин выбирают первый вариант, потому что перспектива потерять работу и одновременно зарплату пугает. Традиционно коллективный разум женщин не признается как право иметь права, и любые политические, экономические или социальные требования рассматриваются как нападение на основы и нападение на существующий порядок [3].

Таким образом, можно выделить гендерные предпочтения работодателей. Во-первых, мужчины предпочитают женщин, считая последних рабочими второго сорта. Второй касается сферы профессиональной деятельности и делит профессии на «женские» и «мужские». Отсюда следует, что выбор работодателя означает лишь следование потребностям рабочего места. Предпочтение мужчинами или женщинами тех или иных должностей часто обусловлены субъективными и стереотипными представлениями о достоинствах и недостатках мужской и женской рабочей силы, ее представлением о женских и мужских качествах. Необходимо исключить дискриминацию по признаку пола и разработать политику гендерного равенства. Конституция Российской Федерации и Трудовой кодекс Российской Федерации устанавливают равные права и свободы и равные возможности для их реализации. Такое положение дел называется формальным равенством, но это не гарантирует истинного равенства между мужчинами и женщинами, и остается очевидным, что во многих социальных отношениях это важнейшее конституционное положение остается в значительной степени декларативным и не полностью реализуется на соответствующем правовом уровне.

Один из способов преодоления гендерного неравенства - это, например, рынок труда, когда мужчины могут взять отпуск по уходу за ребенком. Это разрушило бы традиционные представления о роли мужчин и женщин. Тогда работодатель не мог автоматически предположить, что это женщина, которая не сможет должным образом посвятить себя работе, и тогда она будет вынуждена нанимать и продвигать сотрудников в основном на основе их знаний и навыков, а не их пола. Сотрудник, с которым обращаются справедливо и чьи права не нарушаются, намного лучше, лучше и более лоялен по отношению к своей организации. Обычно повседневная рабочая среда и рабочие отношения улучшаются, когда сотрудники чувствуют, что их ценят. Это, в свою очередь, может привести к сокращению текучести кадров, пропускам работы и отпускам по болезни, что означает значительную экономию для работодателей.

Устранение гендерной дискриминации имеет важное значение для эффективного функционирования рынков труда и конкурентоспособности предприятий. Устранение дискриминации на рынке труда поможет развивать человеческий потенциал и использовать его более эффективно. Дискриминация создает барьеры, которые некоторым группам людей приходится преодолевать для выхода на рынок труда. Это также затрудняет им поиск работы. Женщины, особенно низкоквалифицированные и пожилые люди, подвергаются большему риску потерять работу, и к ним гораздо труднее вернуться, чем к мужчинам. Ликвидация гендерной дискриминации в сфере труда, как и предотвращение всех других форм дискриминации, является стратегически важным элементом в борьбе с дискриминацией в других секторах. Гарантируя людям равные права и условия труда, общество может избавиться от предрассудков и стереотипов. Он может продемонстрировать поведение членов уязвимых групп. Создание рабочих мест по оценкам нет. Все слои общества могут способствовать появлению более демократических и единых обществ и рынков труда.

Дискриминации может подвергаться любой сотрудник: рабочий, служащий, специалист и даже руководитель. Он присутствует во всех отраслях, в государственном и коммерческом секторах. Для более эффективной борьбы с гендерной дискриминацией первым шагом является вмешательство государства, профсоюзов и трехсторонних комитетов в отношении между работодателями и их подчиненными. Антидискриминационные обязательства, налагаемые на государство в рамках международного права, должны носить активный и повсеместный характер. Государство обязано:

1. Предоставлять право на свободу от дискриминации – государственные законы и порядки не должны иметь дискриминационный подтекст;

2. Защищать право на свободу от дискриминации – осуществление эффективного регулирования и контроля за соблюдением законов, чтобы гарантировать людям защиту от дискриминации со стороны третьих лиц [4].

3. Осуществлять право на свободу от дискриминации, что требует от государств принятия необходимых законодательных, административных, бюджетных, судебных и разъяснительных мер, которые смогут обеспечить полное осуществление права на свободу от дискриминации.

В соответствии с этими обязательствами перед государством стоит задача разработать и принять специальный закон о борьбе с дискриминацией, с помощью которого оно могло бы успешно вы-

являть массовую гендерную дискриминацию, устранять ее причины и предотвращать ее новые случаи. Явления. В связи с этим во многих странах разработаны и приняты специальные законы о государственных гарантиях, гарантирующие равный доступ к правам человека и другим правам для всех членов общества, независимо от пола. Законодательство Российской Федерации в области политики и экономики, сложившееся в последние годы, регулируется п. создание основы для разработки политики с учетом гендерной перспективы и гендерного баланса.

Основными целями такой политики в России являются:

- Содействие соблюдению прав женщин в единстве с правами и свободами мужчин;
- Обеспечение условий для полноценного участия женщин в принятии решений на всех уровнях управления;
- Содействие обеспечению равных прав и равных возможностей на рынке труда, в сфере трудовой активности и финансов;
- Охрана здоровья женщин и мужчин, повышение продолжительности жизни;
- Создание условий для активного участия мужчин в воспитании детей и ведении домашнего хозяйства;
- Пресечение любых форм насилия в отношении женщин и мужчин.

Для реализации указанных целей необходима регулярная, детальная и достоверная информация.

В целях достижения равноправия мужчин и женщин в социально-трудовых отношениях работодатель (руководитель государственного органа, организации независимо от формы собственности) обеспечивает:

- Равные возможности для женщин и мужчин при найме на работу;
- Равный доступ женщин и мужчин к вакантным рабочим местам;
- Равные возможности для повышения квалификации, осуществления переподготовки, продвижения по службе;
- Благоприятные условия труда для беременных женщин и женщин имеющих детей грудного возраста;
- Безопасные условия труда, обеспечивающие сохранение жизни и здоровья как женщин, так и мужчин.

Список использованных источников.

1. Гендерная дискриминация в трудовой сфере: [сайт]. – URL: <http://diplomba.ru/work/22900> (дата обращения: 28.05.2021). – Текст: электронный.

2. Гендерная дискриминация в трудовой сфере: [сайт]. – URL: <https://manager.bobrodobro.ru/13227> (дата обращения: 28.05.2021). – Текст: электронный.

3. Шейхова, М. С. Демографической ситуации в России: Проблемы и перспективы в условиях новой экономики / М. С. Шейхова, Т. Ю. Сорокина // Формирование и реализация стратегии устойчивого экономического развития Российской Федерации. – 2020. – С. 286-290.

4. Шейхова, М. С. Демографические факторы устойчивого развития сельских территорий Ростовской области / М. С. Шейхова // Аграрная экономика и образование в современных условиях развития общества. – 2020. – пос. Персиановский. – С. 346-350.

5. Шейхова, М. С. Проблемы занятости сельского населения в Южном федеральном округе / М. С. Шейхова, А. А. Есекова // Актуальные вопросы науки и практики в инновационном развитии АПК. - 2020. – С. пос. Персиановский. – С. 345-349.

GENDER INEQUALITY IN THE SPHERE OF LABOR RELATIONS

A.M. Rudenko, M. S. Sheihova, K. K Ponomarenko

*Institut sfery obsluzhivaniya I predprinimatel'stva (filial) FSBEI HE
« Don State Technical University », g. SHahty, Russia
FSBEI HE « Don State Technical University », s. Persianovskiy, Russia.*

This article examines the concept of gender inequality as a phenomenon in the modern world, the manifestation of this phenomenon in the field of professional and labor relations, as well as possible ways to solve this problem.

Keywords: gender, discrimination, labor, factors, social role.

УДК 659.1

ФОРМИРОВАНИЕ РЕКЛАМНОГО КОНТЕНТА ДЛЯ МОЛОДЁЖИ

О.Д. Рычагова¹

*ФГБОУ «Нижевартовский государственный университет»
г. Нижневартовск, Россия*

Реклама прочно вошла в жизнь и деятельность каждого человека. Время не стоит на месте: молодое поколение сменяет старое, существенно меняются общественные интересы и влечения, возрастают потребности у молодежи, доминирует цифровизация и другое. Поэтому и в рекламной деятельности необходимо подстраиваться под современные

¹ Научный руководитель: А.В. Тагирова старший руководитель кафедры «Коммерции и менеджмента»

тенденции. Современному поколению требуется современный подход со стороны маркетинга. Проблема в том, что сейчас перенасыщение информации, поэтому добиться расположения конечного потребителя становится сложнее. Креативные идеи, неординарное мышление, затрагивание насущных проблем – вот, что привлекает молодежь. Так что необходимо прислушиваться к современному поколению, а еще лучше – превосходить их собственные ожидания. Цель исследования заключается в том, чтобы изучить современную рекламу для новых потребителей.

Ключевые слова: реклама, поколение Z, тренды, современность, социальные сети, нативная реклама, сторителлинг.

Реклама внедряет в сознание человека представления о новых способах усовершенствования своей жизни. Она является неотъемлемой частью жизни человека. Абсолютно везде присутствует реклама: на телевидении, на радио, в торговых центрах, в Интернете, на улицах, в газетах и журналах, даже в подъездах. Реклама неизбежно оказывает влияние на наши взгляды, отношение к себе и к окружающему миру [1].

Тем не менее, реклама должна соответствовать современным тенденциям, подхватывать тренды, а также поднимать насущные проблемы, которые активно обсуждаются среди молодежи.

Современное поколение молодежи называют поколением Z или еще «зумерами». Поколение Z – это те, кто родился примерно в период с 1997 по 2012 годы. В отличие от миллениалов, которых называют пионерами цифровых технологий, молодое поколение Z было окружено цифровыми технологиями с самого детства.

«Зумерам» характерен короткий цикл концентрации внимания, нежели миллениалам. Поэтому первое впечатление действительно имеет большое значение. Вы либо завладеете их вниманием за этот короткий промежуток времени, либо будете забыты навсегда.

Поколение Z ценит и поддерживает такие компании, которые, рекламируя свою продукцию, еще и поднимают важные социальные проблемы [2]. В настоящее время прослеживаются такие современные тренды: этичное потребление, гендерное равенство, толерантность, принятие себя, защита прав животных, экология, здоровый образ жизни, благотворительная деятельность и многое другое [8].

Именно поэтому социальная реклама сейчас актуальна и стоит в большем приоритете у молодого поколения. Такая реклама встречается в основном в социальных сетях, к тому же так она быстрее распространяется среди пользователей [7].

Более того, все это необходимо сопровождать кратким и понятным текстом, достаточным количеством красочной анимацией, применять оригинальность и креативность. Картинка или видео

должны быть яркими и запоминающимися, поскольку молодые люди предпочитают смотреть, а не читать. Потому здесь чаще всего прибегают к визуальному сторителлингу. Сторителлинг – это умение рассказывать истории. Компании должны акцентировать внимание потребителей своей честной и искренней историей, которая оживит бренд или продукт с помощью слов и картинок. Для историй можно использовать выдуманные или реалистичные сюжеты, создавать фирменных персонажей-талисманов [2].

Пользователи устали от прямой рекламы – навязчивой и агрессивной, и откровенно говоря, уже давно на нее не ведутся, к тому же у большинства сформировалась баннерная слепота [4].

Для этого лучшим решением будет направить все усилия на создание нативной рекламы. Нативная реклама – это естественная реклама, которая не использует прямые и даже косвенные сообщения с призывами к покупке. Такой вид рекламы часто можно увидеть в постах у блогеров или в различных сообществах. Нативная реклама в идеале не должна бросаться в глаза [5].

Например, в инстаграме часто блогеры выкладывают фото с определенным товаром, но ничего о нем не говорят. А потом в комментариях появляются «вопросы» о нем, и блогер оставляет ссылку на профиль прямо в комментариях либо в следующем посте. Если это блогеры миллионники, то стоимость такой рекламы колеблется в пределах 180 000 – 600 000 руб. Конечно, это не рамки. Но большинство возьмут оплату за пост, который останется навсегда в ленте, суммы в рамках указанных цифр.

К тому же, завоевать внимание поколения Z достаточно легко, для этого необходимо использовать популярную музыку или пригласить участвовать знаменитостей, блогеров, тиктокеров. Поколение Z легко ведется на визуальную вирусную рекламу, доверяет брендам и лидерам мнений. Суть вирусной рекламы в том, чтобы сами потребители делились информацией о данном бренде. Она эффективна еще и потому, что распространяется в интернете. Это позволяет быстро охватить максимальное количество потенциальных потребителей [6].

Соцсети – это основной канал присутствия «зумеров». Для лучшей эффективности восприятия рекламы у современной молодежи следует персонализировать бренд, транслировать через соцсети его ценности, основные принципы работы. К каждой социальной платформе нужен индивидуальный подход. Например, для Facebook в приоритете публикации информативного характера, для Instagram и Twitter – свежие и актуальные новости, TikTok – творческий подход.

Современное поколение предпочитает рекламу, которая предоставляет выбор – смотреть или пропустить. Для них это некое вознаграждение за просмотр контента. Как раз-таки негативно воспринимаются навязчивые рекламные форматы, которые не дают возможности отказаться от просмотра. Для того, чтобы оценить влияние современной рекламы среди поколения Z, было проведено анкетирование. Данный опрос проводился среди респондентов в возрасте от 18 до 25 лет включительно.

В результате опроса выяснилось, что из 58 опрошенных более 80% признает важность рекламы в настоящее время. Наглядно можно увидеть на рисунке 1.

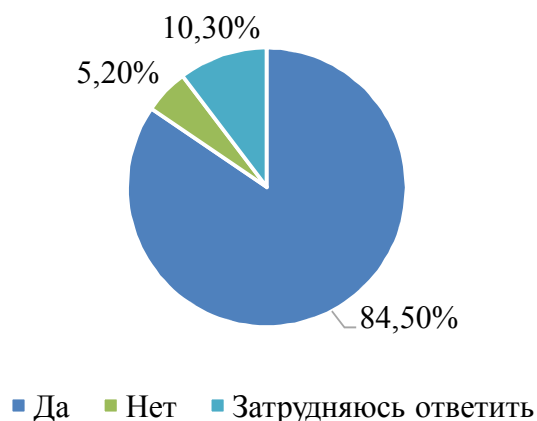


Рисунок 1 – Структура ответов респондентов на вопрос «Как Вы думаете, важна ли реклама в наше время?»

Как уже говорилось выше, реклама встречается нам повсюду. Однако, по представленным данным было выявлено, что чаще всего реклама попадает в социальных сетях и на Ютубе (рисунок 2).

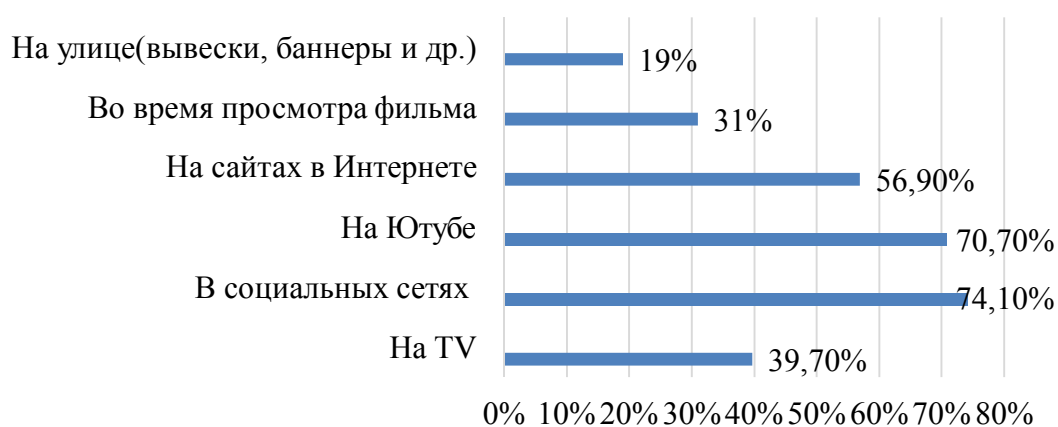


Рисунок 2 – Структура ответов респондентов на вопрос «Где чаще всего Вам встречается реклама?»

Более того, можно отметить, что в большинстве случаев современное поколение доверяет естественной рекламе, которая не слишком затянута по времени и кратко представляет нужную информацию о продукции (48,3 %), а также такой рекламе, которая поднимает насущные проблемы (37,9 %). Но и большой процент респондентов отметили, что уже давно не ведутся на рекламу (44,8 %).

Сейчас многих раздражает реклама, так как зачастую она слишком навязчива (27,8%) и в Интернете появляется в большом количестве, причем очень долгая по продолжительности и закрыть ее невозможно (29,6%). Если опираться на статистические данные, то 94,8% опрошенных реклама приводит в раздраженное состояние и лишь 5,2% - нет.

К тому же, самым популярным оказался ответ о том, что, действительно, реклама отвлекает от просматриваемого контента и не дает сконцентрироваться (33,3%).

Что касается предпочтений в рекламе, то здесь разделились мнения: кто-то предпочитает рекламу развлекательного характера (31%), а кто-то познавательного характера (41,4%).

Мало того, подача контента в рекламе тоже важна для молодого поколения, здесь опираются на креативность, оригинальность, что может удивить молодежь (44,8%). Многими одобряются: яркий и красивый дизайн рекламируемого товара (20,7%), если делается акцент на тех товарах/услугах, которые действительно необходимы каждому (15,5%) и запоминающийся слоган, который рассказывает о лучших качествах товара/услуги (13,8%).

Несмотря на то, что реклама, как выяснилось, приводит в некий дискомфорт и раздражение, однако иногда она может быть полезной. Так, 89,7% респондентов отметили, что благодаря рекламе можно узнать о новых товарах, услугах или технологиях.

В дальнейшем это может повлиять на принятие решения о покупке того или иного товара, потому что большая часть выбрали, что иногда реклама положительно сказывается на их выборе в покупке определенного продукта (51,7%) и остальная часть отметила, что это никак не влияет на принятие решения (47,1%).

Важно отметить, что реклама с оригинальным концептом или собственной увлекательной историей имеет большую вероятность того, что после ее просмотра у молодежи появится интерес к предлагаемому товару.

По результатам данного анкетирования, можно сделать несколько выводов:

Во-первых, проблема современной рекламы заключается в том, что зачастую она является раздражителем для молодого по-

коления, а выражается это в: навязчивости рекламы; примитивности создания будущего контента; перегруженности; утрировании представленного товара; проблеме восприятия и др.

Во-вторых, предпочтительнее всего простая, без всяких преувеличений, реклама, которая сможет за короткий промежуток времени правильно донести информацию о данном продукте, чтобы успеть зацепить потенциальных потребителей.

В-третьих, так как основная цель рекламы в том, чтобы заставить потребителя выполнить желаемое рекламодателем действие, то современный маркетолог должен знать, как привлечь внимание поколения Z и превзойти все их ожидания.

Для того чтобы достичь быстрого взаимодействия с поколением Z, можно обратить внимание на такие рекомендации:

1. Если вы хотите зацепить «зумеров», то вам даются первые несколько секунд для взаимодействия. Сбербанк проводил исследование по данной теме, где приняли участие подростки из разных регионов России, среднее время удержания внимания на материале – составляет 8 секунд.

2. Создание обучающего контента. Многие сейчас предпочитают самообразование и дает высокий отклик на обучающие продукты, разработанные с рекламной целью. Это могут быть: вебинары, тренинги, приложения или курсы. Подобное есть у компании Nike, они разработали приложение для бега и фитнеса [3].

3. Демонстрация мультикультурность. Привлекайте для демонстрации товара и в качестве образа клиента лиц разных типажей и национальностей.

4. С каждым новым заходом показываете совершенствование товара. Работайте над улучшением качества продукции, функциональностью и дизайном сайта. Добавляйте полезный вдохновляющий контент, уникальные решения (например, виртуальные примерочные или онлайн-диагностика кожи).

5. Следовать трендам, сотрудничать с блогерами и медийными личностями, например, сейчас популярна такая платформа, как Tiktok.

Таким образом, новое поколение Z приносит свои законы в рекламу и коммуникации. Основная задача рекламодателей – вовремя подмечать тенденции и быть гибкими, готовыми менять привычные схемы на новые. Чтобы создать успешную рекламу для молодежи, нужно просто попытаться поставить себя на ее место, прислушаться к ней и следить за текущими трендами. Тогда реклама принесет огромную пользу компании и удовлетворит ожидания покупателей.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.

1. Реклама в нашей жизни. URL: <https://compedu.ru/publication/reklama-v-nashei-zhizni.html> (дата обращения 23.04.2021);
2. Как продавать товары поколению Z: подробная инструкция для онлайн-предпринимателей. – 2021. URL: <https://www.insales.ru/blogs/university/kak-prodavat-pokoleniyu-z> (дата обращения 23.04.2021);
3. Реклама для разных поколений. URL: <https://protraffic.com/articles/reklama-dlja-raznyh-pokolenij-kak-sozd-1636.html> (дата обращения 24.05.2021);
4. Тренды рекламы и digital-маркетинга 2021. URL: <https://postium.ru/trendy-reklamy-i-digital-marketinga-2021/> (дата обращения 23.04.2021);
5. Преимущества нативной рекламы. URL: <https://livedune.ru/blog/nativnaya-reklama-v-socsetyah> (дата обращения 24.04.2021);
6. Вирусная реклама за 4 минуты: примеры и виды. – 2020. URL: <https://blog.ringostat.com/ru/virusnaya-reklama-za-4-minuty-primery-i-vidy/> (дата обращения 24.04.2021);
7. Козьмиди, В. В. Социальная реклама: ее виды и этапы создания / В. В. Козьмиди // Актуальные проблемы гуманитарных наук: Материалы научно-методического семинара. – Нижневартовск: Нижневартовский государственный университет, 2018. – С. 220-222.
8. Тагирова, А. В. Возможности и ограничения развития инновационной активности социальных предпринимателей / А. В. Тагирова, О. А. Козлова, Ю. В. Копылова // Вестник Сибирского института бизнеса и информационных технологий. – 2018. – № 3(27). – С. 59-64.

FORMATION OF ADVERTISING CONTENT FOR YOUNG PEOPLE

O. D. Rychagova

*Nizhnevartovsk State University,
Nizhnevartovsk, Russia*

Advertising is firmly embedded in the life and work of every person. Time does not stand still: the younger generation replaces the old, public interests and drives change significantly, the needs of young people increase, digitalization dominates, and so on. Therefore, in advertising activities, it is necessary to adapt to modern trends. The modern generation needs a modern approach from the marketing side. The problem is that now there is a glut of information, so it becomes more difficult to reach the end user. Creative ideas, extraordinary thinking, touching on pressing problems-that's what attracts young people. So it is necessary to listen to the modern generation, and even better-to exceed their own expectations. The purpose of the study is to study modern advertising for new consumers.

Keywords: advertising, generation Z, trends, modernity, social networks, native advertising, storytelling.

УДК 338.2

ИССЛЕДОВАНИЕ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ АТРИБУТОВ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

А.П. Сапелкина

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

Управленческая деятельность необходима для успешной реализации цели, миссии и стратегии организации. Основные атрибуты управления организации обеспечивают воздействие на поведение и деятельность сотрудников организации через все существующие объекты и процессы деятельности организации. Были рассмотрены основные атрибуты управленческой деятельности, которые гарантируют эффективное формирование, поддержание функционирования и развития всех направлений деятельности организации.

Ключевые слова: стратегия, управление персоналом, организация, управленческая деятельность, параметры атрибутов, целесообразность, проблемы, предложения.

Управленческая деятельность – принципиально отличающийся от других видов деятельности, который представляет собой процесс, выполняемый на основе воздействий на коллектив и отдельные личности организация и все стороны её деятельности для получения максимально возможных результатов [2].

Управленческая деятельность включают некоторые особенности, в т.ч.:

- разнообразие видов деятельности на всех уровнях иерархии управления;

- творческий характер деятельности, осуществляемый при недостатке информации и в условиях часто меняющейся и противоречивой обстановки;

- ярко выраженная прогностическая природа управленческих задач;

- высокая психологическая напряжённость, вызываемая большой ответственностью за принимаемые решения [3].

Управленческая деятельность требует осуществления (совершения, исполнения) руководителями множества разнообразных управленческих функций [1].

От правильного, полного понимания сущности и содержания управленческой деятельности во многом зависит решение многих профессиональных управленческих задач, формирование адекватного общего представления о теории, методологии и технологии науки управления, а также их применении на практике [9, 10, 11].

Рассмотрим подробнее несколько важнейших атрибутов управленческой деятельности.

Анализ – это деятельного мысленного или деятельностного разделения целостного объекта (предмета, явления, процесса) на составляющие части (признаки, свойства, отношения) с целью их изучения [5].

Учет – определяется как деятельность, на основе которой принимаются более обоснованные решения и повышается эффективность и производительность текущей хозяйственной деятельности организации.

Управленческий учёт является процессом, направленным на формирование и поддержание информационной деятельности для рассмотрения и принятия управленческих решений в рамках организации [6].

Регулирование – это деятельность по поддержанию режимов функционирования управляемой социально-экономической системы в сфере действия объективных законов, а также по обеспечению условий проявления объективных процессов, устранения отклонений в рамках управляющей системы [14, 15].

Цель организации представляет собой конечное состояние или желаемый результат, к которому стремится любая организация. Организация имеет всегда одну общую цель, к достижению которой направлены поведение и деятельность всех участники трудового коллектива [7].

Рассмотрим подробнее проблемы и точки развития на основе исследования состояния основных атрибутов управленческой деятельности для выбранной базовой организации, фрагмент которых представлен в табл. 1.

Обозначение проблем и прогнозирование будущих последствий их сохранения – это сложный и важный этап в управлении организацией.

Таблица 1 - Проблемы и точки развития заданных атрибутов управленческой деятельности организации (фрагмент)

| Наименование проблемы (точки развития) | Методы исследования | Причины возникновения | Ожидаемые последствия |
|--|-------------------------------|--|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Анализ | | | |
| 1. Несоблюдение правил документооборота в организации. | 1.1. Анализ 1.2. Обобщение | 1.1. Недисциплинированность по отношению к хранению и движению документации; 1.2. Некорректная постановка предметных задач 1.3. Большой объём неструктурированной информации | 1.1. Ошибки при формировании отчетов; 1.2. Путаница с документацией на уровне руководства. |

Продолжение таблицы 1

| 1 | 2 | 3 | 4 |
|---|---|--|--|
| Учет | | | |
| 2. Отсутствие организованной системы учёта данных | 2.1. Постановка проблем 2.2. Обобщение | 2.1. Сотрудники не применяют электронный документооборот из-за низкой квалификации при работе с ПК 2.2. Работодатель не проводит своевременное обучение (повышение квалификации) сотрудников. 2.3. Сотрудники не понимают ценности тех или иных документов, передают их друг другу без оповещения заинтересованных лиц | 2.1.. Регулярная потеря стратегически важной документации 2.2. Увеличение сроков выполнения поставленных задач. 2.3. Возможное наложение штрафных санкций. |
| Регулирование | | | |
| 3. Организация жестких ограничений, правил и серьезные санкции. | 3.1 Наблюдение 3.2 Опрос 3.3.Здедуктивный метод 3.4 Изучение и обобщение опыта | 3.1. Создание руководством организации тотального режима работы 3.2. Укорочение сроков выполнения поставленных задач | 3.1. Соккрытие важной информации от начальства; 3.2 Возможно развитие коррупционной составляющей |
| Цели | | | |
| 4. Отсутствие целей в долгосрочной перспективе | 4.1 Наблюдение 4.2. Анализ 4.3 Обобщение | 4.1 Желание руководства получить результат здесь и сейчас 4.2. Отсутствие возможности делать долгосрочные прогнозы из-за нестабильной ситуации на рынке | 4.1 Невозможность создать стратегию развития организации 4.2 Неопределённость внутри организации и ухудшение климата из-за этого 4.3 Текучесть кадров |

Оперативно и правильно поставленная проблема и последующее её устранение поможет предотвратить финансовые потери, исключить коррупционную составляющую, текучку персонала и возможный последующий упадок организации в целом [8].

Для выявленных проблем были разработаны инновационные предложения. Для этих предложений были обозначены средства их реализации и спрогнозированы возможные положительные результаты после внедрения предложений, фрагмент которых представлен в табл. 2. В табл. 2 приведены инновационные предложения по решению проблем, предотвращению негативных последствий и улучшения развития данных атрибутов управленческой деятельности. Кроме того, были определены средства реализации (методологические инструменты), при помощи которых возможно достичь положительной динамики в деятельности процессов и объектов, функционирующих в организации для достижения цели и стратегии [4].

Таблица 2 - Предложения по развитию заданных атрибутов управленческой деятельности организации (фрагмент)

| Наименование проблемы (точки развития) | Наименование предложения | Средства реализации | Ожидаемые результаты |
|--|---|--|--|
| Анализ | | | |
| 1. Несоблюдение правил документооборота в организации. | 1. Назначение ответственных лиц за сохранение или введение новых должностей | Анализ, обобщение | Ускорение обмена информацией, принятие более качественных решений на её основе, способность быстро решить повседневные задачи |
| Учет | | | |
| 2. Отсутствие организованной системы учёта данных | 2. Выделение специального места для хранения документации | Постановка проблем, выявление и разрешение противоречий | Быстрый доступ к необходимой документации |
| Регулирование | | | |
| 3. Организация жестких ограничений, правил и серьезных санкций | 3. Установление более гибких рамок путём выявления зависимости степени нарушения от разных факторов | Наблюдение, опрос, дедуктивный метод, изучение и обобщение опыта | Уравновешенное психологическое состояние сотрудников, открытость в отношениях с начальством. Снижение уровня нарушений (совместное решение проблем с руководством) |
| Цели | | | |
| 4. Отсутствие целей в долгосрочной перспективе | 4. Составление прогноза в долгосрочной перспективе | Постановка проблемы, анализ, сравнение, дедуктивный метод | Появление долгосрочного прогноза и планов развития организации на рынке, либо «снятие сливок» и уход с рынка |

Таблица 3 - Оценка параметров проблем и точек развития заданных атрибутов управленческой деятельности организации (фрагмент)

| Наименование проблемы (точки развития) | Значение параметров | | | | |
|---|---------------------|-------------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|---------------------|
| | важность (A_i) | сложность исследования (C_{ij}) | необходимость устранения (D_j) | компетентность понимания (K_j) | опасность (O_i) |
| Анализ | | | | | |
| 1. Несоблюдение правил документооборота в организации | 9 | 3 | 9 | 1 | 16,5 |
| Учет | | | | | |
| 2. Отсутствие организованной системы учёта данных | 8 | 4 | 8 | 1 | 14 |
| Регулирование | | | | | |
| 3. Организация жестких ограничений, правил и серьезных санкций. | 5 | 3 | 6 | 1 | 9,5 |
| Цели | | | | | |
| 4. Отсутствие целей в долгосрочной перспективе | 3 | 7 | 5 | 2 | 8,4 |

Далее было проведено исследование опасности (O_i) выявленных в процессе работы проблем в соответствии с параметрами важности, сложности и необходимости их устранения, фрагмент которой представлен в табл. 3.

На основе табл. 3, можно сделать вывод, что наличие большинства проблем связано с отношениями сотрудников внутри организации, а также к их отношению к выполнению своих должностных обязанностей.

Для исследования и определения значимости предложений по развитию заданных атрибутов управленческой деятельности организации возьмем следующие показатели: важность, сложность реализации, обеспеченность реализации, компетентность понимания [12, 13, 16].

Фрагмент значений параметров предложений заданных атрибутов управленческой деятельности организации (табл. 4).

Таблица 4 - Оценка параметров предложений заданных атрибутов управленческой деятельности организации (фрагмент)

| Наименование предложения | Значение параметров | | | | |
|---|---------------------|-----------------------------------|-------------------------------------|------------------------------------|---------------------------------|
| | важность (B_i) | сложность реализации (C_{ij}) | обеспеченность реализации (O_i) | компетентность понимания (K_i) | полезность реализации (P_i) |
| <i>Анализ</i> | | | | | |
| 1. Назначение ответственных лиц за сохранение или введение новых должностей | 8 | 5 | 6 | 3 | 34,5 |
| <i>Учет</i> | | | | | |
| 2. Выделение специального место для хранения документации | 9 | 4 | 5 | 3 | 15 |
| <i>Регулирование</i> | | | | | |
| 3. Установление более гибких рамок путём выявления зависимости степени нарушения от разных факторов | 5 | 8 | 7 | 2 | 16 |
| <i>Цели</i> | | | | | |
| 4. Составление прогноза в долгосрочной перспективе | 8 | 8 | 5 | 1 | 9 |

Оценка целесообразности реализации i -го предложения ($Ц_i$) представляет собой интегральный показатель необходимости и возможности реализации рассматриваемого i -го предложения. Оценка целесообразности реализации i -го предложения ($Ц_i$) представляет собой интегральный показатель необходимости и возможности его реализации всеми участниками.

Фрагмент значений оценок параметров опасности, полезности и целесообразности реализации предложений по улучшению

заданных атрибутов управленческой деятельности организации представлен в табл. 5.

Подводя итог проведенного исследования, можно сделать выводы управленческая деятельность есть очень серьезный и сложный процесс. Это можно заметить даже по тем основным атрибутам управления, которые были выбраны для данного исследования.

Таблица 5 - Оценки параметров реализации предложений по улучшению заданных атрибутов управленческой деятельности организации (фрагмент)

| № п/п | Наименование предложения | Значение | | |
|-------|--|----------|-------|-------|
| | | O_i | P_i | C_i |
| 4 | Составление прогноза в долгосрочной перспективе | 8,4 | 9 | 4.8 |
| 2 | Выделение специального место для хранения документации и/или введение новой должности | 14 | 15 | 8 |
| 3 | Установление более гибких рамок путём выявления зависимости степени нарушения от разных факторов | 9,5 | 16 | 11,25 |
| 1 | Назначение ответственных лиц за сохранение или введение новых должностей | 16,5 | 34,5 | 26,25 |

Таким образом, исследование основных атрибутов управленческой деятельности позволило выявить проблем и точки развития в организации и спрогнозировать возможные негативные последствия их сохранения.

Используя числовые значения параметров атрибутов управления, появилась возможность определить значения оценок опасности проблем и полезность сформированных предложений, которые определяют интегральную оценку целесообразности реализации наиболее эффективных из них в организации.

Список использованных источников.

1. Акофф Р., Эмери Ф. О целеустремленных системах / пер. с англ. М.: Сов. радио, 1974. 272 с.
2. Базарова Т.Ю., Еремина Б.Л. Управление персоналом. М.: ЮНИТИ, 2014. 560 с.
3. Гейн К., Сарсон Т. Структурный системный анализ: средства и методы / пер. с англ. М.: Эйтэкс, 1993. Ч. 1. 186 с. Ч. 2. 214 с.
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. Исследование и развитие функционального подхода в процессах управления экономическими системами / Менеджмент и бизнес-администрирование. 2019. №4. С. 4-14.

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. Построение систем управления предприятиями на основе типовых методологических подходов // Менеджмент и бизнес-администрирование. 2019. №3. С. 121-131.
8. Герасимов Б.Н. Исследование и проектирование процессов управления конфликтами в организациях // Менеджмент и бизнес-администрирование. 2018. №3. С. 99-108.
9. Герасимов Б.Н., Герасимов К.Б. Методология управления: онтология, структура, содержание // Управление. 2020. Т.8. №3(37). С. 5-15.
10. Герасимов Б.Н., Герасимов К.Б. Технология управления: онтология, структура, содержание // Менеджмент и бизнес-администрирование. 2020. №3. С. 23-33.
11. Герасимов Б.Н., Герасимов К.Б. Теория управления: онтология, структура, содержание // Проблемы теории и практики управления. 2021. №5. С. 130-144.
12. Завьялова Е.К. Особенности управления человеческими ресурсами инновационно-активных организаций // Вестник СПбГУ. 2012. № 2. С. 78-106.
13. Слепцова Е.В., Валькович О.Н. Компетенции как современная парадигма управления персоналом // Экономика устойчивого развития. 2016. № 2 (26). С. 309-314.
14. Федорова Н.В., Минченкова О.Ю., Управление персоналом организации. М.: КНОРУС, 2017. С. 112-118.
15. Хэмэл Г., Брин Б. Будущее менеджмента / пер. с англ. СПб.: BestBusinessBooks, 2013. 280 с.
16. Шепель В.М. Человековедческая компетентность менеджера. Управленческая антропология. М.: Дом педагогики, 2000. 544 с.

**RESEARCH AND IMPROVEMENT
OF THE ATTRIBUTES OF THE MANAGEMENT
ACTIVITY OF THE ORGANIZATION**

A.P. Sapelkina

*Samara University of Public Administration
"International Market Institute", Samara, Russia*

Management activities are necessary for the successful implementation of the organization's goal, mission, and strategy. The main attributes of the organization's management provide an impact on the behavior and activities of the organization's employees through all existing objects and processes of the organization's activities. The main attributes of management activities that guarantee the effective formation, maintenance of functioning and development of all areas of the organization's activities were considered.

Keywords: strategy, personnel management, organization, management activity, attribute parameters, feasibility, problems, proposals.

УДК 338.2

ОСОБЕННОСТИ ВНЕДРЕНИЯ МЕТОДОВ ПРОЕКТНОГО УПРАВЛЕНИЯ В ОБЯЗАТЕЛЬНОМ МЕДИЦИНСКОМ СТРАХОВАНИИ

О.В. Силиверстова, Л.Ю. Шемятихина

*ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»,
г. Екатеринбург, Россия*

Статья посвящена особенностям внедрения методов проектного управления в обязательном медицинском страховании. Обозначены управленческие проблемы, избежать которые можно при внедрении проектного управления в государственные и бюджетные организации. Рассмотрен опыт внедрения системы электронного документооборота (СЭД) с элементами систем управления проектами в ТФОМС Свердловской области.

Ключевые слова: проектное управление, обязательное медицинское страхование, документооборот, СЭД.

Проектное управление является одним из эффективных инструментов успешной деятельности и развития любой организации. В Послании Президента РФ Путина В. В. Федеральному собранию от 03 декабря 2015 года была отмечена необходимость внедрения проектного управления в качестве одного из основных инструментов эффективного управления в органах государственной власти.

Внедрение методов проектного управления должно увеличить эффективность использования ресурсов и оперативное взаимодействие органов власти с другими организациями; повысить прозрачность, обоснованность и своевременность принимаемых решений – то есть в конечном итоге обеспечить достижение запланированных результатов [2].

Обязательное медицинское страхование (далее – ОМС) обеспечивает граждан доступной и качественной медицинской помощью путем развития эффективной тарифной политики в сфере ОМС, организации контроля качества медицинской помощи и защиты прав застрахованных граждан. В качестве субъектов и участников обязательного медицинского страхования Законом определены: застрахованные лица, страхователи, Федеральный фонд обязательного медицинского страхования, территориальные фонды, страховые медицинские организации, медицинские организации [5].

Эффективное взаимодействие и управление системы ОМС зависит от оперативности обработки документов, скорости распределения информации между субъектами и участниками ОМС. Под документооборотом принято понимать упорядоченное перемещение

документов организации, созданных в процессе работы соответствующими должностными лицами. В данной статье проанализированы особенности внедрения методов проектного управления в обязательном медицинском страховании на основе перехода к системе электронного документооборота. Последовательная разработка и внедрение информационной системы, позволяет бюджетным организациям эффективнее работать над реализацией проектов.

Проектное управление подразумевает четкое определение целей, распределение ответственности и ресурсов, планирование с учетом имеющихся рисков, постоянное контролирование ситуации и своевременное реагирование на возникающие изменения и отклонения для достижения целей проекта в рамках установленного времени, бюджета и качества[3].

В целях внедрения единой методики осуществления проектной деятельности в Российской Федерации введены стандарты:

- ГОСТ Р 58305-2018 «Система менеджмента проектной деятельности. Проектный офис»;

- ГОСТ Р 58184-2018 «Система менеджмента проектной деятельности. Основные положения».

С целью эффективного использования ресурсов, повышения прозрачности, обоснованности и своевременности принимаемых решений, Минэкономразвития РФ 14 апреля 2014 г. подготовило Распоряжение № 26Р-АУ, которым утвердило методические рекомендации по внедрению проектного управления в органах исполнительной власти. В системе управления органов государственной власти, бюджетных фондов выделяется четыре уровня: стратегический, тактический, оперативный и операционный. На рисунке показан каждый уровень, который характеризуется своим горизонтом планирования и периодичностью контроля, инструментами управления. Данная система управления позволяет достигать цели органов государственной власти преимущественно через реализацию проектов.

Проекты, реализуемые органами власти Российской Федерации, должны состоять из групп процессов: 1. Инициация проекта; 2. Планирование проекта; 3. Исполнение; 4. Управление изменениями проекта; 5. Контроль; 6. Завершение проекта [1].

По завершению каждого процесса происходит оценка проекта на соответствие стратегии организации, соответствие заявленным целям, соблюдение бюджета и сроков проекта, актуальность проекта, готовность к реализации следующего этапа и оценка рисков с учетом текущей экономической конъюнктуры и внутренних факторов. Последовательное уточнение способствует более детализированной проработке проекта и обеспечивает своевременную реакцию на изменения внутренней и внешней среды [4].

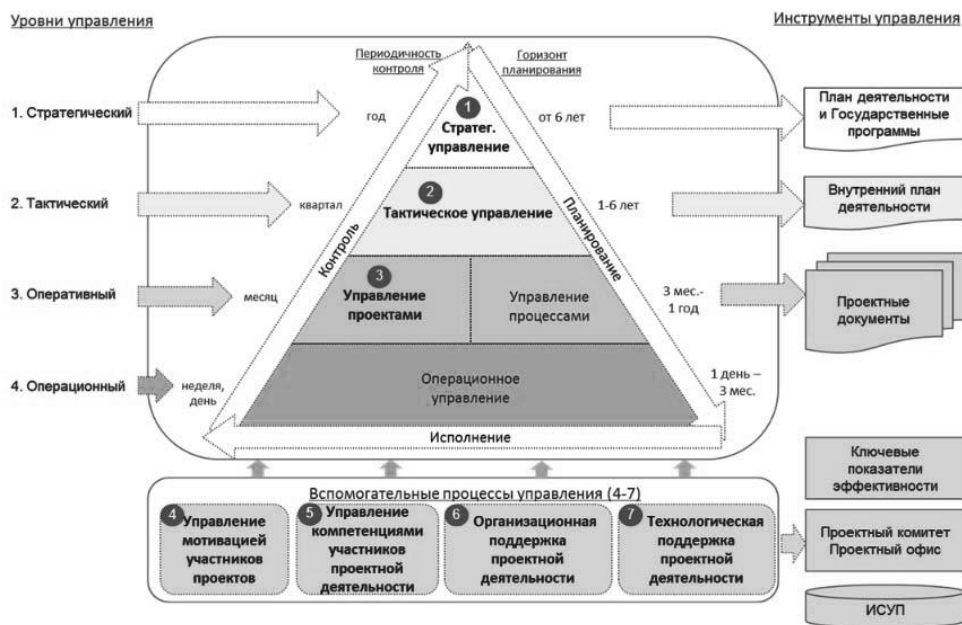


Рисунок - Модель проектно-ориентированной системы управления [4]

В формате общих рекомендаций невозможно учесть специфику разных организаций, проектов и программ. Сложная сочетаемость принципов управления, реализуемых в российских органах власти, бюджетных фондах, с методологией проектного управления определяется спецификой бюрократической среды, неспособной быстро и гибко реагировать на изменения внешних и внутренних условий.

Сегодня одной из актуальных проблем при внедрении проектного управления можно назвать недостаточно высокая проработка формирования цели проекта. Зачастую работа сотрудников заключается в выполнении нескончаемого потока различных процессов. В этом потоке трудно разобраться и понять, к какой цели относится то или иное поручение.

Анализ особенностей внедрения проектного управления в работу Территориального фонда обязательного медицинского страхования Свердловской области показал, что документы и программы разрабатываются и реализуются с учетом процессного подхода. Для проведения разработки и осуществления проекта необходимо формирование совместного приказа с Министерством здравоохранения Свердловской области, проведение консультаций с медицинскими страховыми компаниями. Строгая вертикальная структура управления, длительное выработка и согласование управленческих решений, необходимость соблюдения законодательства, инструкций и т. п. – все это вступает в конфликт с

проектной деятельностью. Внедрение проектного управления по своему определению должно привести в работу государственных и бюджетных организаций решение перечисленных выше проблем, в том числе через использование информационных систем [3].

Территориальным фондом обязательного медицинского страхования Свердловской области (далее – ТФОМС СО) после изучения внутренних процессов было принято решение о внедрении СЭД для решения задачи эффективного управления процессами документооборота и управления информацией, направленных на улучшение управленческой деятельности бюджетного учреждения. Интервьюирование сотрудников и руководителей и анализ процессов документооборота позволили построить модель движения документов внутри организации по следующей формуле: процесс оформления документов, процесс согласования, процесс передачи исполнителям, процесс формирования архивного хранения.

Данный проект был реализован ТФОМС СО в 2014 году. Внедрение проходило сложно, но через полгода работы в СЭД всеми сотрудниками было отмечено, что документы больше «не теряются», их проще найти, нет дублирующей регистрации. Руководители структурных подразделений, делегируя выполнение проекта, на мониторах своих компьютеров видят участие всех сотрудников в процессе подготовки и согласования документов, контролируют сроки выполнения поставленных задач. Внедрение СЭД показало повышение эффективности деятельности Фонда через совершенствование системы документооборота, создание условий повышения качества подготовки управленческих решений, а также эффективное выполнение работниками своих должностных обязанностей благодаря существенно сокращённому таймингу.

Преимущества внедрения электронного документооборота на платформе «Дело» – отечественной разработки компании «Электронные офисные системы» (ЭОС) в ТФОМС СО особенно отчётливо проявились в 2020 году при работе, организованной на «удаленке». СЭД стала служить не только созданием и хранилищем контента, но и предоставила участникам процесса управления эффективные инструменты для контроля выполнения поставленных задач, сроков движения документов, исполнительской дисциплины. Руководители подразделений стали формировать отчеты по движению документов, по сроку исполнения поручений.

Работая в связке, эти два типа систем формируют единое информационное пространство, внутри которого можно управлять ресурсами, документами и контролировать исполнение задач.

Необходимость полноценного документационного взаимодействия в условиях дистанционной работы потребовала оперативного развертывания удаленных рабочих мест (в том числе с функцией подписания документов ЭП) для большого количества специалистов ТФОМС СО. Функционал EOS for SharePoint позволил быстро, практически за неделю, развернуть удаленные рабочие места на ноутбуках и стационарных компьютерах для практически для 120 пользователей. Обеспечением удаленной работы в СЭД EOS for SharePoint занималась ИТ-служба заказчика, в свою очередь, специалисты компании ООО «Медиалюкс», регионального партнера ЭОС, настроили возможность подписания электронной подписью (в том числе для сотрудников ТФОМС, которые ранее не пользовались этой опцией).

Для дальнейшего внедрения системы управления проектами возможно продолжить взаимодействия с партнерами ЭОС. Первоначально стоит ознакомиться с информацией с сайта [6]. Там собрана вся необходимая информация, кроме стоимости и сроков внедрения. Для формирования необходимых именно вашей организации пакетов продуктов нужно ставить перед разработчиками конкретные задачи, при этом уделив немало внимания задаче изменения интерфейса «рабочего стола» продуктов с целью подготовки бесперебойного запуска системы в эксплуатацию.

Для высокобюджетных внедрений разработчики предлагают продукт «Корпоративной портал», который представляет собой готовое решение для автоматизации документооборота, делопроизводства и управления рабочими процессами.

Говоря об особенностях внедрения проектного управления в обязательном медицинском страховании, можно говорить о синергии двух инструментов: возможностей СЭД как системы управления процессами и документами и известного всем MS Project или аналогов. Проектное управление – сложный процесс с элементами планирования ресурсов, задач, рисками, процента выполнения, а системы документооборота отвечают больше за процессное управление. Поэтому модуль в составе СЭД будет иметь ряд ограничений, либо это будет уже не система документооборота, а система планирования и управления проектом с возможностями использования Диаграммы Ганта, проставлением выполненных и невыполненных задач.

Проектное управление, как один из способов эффективного управления, на сегодняшний день внедряется и применяется в самых разнообразных областях современного российского менеджмента. Однако основной проблемой сложившейся ситуации, является тот факт, что у специалистов органов государственной власти имеется

размытое представление о том, что такое проект с конкретным конечным продуктом, четкими сроками, запланированным финансированием, предусмотренными рисками. Отсутствие у специалистов обязательного медицинского страхования профессиональных компетенций в сфере проектного управления, необходимых для реализации проектов ОМС, является основной проблемой.

Таким образом, овладение и использование методов проектного управления приведут к увеличению эффективности работы обязательного медицинского страхования.

Список использованных источников.

1. Российская Федерация. Распоряжения. Об утверждении Методических рекомендаций по внедрению проектного управления в органах исполнительной власти: Распоряжение Минэкономразвития РФ от 14.04.2014 № 26Р-АУ – Доступ из справочно-правовой системы Консультант Плюс

2. Ильина, О.Н. Методология управления проектами: становление, современное состояние и развитие: монография / О.Н. Ильина. - Москва: ИНФРА-М, 2019. - 208 с.

3. Мазур И.И. Управление проектами. Министерство образования и науки РФ / И.И. Мазур. – Москва: Омега-Л, 2013. – 127 с.

4. Управление проектами в государственных органах на базе СЭД / Борисова Е. – URL: <https://www.directum.ru/blog-post/930> (дата обращения: 24.04.2020). - Текст: электронный.

5. Территориальный фонд обязательного медицинского страхования Свердловской области - URL: <http://www.tfoms.e-burg.ru> (дата обращения: 08.04.2021).

6. Электронные офисные системы – URL: https://eos.ru/eos_products/eos_for_sharepoint/ (дата обращения: 08.04.2021).

FEATURES OF IMPLEMENTATION OF PROJECT MANAGEMENT METHODS IN OBLIGATORY MEDICAL INSURANCE

O.V. Siliverstova, L.Y. Shemyatikhina

*FSBEI HE «Ural State University of Economics»,
Yekaterinburg, Russia*

The article is dedicated to the features of implementation of project management methods in obligatory medical insurance. Management problems are identified, which can be avoided when introducing project management into state and budgetary organizations. The experience of implementation of an electronic document flow system (SED) with the elements of project management systems in the TFOMS (Territorial Fund of Obligatory Medical Insurance) of the Sverdlovsk region is addressed.

Keywords: project management, obligatory health insurance, document flow, SED.

**ИММЕРСИВНЫЕ МЕДИА В КИТАЕ:
НОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В РАЗВИТИИ СМИ****Ю. Синьцзюнь***Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,
г. Москва, Россия*

В последние годы китайская медиа-система проходила значительные изменения в связи с развитием технологий. От цифровой трансформации бумажных СМИ до развития "умных" СМИ в эпоху омнимедиа, индустрия СМИ Китая развивается быстрыми темпами. На протяжении всей истории человечества количество информации увеличивалось: от бумажных книг до радио, телевидения и современных терминалов. С наступлением эры 5G технологии иммерсивных медиа также будут развиваться. В данной статье приводятся примеры применения иммерсивных медиа в Китае в последние годы и дается анализ с теоретической и технической точек зрения с использованием комбинации количественных и качественных методов. Делается вывод, что, хотя иммерсивные медиа появились и пытаются использоваться в Китае, для их широкого применения еще требуется время.

Ключевые слова: иммерсивная медиа, интеллектуальная медиа, виртуальной реальности, медиа-конвергенция, СМИ.

В сегодняшнюю эпоху цифровых сетей можно сказать, что средства массовой информации стали продолжением центральной нервной системы. Цифровые интернет-СМИ меняют восприятие и мышление нового поколения. Интернет - это наша внешняя нервная система, развитая подобно мозгу. Следовательно, находясь перед лицом цифровых медиа чувства и мышление людей в новую эпоху будут совершенно новыми, объемными, целостными, непрерывными, нелинейными и неповторяющимися.

С точки зрения теории коммуникации, технология виртуальной реальности расширила «порог восприятия» аудитории в реальном мире. Ее рост и применение подтвердили классический тезис теории СМИ Маклюэна: «Любая среда - это не что иное, как человеческое восприятие. Расширение или сужение». «И это также важная теоретическая основа для того, чтобы VR-технология могла способствовать интеграции и трансформации СМИ, а также способствовать социальному развитию.

С макроэкономической точки зрения технология VR - это только часть концепции иммерсивных медиа (Immersive Media), которые могут слияние реального мира и виртуального, среду взаимодействия человека и компьютера основанную на VR (виртуальной

реальности), AR (дополненной реальности), MR (смешанной реальности) и иных технологиях. Иммерсивные медиа имеют широкое применение в сфере развлечений, культурного туризма, образования, медицины, производства и т. и., и считаются одной из революционных тенденций, которые изменят образ жизни человека и его работы в будущем. С ускорением коммерческого развертывания 5G, на которую наложилась эпидемия коронавируса, привела к переходу на домашний образ жизни людей, и ожидается, что иммерсивные медиа откроют новые возможности для развития.

С точки зрения практической ситуации, иммерсивный медиа расширяется от потребительского рынка для личных развлечений до вертикальных отраслевых сценариев приложений для корпоративного рынка. Согласно данным IDC, образование, розничная торговля и производство входят в тройку ведущих отраслей на рынке вертикальной индустрии VR + в 2019 году, на них приходится почти 50%. Эпидемия также подтолкнула к развитию вертикальных отраслевых рынков иммерсивных медиа, включая просмотры VR, конференции и выставки VR, а также культурный туризм VR. В будущем иммерсивные коммерческие приложения, основанные на точных сценариях, будут иметь большее пространство.

Самый известный случай иммерсивных медиа в сфере китайских новостей произошел во время ВСНП и НПКСК1 в 2016 году. В статье Цзэн Сянминь и Дун Сяожань «Исследование продуктов визуализации информации в новостных отчетах за 2016 год», подготовленные Цзэн Сянмином и Дун Сяожаном, два ученых выбрали People.cn, Xinhuanet, Guangming.com и People's Daily Online в течение национального периода «ВСНП и НПКСК». с 2 по 16 марта 2016 г. Четыре центральных СМИ CCTV и два коммерческих СМИ Tencent и Netease проанализировали продукты визуализации своих веб-сайтов, клиентов и общедоступные аккаунты WeChat на тему «ВСНП и НПКСК», чтобы выявить в конкретный рабочий путь реформы СМИ и инноваций, как показано на картинке.

Из этих данных мы можем ясно видеть, что большая часть работ VR-панорамы в отчетах двух сессий занимают большую часть. Во время конференции различные СМИ стремились к прорыву в освещении новостей с помощью новых медиа-технологий, чтобы способствовать интеграции медиа и изменениям в медиа-технологиях. Среди них форма VR-оборудования и иммерсивные новостные репортажи стали очень заметным изменением в этих двух сес-

¹ ВСНП и НПКСК: Всекитайское собрание народных представителей и Народный политический консультативный совет Китая.

сиях. Средства массовой информации Китая имеют большое значение на пути интеграции средств массовой информации и инновационных исследований.

Таблица 1: Список количества продуктов визуализации шести основных СМИ за ВСНП и НПКСК 2016 года¹

| | Инфографика | Gif-анимация | VR | Интерактивная реклама | Интерактивный веб-интерфейс | Видео, мультфильмы | Манга | Мини-игры | Итого |
|-----------------------|-------------|--------------|----|-----------------------|-----------------------------|--------------------|-------|-----------|-------|
| People.cn | 28 | 0 | 1 | 27 | 2 | 5 | 0 | 0 | 63 |
| Xinhuanet | 25 | 0 | 17 | 5 | 21 | 4 | 0 | 0 | 72 |
| Guangming.com | 18 | 0 | 36 | 17 | 0 | 9 | 0 | 0 | 80 |
| People's Daily Online | 57 | 0 | 14 | 1 | 23 | 6 | 8 | 0 | 109 |
| Tencent | 0 | 0 | 0 | 11 | 7 | 5 | 0 | 0 | 23 |
| Netease | 0 | 103 | 9 | 4 | 0 | 0 | 0 | 1 | 117 |
| Итого | 128 | 103 | 77 | 65 | 53 | 29 | 8 | 1 | 464 |

Хотя во время двух сессий в 2016 году VR-съемки привлекли большое количество пользователей, особенно молодых, чтобы они активно участвовали, делились и продвигались своими свежими техническими формами и высокоэффективными методами презентации; VR-оборудование было в центре внимания в новостях двух сессий. Многие профессионалы в области СМИ считают это расцветом надежды на интеграцию и трансформацию отечественных СМИ. Но, судя по заключительному отчету, использование технологии виртуальной реальности на двух сессиях все еще рассматривается как «уловка». То, что технология VR приносит пользователям в двух сессиях этого года, - это только похожий иммерсивный и близкий опыт. Пользователь больше похож на невидимого наблюдателя в панорамных видео. Все, что он может сделать, это повернуться и осмотреться. «Я» хотя был там, но я ничего не мог поделаться с тем, что происходит, и чувство участия и взаимодействия не отражалось в этом.

В 2019 году была полностью обновлена «Кухня Fusion Media» «China Youth Daily», и был запущен проект «Immersive Experience News». Первый иммерсивный и интерактивный документальный фильм «Жизнь 92-летнего Ван Тайлина»² рассказывает об идеалах и является одним из визуальных продуктов в серии "Спросить со-

¹ Цзэн Сянминь, Дун Сяожань «Исследование продуктов визуализации информации в новостных отчетах за 2016 год», 06.2016 «Media».

² Конвергентный Репортаж.

Режим доступа: http://zqb.cyol.com/html/2019-11/22/nw.D110000zqgnb_20191122_1-06.htm

вета", созданной студией культуры и медиа "Чжунцин" Культурного центра газеты. В фильме рассказывается трогательная история 92-летнего профессора Ван Тейлина, который трудится по 12 часов в день, усердно и самоотверженно. Весь процесс съемки был трудным, но полным тепла и эмоций. До и после фильма было снято 53 видефрагмента, и было внесено более 10 исправлений, чтобы показать обычное и вдохновляющее жизненное стремление профессора Ван Тейлина в разных ракурсах.

Репортаж этой группы интегрированных СМИ был опубликован такими СМИ, как «Study and strengthen the nation» и «People's Daily Online», и получил 7,12 миллиона онлайн-просмотров на Weibo. После переприём ЦКК, «People's Daily», «China Daily» и т. д., эту тему прочитали 130 миллионов человек и обсудили 17000 человек в списке популярных поисковых запросов Sina Weibo.

На пятом заседании 13-го заседания Циндао НПКСК в январе 2021 года «Qingdao Daily» как местное официальное бумажное СМИ использовала панорамную камеру 8K для трансляции 360-градусного HD-видео без слепых зон на месте встречи и синтезировала изображения в формат VR.¹ Это полностью показывает, что применение иммерсивных медиа-технологий реализуется не только в национальных СМИ, но и в местных СМИ. На техническом уровне иммерсивные медиа достигли стадии предварительного применения.

В целом иммерсивные медиа-технологии все еще находятся на ранних стадиях развития, и рыночная зрелость нуждается в улучшении. В будущем, с крупномасштабной популяризацией 5G, дальнейшим прорывом в аппаратном обеспечении и технологиях иммерсивного мультимедиа, снижением производственных затрат и разработкой более высококачественного контента, продукты и услуги с иммерсивным мультимедиа будут широко приняты основными группами, приложениями, сценарии и коммерческие площадки будут полностью активированы. И его применение в области средств массовой информации станет более распространенным и популярным, и это станет новой тенденцией в цифровизации бумажных средств массовой информации и интеграции средств массовой информации.

Список использованных источников.

1. Everette E. Dennis, Melvin L. DeFleur; Understanding Media In The Digital Age -- Connections for Communication, Society, and Culture

¹ Конвергентный Репортаж. Режим доступа: <https://mp.weixin.qq.com/s/J0ZlxBPWTlh5gMqUwpCxVg>

2. Jenkins H, Ford S, Green J. Spreadable media creating value and meanings in a networked culture. New York : New York University Press 2013.
3. Го Куаньчжун. Характеристики интеллектуальных медиа и их построение [J]. Журналистика и писательство, 2016(3).
4. Тан Сюйцзюнь, Хуан Чусинь, Ван Дань. Тенденция развития новых медиа в Китае[J]. Китайский журналист, 2018(8).
5. Сюн Цин. Исследование интеграции новых медиа и традиционных медиа в эпоху всех медиа [J].Journal of News Research, 2016 (9).
6. Цзэн Сянминь, Дун Сяожань «Исследование продуктов визуализации информации в новостных отчетах за 2016 год», 06.2016 «Media».]

IMMERSIVE MEDIA IN CHINA: NEW TRENDS IN MEDIA DEVELOPMENT

Yu. Sincsyun

*M.V. Lomonosov Moscow state university
Russia, Moscow*

The Chinese media system has been through significant changes in recent years due to the development of technology. From the digital transformation of newspaper to the development of smart media in the Omni Media era, China's media industry is developing at a rapid pace. Throughout history, the amount of information has increased from books to radio, television and modern terminals. With the advent of the 5G era, immersive media technologies will also evolve. This paper presents examples of the application of immersive media in China in recent years, and uses a combination of quantitative and qualitative methods to provide analysis from both a theoretical and technical perspective. It is concluded that although immersive media has emerged and tried to be used in China, it still needs time to be widely used.

Keywords: immersive media, intelligent media, virtual reality, media convergence, mass media.

УДК 334

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА В РОССИИ НА ВСЕХ УРОВНЯХ, ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА, АНАЛИЗ ТЕКУЩЕЙ СИТУАЦИИ

А.С. Скворцов, А.В. Тагирова

*ФГБОУ ВО «Нижевартовский государственный университет»
г. Нижневартовск, Россия*

Масштабы и сложность социальных проблем в современной России требуют поиска новых эффективных способов их решения. Все более актуальной становится необходимость налаживания социального партнерства, то есть системы, отвечающей ведущим тенденциям глобального

развития социальной сферы. Существует множество концептуальных подходов к изучению взаимодействия социальных структур общества. В целом общество рассматривается как сложная система, характеризующаяся системными качествами и свойствами, которые являются социальными по своей природе, такими как структурированность, самоорганизация, регуляция, стабильность, динамизм. Структура общества формируется за счет того, что каждый человек, удовлетворяя свои потребности и реализуя свои интересы, вступает в общественные отношения и занимает определенное место в системе этих отношений. Продолжающаяся социальная дифференциация формирует социальную структуру.

Ключевые слова: социальное партнерство, государство, предпринимательство, экономика, работодатель, рабочий, принцип, структура, проблемы.

Современное развитие России во многом характеризуется активным и часто противоречивым процессом формирования трех характерных секторов любого общества с развитой институциональной структурой: государственного, коммерческого и некоммерческого. Вопросы, касающиеся управления государством, экономикой и общественной жизнью, становятся особенно актуальными в периоды, когда старые нормы, ценности, отношения по той или иной причине отбрасываются, а новые все еще формируются. В этой связи ключевой задачей, стоящей перед современной Россией, является обеспечение устойчивого и безопасного социально-экономического развития в контексте взаимодействия структурных элементов общества. Общественные движение и местное самоуправление послужило возникновению социальному партнерству на территории Российской Федерации

Но развитие социального партнерства на территории РФ было ограниченным, а успехи были несопоставимы с размерами существующих социальных конфликтов. К примеру благотворительность не могла уничтожить бедность или каким-либо образом смягчить противоречия между предпринимателями и рабочими.

Основные цели и задачи социального партнерства:

- разработка и реализация согласованной социально-экономической политики и политики в области трудовых отношений;
- обеспечить оптимальную согласованность социально-экономических и социально-профессиональных интересов сторон социального партнерства;
- создание эффективного механизма регулирования смежных социальных, профессиональных и экономических отношений;
- совершенствование законодательства, регулирующего общественно-профессиональные отношения и связанные с ними экономические отношения;

- способствует обеспечению социальной стабильности и согласия в обществе;
- предотвращение коллективных трудовых споров и конфликтов в сфере социально-экономических отношений.

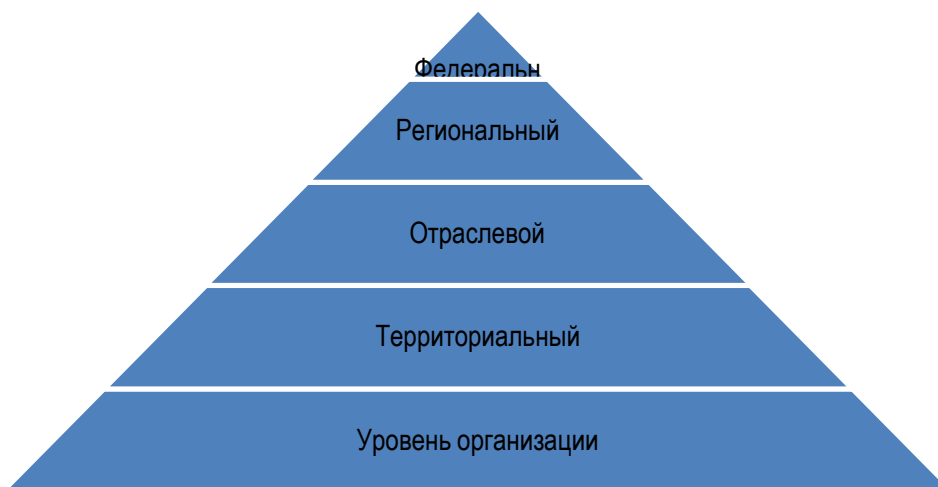


Рисунок 1 - Уровни социального партнерства

Организация социального партнерства на муниципальном, отраслевом, административно-территориальном уровне, а еще на организационном уровне исполняется в согласовании с текущим законодательством. Социальное партнерство в финансово-промышленных группах и межнациональных корпорациях исполняется на базе интернациональных соглашений и государственного законодательства [3].

Правовые акты, которые были перечислены выше, ставят основы партнерства: равенство, добровольность, приоритетность, общественная верность, гармонизация интересов.

Равноправность, как и однообразные, гарантируемые конституцией финансовые, общественные, политические и личные права граждан, официально признанное равенство людей, сотрудников, один из главных факторов демократии. Данный принцип содержит весомый смысл для формирования партнерских или договорных отношений, когда независимо от занимаемого статуса, материального положения и обладания властью, идет нормальный, равноправный переговорный процесс.

Приоритетность как первенство во времени, первые по значению в определенной совокупности вопросы, социальные, экономические и другие проблемы. Например, приоритетными в деятельности профсоюза являются вопросы защиты прав и интересов работников.

Принцип социальной справедливости содержит в себе компонент материального обеспечения социальных гарантий, создания равных возможностей равного доступа к благам, необходимым для развития способностей человека, его достойного существования. Данный принцип сочетает в себе, с одной стороны, факторы, обеспечивающие условия для развития личности, а с другой – наиболее естественную связь между мерой участия в производственном процессе и мерой потребления. Он позволяет в государственном масштабе регулировать процесс самообеспечения человека через личную инициативу и социальную помощь нуждающимся.

Принцип равенства также подразумевает, что правительство регулирует спонтанные процессы поляризации богатства с основной целью борьбы с бедностью, а не с богатством. В данном случае проблему следует улаживать не методом предоставления льгот для нуждающихся и введения зависимостей, а, скорее, методом реализации программ по расширению занятости, поощрению занятости, обеспечению равных возможностей, налогообложению доходов, поддержке государственных средств, развитию и расширению системы. бесплатного здравоохранения и образования, свободного предпринимательства и т. д.

Еще один важный принцип социального партнерства можно рассматривать как максимальный учет интересов каждого партнера, особенно экономических, их согласование и, по возможности, более широкую реализацию. В то же время законы общественного развития указывают на то, что в обществе не может быть единства экономических интересов. Различные социальные группы имеют свое особое положение, свое место в структуре общества, в том числе в экономической подсистеме.

Рабочие и предприниматели, собственники и наемные работники, а также государство заинтересованы в получении прибыли, в росте производства, сохранении рабочих мест, улучшении факторов труда, повышении конкурентоспособности товаров, своевременной уплате налоговых сборов. В соответствии с этим согласование, обоюдный учет интересов, их согласование как раз и является самой трудной задачей и в то же время главным принципом жизнеспособности партнерских отношений.

Согласование интересов работников, работодателей и властных структур способствует активному вовлечению работников в процесс управления, а новый тип отношений собственности способствует формированию среднего класса, сглаживанию поляризации в обществе и массовому вовлечению различных социальных групп и слоев рыночных отношений.

В Российской Федерации наблюдается рост количества всех видов соглашений. Наибольший рост приходится на отраслевые(межотраслевые) и профессиональные тарифные соглашения [5]. Также можно признать самым динамичным процесс по увеличению количества территориальных соглашений, которые оформляются на уровне городов и районов Российской Федерации. Есть две главные тенденции:

- Уменьшение уровня распространения коллективно-договорного регулирования на всех предприятиях
- Увеличение доли регистрируемых договоров

Если провести анализ региональных соглашений, то можно заметить, как в некоторых из регионов администрация предоставляет какие-то льготы тем, кто направляют часть средств на помощь социальной защите, поддержку культуры, спорта и т.д. То есть, в случае если администрация идет на компромисс с предприятиями, то предприятия будут с большей вероятностью входить в мир социального партнерства.

Таблица 1- Регионы-лидеры в социальном партнерстве

| Место | Субъект | Количество баллов |
|-------|--|-------------------|
| 11 | Самарская область | 98,7 |
| 22 | Московская область | 98 |
| 33 | Нижегородская область | 96,9 |
| 44 | Пермский край | 95,8 |
| 55 | Ханты-Мансийский автономный округ – Югра | 93,9 |

Удивительным фактом является то, что первое место в списке занимает Самарская область, а не всеми известная Московская область. Данный регион занимает первое место потому, что в данном регионе администрация и предприятия работают взаимно, они принимают пакеты стимулирующих мер для предприятий, а сами компании в свою очередь помогают развивать социальную сферу в данном регионе, за прошедший год было выделено много средств на благоустройство городов со стороны компаний. Также стоит отметить, что безработица в данном регионе довольно низкая она находится в диапазоне 0,5-0,6 %, но благодаря партнерству администрации с работодателями удалось сократить число безработных, так как льготы для работодателей смогли способствовать расширению рабочих мест [4].

Но по сравнению с регионами-лидерами, остальные регионы очень сильно отстают, да и в целом в социальном партнерстве Российской Федерации очень много проблем, например, ситуация, когда наступила первая волна COVID-19, и большая часть предприятий была закрыта для работы, что понесло за собой множество

банкротств, число банкротств физических лиц и ИП на 80% больше чем в 2019 году, что показывает, что социальное партнерство в Российской Федерации имеет множество проблем. По сравнению с другими странами, где при закрытии на локдаун компании получали стимулирующие выплаты за то, что они не сокращают персонал, в нашей стране таких выплат не было совсем, либо они были лишь в части регионов. Данное игнорирование проблем предпринимательства со стороны государства повысило уровень безработицы в стране. Но при этом была также помощь со стороны государства – это снижение ключевой ставки центральным банком страны, которое помогло предприятиям брать деньги под меньший процент, снижение процентов по ипотеке увеличило спрос на рынке недвижимости. Социальное партнерство подразумевает под собой возможность разным сообществам участвовать в политическом или экономическом процессе, а также в формировании общественного мнения и активное участие в процессах принятия решений [2]. Основной задачей социального партнерства является не то, чтобы уравнивать интересы разных сторон, а учесть данные различия при реализации согласованных решений. В нашей стране социальное партнерство на данный момент находится только на стадии развития. Не проработаны механизмы, с помощью которых возможно было бы реализовать принятые решения. Но тем не менее в некоторых отраслях уже виден значительный прогресс [1].

Для развития социального партнерства на территории Российской Федерации нужно разработать и внедрить систему государственной пропаганды, которая будет реализовываться с помощью социальной рекламы и сайтов. Нужно достичь общей заинтересованности сторон в этом сотрудничестве.

Если бы в нашей стране активно поддерживалось социальное партнерство, удалось бы избежать таких актуальных проблем, как повышение цен на определенные товары, к примеру 2021 год отличился огромным ростом цен на сахар, подсолнечное масло и другие продовольственные товары, также в 2021 году наблюдался и наблюдается непрерывный рост цен на энергоресурсы такие как нефть, газ, а также вся металлургическая продукция выросла в цене. Всего этого можно было бы избежать, если бы государство активно сотрудничало с компаниями и реагировало на данные вопросы, так как рост на многие из этих товаров зачастую зависит от дефицита продукции или проблем с поставками, а данные вопросы можно решить, если государство выпустит пакет мер поддержки заводов по производству сахара, дополнительные выплаты металлургическим компаниям за сдерживание цен на их продукцию и многое другое.

Список использованных источников.

1. Алпатов, А. А. Государственно-частное партнерство: механизмы реализации: учебник / А. А. Алпатов, А. В. Пушкин, Р. М. Джапаридзе. – Москва: Альпина Паблишер, 2016. – 196 с
2. Григорьева, Е. М. Совершенствование механизма государственно-частного партнерства в кризисных и посткризисных условиях: монография / Е. М. Григорьева. – Москва: Креативная экономика, 2017. – 120 с
3. Козлова, О. А. Социальное предпринимательство: потенциал развития инновационной активности в ХМАО-Югра / О. А. Козлова, Ю. В. Копылова, А. В. Тагирова. – Ставрополь : Центр научного знания "Логос", 2018. – 114 с.
4. Современный потенциал социального и экономического развития регионов : Коллективная монография / И. А. Волкова, Н. В. Захарова, О. А. Козлова [и др.]. – Нижневартовск : Нижневартовский государственный университет, 2016. – 194 с. – ISBN 9785000473009.
5. Толстолесова, Л. А. Механизм государственно-частного партнерства как способ воспроизводства инфраструктуры ХМАО-Югры / Л. А. Толстолесова // Современные проблемы, тенденции и перспективы социально-экономического развития : Сборник статей IX Международной научно-практической конференции Института экономики и управления СурГУ, Сургут, 12 ноября 2019 года. – Сургут: Издательский центр СурГУ, 2020. – С. 96-105.

FEATURES OF THE DEVELOPMENT OF SOCIAL PARTNERSHIP IN RUSSIA AT ALL LEVELS, PROBLEMS OF SOCIAL PARTNERSHIP, ANALYSIS OF THE CURRENT SITUATION

A. S. Skvortsov, A.V. Tagirova

*FSBEI HE «Nizhnevartovsk State University»,
Nizhnevartovsk, Russia*

The scale and complexity of social problems in modern Russia require the search for new effective ways to solve them. The need to establish a social partnership, that is, a system that meets the leading trends in the global development of the social sphere, is becoming increasingly urgent. There are many conceptual approaches to the study of the interaction of social structures of society. In general, society is considered as a complex system characterized by systemic qualities and properties that are social in nature, such as structurality, self-organization, regulation, stability, dynamism. The structure of society is formed due to the fact that each person, satisfying his needs and realizing his interests, enters into social relations and occupies a certain place in the system of these relations. The ongoing social differentiation forms the social structure.

Keywords: social partnership, state, entrepreneurship, economy, employer, worker, principle, structure, problems.

РАЗВИТИЕ ЭМОЦИОНАЛЬНОЙ УСТОЙЧИВОСТИ МУЗЫКАНТОВ- ИСПОЛНИТЕЛЕЙ

А.А. Слесарев

*ФГБОУ ВО «Самарский государственный институт культуры»,
г. Самара, Россия*

В статье представлено исследование особенностей формирования эмоциональной устойчивости музыкантов-исполнителей. Раскрыты профессиональные требования к их личности, рассмотрены особенности проявления различных темпераментов, изучены основные стрессовые факторы их профессиональной деятельности. В завершение автор дает рекомендации, направленные на развитие их эмоциональной устойчивости.

Ключевые слова: высшее образование, профессиональная деятельность, художественное творчество, музыкант-исполнитель, вокалист, темперамент.

Современные условия предъявляют особые требования к вузам культуры, деятельность которых в значительной степени направлена на формирование «здоровой, физически и духовно гармонично развитой творческой личности, на укрепление здоровья и единства российского общества на основе национальных культурных традиций» [1, С.244]. Музыкант-исполнитель - специалист, получивший профессиональное музыкальное образование; певец, исполняющий вокал, или инструменталист, играющий на музыкальном инструменте. Основными областями их профессиональной деятельности являются музыкальное исполнительство, руководство творческим коллективом, музыкально-педагогический процесс, просветительство администрирование в области музыкальной культуры и искусства. Музыканты-исполнители реализуют музыкально-исполнительскую деятельность, которая для них является ведущей, а также педагогическую, организационно-управленческую, музыкально-просветительскую, научно-исследовательскую.

Соответственно ФГОС 3+ после обучения бакалавры по направлению 53.03.03 «Вокальное искусство» должны владеть комплексом психолого-педагогических знаний; обладать готовностью к самоорганизации в профессиональной деятельности; способностью использовать проявление познавательной эмоциональной, волевой сфер в условиях конкретной профессиональной деятельности. Следует уточнить, что профессиональная деятельность музыканта-исполнителя предъявляет особые требования к их личностным свойствам (Чванова А.А.): способности быть публичным, эмоционально создавать музыкальный образ, устанавливать эмо-

циональный контракт с залом, вызывать у слушателей эмоциональный подъём, передавать широкую амплитуду эмоций. В связи с этим для будущих специалистов важно понимать особенности проявления их темперамента, эмоциональных реакций. Отметим некоторые наиболее важные из них. Исполнители с темпераментом флегматика показывают относительно небогатую шкалу динамических оттенков. Им зачастую недостаёт артистизма в исполнении. Однако они менее других подвержены негативным факторам эстрадного волнения. Исполнителям с темпераментом холерика приходится прилагать усилия для достижения органического единства эмоционального и рационального начал. В их исполнительской интерпретации ярко проявляется волевое начало, и, как правило, отличается высоким артистизмом. Тяжело переживают неудачи. Исполнители с темпераментом меланхолика стараются тщательно прорабатывать детали исполнения, много внимания уделять подробностям интерпретации. Темперамент сангвиника предполагает преобладание эмоционального начала над рациональным, и им приходится обуздывать неуправляемые эмоции.

Определяя эмоциогенные (стрессовые) факторы профессиональной деятельности музыкантов-исполнителей, следует выделить то, что цели их профессиональной деятельности, профессиональный рост имеет творческую природу и носят эвристический характер. При этом качество и результаты профессиональной деятельности оцениваются публично. Отметим и сложность содержания, требующего специальных способностей и их постоянного совершенствования. Способы решения их профессиональных задач не регламентированы, неопределенны, они ситуативны, импровизационны. Так же стрессовыми факторами являются и высокая интенсивность нагрузок (репетиция-выступление), «рваный» режим дня, неритмичность и непредсказуемость деятельности, ее ненормированность по времени и психофизиологическим затратам. Важными условиями являются взаимоотношения на работе, психологический климат, проявления разных типов взаимодействий со средой: напряженного (исполнитель – аудитория), конкурентного (исполнитель – исполнитель), сотрудничество (исполнитель – творческий коллектив). Музыкант, выступая публично, всегда сталкивается с новизной и неподготовленностью ситуации. Он не может предположить, какова будет реакция зрителей на его концертное выступление. Сама сцена и обстановка вызывает волнение и стресс, поскольку часто концертное выступление происходит в незнакомом месте и связано с общением малознакомыми людьми. Музыканта-исполнителя всегда сопровождает внезапность ситуации. В процессе выступления могут происхо-

дить разные непредвиденные моменты, как со стороны самого исполнителя (плохое самочувствие), так и со стороны зрительного зала и сцены (освещение, отключение микрофона, неадекватная реакция зрителей). Зачастую оказывает влияние избыточность мотивации. Такие ситуации могут возникать в три периода: перед выступлением (репетиционный период), в процессе выступления и после. К ним относятся волнение, страх, излишнее возбуждение, сопровождающиеся вегетативными психофизиологическими проявлениями [2]. Особую роль приобретает избыточная мотивация музыканта-исполнителя при фрустрации, которая возникает всегда, когда физическое и воображаемое препятствие мешает или прерывает действие, направленное на достижение цели. Прежняя и новая мотивации реализуются во всех типах эмоциональных реакций: агрессивности, отступлении, регрессии.

Таким образом, для музыканта-исполнителя особое значение приобретает формирование эмоциональной устойчивости – способности сохранять направленность своих действий в эмоциогенных ситуациях при помощи саморегуляции и самоконтроля; адекватное реагирование, без существенного отрицательного влияния на здоровье и дальнейшую работоспособность. Снижение стрессогенности его профессиональной деятельности, достижение устойчивости эмоций, эмоциональной стабильности, отсутствии склонности к частой смене интенсивных негативных эмоций возможно за счет индивидуально ориентированного профессионального воспитания и обучения и заключается в возможности строить новые алгоритмы из заранее известных элементов деятельности; развития адекватной самооценки своих творческих способностей при построении профессиональной карьеры. Развитие эмоциональной устойчивости музыкантов-исполнителей может так же происходить на счет формирования внимания специалиста на следующие условия: выбор лучшего места на сцене во время проведения концерта, нахождения резонансной точки, из которой его будет лучше слышно; хорошая подготовка, исполнению только тех партий, в которых исполнитель уверен. Страх забыть слова может быть преодолен пониманием, что когда учат вокальное произведение, в мозгу формируется неразрывная связь музыки с текстом. В крайних случаях их можно сочинить. Для преодоления страхов, связанных с техникой исполнения, чтобы не снимать с дыхания и не сажать на горло, нужно делать все как на уроке, учиться владеть собой на сцене. Выйдя на сцену, начать с малого – встать ровно, на обе ноги, выпрямить спину, взять дыхание.

Подводя итог, необходимо отметить, что в профессиональной деятельности музыканта-исполнителя благоприятен высокий уро-

вень эмоциональной устойчивости, поскольку эмоциональные переживания, полученные в результате исполнения музыкальных произведений влияют на психофизиологическое состояние музыканта. Развитие данного качества будет способствовать успешному преодолению трудностей, деструктурирующих психическое состояние музыканта в процессе исполнения музыкальных произведений.

Список использованных источников.

1. Здоровьесберегающие технологии осуществления образовательного процесса в вузе культуры / Модернизация культуры: знание как инструмент развития. Материалы VII Международной научно-практической конференции. 2019. С.242-246.

2. Мирмаксумова Г.К. Методы управления эстрадным волнением музыканта-исполнителя // Актуальные вопросы образования и науки. Сборник научных трудов по материалам международной научно-практической конференции. 2018. С.108-110.

DEVELOPMENT OF EMOTIONAL STABILITY OF PERFORMING MUSICIANS

A.A. Slesarev

*FSBEI HE «Samara State Institute of Culture»,
Samara, Russia*

The article presents a study of the features of the formation of emotional stability of musicians-performers. The professional requirements to their personality are revealed, the peculiarities of the manifestation of different temperaments are considered, the main stressful factors of their professional activity are studied. In conclusion, the author gives recommendations aimed at developing their emotional stability.

Keywords: higher education, professional activity, artistic creativity, musician-performer, vocalist, temperament.

УДК 001.895

ТЕХНОЛОГИЯ ИНТЕРНЕТ ВЕЩЕЙ И ЕЁ ВЛИЯНИЕ НА СОВРЕМЕННУЮ ЭКОНОМИКУ

З.А. Смагина, К.В. Портнов

*ФГБОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»,
г. Самара, Россия*

В статье рассмотрена технология интернет вещей, приведено описание и определение данной технологии. Описаны концепции IoT, приведена статистика подключенных устройств к интернету вещей. Дан прогноз особенностей развития технологии в ближайшем будущем. Рассмотрены особенности шестиуровневой архитектуры сетей IoT.

Ключевые слова: интернет вещей, туманные вычисления, облачные вычисления, информационные технологии, концепция интернета вещей, архитектура технологии, современная экономика.

Интернет Вещей (IoT) – это технология вычислительной сети физических предметов (вещей), которая активно развивается в настоящее время. Ее концепция заключается в объединении устройств в компьютерную сеть, что позволяет передавать данные между физическими объектами (вещами). Передача данных по данной сети осуществляется с помощью идентификаторов. При этом если устройство не оснащено средством подключения к сети, его идентификатором может выступать штрих - код, Qr-код и другие средства автоматической идентификации. Для устройств, подключенных к интернет сети, идентификатором служит MAC-адрес сетевого адаптера¹. Идея интернета вещей возникла еще в 1982 году, когда модернизированный аппарат для выдачи газированных напитков был подключен к сети интернет и мог информировать о количестве напитков и их температуре. А уже в 1999 году Кевин Эштон впервые сформулировал определение и ввел термин «Интернет вещей»².

Сфера применения интернета вещей не имеет границ. IoT дает возможность фирмам перейти на автоматизированный режим и сократить трудовые затраты, что способствует улучшению качества предоставляемых услуг и снижению затрат на изготовление и транспортировку, тем самым оказывая влияние на экономику. Согласно исследованиям IoT Analytics, в 2020 году наиболее высокий уровень проникновения технологии IoT прослеживался в транспорте, энергетике, ритейле, управлении жизнью города, здравоохранении и промышленности (табл.1.)³

Таблица

| | |
|-------------------|---|
| Электроэнергетика | Повышение контролируемости подстанций и линий электропередач при помощи улучшенного дистанционного слежения |
| Здравоохранение | Контроль показателей здоровья и самочувствия пациента в фоновом режиме с помощью «умных» устройств. |
| Транспорт | Умное управление автопарком, при этом осуществляется подключение к локальной системе для мониторинга и диагностики. |
| Городская среда | Автоматизация освещения, использование «умных счетчиков» для фиксации информации о расходах энергии. |

Количество устройств, которые используют технологию IoT, стремительно растет. По данным отчета аналитической компании J'son & Partners Consulting, количество подключенных к глобальной сети WAN-устройств увеличится с 17,7 млрд в 2020 году до

36,8 млрд в 2025 году, то есть за указанный период число подключений увеличится более чем в два раза. (рис. 1)⁴.



Рисунок 1 - Оценка количества подключенных к WAN устройств IoT/M2M, факт за 2015-2019гг. и прогноз на 2020-2025 гг., млн штук.

Для решения задач, поставленных перед технологией интернет вещей, требуются значительные мощности вычислительных ресурсов. Они подразделяются на два уровня: облачные и туманные вычисления.

Основное различие между туманными и облачными вычислениями заключается в том, что облако представляет собой централизованную систему, а туман представляет собой распределенную децентрализованную инфраструктуру.

При анализе сетевых особенностей технологии IoT, можно отметить единое свойство – разнородных характер. Для последующего усовершенствования сетей интернета вещей существует ряд стандартов архитектур безопасности. Одним из них является шестиуровневая архитектура, она наиболее отчетливо отражает связь функциональных уровней между собой⁵

Уровень кодирования: определяет для каждого объекта уникальный идентификатор для отличия объектов друг от друга.

- Уровень восприятия. На этом уровне каждому объекту сообщается его физическое значение. Он состоит из датчиков, считывающих температуру объекта, влажность, скорость, местоположение и т.д. На этом уровне происходит сбор информация с датчиков и преобразование ее в цифровые сигналы, которые передаются на следующий уровень для обработки.

- Сетевой уровень: получает информацию от предыдущего уровня в форме цифровых сигналов и передает ее на дальнейшую обработку системам на уровне промежуточного ПО через такие среды, как: WiFi, Bluetooth, WiMaX, Zigbee, GSM, 3G, используя протоколы IPv4, IPv6, MQTT, DDS и другие.

- Уровень промежуточного ПО. На этом уровне происходит обработка информации, которая была получена с помощью датчиков. Обработка происходит посредством таких технологий, как облачные вычисления и глобальные вычисления, гарантируя непосредственный доступ к базе данных с целью внесения необходимой информации. Далее информация обрабатывается с помощью технологии Intelligent Processing Equipment и происходит автоматизированное действие на основании итогов обработки данной информации.

- Уровень приложений. На данном этапе совершается реализация IoT-приложения для промышленной отрасли при помощи обработанных данных. Данный уровень является ключевым условием в крупномасштабном развитии

- Бизнес-уровень: распоряжается приложениями и услугами IoT и отвечает за исследования, связанные с IoT. Он создает бизнес-модели для эффективных бизнес-решений.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что развитие IoT технологии повлияет на все аспекты нашей жизни, в том числе и на экономику. На данный момент интернет вещей задействован во многих сферах жизни общества, а в дальнейшем его влияние только усилится. Сейчас эта технология представляет собой множество компьютерных сетей, а также различных протоколов, которые постоянно совершенствуются. На основании чего можно предположить, что в будущем возможно объединение многочисленных сетей в одну глобальную сеть и создание единого протокола для их работы.

Список использованных источников.

1. Довгаль В. А. Интернет Вещей: концепция, приложения и задачи / В. А. Довгаль, Д. В. Довгаль // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 4: Естественно-математические и технические науки. – 2018. – №. 1 (212).

2. Елизаров М. А. Модели и алгоритмы информационного взаимодействия в сетях интернета вещей.

3. Материал с информационного ресурса РБК. Доступ: https://www.rbc.ru/short_news

4. Материал с информационного ресурса J'son & Partners Consulting. Доступ: <https://www.json.ru/>

5. Перри Л. Архитектура интернета вещей / Л. Перри. – М.: ДМК Пресс. – 2018.

INTERNET OF THINGS TECHNOLOGY AND ITS IMPACT ON THE MODERN ECONOMY

Z.A. Smagina, K.V. Portnov

*FSBEI HE "Samara State University of Economics",
Samara, Russia*

The article discusses the Internet of Things technology, provides a description and definition of this technology. IoT concepts are described, and statistics of connected devices to the Internet of Things are provided. The forecast of the features of the technology development in the near future is given. The features of the six-level architecture of IoT networks are considered.

Keywords: Internet of Things, foggy computing, cloud computing, information technology, Internet of Things concept, technology architecture, modern economy.

УДК 331.103

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ СОТРУДНИКАМИ НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ

А.Е. Соловьёва¹

*ФГБОУ ВО «Нижневартковский государственный университет»,
г. Нижневартовск, Россия*

Сотрудники нового поколения полны свежих идей, они находятся на волне трендов, что позволяет им быть драйвером развития в компаниях. Поэтому для компаний важно иметь сотрудников поколения Z, однако многие управленцы при работе с ними могут столкнуться с определёнными трудностями, и потерять молодого сотрудника. В связи с чем, важным является учитывать особенности управления сотрудниками нового поколения.

Ключевые слова: «теория поколений», центениалы; поколения Z; особенности поколения Z; управление персоналом.

Сейчас на рынок труда постепенно выходят представители поколения Z, которые кардинально отличаются от своих преемников. В условиях глобализации, появления новых ценностей, цифровизации и других изменений в обществе, новое поколение сформировала свой подход к работе. Это ставит перед управленцами вопрос – как работать с зумерами. Современным менеджерам нужно учитывать особенности сотрудников нового поколения, чтобы успешно ориентироваться в современном мире.

¹ Научный руководитель: Тагирова А.В. Старший преподаватель кафедры «Коммерции и менеджмента»

Цель работы – изучить особенности управления сотрудниками нового поколения.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

1. Рассмотреть особенности поколения Z.
2. Охарактеризовать сотрудников нового поколения.
3. Дать рекомендации по управлению сотрудниками нового поколения.

Сейчас новое поколение называют как: поколение Z, зумеры и центениалы. Это поколение обладает определёнными особенностями, которые выделяют их на фоне предыдущих поколений, перечислим основные из них.

Поколение Z – это «цифровое поколение». Они вовлечены в мультимедийные технологии и хорошо ориентируются в цифровом пространстве [4].

У поколения Z создается фокус на свои интересы. Но зумеры знают, что такое социальная ответственность. По данным Cone Gen Z CSR Study, 94% «зетов» предпочтут работать в компании, которая делает свой вклад в решение социальных и экологических проблем. Новое поколение стремится сделать что-то полезное для мира и быть частью чего-то большего [4].

Кроме этого, многие эксперты отмечают, что у поколения Z сложности с концентрацией внимания. Новому поколению сложно долгое время концентрироваться на одной и той же задаче, поэтому нередко они прибегают к своим мобильным устройствам [5].

Вышеперечисленные особенности накладывают свой отпечаток на трудовую деятельность представителей поколения Z. В современных условиях зумеры хорошо развиваются в блоггерстве, фрилансе и стартапах, что позволяет дать им следующие характеристики, как сотрудникам нового поколения:

- отдают предпочтение инновационным идеям;
- тяготеют к непрерывному образованию;
- ценят работу в команде, несмотря на то, что зумеры могут работать дома совершенно одни, они положительно относятся к коллективной работе, обмену идеями и т.п.;
- амбициозны и готовы к риску;
- предпочитают отсутствие жёстких рамок в работе, зумерам важно совмещать работу с отдыхом и хобби;
- применение новых технологий в работе;
- отсутствие понимания иерархии между сотрудниками.

Исходя из этих характеристик, можно сделать вывод, что сотрудники нового поколения требуют определённые особенности управления и привлечения их в компанию.

Проведя исследование поколения Z, компания Hays plc отмечает, что, привлекая «зетов» на работу, для них важно знать то, какая заработная плата их ожидает, и что будет в плане профессионального развития. Это подтверждается проведённым опросом компании Hays plc на рисунке 1 [2].



Рисунок 1 – Самые важные критерии при выборе работодателя [2]

Самым важным критерием для поколения Z при выборе работодателя является заработная плата. Это связано с тем, что они стремятся финансово обеспечить себя, чтобы материальное состояние не могло ограничивать их в жизни. Более того, важным является профессиональное развитие. Ещё на старте своего карьерного пути для зумеров ценно понимать, что работа является продолжением познания чего-то нового, а в компании они будут не только отдавать, но и получать. Помимо этого компания выявила, что при выборе работы, молодые специалисты обязательно ищут информацию о работодателях в различных интернет ресурсах (рисунок 2).

Исходя из графика, наибольшее внимание стоит уделить созданию сайта компании, так как более 50% зумеров будут его искать для просмотра информации. В связи с чем, компаниям, которые хотят привлечь на работу поколение Z, рекомендуется усилить позиции в digital, потому что это основная среда обитания молодых сотрудников [2].

На данный момент в компаниях преимущественно работают представители поколения Y, но в скором времени руководителям придётся полностью перейти к работе с поколением Z. Рассмотрим, какие основные различия имеют данные поколения.

В трудовой деятельности миллениалы придерживаются консерватизма, а зумеры готовы работать с чем-то новым. Для поколения Y свойственно совершать более обдуманные действия,

нежели поколению Z, так как они склонны к импульсу. Кроме этого, миллениалы обладают большей концентрацией внимания, по сравнению с зумерами. И ещё одним отличием является то, что поколение Z намного лучше взаимодействует с цифровым пространством [1].

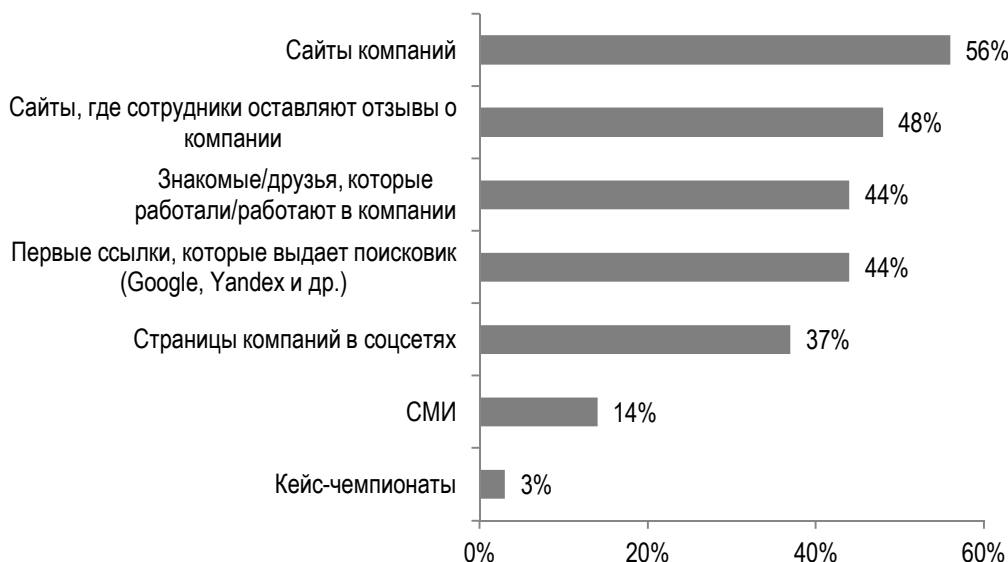


Рисунок 2 – Ресурсы поиска информации о работодателях [2]

Таким образом, при управлении сотрудниками нового поколения, можно выделить следующие проблемы:

- частая не концентрация внимания на основную работу из-за постоянного влечения к гаджетам;
- не признание авторитета руководителя или партнёров компании;
- не серьёзное отношение к работе;
- боязнь брать на себя дополнительную ответственность;
- нехватка технологического оснащения в компании;
- резкий уход из компании, без предоставления саморазвития и интереса работы в компании.

Говоря о менеджменте поколения Z, специалисты выделяют ряд рекомендаций, которые способны решить вышеперечисленные проблемы. Стимулировать интересными задачами. Как говорилось ранее, новое поколение фокусирует внимание на своих интересах, им важно получать интересные задачи от работодателя. По результатам исследования «Сбербанка» – успехом для молодых специалистов является ощущение счастья, комфорта и удовольствие от жизни. Как отмечают респонденты: человека, который всю жизнь проработал на нелюбимой работе, но заработал статус и деньги, нельзя назвать успешным [6]. Давать больше свободы и определять

сроки. Новому поколению не нравятся жесткие рамки и монотонная работа. Поэтому лучше всего поставить перед ними задачу и предоставить возможность самостоятельно определять порядок и способы ее выполнения. Для того чтобы процесс не затянулся, нужно определять дедлайн и санкции, если он не будет нарушен [4]. Быстрые результаты и поощрение. Для «z» важно осознавать, что результат близко, это мотивирует их и помогает концентрироваться на задании. Поэтому большой проект лучше делить на части, чтобы получать быстрые результаты. И не забывать хвалить их за достигнутые цели [6].

Применять новые технологии. Поколение Z скорее всего не захотят работать в компании, где не используют современных технологий, где нет онлайн платформ для общения и чат ботов [3]. Согласно исследованию J. Walter Thompson, молодые сотрудники ценят доступ в интернет больше, чем поход в кино, получение карманных денег от родителей, посещение спортивных мероприятий и просмотр передач кабельного телевидения [5]. Наладить процессы адаптации и наставничества. Обучение и рекомендации от равного по должности сотрудника будут восприниматься новым поколением намного проще, чем от руководителя [4]. Предоставлять возможность непрерывного развития. Для молодых сотрудников важно, чтобы в компании была сформирована система обучения, где каждый сотрудник сможет развиваться в разных направлениях [4].

Безусловно, данные рекомендации можно продолжать перечислять, однако, главным является то, что новому поколению нужно давать интересные задачи, не ограничивать их творческий потенциал и создавать поле для саморазвития.

Таким образом, были рассмотрены основные характеристики и менеджмент сотрудников нового поколения, которые важно изучать современным компаниям. Ведь как только поколение Z выйдет на работу, менеджеры могут столкнуться с проблемами управления данными сотрудниками. Однако должная подготовка и адаптация компании к работе с зумерами позволит быстрее развиваться в современных реалиях.

Список использованных источников.

1. 8 отличий поколения Z от поколения Y. – URL: <https://www.retail.ru/articles/8-otlichiy-pokoleniya-z-ot-pokoleniya-y/> (дата обращения: 26.05.2021).
2. Исследование «Поколение Z». – URL: <https://hays.ru/research/genz/> (дата обращения: 16.04.2021).
3. Козлова, О.А. Инновационный потенциал социальных предпринимателей ХМАО - Югры / О.А. Козлова, Ю.В. Копылова, А.В. Тагирова // Вопросы инновационной экономики. – 2018. – Т. 8. – № 4. – С. 695-704.

4. Особенности мотивации сотрудников поколения Z. – URL: <https://www.talent-management.com.ua/5562-osobennosti-motivatsii-sotrudnikov-pokoleniya-z/> (дата обращения: 16.04.2021).

5. Особенности поколения Z, которые стоит учитывать, чтобы найти с ним общий язык. – URL: <https://lifehacker.ru/mif-pokolenie-z/> (дата обращения: 18.04.2021).

6. Степичева К. А. Сотрудники поколения Z: отличительные черты и особенности управления ими / К. А. Степичева, А. В. Шивакова // Экономика глазами молодых: рег. конф. - Томск: Изд-во Дом Томского государственного университета. 2018. С. 124-127.

PECULIARITIES OF MANAGING THE NEW GENERATION OF EMPLOYEES

A.E. Solovyova

*FSBEI HE «Nizhnevartovsk State University»,
Nizhnevartovsk, Russia*

New generation employees are full of fresh ideas, they are on the wave of trends, which allows them to be a driver of development in companies. Therefore it is important for companies to have employees of generation Z, however many managers can face certain difficulties when working with them and lose a young employee. In this regard, it is important to consider the peculiarities of management of the new generation employees.

Key words: "generation theory", centenarians; Generation Z; peculiarities of Generation Z; personnel management.

УДК 33

ПРОБЛЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЁРСТВА В ХМАО

О.А. Степанова

*ФГБОУ ВО «Нижневартовский государственный университет»,
г. Нижневартовск, Россия*

На сегодняшний день в России на фоне кризисных явлений в экономике уменьшение государственного финансирования приводит к острой необходимости поиска новых источников в не бюджетные вложения для осуществления инфраструктурных разработок. В тоже время владение инструментарием ГЧП требует качественно нового уровня подготовки со стороны государственных гражданских и муниципальных служащих, овладения передовыми способами проектного менеджмента, управления рисками и планами ГЧП. Представители бизнеса в наши дни тоже должны ориентироваться в способах государственного планирования и программно-целевых методах бюджетного обеспечения, чтобы

принимать участие в масштабных инвестиционных планах, потому что осуществлять масштабные планы лишь за счет бюджетных ресурсов не целесообразно и невозможно.

Ключевые слова: государственно-частное партнерство, Российская Федерация, законодательство, проблемы.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что государственно-частное партнерство на современном этапе активно развивается как на территории государства в целом, так и в отдельных регионах, принимаются новые законодательные акты, регулирующие различные аспекты взаимодействия между государством и частными предприятиями. Однако, во многих исследованиях отмечается ряд проблем, препятствующих эффективной реализации частно-государственного партнерства, в связи с чем целесообразно рассмотреть данные проблемы на примере отдельных регионов, например, Ханты-Мансийского автономного округа.

Цель исследования – выявить проблемы государственно-частного партнерства в ХМАО.

1. В соответствии с целью работы были поставлены следующие задачи: 2. Рассмотреть нормативно-правовые основы государственно-частного партнерства в ХМАО. 3. Определить проблемные аспекты государственно-частного партнерства в ХМАО.

Государственно-частное партнерство представляет собой сотрудничество публичного, т. е. государственного партнера и частного партнера, которое основано на объединении определенных ресурсов и распределении соответствующих рисков. Государственно-частное партнерство осуществляется с целью привлечения в экономику субъекта РФ частных инвестиций, повышения качества производимых товаров, услуг и работ, обеспечение их доступности в соответствии с полномочиями государственных органов и органов местного самоуправления. Государственно-частное партнерство – это конкретные проекты, которые реализуются частными организациями совместно с органами государственной власти при использовании собственности федерального, регионального или муниципального уровня [2, с. 90].

Органы государственной власти ХМАО отводят большое значение государственно-частному партнерству, о чем свидетельствует достаточная проработанность законодательной базы региона. Так, в октябре 2010 г. был принят закон ХМАО «Об участии Ханты-Мансийского автономного округа – Югры в государственно-частных партнерствах», в котором отражены основные принципы, условия, а также порядок участия субъекта РФ и частных предприятий в таком взаимодействии. При этом действие данного нормативно-правового акта не

касается отношений, связанных с подготовкой, реализацией и завершением концессионных соглашений [1]. В ХМАО функционирует ряд инфраструктурных учреждений, деятельность которых заключается в оказании государственной поддержки различным направлениям инновационной деятельности: - НКО «Фонд поддержки предпринимательства Югры»; - НКО «Фонд содействия развитию инвестиций в субъекты малого и среднего предпринимательства в ХМАО – Югре»; - НКО «Фонд микрофинансирования ХМАО– Югры»; - ООО «Окружной Бизнес – Инкубатор» [4, с. 164].

Деятельность данных организаций направлена на привлечение частных инвестиций с целью стимулирования развития и инвестиционной привлекательности региона и его экономического развития. В последние годы ХМАО находится на лидирующих позициях среди других регионов РФ, занимая 9 место в рейтинге по реализации региональных проектов государственно-частного партнерства. Как один из лидеров ХМАО имеет достаточно большой опыт реализации таких проектов, более развитые законодательные инструменты, высокий уровень институциональной среды, уполномоченные органы в области государственно-частного партнерства, а также активно предоставляет налоговые льготы и иные меры поддержки частным субъектам [5, с. 58].

Однако, несмотря на достаточно положительное развитие государственно-частного партнерства в регионе существует и ряд проблем, препятствующих его эффективному развитию. В первую очередь это касается определенных правовых ограничений, так как в ХМАО нормативный акт, регулирующий государственно-частное партнерство, появился в 2010 г., в то время как на федеральном уровне законодательство в данной сфере стало развиваться только с 2015 г. Также существуют недостатки в региональном законодательстве, в связи с чем нуждаются в уточнении требования относительно порядка проведения, предмета и результатов общественного обсуждения решений органов ХМАО по заключению соглашений, порядка определения процедуры принятия решения о реализации соглашения, где публичным партнером является ХМАО, а также процедуры конкурса на право соглашения с ХМАО о государственно-частном партнерстве.

Стратегические ограничения выражаются в том, что многие региональные проекты в ХМАО не связаны с долгосрочными региональными программами развития. В связи с этим, целесообразна разработка долгосрочного регионального плана, которым был бы определен список объектов, развитие которых обладает особым значением для региона. Существующие субъектные ограничения нередко становятся препятствием для участия субъектов

малого и среднего предпринимательства в государственно-частном партнерстве, так как многие потенциальные инвесторы используют упрощенное налогообложение, а при заключении государственно-частного соглашения им необходимо переходить к общей системе [6, с. 1084].

Кроме того, в государственно-частном партнерстве в ХМАО охвачены не все отрасли для реализации проектов, например в области экологии. Важным фактором развития государственно-частного партнерства в ХМАО является доступность кредитов и ограниченное применение иных финансовых инструментов, таких как облигации, и в практике региона недостаточно банков, которые могут предоставлять финансирование в необходимом объеме и в соответствии с требуемыми условиями. Финансовое обеспечение таких проектов чаще всего реализуется при государственном участии банков, что приводит к рискам для бюджета, при этом частные банки не стремятся выступать как источники финансирования из-за риска невозврата инвестиционных вложений [5, с. 61].

Многие проекты государственно-частного партнерства в ХМАО имеют недостаточно высокое качество управления и низкую эффективность взаимодействия между государственными органами и частными предприятиями, что сказывается на сроках реализации проектов. Для решения данной проблемы возможно создание регионального центра государственно-частного партнерства, которым бы реализовалась предпроектная подготовка, стратегия и направления развития государственно-частного партнерства. В настоящее время в ХМАО активно разрабатывается цифровая платформа «Росинфра», где будет представлен сервис по содействию администрации региона в упрощении реализации проектов государственно-частного партнерства [3]. Также важно и развитие дополнительных информационных и аналитических ресурсов, отражающих положение, развитие, тенденции государственно-частного партнерства в регионе [7].

Таким образом, ХМАО, несмотря на высокий уровень развития государственно-частного партнерства и лидирующие позиции в сравнении с другими регионами, имеет ряд проблем, обусловленных несовершенством федеральной и региональной законодательной базы, отсутствием достаточно ресурсного обеспечения инвестиций, информационного обеспечения и иными аспектами государственно-частного партнерства.

Список использованных источников.

1. Об участии Ханты-Мансийского автономного округа – Югры в государственно-частных партнерствах: закон Ханты-Мансийского автономного округа – Югры от 18 октября 2010 года № 155-оз [Электронный

ресурс]. – Доступ из справочно-правовой системы «Гарант». Режим доступа: <http://base.garant.ru>. (дата обращения: 28.04.2021)

2. Высоцкая Д. С., Рейханова И. В. Проблемы развития государственно-частного партнерства в России // Проблемы и перспективы развития России: молодежный взгляд в будущее. Сборник научных статей 3-й Всероссийской научной конференции. – Курск, 2020. – С. 89-93.

3. Государственно-частное партнерство в Югре выходит на новый уровень // Открытый регион Югра Режим доступа: https://myopenugra.ru/news/economy/gosudarstvenno_chastnoe_partnerstvo_v_yugre_vykhodit_na_novuyu_uroven/ (дата обращения: 28.04.2021)

4. Комарова Е. В. Проблемы институциональных ловушек в сфере применения государственно-частного партнерства в ХМАО-Югре // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. – 2016. – № 31-1. – С. 163-170.

5. Могучева Н. С., Хузина А. Ф. Особенности институциональной среды государственно-частного партнерства в России: региональный аспект // Мир новой экономики. – 2020. – Т. 14. – № 4. – С. 56-66.

6. Овод А. А. Проблемы развития системы государственно-частного партнерства в жилищно-коммунальном комплексе Ханты-Мансийского автономного округа – Югры // Экономика и социум. – 2020. – № 11 (78). – С. 1082-1085.

7. Скворцова, О.А. Развитие муниципально-частного партнерства в социальной сфере / О.А. Скворцова, С.Ю. Гасникова // Культура, наука, образование: проблемы и перспективы: материалы VII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. – Нижневартовск: Нижневартовский государственный университет, 2019. – С. 51-55.

PROBLEMS OF PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP IN THE KHMAO

O.A. Stepanova

*FSBEI HE «Nizhnevartovsk State University»,
Nizhnevartovsk, Russia*

Today, in Russia, against the background of the crisis phenomena in the economy, a decrease in state funding leads to an urgent need to find new sources of non-budget investments for infrastructure development. At the same time, the possession of PPP tools requires a qualitatively new level of training on the part of state civil and municipal employees, mastering advanced methods of project management, risk management and PPP plans. Business representatives today also need to be guided by the methods of state planning and program-targeted methods of budget support in order to participate in large-scale investment plans, because it is not advisable and impossible to implement large-scale plans only at the expense of budget resources.

Keywords: public-private partnership, Russian Federation, legislation, problems.

ДИСТАНЦИОННОЕ ОБУЧЕНИЕ КАК ИНТЕНСИВНАЯ ТЕХНОЛОГИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ЗДОРОВЬЕСБЕРЕГАЮЩЕЙ КОМПЕТЕНЦИИ СТУДЕНТОВ ВУЗА

Н.Е. Строгова

*ФГБОУ ВО «Красноярский государственный педагогический университет
имени В.П. Астафьева», г. Красноярск, Россия*

В статье с позиции здоровьесбережения рассматривается потенциал дистанционного обучения в формировании здоровьесберегающей компетенции обучающихся вуза. Выделены и охарактеризованы некоторые методы и способы, позволяющие формировать здоровьесберегающую компетенцию не только преподавателями, но и самими студентами.

Ключевые слова: дистанционное обучение, здоровьесбережение, здоровьесберегающая компетенция, интенсивная технология, студенты вуза.

То, что главными ценностями современного общества являются жизнь и здоровье человека – неоспоримо. Здоровьесбережение в профессиональной деятельности особо актуально и представляет собой важную часть социального и экономического развития. В системе образования формирование здоровьесберегающей компетенции как универсальной профессиональной компетенции будущего педагога определено как одна из задач обучения и профессиональной подготовки в высшем учебном заведении [1, 4] и понимается как характеристика личности, включающая ценностное отношение к собственному здоровью и здоровью окружающих, а также мотивацию и навыки здоровьесберегающего поведения [2].

В связи с быстрым распространением эпидемии COVID-19 системе образования пришлось в кратчайшие сроки перейти на новый формат обучения – дистанционный, поставив в противовес здоровьесбережению приращение объёма знаний обучающихся. В таких условиях проблема сохранения здоровья всех субъектов образовательного процесса проявилась очень остро, т.к. произошёл перекоп в сторону электронного «дидактического энциклопедизма», и дистант стал восприниматься большинством как негативное образовательное явление, дающее отрицательный эффект не только на физическом состоянии, но и на психическом и социальном.

Между тем, дистанционное обучение – это интенсивная не только образовательная технология, но и здоровьесберегающая, т.е. она обладает потенциалом эффективно формировать здоровьесберегающую компетенцию наравне со всеми другими компетенциями, и представляет собой алгоритмичную деятельность, направленную на достижение запланированных результатов, прежде

всего, обучения и содержащую методы, позволяющие активизировать когнитивные и здоровьесберегающие возможности обучающихся в конкретной деятельности при выполнении заданий.

К заданиям дистанционного формата предъявляются определённые требования: они должны носить продуктивно-творческий характер, инициировать активность обучающихся, охватывать большое информационное поле и быть компактными для облегчения проверки преподавателем [3, с. 67]. Эти требования, на наш взгляд, носят ярко ориентированный здоровьесберегающий характер.

Раскроем подробнее несколько методов и способов организации дистанционного обучения, с помощью которых возможно формирование здоровьесберегающей компетенции студентов.

Чередование синхронного и асинхронного режимов дистанционного обучения. Напомним, что при синхронном обучении дистанционно разделены преподаватель, обеспечивавший проведение занятий, и группа одновременно занимающихся студентов, взаимодействие между преподавателем и студентами происходит в реальном времени. При асинхронном обучении студенты занимаются по индивидуальному учебному графику с использованием единых учебно-методических материалов для их курса.

Образовательные подкасты – это аудиоконтент, который преподаватель может легко создать сам с помощью функции записи, например, на смартфоне. Звуковая информация в настоящее время очень востребована, т.к. у современного человека времени на вдумчивое чтение остаётся очень мало. Кроме того, использование подкастов в образовательной деятельности позволит значительно снизить зрительную нагрузку, физическое и эмоциональное напряжение, что может позитивно отразиться на здоровье участников дистанционного процесса обучения. Преподавателю, заинтересованному в сохранении здоровья обучающихся, можно серьёзно задуматься о создании не только серии подкастов, но и аудиозанятий.

Картирование мышления (интеллект-карты или ментальные карты). Конечно, проще создать ментальную карту на компьютере с использованием подходящего приложения, но при формировании здоровьесберегающей компетенции это задание лучше выполнять вручную, «вооружившись» цветными карандашами, фломастерами или маркерами (нужно использовать не менее трёх цветов). Создание интеллект-карты начинается с рисунка, в центре которого располагается основное понятие. Далее следует расположить свои мысли вдоль веток-линий так, чтобы они расходились от центра в стороны в порядке их значимости. Выделить разную значимость мыслей можно с помощью толщины линий, интервала между буквами или другого цвета; подчеркнуть существующие

между идеями ассоциативные связи, соединяя «ветки» одну с другой, а также с помощью замкнутых контуров, кривых и стрелок, можно также использовать эмодзи. Метод также позволит избавиться обучающимся от страха забыть или потерять важную информацию.

Не только преподаватель, но и сам студент должен позаботиться о своём здоровье в процессе обучения: до начала дистанционных занятий – организовать безопасное и эргономичное рабочее место, в которое входят чистота в помещении, установка оптимального светового и воздушно-теплового режимов, своевременное проветривание, комфортность места занятия, режим питания; во время дистанционных занятий – контроль позы, соблюдение гигиенических требований к осанке, обязательная физическая активность в промежутках между занятиями (выполнение оздоровительных комплексов упражнений для снятия общего утомления, утомления глаз, гиподинамии).

Представленные методы и способы формирования здоровьесберегающей компетенции студентов вуза не являются исчерпывающим набором и могут быть дополнены, а также они не исключают традиционных методов и способов осуществления дистанционного обучения.

Список использованных источников.

1. Адольф В.А. Оценка конкурентоспособности выпускника педагогического университета с позиции работодателя / Адольф В.А., Янова М.Г., Кондратюк Т.А., Строгова Н.Е., Зайцева М.С. // Вестник Красноярского государственного педагогического университета им. В.П. Астафьева. – 2017. – № 2 (40). – С. 32-38.

2. Аршан М.В. Формирование здоровьесберегающих компетенций учащихся посредством применения электронных образовательных ресурсов в учебном процессе [Электронный ресурс] / Аршан М.В. – Режим доступа: URL: <https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/228499/1/168-173.pdf> (дата обращения 10.06 2021)

3. Журавлева О.П. К вопросу об организации самостоятельной работы студентов в ходе их подготовки к занятиям в дистанционном режиме обучения (из опыта работы) / Журавлева О.П., Михалева Л.П. // Современные технологии в российской и зарубежных системах образования: материалы X Международной научно-практической конференции (г. Пенза, 16-17 апреля 2021 г.). – Пенза, 2021. – С. 66-70.

4. Ярушина Е.Н. Педагогическое сопровождение процесса формирования здорового образа жизни обучающихся: структура, критерии, показатели / Ярушина Е.Н., Кудрина О.А., Строгова Н.Е. // Образование и социализация личности в современном обществе: материалы XI Международной научной конференции (г. Красноярск, 5-7 июня 2018 г.). – Красноярск, 2018. – С. 433-435.

DISTANCE LEARNING AS AN INTENSIVE TECHNOLOGY FOR DEVELOPING THE HEALTH-SAVING COMPETENCE OF UNIVERSITY STUDENTS

N. E. Strogova

*FSBEI HE «Krasnoyarsk State Pedagogical University named after V.P. Astafiev»,
Krasnoyarsk, Russia*

The article from the position of health saving considers the potential of distance learning in the formation of health-saving competence of university students. Some methods and conditions are identified and described, which make it possible to form a health-saving competence not only by teachers, but also by students themselves.

Keywords: distance learning, health care, health-saving competence, intensive technology, university students.

УДК 371.14

ПРИМЕНЕНИЕ ТЕХНОЛОГИИ АРТ-КОВОРКИНГ В РАЗВИТИИ ДЕТСКОГО ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОГО ТВОРЧЕСТВА В РАМКАХ ПРОЕКТА «НАРОДНЫЕ ОБЕРЕГИ»

У.В. Судакова, Е.Н. Сутолкина

*МБДОУ "Детский сад 160" г.о. Самара,
г. Самара, Россия*

В статье представлен опыт реализации проекта «Народные обереги» в рамках работы городской стажировочной площадки «Художественно-эстетическое развитие дошкольников в процессе приобщения к культурному наследию России и Самарской области». Предлагается применение новой педагогической технологии «арт-коворкинг», которая позволяет раскрыть художественный потенциал каждого ребёнка в процессе овладения им системы художественных эталонов.

Ключевые слова: дошкольное образование, этнокультурное образование дошкольников, народная педагогика, педагогические технологии, народные традиции.

В соответствии с планом работы Департамента образования Администрации городского округа Самара в 2020-2021 учебном году была организована работа городской стажировочной площадки «Художественно-эстетическое развитие дошкольников в процессе приобщения к художественной культуре России и Самарского края». Базой для работы площадки на конкурсной основе были определены МБДОУ «Детский сад № 160» г.о. Самара, МБДОУ «Детский сад № 96» г.о. Самара, методическое сопровождение деятельности осуществлялось МБОУ ОДПО ЦРО г.о. Самара.

В рамках работы городской стажировочной площадки был реализован проект «Народные обереги», направленный формирование у детей старшего дошкольного возраста интереса к народным художественным традициям. Педагогами МБДОУ «Детский сад № 160» г.о.Самара для реализации проекта была предложена новая педагогическая технология «арт-коворкинг», позволяющая раскрыть личностный потенциал каждого ребёнка, сформировать предпосылки в установлении участниками образовательного процесса «интегративных связей между различными видами художественной деятельности» и применить их в образовательной практике [2, С.32]. Коворкинг – это пространство, где любой желающий может найти для себя временное или постоянное место для занятий. Название происходит от слова «co-working» («совместно работающие») [3]. Данная технология позволяет создать условия, в которых каждый ребёнок может самостоятельно использовать общее пространство для своих творческих экспериментов с художественными материалами, инструментами и художественными техниками.

Применение технологии арт-коворкинга в рамках проекта «Народные обереги» в условиях ДОУ направлено на решение следующих задач:

1. включить в образовательное пространство детей разного уровня подготовки в области изобразительного искусства путём усвоения правил социального взаимодействия,
2. сделать народное искусство стимулом для собственного творчества дошкольников, его личностного развития,
3. обеспечить интеграцию различных видов народного искусства в детское изобразительное творчество (живописно-графическое, пластическое, конструктивное и декоративное).
4. создать условия для освоения ребёнком приемов творческой рефлексии после выполнения ими отдельного народного оберега или проекта, используя при этом работу в группе, подгруппе или в индивидуальном режиме.
5. определить индивидуальный вектор творческого становления для каждого воспитанника.

Педагогическая технология арт-коворкинга включает в себя следующие образовательные комплексы:

Интенсивный образовательный комплекс представлен НОД в старшей группе «Поиск оберега». Основной целью данной образовательной деятельности являлись создание условий для развития музыкальных способностей дошкольников в процессе ознакомления с элементами обережной культуры в Древней Руси (мелодиями и ритмами, колыбельными, куклами-оберегами, танцами и др.).

Дополнительный образовательный комплекс направлен на закрепление изученного в ходе интенсивного образовательного комплекса материала. Детям предлагаются дидактические игры: «Куклы-обереги народных праздников» (по временам года), «Лото» (картинки можно использовать при изучении самих кукол и их особенностей), «Разрезные картинки» (по принципу пазлов) и другие.

Коррекционный образовательный комплекс предполагает проведение корректирующих мероприятий. Игры с куклами, специальные задания (завязывание узелков, разрывание тканей на куски) помогают снять у детей внутреннее напряжение и скорректировать их поведение. Избирательный образовательный комплекс позволяет решать задачи развития самостоятельной деятельности. Группа в ДОО была оснащена зоной, в которой дети могут самостоятельно осуществлять эксперименты с изобразительными материалами, инструментами и техниками с опорой на народные традиции.

Домашний образовательный комплекс полностью посвящен работе с родителями. Для этого была сформирована серия домашних заданий по работе с тканью, завязыванию узелков и пр. Для родителей был проведен мастер-класса по обучению изготовлению обережной куклы «Северная Берегиня» [1, 4]. В социальной группе ВКонтакте для родителей размещены презентации поэтапного изготовления кукол. Родителей заинтересовала тема истории появления оберегов. Обращение к истокам русской обрядовой истории позволило окунуться в некую «сказочность». Вера в то, что обережная кукла поможет, защитит, привела к тому, что каждый захотел иметь свой оберег: и дети, и взрослые.

Подводя итоги работы с детьми, следует отметить, что применение педагогической технологии арт-коворкинг в ДОО помогает воспитанникам более эффективно усвоить правила работы с художественными материалами, создает предпосылки для развития их самостоятельности и организованности, даёт возможность каждому ребёнку следовать индивидуальной траектории создания художественного образа в стиле народных традиций, помогает организовать образовательную среду с учетом целевых ориентиров ФГОС, а в результате способствует успешному вхождению ребенка в мир культуры.

Список использованных источников.

1. Берстенева Е., Догаева Н. Кукольный сундучок. Традиционная народная кукла своими руками. Издательство: Белый город, 2010. 113 с.
2. Карникова О.П. Формирование готовности к полихудожественной деятельности бакалавров по направлению 071500.62 «Народная художественная культура». Вестник Челябинского государственного педагогического университета. 2015. № 5. С. 31-37.

3. Развивается коворкинг центр почему такое. Коворкинг – что это такое? Определение, значение, перевод [Электронный ресурс]. (Проверено 22.05.2021). URL: <https://radostvsem.ru/vse-stati/razvivaetsya-kovorking-tsentra-pochemu-takoe-kovorking-chto-eto-takoe-opredelenie-znachenie-perevod.html#:~:text=Коворкинг%20-%20это%20и%20есть,другими%20приятными%20и%20полезными%20мелочам>

4. Тарасова О. Куклы-мотанки. Обереги для вашего дома, приносящие удачу, богатство, изобилие и счастье. Белгород: Книжный клуб "Клуб семейного досуга", 2014. 128 с.

ART-COWORKING TECHNOLOGY IN THE DEVELOPMENT OF CHILDREN'S VISUAL ART IN THE FRAMEWORK OF THE PROJECT "FOLK CHARMS»

U.V. Sudakova, E.N.Sutolkina

*МБСЭИ "Kindergarten 160" Samara,
Samara, Russia*

The article presents the experience of implementing the project "Folk Charms" within the framework of the city internship platform "Artistic and aesthetic development of preschool children in the process of familiarizing them with the cultural heritage of Russia and the Samara region". It is proposed to use a new pedagogical technology "art-coworking", which allows to reveal the artistic potential of each child in the process of mastering the system of artistic standards.

Keywords: preschool education, ethno-cultural education of preschool children, folk pedagogy, pedagogical technologies, folk traditions.

УДК 371.14

РАЗВИТИЕ МУЗЫКАЛЬНЫХ СПОСОБНОСТЕЙ ДОШКОЛЬНИКОВ В ПРОЦЕССЕ ЗНАКОМСТВА С ОБЕРЕГОВОЙ КУЛЬТУРОЙ ДРЕВНЕЙ РУСИ

У.В. Судакова

*МБДОУ "Детский сад 160" г.о.Самара,
г.Самара, Россия*

В статье раскрываются основные особенности обереговой культуры Древней Руси. Представлен опыт реализации методической разработки «Поиск оберега» в рамках работы городской стажировочной площадки «Художественно-эстетическое развитие дошкольников в процессе приобщения к культурному наследию России и Самарской области».

Ключевые слова: дошкольное образование, этнокультурное образование дошкольников, народная педагогика, народные обереги, народные художественные традиции.

В рамках работы городской стажировочной площадки «Художественно-эстетическое развитие дошкольников в процессе приобщения к художественной культуре России и Самарского края» на базе МБДОУ «Детский сад № 160» г.о. Самара была создана и реализована методическая разработка образовательной деятельности с детьми старшего возраста «Поиск оберега», направленная на развитие музыкальных способностей дошкольников в процессе ознакомления с традицией создания оберегов в Древней Руси [1]: способности чувствовать эмоциональную выразительность народной мелодии, способности пользоваться слуховыми представлениями, отражающими движение мелодии, развитие музыкально-ритмического чувства дошкольников, формирование представлений дошкольников о музыкальном фольклоре народов России, освоение приемов создания нового художественного образа («оживление» народных игрушек). Народное искусство интегративно по своей природе, что соответствует природе ребенка, которая требует цельности, законченности во всем. В процессе ознакомления с народным искусством активизируется эмоциональное проживание детьми художественных произведений, формируется их ценностно-смысловое отношение к наследию своего народа и других культур, в полной мере реализуется полихудожественное развитие, направленное в дошкольном возрасте на «восприятие и осмысление произведений искусств разных видов и жанров и предполагает различные типы коммуникаций между художественными произведениями и субъектами образовательного процесса» [2, 309].

В ходе образовательной деятельности воспитатель, встречая детей в одежде, надетой наизнанку, знакомил с приметой: «одежда наизнанку - битому быть». Педагог замечает, что потерял свой оберег и просит детей помочь его найти, показывает его фотографию. В первой части занятия, отгадав загадку, дети знакомятся с народными музыкальными инструментами, звук которых считался оберегал людей от напастей и зла. Дошкольники находят в зале большой бубен. Подумав, почему его так назвали, «побубнив», принимают участие в играх на развитие чувства ритма. По завершению, находят часть оберега воспитателя – музыкальный инструмент (маленький бубен).

Отгадав следующую загадку, ребята вместе с педагогом находят колыбельку. Расположившись рядом с ней, вспоминают колыбельные, слушая пояснения педагога, что колыбельные на Руси были направлены на обережение сна ребенка. Проведя беседу о колыбельных песнях, воспитатель поёт одну из них. Предлагает ребятам спеть мелодию без слов. Вместе они заглядывают в колыбельку и находят обережных кукол. Воспитатель рассказывает о каждой из них. Затем

ребята вместе с воспитателем поют колыбельную, укачивая кукол. Дети, заглядывая в колыбельку, находят деталь оберега воспитателя – куколку Мартеничку. Педагог предлагает продолжить поиск, загадывает загадку. Вместе находят корзинку с нитками, а в ней подушечку с полотенцем, на которой была вышита Берегиня. Рассмотрев вышивку и послушав о Берегине и значении вышивки для защиты человека, носившего одежду, ребята с педагогом выполняют танцевальный этюд «Отпусти птичку», играют в игру «Ниточка с иголочкой», организуют танцевальную игру «Солнышко». После игр, дошкольники в корзине находят третью часть оберега – вышивку. После нахождения всех частей оберега, дети получают заслуженную награду-маленький оберег по выбору.

По нашему опыту, наиболее яркое впечатление производят музыкальные игры с бубнами, задания с элементами театрализации (этюды "Отпускаем птицу", игра "Ниточка с иголочкой"), пение знакомых колыбельных. Трудности в освоении материала возможны при ознакомлении со звучанием разных видов бубнов, запоминанием различных видов самодельных кукол и значения различных символов.

Список использованных источников.

1. Гункина М.Н. «Поиск оберега» как средство развития музыкальных способностей дошкольников. Теоретические и прикладные вопросы экономики, управления и образования. Сборник статей Международной научно-практической конференции. Пенза, 2020. С.57-60.

2. Карникова О.П., Сутолкина Е.Н. Эмоциональная отзывчивость как показатель полихудожественного развития дошкольников. Модернизация культуры: идеи и парадигмы культурных изменений. Материалы Международной научно-практической конференции. 2014. С. 308-311.

DEVELOPMENT OF MUSICAL ABILITIES OF PRESCHOOL CHILDREN IN THE PROCESS OF ACQUAINTANCE WITH THE PROTECTIVE CULTURE OF ANCIENT RUSSIA

U.V. Sudakova

*MBCEI "Kindergarten 160" Samara,
Samara, Russia*

The article reveals the main features of the coastal culture of Ancient Russia. The article presents the experience of implementing the methodological development "Search for the Amulet" within the framework of the city internship platform "Artistic and aesthetic development of preschool children in the process of familiarizing them with the cultural heritage of Russia and the Samara region".

Keywords: preschool education, ethno-cultural education of preschool children, folk pedagogy, folk charms, folk art traditions.

СОЦИАЛЬНО – ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПОВЫШЕНИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА НА ПРЕДПРИЯТИИ

Д.Д. Сухиненко

*ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный
университет им. И.Т Трубилина», г. Краснодар, Россия*

Смыслом деятельности и целью для каждого предпринимателя неизменно является возможность расширения бизнеса и предприятия, а также дальнейшее получение прибыли. Соответственно, для любого предпринимателя важно, чтобы сотрудники его компании выполняли максимальный объем работы, т.е. с максимальной эффективностью и минимальными затратами как времени, так и ресурсов.

Ключевые слова. производительность труда, социально– психологические факторы, предприятие, производство, повышение производительности.

Для начала стоит разобраться в том, что же из себя представляет производительность труда на предприятии. Производительность труда, это прежде всего показатель эффективности работы сотрудников предприятия, а также продуктивность их производственной деятельности. Эффективным производственный процесс называют тогда, когда да производство, устанавливает хорошие показатели в работе, при небольших затратах. По итогу производства продуктом будут выступать материальные и нематериальные результаты этого самого производства, то есть товары, услуги и выполненные объемы работ. Вся экономическая эффективность производственного процесса будет зависеть от затрат и ресурсов, которые вызывают определенный экономический эффект на данный момент времени.

На данный момент существует множество аспектов экономической эффективности предприятия, характеризующих развитие основных факторов производства и результативность их использования, однако стоит помнить о том, что все они не по итогу обеспечивают рост рентабельности предприятия. Но для чего же нам нужно рассчитывать производительность труда? В первую очередь, сравнивая показатели за определенный квартал, возможно проследить динамику спада или роста и выявлять проблемы, связанные с производительностью в определенных областях производства. на предприятии. Также становится возможным оценивать потенциальные объемы нагрузок на работников и ресурсы компании, которые позволят выполнять заказы в определенном объеме и в течение определенного срока. Также такая методика

позволяет оценить темпы повышения производительности в случае интеграции технологических новинок на производстве. А специфический анализ характеристик и данных позволяет определять характер факторов, которые влияют на качество работы либо в положительном, либо в негативном ключе [5]. Однако мало знать теоретические основы и подходы к увеличению производительности предприятия. Потому что одним из самых важных критериев в увеличении этой самой производительности будет компетентный подход к управлению персоналом. Но что означает компетентный подход в управлении персоналом для предпринимателя или владельца компании? Естественно, прежде всего, умение управлять социально-психологическими факторами в работе с персоналом на производстве. А таких, в свою очередь, большое множество [1].

Какие критерии существуют в области результативности системы управления, персоналом и производства в целом? Первым из них является производительность - соотношение количества продукта предприятия, реализованного за определенный период времени, и количество затрат на производство этого продукта. Вторым будет являться экономичность, - степень рационального использования предприятием доступных ресурсов и степень уменьшения издержек при производстве. Третьим является прибыльность - соотношение между валовыми доходами и суммарными издержками при производстве. И самое главное для нас - степень организации и общее качество условий труда и трудовой жизни т. е. каким образом работники предприятия реагируют на социально-технические условия и аспекты предприятия [2].

Перед дачей самих рекомендаций с целью улучшения социально-психологических аспектов производительности труда необходимо провести оценку факторов, которые влияют на эту самую социально-психологическую специфику производительности труда. Рассмотрим некоторые из факторов по порядку. Погодная и природные условия и специфика труда составляет важную роль в оценке социально-психологического климата на производстве и условиях труда последнего, поскольку продуктивность работы персонала, к примеру, в сельском хозяйстве, в условиях дождя, тумана, холода или экстремальной жары приводит к спаду производительности труда, да и снижению социально-психологические благоприятного климата. Также политическая обстановка и общее экономическое положение в стране крайне сильно могут влиять на персонал, так как, как голодные и уставшие люди, которые недовольны властью и не желают работать на свое государство, показывают крайне низкую производительность. А если добавить к

этому общий уровень морального состояния, к примеру, в условиях тоталитаризма, государственного гнета и низких зарплат, то в целом работоспособность сотрудника ставится под вопрос [3].

Если руководство предприятием берёт на себя импульсивный и жестокий человек - это сказывается на персонале, так как, как сверх требовательное, неуважительное и пренебрежительное отношение к себе со стороны руководства мало кто будет терпеть. Если на производстве отсутствуют дополнительные стимулы для работников в виде премий, доплат, корпоративов и выходных - это также может понизить производительность труда и социально психологический климат на производстве. Кроме того, данные факторы могут привести к затяжным конфликтам в трудовом коллективе [4].

Итак, какие же можно дать рекомендации с целью повышения производительности труда и улучшения, социально - психологического климата на предприятии. Увеличение мобильности, производство и переоснащение самого процесса производства с внедрением передовых технологий, что в совокупности облегчит работу сотрудников и сделает производственный процесс максимально компактным и быстрым. Повсеместное и глобальное внедрение системы производственного планирования, которая при образовании на производстве определенного небольшого отдела, который будет заниматься исключительно составлением рабочих планов и обеспечивать небольшие производственные группы, готовым планом работ, что позволит слаженно, быстро и четко выполнять поставленные задачи. Также обязательным будет улучшение условий труда и обеспечение рабочих комфортными условиями на производстве, что при условии всех совокупных факторов и формирование доброжелательного микроклимата в производственных коллективах будет положительно сказываться на социально-психологическом климате, на всем производстве и повышать привлекательность вашего производства в глазах рабочих [6].

Еще стоит упомянуть о введении системы мотивации и методов повышения лояльности сотрудников. Рабочий, который будет трудиться в комфортных условиях и с хорошим моральным и физическим самочувствием, имея мотивацию на производстве и лояльное отношение к руководству, будет иметь желание убрать внеплановую нагрузку и сверхурочные. ведь он будет знать, что за дополнительный труд он получит не только к примеру, двойную оплату, но и лояльность руководства и возможные дополнительные отпускные.

В завершение стоит подчеркнуть что эффективность повышения производительности труда и улучшения социально-психологического климата на предприятии всегда зависит от грамотного и

рационального использования совокупности всех факторов влияющих на них в их взаимосвязи и взаимообусловленности. Для того чтобы улучшить производительность труда, необходимо особое внимание уделять социально-экономическим и социально-психологическим факторам ведь формирования благоприятной среды и условий труда да обязательно увеличивает производительность труда среди персонала и работников. И по итогу само государство и его социально-экономическая и производственная политики должны способствовать тому чтобы предпринимателям и работодателям было выгодно и целесообразно инвестировать деньги и капитал в целом в улучшение условий труда.

Список использованных источников.

1. Абрамовских Т. А. Формирование системы управления мотивацией профессионального развития персонала средствами нематериального стимулирования / Т. А. Абрамовских // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2015. – № 5-2. – С. 50 - 55.
2. Афонин А. А. Основы мотивации труда: организационноэкономический аспект.: – Киев: МЗУУП, 1994. – 94 с.
3. Битулева, Н. Д. Потеря мотивации, или как настроить персонал на длительную работу // Банковский ритейл. 2014. – № 3. – С. 52 - 58.
4. Бунтовская Л.Л. Конфликтология. Учебное пособие / Л. Л. Бунтовская, С. Ю. Бунтовский, Т. В. Петренко. – М.: Юрайт, 2017. - 144 с. - Сер. 68 Профессиональное образование (2-е изд., пер. и доп).
5. Бухалков М. И. Организация производства и управление предприятием: / М.И. Бухалков. – Москва: ИНФРА-М, 2013. – 506 с.
6. Петренко Т.В. Формирование комплексной системы государственного регулирования социально-трудовых отношений в Донецкой народной республике / Т.В. Петренко, С.Ю. Бунтовский, Д.И. Стрельченко // Вестник Университета Российской академии образования. -2019. - № 4. -С. 9-14.

SOCIO-PSYCHOLOGICAL ASPECTS OF INCREASING LABOR PRODUCTIVITY IN THE ENTERPRISE.

D.D. Suhinenko

*I.T Trubilin Kuban State agrarian university,
Krasnodar, Russia*

The meaning of the activity and the goal for every entrepreneur is invariably the possibility of expanding the business and enterprise, as well as further profit. Accordingly, it is important for any entrepreneur that the employees of his company do the maximum amount of work, i.e. with maximum efficiency and minimum investment of both time and resources.

Keywords. labor productivity, social and psychological factors, enterprise, production, productivity increase.

ПРИМЕНЕНИЕ ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫХ МЕТОДОВ В ЭКОНОМИКЕ ПРЕДПРИЯТИЙ И ОРГАНИЗАЦИЙ ПО СОЗДАНИЮ И МОДИФИКАЦИИ БАЗЫ ДАННЫХ

И.М. Тарасова, Э.Е. Емелюшкина

*ГКОУ ВО «Российская таможенная академия Владивостокский филиал»
г. Владивосток, Россия*

В статье рассматривается создание и модификация схемы на примере базы данных, необходимой для учета совокупного годового дохода предприятия и организации. Представлены типы схем, а также применение данных схем в практике.

Ключевые слова: базы данных, схема сущность-связь, модификация, атрибут, экземпляр.

Огромную роль в развитии информационных технологий играют базы данных, которые представляют собой средство автоматизированной обработки информационных массивов. Базы данных применяются и используются в разных сферах человеческой деятельности, так как являются очень удобным и простым в использовании инструментом.

Исходя из этого, возрастает необходимость к всестороннему систематизированному изучению и применению инструментальных методов в экономике предприятия и организации по созданию и модификации баз данных.

Цель работы заключается в разработке и преобразовании базы данных по существующей схеме, а также в закреплении принципов создания базы данных и инструментов работы с ней.

В данной работе будем руководствоваться следующим определением: Entity-Relationship model, модель «сущность – связь» – модель данных, позволяющая описывать концептуальные схемы предметной области. ER-модель (схема) используется при высокоуровневом (концептуальном) проектировании баз данных [1].

Для выполнения работы были определены следующие задачи:

- создать программный продукт прикладного уровня «Совокупный облагаемый доход» при использовании системы управления базы данных MS Access, при помощи которого автоматизируется совокупный облагаемый доход каждого работника по месяцам, а также итоговый совокупный облагаемый доход по отделам;
- создать и модифицировать ER схему, связывающие между собой отношения (таблицы) базы данных;
- выполнить запросы при помощи конструктора запросов и на их основе создать отчет при помощи мастера отчетов.

Для того чтобы перейти к созданию и преобразованию ER схемы необходимо создать таблицы справочник работников, справочник рабочих дней, журнал расчета заработной платы и определить в них ключевые поля. При создании таблицы «Справочник работников» ключевым полем будет являться табельный номер работника. При создании таблицы «Справочник рабочих дней» ключевым полем будет наименование месяца. А при создании таблицы «Журнал расчета заработной платы» ключевого поля не будет. Некоторые строки в данной таблицы будут заполнены при помощи ER схемы.

При разработке базы данных используется метод семантического моделирования. Под данным методом подразумевается использование значения структурных характеристик данных, которые способствуют достоверности и правильности их понимая.

Инструментом семантического моделирования является ER схема (схема сущность-связь). Схема сущность-связь в основе своей идеи содержит то, что графическое изображение всегда нагляднее и удобнее текстового описания. ER схемы отображают сущность предметной области, атрибутов сущности и их связь.

ER схемы чаще всего применяются для проектирования и отладки реляционных баз данных в сфере образования, исследования и разработки программного обеспечения и информационных систем для предприятий, организаций, а также бизнес-проектов. ER схемы полагаются на стандартный набор символов, включая прямоугольники, ромбы, овалы и соединительные линии, для отображения сущностей, их атрибутов и связей. Эти диаграммы устроены по тому же принципу, что и грамматические структуры: сущности выполняют роль существительных, а связи – глаголов [1].

Основные определения, которые используются при создании модификации ER схем. Сущность представляет собой набор однотипных объектов, информационные данные которых должны присутствовать в базе данных. Экземпляр сущности является точным представителем используемой сущности. Атрибут сущности своего рода свойство сущности, т.е. определенная поименованная характеристика.

В ER схеме используются разные типы связей. Связь представляет собой некоторое отношение одной сущности к другой. По одной сущности с помощью связи можно найти другие сущности, связанные с ней [2]. Типы связей, которые используются в ER схеме представлены на рис. 1. Наиболее распространенная связь – это тип связи один-ко-многим. Сущность, которая находится со стороны «один» называется родительской, со стороны «много» - дочерней [2]. В работе используется тип связи один-ко-многим. В

таблице (сущности) «Справочник работников» экземпляр «Табельный номер» связан с несколькими экземплярами «Табельный номер» с таблицей (сущностью) «Журнал расчета заработной платы». В данной связи родительской стороной является сущность «Справочник работников», а дочерней - «Журнал расчета заработной платы». Такая связь используется при соединении экземпляров «Наименование месяца» в таблице «Справочник рабочих дней» и в таблице «Журнал расчета заработной платы», где родительской стороной является сущность «Справочник рабочих дней», а дочерней - «Журнал расчета заработной платы» (рис. 2).

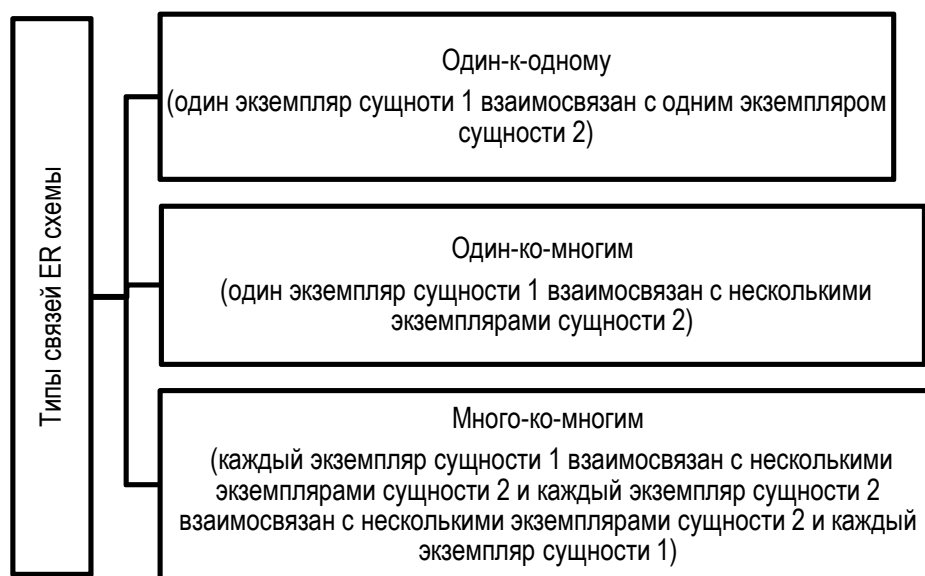


Рисунок 1 - Типы связей ER схемы

При помощи правильной расстановки типов связи заполненные данные из таблиц «Справочник работников» табельный номер и «Справочник рабочих дней» наименование месяца будут автоматически и достоверно заполнены в таблице «Журнал расчета заработной платы».

Для заполнения оставшихся данных воспользуемся формой «Отработанное время», созданной при помощи мастер форм.

Для изменения данных в таблице «Журнал расчета заработной платы» в колонках «Начислено» и «Удержан ПН» воспользуемся запросом на обновление, созданным при помощи конструктора запросов.

При создании данного запроса для того, чтобы вычислить в колонки «Начислено» и «Удержан ПН» необходимо при помощи построителя ввести формулы. Далее по необходимости можно создавать запросы и отчеты, которые требуются по заданию. А завершить работу необходимо созданием кнопочной формы «Учет

совокупного годового дохода», в которой используется не менее трех действий (команд) для дальнейшего использования сотрудниками предприятия или организации.

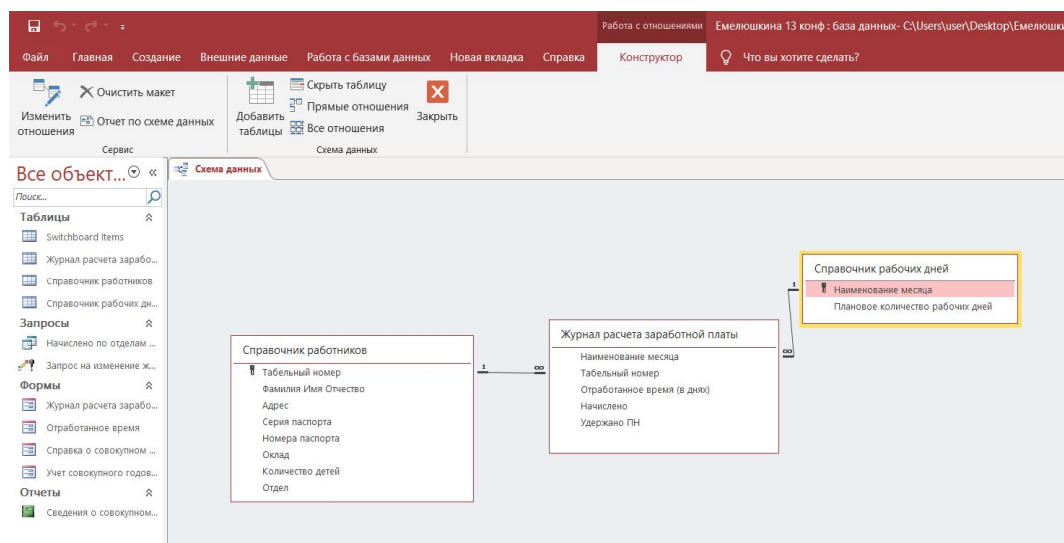


Рисунок 2 - ER схема со связью один-ко-многим

Таким образом, в данной статье были рассмотрены: способ создания и модификация ER схемы и применение данной схемы на практике, определены основные понятия и типы ER схемы и возможности их применения. Использование ER схем, с помощью которых создаются реляционные базы данных, помогают оптимизировать, совершенствовать, а также повышать качество работы предприятий и организаций.

Список использованных источников.

1. Кузин А.В., Левонисова С.В. Базы данных. - М: Academia. 2010. 320 с.
2. Кузин А. В., Демин В. М. Разработка баз данных в системе Microsoft Access. - Инфра-М, Форум, 2014. 224 с.

APPLICATION OF INSTRUMENTAL METHODS IN THE ECONOMY OF ENTERPRISES AND ORGANIZATIONS TO CREATE AND MODIFY A DATABASE

I.M. Tarasova, A.A. Vishnevskaya

STEI HE «Russian Customs Academy Vladivostok branch»
Vladivostok, Russia

The article discusses the creation and modification of the scheme on the example of a database required to account for the total annual income of an enterprise and an organization. The types of schemes, as well as the application of these schemes in practice, are presented.

Keywords: databases, entity-relationship schema, modification, attribute, instance.

ПРОБЛЕМА ФОРМИРОВАНИЯ ЦИРКУЛЯРНОЙ ЭКОНОМИКИ В КОНТЕКСТЕ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

А.С. Терёнина¹

*ФГБОУ ВО «Нижевартовский государственный университет»,
г. Нижневартовск, Россия*

В статье рассматривается проблема формирования циркулярной экономики, как фактор устойчивого развития. Отдельное внимание уделяется определению циркулярной модели экономики и устойчивому развитию

Ключевые слова: циркулярная экономика, устойчивое развитие, образование отходов, утилизация отходов.

Проблема формирования модели циркулярной экономики в РФ из-за объёма отходов и низкого уровня их повторного использования и обезвреживания является очень актуальной. На конференциях ООН с целью предоставления достижения устойчивого развития были приняты документы («Повестка дня на XXI век», «Рамочная конвенция ООН об изменении климата», «Конвенция о биологическом разнообразии»), устанавливающие последующие приоритеты: переход к восстанавливаемой энергетике, представляющей собой один из ключевых инструментов свершения устойчивого развития; переход к развитию циркулярной экономики, гарантирующий сбалансированность экологических, социальных, а также экономических частей устойчивого развития абсолютно всех странах мира до 2030 года.

Для того чтобы полностью раскрыть тему работы, выделим определение циркулярной экономики. Существует несколько трактовок данного определения.

Благотворительная организация The Waste and Resources Action Programme считала, что «циркулярная экономика – это альтернатива традиционной линейной экономике (сделать, использовать, утилизировать), в которой мы используем ресурсы как можно дольше, извлекаем из них максимальную ценность во время использования, а затем восстанавливаем и регенерируем продукты и материалы в конце каждого срока службы» [3].

Авторы Джойни Корхонен, Кали Нуур и др. в своей статье «Circular economy as an essentially contested concept» в «Journal of Cleaner Production» считают: «Циркулярная экономика – это инициатива устойчивого развития с целью сокращения линейных потоков материалов и энергии в социальных системах производства-потреб-

¹ Научный руководитель: Тагирова А.В. Старший преподаватель кафедры «Коммерции и менеджмента»

ления за счёт применения циклов материалов, возобновляемых и каскадных потоков энергии к линейной системе» [2]. В России циркулярную экономику принято считать той экономикой, которая основывается на возобновлении ресурсов, переходе к использованию возобновляемыми источниками энергии и переработке вторичного сырья [5].

Также в мире введено понятие устойчивого развития, которое тесно связано с циркулярной моделью экономики. Рассмотрим его более подробно. Устойчивое развитие – это развитие, при котором удовлетворение нужд современных поколений выполняется без ущерба для способностей предстоящих поколений удовлетворять свои личные потребности [6].

Известно, что ООН выделяет 17 целей в области устойчивого развития. Они считаются своеобразным призывом к действию, исходящим от абсолютно всех стран – бедных, богатых и среднеразвитых. Государства подтверждают, что планы по ликвидации бедности обязаны восприниматься одновременно усилиям по наращиванию экономического роста и решению целого ряда задач в сфере образования, здравоохранения, социальной защиты и трудоустройства, а также борьбе с изменением климата и защите окружающей сферы [9].

При изучении циркулярной экономики и устойчивого развития можно сделать вывод, что они являются общим целым, так как связаны с одними и теми же сферами: экономической и экологической. Также важно отметить, что одно плавно вытекает из другого. Циркулярная экономика в данном случае является общей системой, которая отвечает за все задачи, а устойчивое развитие – это подсистема, которая отвечает за отдельный элемент из всех задач.

Выделяют следующие проблемы формирования циркулярной экономики:

- проблема изменения климата;
- проблема сбора и использования отходов;
- проблема утилизации отходов.

Во внедрении последних технологий в сфере эффективного вовлечения образовавшихся отходов в хозяйственный оборот обязан сыграть национальный проект «Экология», паспорт которой недавно подтвержден Правительством РФ.

Также, помимо национального проекта «Экология», в соответствии с 13 целью устойчивого развития «Борьба с изменением климата» изменение климата оказывает воздействие на все страны на абсолютно всех континентах. Оно уничтожает экономику стран и оказывает большое влияние на жизни людей. Меняются погодные условия, поднимается уровень моря, а погодные явления становятся всё более жёсткими [10]. В 2019 году в РФ был установлен рекорд по формированию производственных отходов. Их объём

составил 7,75 млрд тонн, что приблизительно в 4 раза больше, чем объём промышленного мусора, произведенного в 2002 году, на период начала исследований (2 млрд тонн) [1].

На рисунке 1 будет представлена диаграмма по образованию отходов предприятий по годам.

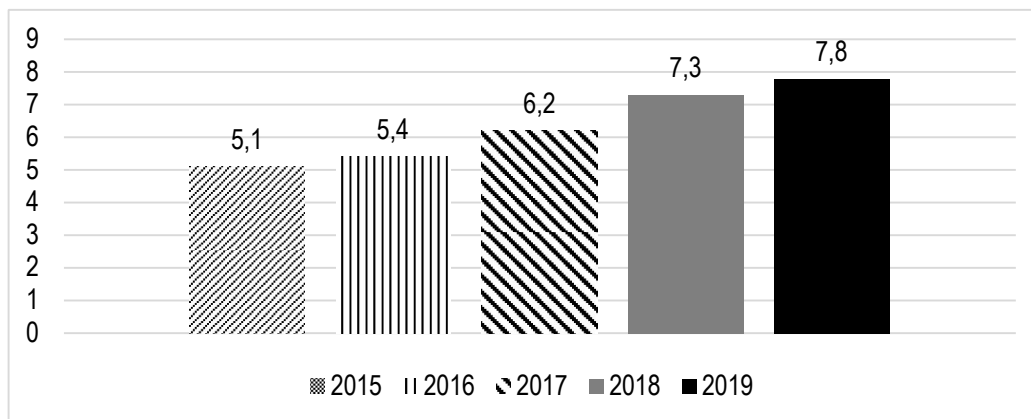


Рисунок 1 – Образование отходов предприятий по годам, млрд тонн [1].

Об охватах "мусорного бедствия" разрешается судить, если сравнить объём отходов, например, с урожаем аграрных культур [7]. Только по сравнению с 2015 годом объём произведенных отходов в 2019 году увеличился на 53%, в целом за 5 лет было сгенерировано 31,74 млрд тонн промышленных отходов. За этот же период времени сборы зерновых составили 595 млн. тонн. Таким образом, за пятилетний промежуток времени отходов в России составили в 53 раза больше, чем пшеницы, а также и других зерновых культур.

Фундаментом циркулярной экономики считаются замкнутые цепи поставок. Замкнутые цепи поставок обеспечивают максимизацию добавленной стоимости в течение всего жизненного цикла продукта с динамическим возобновлением в рамках условно продолжительных временных интервалов ценностей всевозможных типов и объёмов. Проблема перехода к модели циркулярной экономики считалась преимущественно актуальным в РФ из-за количества отходов, а также низкого уровня их повторного использования и обезвреживания. Статистика образования, утилизации, обезвреживания и размещения отходов производства и потребления в РФ в 2003-2019 годах изображена в таблице 1.

Согласно данным в таблице можно отметить, что формирование отходов возрастает с каждым годом всё больше и больше, ведь если сопоставить образование отходов в 2003 и 2019 годах, то обнаружим, что отходы увеличились почти в 3 раза. А вот в опасных образованиях отходов количество отходов снизилось в 2,8 раза. Рассматривая утилизацию и обезвреживание отходов, можно выделить, что количество

утилизированных отходов увеличилось немного меньше чем в 3 раза, конкретно в 2,9. По поводу размещения отходов производства можно отметить следующее, они увеличились ориентировочно в 2 раза. Последняя часть таблицы – это места размещения отходов: хранение и захоронение. По ним можно сказать следующее, что в хранении по сравнению 2003 и 2019 годах количество отходов возросло примерно в 2 раза, а именно в 1,9. Однако количество отходов, которые пошли на захоронение, тоже не отстают, и если их в 2003 году было 361,6, то в 2019 году их уже 1178,9. Они увеличились в 3,2 раза.

Таблица 1 – Образование, утилизация, обезвреживание и размещение отходов производства и потребления в Российской Федерации, млн т. [8].

| Год | Образование отходов производства и потребления - всего | В том числе опасных | Утилизация и обезвреживание отходов производства и потребления | Размещение отходов производства и потребления на объектах, принадлежащих предприятию - всего | из них в местах: | |
|------|--|---------------------|--|--|------------------|-------------|
| | | | | | хранения | захоронения |
| 2003 | 2613,5 | 287,3 | 1342,7 | 1747,2 | 1385,6 | 361,6 |
| 2004 | 2644,3 | 142,8 | 1140,9 | 2316,0 | 1866,0 | 450,0 |
| 2005 | 3035,5 | 142,5 | 1265,7 | 2077,3 | 1670,9 | 406,5 |
| 2006 | 3519,4 | 140 | 1395,8 | 2732,5 | 2189,1 | 543,4 |
| 2007 | 3899,3 | 287,7 | 2257,4 | 2782,8 | 1746,1 | 1036,8 |
| 2008 | 3876,9 | 122,9 | 1960,7 | 2517,3 | 1868,5 | 648,9 |
| 2009 | 3505 | 141 | 1661,4 | 2334,2 | 1650,6 | 683,6 |
| 2010 | 3734,7 | 114,4 | 1738,1 | 2227,5 | 1634,5 | 593,0 |
| 2011 | 4303,3 | 120,2 | 1990,7 | 2584,4 | 1919,4 | 665,0 |
| 2012 | 5007,9 | 113,7 | 2348,1 | 2912,0 | 2109,1 | 777,3 |
| 2013 | 5152,8 | 116,7 | 2043,6 | 4897,7 | 4071,8 | 814,9 |
| 2014 | 5168,3 | 124,3 | 2357,2 | 2951,4 | 2426,2 | 524,5 |
| 2015 | 5060,2 | 110,1 | 2685,1 | 2333,1 | 1978,1 | 354,6 |
| 2016 | 5441,3 | 98,3 | 3243,7 | 2620,8 | 2105,3 | 503,8 |
| 2017 | 6220,6 | 107,2 | 3264,6 | 3204,5 | 2378,5 | 826,0 |
| 2018 | 7266,1 | 98,1 | 3818,4 | 3575,4 | 2546,2 | 1029,2 |
| 2019 | 7750,9 | 100,6 | 3881,9 | 3800,8 | 2621,9 | 1178,9 |

В соответствии с 12 целью устойчивого развития «Обеспечение перехода к рациональным моделям потребления и производства» поиск эффективной модели экономики нужен с целью развития экологически устойчивого будущего [4]. Для этого необходимо массовое привлечение покупателей к участию в проблемах производства, развитие их интереса, а также экологическое обучение в ориентированности устойчивого потребления и принятия нового вида жизни.

Таким образом, можно сделать вывод, что циркулярная экономика и устойчивое развитие связаны между собой, так как направлены на одни и те же сферы. Следовательно, для устранения проблемы формирования циркулярной экономики следует провести улучшения экологических условий и экономии материалов, из-

за чего необходимо принимать циркулярную экономику на всех уровнях организации производственных отходов. С увеличением роста популярности данного метода значительно улучшатся экологические условия в РФ и увеличится объем производимого товара из переработанных отходов.

Список использованных источников.

1. Finexpertiza, 7,75 млрд тонн: в России установлен абсолютный рекорд по образованию производственных отходов. – URL : <https://finexpertiza.ru/press-service/researches/2020/rekord-proizvodstv-otkhod/> (дата обращения 27.04.2021)
2. Korhonen J., et al. Circular economy as an essentially contested concept // *Journal of Cleaner Production*. – 2018. – p. 544-552.
3. The Waste and Resources Action Programme. – URL : <https://wrap.org.uk/about-us/our-vision/wrap-and-circular-economy> (дата обращения: 26.04.2021)
4. Гурьева М.А. Циркулярная экономика как инновационная модель развития социально-экономического пространства // *Вопросы инновационной экономики*. – 2019. – Том 9. – № 3. – С. 2314.
5. Нечаева Е. Роль социальной лаборатории и Quadruple Helix модели в переходе Самары на циркулярную экономику // *Вестник современных исследований*. – 2018. – № 8.2(23). – с. 60-62.
6. ПостНаука. – URL : <https://postnauka.ru/faq/72761> (дата обращения: 29.04.2021)
7. Тагирова, А. В. Социально-экономический проект "экобизнес" в Г. Нижневартовске / А. В. Тагирова, Р. М. Тагиев // *Наука Красноярья*. – 2017. – Т. 6. – № 3-2. – С. 261-268. (дата обращения: 14.06.2021)
8. Федеральная служба государственной статистики. – URL : <https://rosstat.gov.ru/folder/11194> (дата обращения: 28.04.2021)
9. Цели в области устойчивого развития. – URL : <https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/> (дата обращения: 28.04.2021)
10. Цели в области устойчивого развития. – URL : <https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/climate-change/> (дата обращения 26.05.2021)

THE PROBLEM OF CIRCULAR ECONOMY FORMATION IN THE CONTEXT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT

A.S. Terenina

*FSBEI HE «Nizhnevartovsk State University»,
Nizhnevartovsk, Russia*

The article considers the problem of formation of circular economy as a factor of sustainable development. Separate attention is given to the definition of the circular economy model and sustainable development

Keywords: circular economy, sustainable development, waste generation, waste disposal.

ВЛИЯНИЕ ИНТЕРНЕТ–КОНТЕНТА НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ В ТУРИЗМЕ

А. А. Терсянцева, А. В. Платов

ГАОУ ВО «Московский государственный университет спорта и туризма», г. Москва, Россия

Применение Интернета открывает для туристского бизнеса новые возможности продвижения своего продукта, включая технологии воздействия на процесс принятия решения о приобретении туристского продукта или выбора дестинации. В связи с ростом потребности к информации в Интернете необходимо переосмыслить понимание потребительского поведения. Контент обеспечивает связь между производителем и потребителем, способствует формированию доверительных отношений, придает ценность и смысл самому процессу подготовки к поездке. Управление онлайн контентом может стать самым эффективным средством продвижения туристского продукта или дестинации.

Ключевые слова: интернет-контент, туризм, потребительское поведение.

Туристская индустрия является чрезвычайно информационно ёмкой отраслью, где информационные ресурсы играют не менее важную роль по сравнению с материальными и финансовыми.

Процесс принятия решения о комплексных услугах, особенно в туризме, намного сложнее по своей структуре и динамике по сравнению с процессом принятия решения относительно материальных товаров [3]. К настоящему времени предложено несколько теоретических моделей процесса принятия решения о выборе дестинации [2]. Потребителей все больше интересует качество туристического опыта, поэтому информация о туристских объектах становится чрезвычайно востребованной [8]. Многие туристы принимают решение о поездке, мотивированные желанием познакомиться с культурным и историческим наследием определенного региона [4]. Они проявляют свой интерес к культуре региона, ремеслам, традициям и гастрономии [7]. Мотивация несомненно побуждает к действию и способствует удовлетворению потребностей, однако наиболее влиятельными факторами выбора являются предпочтения туриста.

По сравнению с мотивацией система предпочтений является более специфичной, именно она определяет выбор конкретной дестинации и активностей в ней. Выделяются несколько основных фаз в процессе принятия решений [9]. Первая фаза заключается в выборе туристом дестинации, за ней следует фаза планирования: дестинация уже определена, но необходимо выбрать средство размещения и виды активностей в ней. Затем происходит сравнение

цен с использованием разнообразных онлайн-площадок и бронирование жилья и, наконец, принятие решений непосредственно во время пребывания в дестинации относительно ее предложений.

Основным поведенческим процессом, определяющим решение о выборе дестинации, выступает поиск и обработка информации [5]. В контексте роста интереса к информации в Интернете необходимо переосмыслить понимание потребительского поведения. Процесс поиска и выбора является комплексным и многоэтапным феноменом, однако уже созданы простые и надежные инструменты для мониторинга и измерений потребительского поведения. Сегодня научное и профессиональное сообщества признают растущее влияние онлайн контента на потребительское поведение туристов и управление маркетинговыми моделями. Новые информационные технологии обеспечивают потребителю возможность идентифицировать, персонализировать и приобретать туристические продукты, также они способствуют глобализации отрасли, предоставляя туристским компаниям эффективный инструментарий по распространению их продукта глобальном рынке. Следовательно, основными объектами исследований стали как развитие технологий и их влияние на туристский бизнес, так и обратное влияние. Buhalis считает, что в е-туризме все ключевые процессы бизнеса переходят в онлайн [1]. Е-туризм является форматом установления всего цикла экономических отношений с использованием сети Интернет, обеспечивающий предоставление связанных туристских услуг, включая транспортные, гостиничные, экскурсионных и так далее. Он предоставляет электронный инструментарий реализации операционной деятельности и достижения стратегических целей компании. Данный подход адаптирует и систематизирует информацию о всех бизнес-процессах, не только для менеджеров самой компании, но и для всех стейкхолдеров туристского бизнеса, включая поставщиков услуг и туристов. Потребители всё чаще используют сайты, предоставляющие релевантную информацию, в особенности на сайты бронирования жилья и билетов. Туристы ожидают от таких ресурсов актуальную, достоверную и полную информацию, безопасность использования, оперативность, возможность персонализации. Такие ожидания подталкивают участников туристского рынка к совершенствованию корпоративных сайтов. Многочисленные исследования показали, что плохие веб дизайн и юзабилити ведут к потере более половины потенциальных потребителей. Контент формирует связь между производителем и потребителем, помогает выстраивать доверительные отношения и придавать ценность и смысл самому процессу подготовки к поездке.

Уровень конкуренции в сфере туризма настолько высок, что использования традиционного маркетингового блока ATL совершенно недостаточно, необходимо применять новый инструментарий маркетингового продвижения. Одним из таких инструментов является управление онлайн контентом, причем в туристском бизнесе этот инструмент может стать одним из самых эффективных средством продвижения [6].

Контент формирует связь между производителем и потребителем, помогает выстраивать доверительные отношения и придавать ценность и смысл самому процессу подготовки к поездке. Контент-маркетинг в туристской индустрии приобретает особое значение. Уровень конкуренции в сфере туризма настолько высок, что использования традиционного маркетингового блока ATL совершенно недостаточно, необходимо применять новый инструментарий маркетингового продвижения. Одним из таких инструментов является управление онлайн контентом, причем в туристском бизнесе этот инструмент может стать одним из самых эффективных средством продвижения. Управление интернет-контентом - это стратегический инструмент влияния на восприятие потребителями контента и формирования их доверия посредством информационного обмена на цифровых платформах. Туристский интернет-контент должен стимулировать признание туристов и побуждать их участвовать во взаимодействиях, воздействовать на их покупательское поведение.

Список использованных источников.

1. Buhalis, D., & Licata, M. C. (2002). The future e-tourism intermediaries. *Tourism Management*, 23(3),
2. Kotler, P., & Keller, K. (2017). *Marketing Management*. Prentice Hall.
3. Park, S., Nicolau, J. L., & Fesenmaier, D. R. (2013). Assessing advertising in a hierarchical decision model. *Annals of Tourism Research*, 40, 260-282.
4. Perić, G., Jevtović, A., & Gašić, M. (2020). Potencijali razvoja kulturnog turizma na prostoru Topličkog okruga. Uticaj digitalnih i tradicionalnih medija na promociju i razvoj održive baštine. *Sremski Krlovci*. (str. 75-91). Centar za kulturu, edukaciju i medije Akademac. Pirolli
5. Platov, A.V., Litvinova, O.I., Troitskaya, N.G. (2020). The structure of the online reputation. analysis in tourism. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 138, 813-816
6. Platov, A.V., Zikirova, S. S., Tarchokov, S. K., Lysoivanenko, E. N. (2020). Online reputation as a determining factor in tourist consumer behavior. *European Proceedings of Social and Behavioural Sciences*, 104, 664-672

7. Sančanin, B., & Dramićanin, S. (2019). The significance of the representative list of the intangible cultural heritage for the preservation of Serbian cultural heritage, *Baština*, 49, 419-431.

8. Wu, C. T., Liu, S. C., Chu, C. F., Chu, Y. P., & Yu, S. S., (2014). A study of open data for E. Pantano et al., *Tourism Management*, 60, 430-438

9. Yoo, W., Lee, Y., & Park, J. (2010). The role of interactivity in e-tailing: Creating value and increasing satisfaction. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 17(2), 89-96.

THE IMPACT OF INTERNET CONTENT ON CONSUMER BEHAVIOR IN TOURISM

A. A. Tersyantseva, A.V. Platov

*SAEI HE «Moscow State University of Sports and Tourism»,
Moscow, Russia*

The use of the Internet opens up new opportunities for tourism businesses to promote their products, including technologies that influence the decision-making process about purchasing a tourist product or choosing a destination. With the growing demand for information on the Internet, it is necessary to rethink the understanding of consumer behavior. The content provides a link between the manufacturer and the consumer, promotes the formation of trusting relationships, and gives value and meaning to the process of preparing for the trip. Online content management can be the most effective means of promoting a tourist product or destination.

Keywords: internet content, tourism, consumer behavior.

УДК 339.543

ОЦЕНКА ДЕЙСТВУЮЩЕЙ СИСТЕМЫ ТАМОЖЕННОГО ОБЛОЖЕНИЯ

Т. А. Толмачева, А. В. Кузьмина

*ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный университет»,
г. Ставрополь, Россия*

Актуальность темы определена тем, что ежедневно через таможенную границу перемещаются товары и транспортные средства, что обуславливает взимание таможенных платежей. Таможенные платежи составляют значимую часть среди государственных доходов страны. Также таможенное обложение является инструментом финансового обеспечения экономики страны. В связи с этим важно, чтобы плановые показатели поступлений таможенных платежей в бюджет Российской Федерации выполнялись в полной мере.

Ключевые слова: таможенные платежи, государственный бюджет, оценка эффективности, таможенное обложение.

Известно, что оценка действующей системы таможенного обложения является частью системы оценки результативности и эффективности деятельности таможенных органов, так как взимание таможенных платежей выступает одной из важных функций в деятельности таможенных органов.

Оценка результативности таможенного администрирования выполняется ежеквартально (и также по окончании года) в соответствии с критериями эффективности, направленными на достижение конечного результата. Одним из таких критериев является уровень выполнения задания по формированию доходов федерального бюджета, планируемое значение которого определено в 100% [1].

При оценке результативности и эффективности системы таможенного обложения важно рассматривать такие показатели, как: доля операций, совершенных за счет технологий удаленного доступа, объем отсрочек (или рассрочек) по уплате таможенных пошлин и налогов, доля взысканий задолженностей по таможенным платежам и т.д [3].

Анализ поступлений таможенных платежей в бюджет Российской Федерации показывает, что по итогам 2020 года сумма доходов федерального бюджета, администрируемых таможенными органами, составила 4 751,8 млрд. рублей (107,7% к оценке доходов), что на 977,3 млрд. рублей или на 17,1% меньше по сравнению с 2019 годом [5].

В том числе:

- НДС – 2 701,6 млрд. рублей (в 2019 году – 2 613,4 млрд. рублей);
- ввозные таможенные пошлины – 615,5 млрд. рублей (в 2019 году – 618,2 млрд. рублей);
- вывозные таможенные пошлины – 1 148,1 млрд. рублей (в 2019 году – 2 291,3 млрд. рублей);
- акцизы при ввозе товаров – 98,0 млрд. рублей (в 2019 году – 88,8 млрд. рублей);
- таможенные пошлины, налоги, уплачиваемые физическими лицами, – 28,9 млрд. рублей (в 2019 году – 25,0 млрд. рублей);
- иные платежи – 159,7 млрд. рублей (в 2019 году – 92,4 млрд. рублей).

Сумма таможенных платежей, перечисленных в доход федерального бюджета при экспорте товаров, на 5,3% превысила оценку доходов и составила 1 148,1 млрд. рублей по итогам 2020 года [5].

Задание по формированию доходов федерального бюджета выполнено на 87,2%. В 2018 году задание было выполнено на

102,8%, в 2019 году – на 102,1%. Уровень выполнения заданий по формированию доходов федерального бюджета в 2018 и 2019 превышает 100% за последние 3 года, что можно считать высоким показателем (рисунок 1).

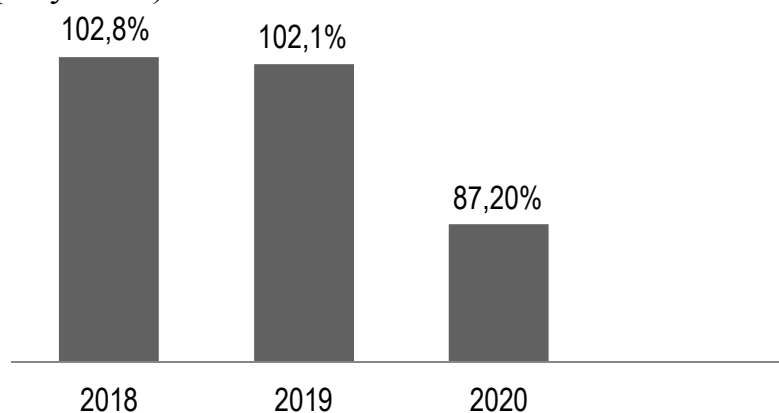


Рисунок 1 – Выполнение задания по администрируемым доходам, 2018-2020 гг.[5]

В 2020 году сокращение уровня выполнения заданий по формированию доходов федерального бюджета связано с ограничениями во внешнеэкономической деятельности и приостановлением международной торговли в связи с распространением коронавирусной инфекции (COVID-19). Тем не менее, сумма таможенных пошлин и налогов составила более 65%, что говорит о том, что эти платежи, действительно, составляют весомую часть в формировании бюджета страны.

Особое значение в последние годы отводится технологии удаленной оплаты таможенных платежей. Так, согласно данным на официальном сайте Федеральной таможенной службы, в 2020 год на основе применения данной технологии было уплачено более 1226,16 млрд. рублей (21,4% от общей суммы всех уплаченных платежей, пошлин и налогов). Этот показатель превысил данные за 2019 год на 39%, то есть, в 2020 году технологией удалённых платежей воспользовались более 40% всех участников внешнеэкономической деятельности в ЕАЭС и России [4, 5].

Благодаря указанной технологии было уплачено 93,3% от общей суммы таможенных и иных платежей с применением микропроцессорных пластиковых карт. Количество таможенных пошлин и налогов, уплаченных по современным технологиям, составило 81,8% от общих уплат и платежей [5]. Это позволяет отметить, что данная форма уплаты таможенных платежей является быстрой и удобной для участников внешнеэкономической деятельности (ВЭД).

Система таможенного обложения развивается и в направлении взыскания задолженностей. В 2019 году завершена доработка сервиса «Личный кабинет участника ВЭД», которая позволяет размещать документы по взысканию задолженностей участников ВЭД в электронном виде. Сюда можно отнести уведомления о неуплаченных в установленный срок суммах таможенных платежей, пошлин; уведомления о взыскании таможенных платежей за счет денежного долга и за счет авансовых платежей. В этом кабинете можно также получить информацию о лицах, в отношении которых действуют решения о приостановлении операций по счетам плательщика (лица, несущего солидарную обязанность) в банке и переводов его электронных денежных средств [2].

С 4 августа 2019 года уведомления о неуплаченных в установленный срок суммах таможенных платежей и пеней направляются лицам, имеющим доступ в «Личный кабинет участника ВЭД», только в электронном виде через личный кабинет плательщика. В 2020 году 95% уведомлений о неуплаченных в установленный срок таможенных платежах направлено плательщикам через «Личный кабинет». В 2021 году планируется достигнуть 100% электронного взаимодействия в этом вопросе.

В 2020 году таможенными органами было взыскано задолженности по уплате таможенных платежей и пеней на сумму 23,9 млрд. рублей, что на 7,6% больше по сравнению с 2019 годом (22,2 млрд. рублей) [5]. Это свидетельствует о том, что действующие инструменты по сбору таможенных платежей и взысканию задолженностей, действительно, работают.

По состоянию на 1 января 2021 года общая сумма задолженности по уплате таможенных платежей и пеней составила 27,4 млрд. рублей, в том числе по таможенным платежам – 23,4 млрд. рублей, по пеням – 4,0 млрд. рублей [5]. Планируется, что к концу 2021 года сумма этой задолженности будет сокращена в 2,5 раза.

На рисунке 2 показан объем отсрочек/рассрочек по уплате таможенных пошлин и налогов от общего объема платежей за 2018-2020 гг.

Из всех уплаченных платежей отсрочка /рассрочка была предоставлена по 13,1% платежей в 2020 году, в 2019 году количество отсрочек (рассрочек) составило 15%, в 2018 – 17,2% [5].

По рисунку 2 видно, что динамика применения отсрочек/рассрочек не стабильна, и в 2020 году этим правом воспользовались только 13,1% плательщиков. Это говорит о том, что плательщики пользуются данной процедурой не так часто, возможно потому, что они не знают о такой возможности. Однако этот механизм эффективен и позволяет избежать наказаний и взысканий.

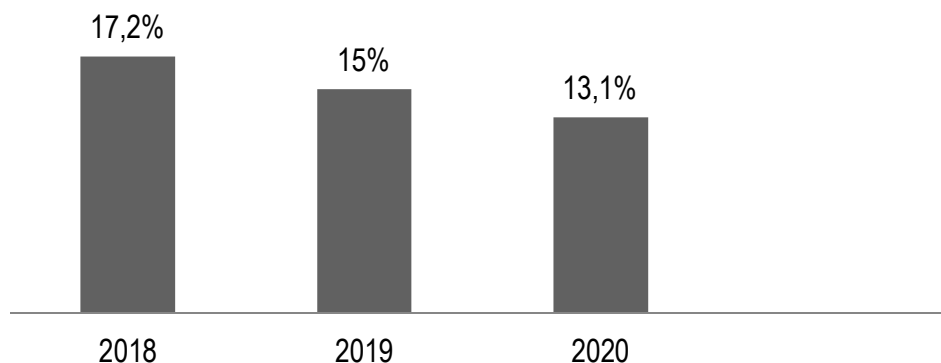


Рисунок 2 – Объем отсрочек/рассрочек по уплате таможенных пошлин и налогов от общего объема платежей, 2018-2020 гг.[5]

Таким образом, таможенное обложение представляет собой важный механизм, нацеленный на контроль за формированием весомой части бюджета страны посредством взыскания таможенных платежей и иных платежей. Таможенные платежи играют важную роль в регулировании торгового баланса и всей торгово-промышленной деятельности, а также являются важным источником формирования доходной части бюджета страны.

Несмотря на ограничения и запреты, который действовали в 2020 году, деятельность Федеральной таможенной службы нашей страны показала высокую эффективность и результативность, в том числе и в действующей системе таможенного обложения. Анализ статистической информации за 2020 год позволяет сделать вывод, что большинство операций по уплате таможенных пошлин и налогов осуществляется либо в удаленном доступе, либо с использованием специальных карт. В прошлом году таможенными органами принято обеспечение исполнения обязанности по уплате таможенных пошлин, налогов на общую сумму более 762,8 млрд. рублей, что на 15% превышает значение аналогичного показателя 2019 года. Таможенными органами в 2020 году взыскана достаточно большая сумма задолженности по уплате таможенных платежей и пеней, и она превысила сумму взысканий за 2019 год на 7,6%.

Список использованных источников.

1. Захарова О.О. Налоговая гармонизация как неотъемлемая часть общеэкономических интеграционных процессов в государствах-членах Евразийского экономического союза / О.О. Захарова // Молодой ученый. – 2016. – №11. – С. 750-753.
2. Ковтун Е.Н., Толмачева Т.А., Лобзева Е.А. Анализ поступлений таможенных платежей в бюджет Российской Федерации // Современные исследования в гуманитарных и естественнонаучных отраслях: Сборник научных статей. – Москва: Издательство «Перо», 2019. – 189 с.

3. Толмачева Т.А. Сущность и современная трактовка таможенных платежей // Современные вызовы и реалии экономического развития России: Материалы II Международной научно-практической конференции. – Ставрополь: Фабула, 2016. – 250

4. Толмачева Т.А. Цифровизация как фактор повышения эффективности внешнеторговой деятельности // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2020. – № 12-2. – С. 405-411.

5. <https://customs.gov.ru/> - Официальный сайт Федеральной таможенной службы России (дата обращения. 12.04.2021).

ASSESSMENT OF THE CURRENT CUSTOMS TAXATION SYSTEM

T.A. Tolmacheva, A.V. Kuzmina

*FSAEI HE «North caucasus federal University»,
Stavropol, Russia*

The relevance of the topic is determined by the fact that goods and vehicles are moved across the customs border every day, which leads to the collection of customs payments. Customs payments make up a significant part of the country's government revenues. Also, customs tax is an instrument of financial support for the country's economy. In this regard, it is important that the planned indicators of receipts of customs payments to the budget of the Russian Federation are met in full.

Keywords: customs payments, state budget, efficiency assessment, customs taxation.

УДК 656.11

ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО РЕКЛАМНОГО РЫНКА

Н.А. Троенко

*МОАУ «Гимнази № 7» (полного дня)
г. Оренбурга, Россия*

В статье выделены как исторически сложившиеся особенности рекламного рынка, так и новые, сформировавшиеся в условиях пандемии коронавируса. Также проведен анализ динамики объемов рекламного рынка России за 2010 – 2020 гг.

Ключевые слова: рынок рекламы, рекламная деятельность, пандемия коронавируса, наружная реклама, интернет-реклама, контекстная реклама.

Современная ситуация в мире, связанная с коронавирусной инфекцией, является одной из главных угроз для мировой эконо-

мики с начала 2020 года, в том числе и для рынка рекламы. Негативную роль на мировые рынки оказывают экономические последствия, связанные с мерами борьбы против распространения вируса. Крупные бренды адаптируют свои рекламные кампании к новым условиям, меняют структуру расходов на рекламу, а наиболее пострадавшие снимают рекламные бюджеты.

Можно выделить следующие общие черты, характерные для рекламных рынков всех стран. Во-первых, главной особенностью рекламного рынка в целом, по сравнению с другими типами рынков, является своего рода виртуальность продаваемого товара, так как фактически рекламодатель покупает некое будущее рекламное пространство, оценить которое можно будет лишь спустя значительный промежуток времени. В силу данной специфической черты рекламного рынка, существуют значительные трудности с корректностью конкуренции и работы отдельных агентств.

Во-вторых, по сравнению с товарным рынком, где предприятия конкурируют между собой как продавцы (производители), на рекламном рынке все хозяйствующие субъекты соперничают как рекламодатели (потребители рекламных продуктов). Причем степень этой конкуренции зависит от долгосрочных приоритетов товаропроизводителей, которые находят отражение в рыночной стратегии. Рекламопроизводители вступают в конкурентную борьбу друг с другом за заказы рекламодателей на изготовление рекламной продукции. А рекламоносители – за право размещать рекламную информацию рекламодателей (рекламопроизводителей).

Третьей особенностью рекламного рынка является асимметричность информации. Рекламный рынок в целом замкнут, информация о ценообразовании, новых печатных изданиях, льготных условиях размещения рекламной информации очень быстро и сильно меняется, владеют же ею в полной мере только постоянные участники рекламного рынка, то есть те агентства, которые непрерывно находятся на рынке.

Изучение мнений специалистов, материалов СМИ и Интернета, позволило выявить следующие особенности современного рекламного рынка.

1. Усиление роли SocialMediaMarketing (SMM), то есть маркетинга в социальных сетях. Поданным Hotsuite(платформа по управлению соцсетями), в 2020 году в мире 3,8 миллиарда активных пользователей социальных сетей. Это 49% всего населения. В России таких 70 миллионов, то есть 48% населения. Это значит, что SMM-специалисты способны достигать до каждого второго жителя страны [5].

Всю информацию пользователь предоставляет заполняя свой профиль, так и через действия внутри сети: отметки «Нравится» на страницах, вход в сеть с мобильного устройства, клики на рекламу и так далее. В итоге соцсеть может подобрать людей, которые, например, любят кошек и помогают им, готовы взять краткосрочный займ или купили дачный участок и собираются ремонтировать домик. На Facebook нужная информация о пользователе хранится в разделе предпочтений.

2. Активизация контекстной рекламы (реклама в браузерах). Это различные объявления (текстовые, графические, видео), которые показываются пользователям в соответствии с их поисковыми запросами, интересами или поведением в интернете. Контекстная реклама показывается в поисковых системах, на различных сайтах, в мобильных приложениях и на других ресурсах. Данная реклама, всё чаще подразумевают все основные возможности, которые есть у двух сервисов размещения рекламы в интернете – Яндекс.Директа и GoogleAds [1].

3. Усиление роли ТВ рекламы и сокращение значения рекламы на бумажных носителях. Из-за пандемии ТВ-реклама вновь усилила свои позиции и практически сравнялась по значению с Интернет-рекламой.

4. Происходит явное усиление диджитал не только как медийного канала, но и как инструмента трансформации компаний: переход на удаленную работу, внедрение технологических разработок, углубленная работа с данными, онлайн-обучение – это то, что останется и после окончания пандемии [4]

5. Роль рекламных агентств трансформируется в сторону стратегического консалтинга, то есть долгосрочных предложений

Для оценки состояния рекламного рынка России были использованы данные Ассоциации Коммуникационных Агентств России, которые представлены в таблице 1 [3]

Таблица 1 – Объемы рекламного рынка России за 2010 – 2020 гг

| Год | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| млрд руб. | 250 | 263 | 300 | 328 | 340 | 307 | 360 | 417 | 469 | 493 | 473 |
| В % к предыдущему году | +16 | +21 | +13 | +10 | +4 | -10 | +11 | +14 | +12 | +5 | -4 |

Данные таблицы 1 показывают, что в целом за период исследования наблюдался рост объемов рекламного рынка. Снижение показателя характерно для 2015 и 2020 гг. Кризис 2014 – 2015 гг., вызвавший резкую девальвацию рубля и значительное падение почти во всех сферах бизнеса оказал влияние и на рекламный рынок России.

В 2015 году он показал снижение по всем сегментам рынка, за исключением контекстной рекламы [8]. Самый большой его сегмент – реклама на телеканалах – по итогам 2015 года упал на 14%, до 136,7 млрд. рублей. В том числе рекламные поступления эфирных каналов уменьшились на 14%, до 134,2 млрд. рублей [7]. Однако, изучение мнений экспертов показало, что реальная динамика оказалась лучше прогнозов участников рынка: в октябре 2015 года специалисты предсказывали падения рынка на 17-20% по итогам года [8].

Падение рекламного рынка в 2020 году оказалось также не столь сильным, как ожидалось экспертами в начале пандемии коронавируса COVID-19 – тогда эксперты предупреждали о возможном снижении на 10-15% по итогам 2020 года. При этом из всех сегментов рынка в 2020 году рост показала только интернет-реклама, увеличив объемы на 4%, до 253 млрд. рублей [3].

Сильнее всего пострадали наружная реклама, радио и печатная пресса. Их суммарная доля на рынке сократилась почти в полтора раза – с 15,2% в 2019 году до 10,8% в 2020-м. Наружная реклама упала на 27%, до 32,2 млрд. рублей. Среди наиболее пострадавших секторов этого рынка реклама в кинотеатрах (-75%), indoor-реклама (размещается в помещениях, -50%) и транзитная реклама (-38%). Реклама на радио сократилась на 30%, до 11,2 млрд. рублей.

Отличительной чертой коронакризиса стало серьезное перераспределение аудитории и, как следствие, рекламных бюджетов между медиасегментами. Вполне объяснимо возросли показатели аудитории телевидения и интернета, поскольку люди вынуждены были сидеть дома, а вот у всех остальных сегментов они, напротив, сократились. Следует отметить, что меньше всего в кризисы страдала Интернет-реклама. Это касается как 2015, так и 2020 годов.

Список использованных источников.

1. Контекстная реклама. Основы // <https://elama.ru/blog/kontekstnaya-reklama-osnovy/> (дата обращения 02.04.2021)
2. Пантелеева Т.А. Основные тенденции развития рекламного рынка в России // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2016. – № 7
3. Реклама (рынок России). 2021.03.18 // <https://www.tadviser.ru/index.php/> (дата обращения 02.04.2021)
4. Реклама 2020. Как меняется мировой рынок рекламы и чем это грозит бизнесу. РБК - 30.03.2021 // <https://plus.rbc.ru/news/5db96d287a8aa9b7f54096bd>
5. Рекламный рынок 2021: технологии и каналы, которые меняют индустрию. 29.03.2021 // <https://www.cossa.ru/152/284699/>
6. Рекламный рынок потерял 10%. Объем рекламы в 2015 году сократился до 317 млрд рублей // Коммерсантъ. – 02.03.2016.

7. Российский рекламный рынок сократился впервые с 2009 года // <https://www.interfax.ru/business/497072> (дата обращения 02.04.2021)

8. Симановский А. Влияние кризиса на российский рынок рекламы: чего ждать в 2015 году? // <http://sovetreklama.org/2015/07/vliyanie-krizisa-na-rossijskij-rynok-reklamy-chego-zhdet-v-2015-godu/> (дата обращения 02.04.2021)

FEATURES OF THE MODERN ADVERTISING MARKET

N. A. Troenko

*MEAI "Gymnasium No. 7 "(full-time)
Orenburg, Russia*

The article highlights both the historically established features of the advertising market and the new ones formed in the context of the coronavirus pandemic. The analysis of the dynamics of the volume of the Russian advertising market for 2010-2020 is also carried out.

Keywords: advertising market, advertising activity, coronavirus pandemic, outdoor advertising, Internet advertising, contextual advertising.

УДК 371.14

ДИДАКТИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКТ «ИСТОРИЯ ГЛИНЯНОЙ ИГРУШКА САМАРСКОГО КРАЯ» В РАБОТЕ С ДЕТЬМИ 6-7 ЛЕТ

М.И. Тукмакова

*МБДОУ "Детский сад 160" г.о.Самара,
г.Самара, Россия*

Автор представляет дидактический комплект, работа с которым направлена на приобщение дошкольников в культурному наследию Самарского края. Представлен опыт реализации адаптированных приемов кейс-технологии в процессе ознакомления детей с самарской глиняной игрушкой.

Ключевые слова: дошкольное образование, этнокультурное образование дошкольников, педагогические технологии, народные традиции, самарская глиняная игрушка.

Дидактический комплект «История глиняной игрушки Самарского края» был разработан в рамках городской стажировочной площадки «Художественно-эстетическое развитие дошкольников в процессе приобщения к художественной культуре России и Самарского края» на базе МБДОУ «Детский сад № 160» г.о. Самара (2021 г.). Работа педагогов ДОУ в данном направлении пред-

полагает сформированность знаний об особенностях культуры Самарского региона, о культурном опыте, проживающих в крае народов, и направленность на приобретение «собственного инновационного опыта, умение обобщать и передавать его другим» [1. С.265].

В работе с комплектом применяются адаптированные приемы кейс-технологии, метода активного проблемно-ситуационного анализа, основанного на обучении путем решения конкретных задач-ситуаций (кейсов). При подготовке кейсов, мы учитывали три составляющих: наличие вопроса, присутствие загадки и наличие противоречия. Через использования кейс технологии в интересной и непринужденной форме дети приобщаются к культурному наследию Самарского края, происходит формирование у детей умения обследовать реальные предметы и игрушки, созданные по образцам археологических находок Самарского края, умение высказывать предположения, доказывать свою точку зрения, аргументировать ответ. Так же предполагается использование технология “Путешествие по «Реке времени»” (Н.А.Короткова)[1].

Дидактический комплект состоит из 7 кейсов, каждый из которых включает: вопросы и задания для детей, глиняные игрушки и предметы из глины, печатный материал (карточки, картинки, фото), глину (готовую к работе), оборудование для продуктивной деятельности. При разработке дидактического комплекта «История глиняной игрушки Самарского края» педагогами был создан макет карты Самарского края. На макете нанесены метки (разноцветные круги), которые обозначают населенные пункты. Огонек, отмечающий населенный пункт, остается гореть, при верном ответе на вопрос кейса.

Кейс №1 «Археологи» (угольки, камешки, палочки) предполагает поиск ответа на вопросы: «Использовал ли человек глину для изготовления предметов в доисторические времена? Сохранились ли до наших дней глиняные изделия того времени?» Вывод: Во времена мамонтов на земле Самарской жили древние люди; в Самарском крае обнаружена стоянка древнего человека, относящаяся к доисторической эпохе; археологи не нашли артефакты глиняных изделий.

Кейс № 2 «Каменный век» (фотографии с каменными наконечниками, с мегалитами, осколки глиняных предметов) помогает исследовать древнейший исторический период в истории человечества. Детям задаются следующие вопросы: «Что научился делать человек в каменном веке из камня? Из какого материала эти черепки? Можно ли собрать из черепков первоначальный пред-

мет? Сохранились ли глиняные игрушки того времени?» Археологи не нашли артефакты глиняных изделий. Огонек города Самара остается гореть, напоминая нам о том, что во времена мамонтов на земле Самарской жили древние люди

Кейс № 3 «Медный век» (макет костра в коробочке с песком, сосудами яйцевидной и баночной формы, палочки, стеки, глиняные дощечки, влажные салфетки, клеенки защитные) отправляет детей в путешествие в медный век. Дошкольники, исследуя содержимое кейса, совершают поиск ответов на вопросы: «Какой формы были первые глиняные сосуды и почему? Какие предметы из глины научился делать человек в медном веке? Почему древнему человеку было удобно пользоваться сосудом яйцевидной формы? Каким орнаментом украшали сосуды с яйцевидным дном?» Детям предлагается нанести прочерченный орнамент на глиняные дощечки. В результате делается вывод о том, что в каменном веке человек украшал сосуды прочерченным орнаментом, который наносил палочкой. На макете огонек остается гореть, отмечая село Виловатое, где были найдены сосуды яйцевидной формы с прочерченным орнаментом.

Кейс № 4 «Какой бывает глина и как она стала очень прочной» включает баночки с разными состояниями глины, глина (порошок, сухая, влажная), два глиняных сосуда, один из которых обожжен в печи, фото глиняных сосудов из археологических находок, фото печи для обжига, молоточек, маски для глаз защитные. Детей просят ответить: «Из какого материала изготовлены сосуды? Почему, найденные археологами древние сосуды из глины хорошо сохранили свою форму? Почему сосуды имеют разную прочность, хотя оба выполнены из глины? Как люди научились придавать сосудам особую прочность?». Делается вывод: для того, чтобы придать предметам из глины прочность, человек в древности начал обжигать их в печи. Огонек на макете карты остается гореть, отмечая Селище Михайло-Овсяновское, где археологи нашли приспособления для обжига глины.

Кейс №6 «О каком кувшине говорят: «Родился под песню гончара?»» состоит из следующего оборудования: кувшин из глины ручной лепки, кувшины, изготовленные на гончарном круге, видеоролик «Гончар и гончарный круг». Основной вопрос кейса: «С помощью какого предмета человек научился изготавливать такую посуду?». Ответы кейса: ровные красивые предметы человек научился создавать с помощью гончарного круга в старину. Огонек желтого цвета остается гореть на карте Самарского края, обозначая селенье Лбище, где археологи нашли гончарный круг и много гончарных изделий первых славянских племен.

Кейс № 6 «Можно ли утверждать, что это старинная самарская игрушка?» предполагает наличие первоначальных представлений детей о русских народных промыслах. Кейс состоит из коробки с игрушкой (созданной в стиле дымковской игрушки «Спорщица», авторы Е.А.Пенкина (лепка), Е.И.Кросс (1935)), изображения первых поселений славян.

Вопрос кейса: «Можно ли утверждать, что это старинная самарская игрушка?». Педагог просит рассмотреть игрушку (одежду, цвет) и задает наводящие вопросы: «К какому времени можно отнести ее изготовление – к древности, старине или нашему времени?»

Делает вывод: такие игрушки создали старинные мастера; это не самарская игрушка; оборки и узоры напоминают дымковскую игрушку. Огонек красного цвета остается гореть, определяя расположение селения Муромский городок, куда на ярмарку везли товар из других земель, и привозили разные игрушки. Уточняется, что муромские мастера не изготавливали игрушки на продажу.

Кейс № 7 «О какой авторской игрушке говорят «душа Самары» представляет глиняные игрушки различных народных промыслов, «цветовые карты» к данным промыслам, карточки «Орнаменты русской глиняной игрушки», коллекцию самарских глиняных игрушек.

Детям задается основной вопрос: «Какие игрушки созданы самарскими мастерами?» Делается вывод о том, что самарская глиняная игрушка создается мастерами нашего времени; она не ярко окрашена и украшена растительным орнаментом. Огонек синего цвета остается гореть. Потому что все верно и Самарская игрушка появилась в конце прошлого столетия.

Таким образом, применение адаптированных приемов кейс-технологии позволяет представить детям дошкольного возраста сведения об историческом и культурном наследии Самарской области, сформировать исследовательских интерес к изучению родного края.

Список использованных источников.

Карникова О.П. Этнокультурная компетентность руководителя коллектива народного художественного творчества // Модернизация культуры: от культурной политики к власти культуры. Материалы IV Международной научно-практической конференции. 2016. С.264-267.

Тукмакова М.И. Из опыта применения технологии “Путешествие по «Реке времени»” в познавательном развитии дошкольников // В сборнике: Образование в России и актуальные вопросы современной науки. Сборник статей Всероссийской научно-практической конференции. 2018. С.224-226.

DIDACTIC KIT "THE HISTORY OF THE CLAY TOY OF THE SAMARA REGION" IN THE WORK WITH CHILDREN 6-7 YEARS OLD

M. I. Tukmakova

*MBCEI "Kindergarten 160" Samara,
Samara, Russia*

The author presents a didactic set, the work with which is aimed at introducing preschoolers to the cultural heritage of the Samara region. The experience of implementing adapted techniques of case technology in the process of familiarizing children with the Samara clay toy is presented.

Keywords: preschool education, ethno-cultural education of preschool children, pedagogical technologies, folk traditions, Samara clay toy.

УДК 331.103.32

ОПТИМИЗАЦИЯ ЗАТРАТ РАБОЧЕГО ВРЕМЕНИ

О.В. Ушаков, С.А. Хашукаева

ФКОУ ВО «Академия права и управления Федеральной службы исполнения наказаний», г. Рязань, Россия

В данной статье рассматриваются вопросы оптимизации затрат рабочего времени на персонал. Не столь специфичный, а уже довольно обыденный характер носит проблема потерь рабочего времени, с которой на протяжении продолжительного времени борются и российские, и зарубежные компании. В современных условиях оценка затрат рабочего времени на персонал с последующей их оптимизацией является одним из актуальных и приоритетных направлений.

Ключевые слова: затраты рабочего времени, оптимизация затрат, фотография, автоматический анализ рабочего времени, система учета рабочего времени.

Анализ использования рабочего времени является важной составной частью аналитической работы на предприятии. На этих данных основывается процесс нормирования труда учет времени изготовления деталей и т.д. важность данной темы подчеркивает роль рационального использования рабочего времени, определение и сокращение непроизводительных затрат рабочего времени, а так же выявление резервов рабочего времени, анализ производительности труда и оценка эффективности использования трудовых ресурсов.

Рассмотрение данного вопроса необходимо начать с самого работника. Зачастую каждый работник самостоятельно определяет, какие задачи для него приоритетны в настоящий момент, при

этом он не учитывает, что от данного решения зависит технологический процесс или работа другого человека.

Одной из распространенных причин потери времени выделяется в том, что руководитель не умеет грамотно ставить задачи своим подчиненным или не корректно расставляет приоритеты их выполнения [5]. Один из распространенных примеров, когда сотрудник часто получает несколько разнородных заданий подряд, и ему необходимо начинать новую работу, не закончив с предыдущей.

В российском законодательстве определено, что суммарное время отведенное на работу не должно превышать 40 часов в неделю (ст. 91 ТК РФ) при этом в силу обстоятельств и условий данное значение может изменяться как в большую сторону (сверхурочная работа), так и в меньшую (работа в опасных условиях). При этом многие руководители считают, что рабочее время это время отведенное исключительно для работы забывая о том, что в Трудовом кодексе России указано, что в рабочие часы включены и нормы отдыха (ст. 106 ТК РФ).

Весь рабочий день любого сотрудника делится на несколько условных частей:

- подготовительно–заключительное (время, которое затрачивает сотрудник на подготовку документации, инструмента или оборудования в случае производства, поиск информации, например, если работа творческая и т.д.);

- оперативное (время непосредственного выполнения рабочих заданий, которое больше чем все остальные промежутки времени);

- обслуживание рабочего места (включает в себя техническое и организационное. На примере офиса: техническое – это время, например, на замену картриджа или пополнение бумаги в принтере. Организационное – это элементарная раскладка всего необходимого на рабочем столе, то есть поддержание порядка в течение выполнения задач);

- отдых и личные нужды (главная цель этой категории затрат – поддержание работоспособности и личной гигиены персонала;

- регламентированные перерывы (законный обед, пятиминутки отдыха, которые приняты в компании, позволены всем в равной степени и обычно прописаны в трудовом договоре или правилах внутреннего распорядка).

По данным исследований [2], из 40 стандартных рабочих часов в неделю рядовой сотрудник 14–16 тратит на личные нужды. 80% работников хотя бы раз в год уходят с работы «по делам». И даже находясь физически на своем рабочем месте, далеко не все занимаются своими трудовыми обязанностями: 43% проверяют

почту не менее получаса в день; 41% тратят 30 минут на разговоры с коллегами и дополнительные чаепития; 67% минимум час в день просиживают в социальных сетях; 87% ищут в Сети информацию для собственных нужд или разговаривают по телефону на отвлеченные темы не менее 40 минут в день; 10% просто прокрастинируют. Примерно час от рабочего времени.

Впечатляющие цифры, которые напрямую влияют на производительность и выручку любой компании.

При анализе трудовых и производственных процессов, а так же разработке или переоценки норм труда необходимо определить, где и какие затраты рабочего времени могут являться необходимыми, где они должны регламентироваться или должны быть включены в норму, а какие могут быть отнесены к излишними, нерациональными затратами или потерям.

С целью выявления затрат рабочего времени чаще всего используются следующие методы:

1) Фотография рабочего дня. Данный метод позволяет определить потрачено рабочее время, выявить потери времени и причины вызвавшие их. Наметить план по сокращению, выявленных потерь, определить сбалансированную формулу рабочего времени, а так же позволит провести перераспределение нагрузки внутри коллектива. [3]. Общепринято выделять несколько видов фотографий рабочего дня (самофотография, индивидуальная и групповая фотография). При этом все они имеют свои достоинства и недостатки: самофотография экономична с точки зрения финансовых затрат, когда, например, для индивидуальной нужно привлечь дополнительные кадровые или технологические ресурсы; индивидуальная фотография рабочего времени более точна с позиции объективности данных, когда самофотография может давать приукрашенную информацию; групповая отлично выполняет контрольную функцию, но не дает понимания, кто из сотрудников становится «точкой опоры» команды.

2) Автоматический анализ рабочего времени. Чаще всего в литературе встречается освещение этого вопроса, как учет времени проведенного работником на предприятии. При этом учитывается время проведенное внутри предприятия и в подразделениях по пропускам. Такой подход не позволяет полностью составить и проанализировать фотографию рабочего дня. При работе с фрилансерами или сотрудникам находящимися на удаленной работе применяются приложения для отслеживания работы в различных программах на компьютерах. В случае если работа выполняется на производстве более детальную картину дает учет и хронометраж по видео записям с применением нейронных сетей.

3) Выявление непродуктивного времени – одна из самых глобальных задач любого бизнеса. Зачастую, когда команда перестает справляться с привычным объемом работы, первая мысль – расширить штат, но практика показывает [4] не всегда дело в том, что рабочих рук не хватает, чаще – эффективность снижается за счет большого количества отвлечений и непродуктивного использования рабочего времени. Для выявления непродуктивного времени существует система учета рабочего времени, которая позволяет увидеть: кто и во сколько приходит (уходит) на работу, сколько времени тратит впустую, на что именно отвлекаются специалисты (даже находясь за своим персональным компьютером) и чем заняты сотрудники, когда покидают свое рабочее время (встречи с клиентами).

Программа оптимизации затрат рабочего времени должна строиться на основании реальных данных. Поэтому пошаговая инструкция оптимизации затрат рабочего времени выглядит так:

1. Для осознания проблемы необходим анализ ситуации с реальными данными отражающие проблемы использования рабочего времени. Все сотрудники должны быть ознакомлены с программой оптимизации, чтобы предстоящие мероприятия не вызвали шок или негативные реакции.

2. Диагностика строится на анализе ситуации по реальным данным отражающие проблемы. В процесс распознавания проблемы и выявления её причин возможно прибегнуть к экспертной оценке или сравнению данных с признанными передовиками отрасли. Выявленные причины необходимо обозначить и обсудить с коллективом.

3. Принятие решений возможно при обсуждении выявленных проблем. Не всегда решение проблемы заключается в недостатке кадров или его избытке. Иногда бывает достаточно провести перераспределение работ или нагрузки внутри коллектива для повышения производительности труда.

Применение данных инструментов получения информации для анализа и оптимизации рабочего времени сотрудников, а также корректировки ведущихся работ не только позволит принять оптимальные управленческие решения в отношении расстановки кадров, формирования и изменения рабочего штата, корректировок должностных инструкций, но и будет хорошим подспорьем при формировании грамотной, эффективной кадровой политики организации.

Список использованных источников.

1. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 № 197–ФЗ (ред. от 01.04.2019) [Текст] // Собрание законодательства РФ. – 07.01.2002. – № 1 (ч. 1). – Ст. 91.

2. Березина Е.А. Минута на себя [Электронный ресурс] / Российская газета Федеральный выпуск № 196, 2019. – Режим доступа: <https://rg.ru/2019/09/03/issledovanie-sotrudniki-teraiut-v-nedeliu-14-chasov-rabochego-vremeni.html>

3. Кейс: как повысить эффективность работы промышленного предприятия [Электронный ресурс]/ 21 мая 2020/ Режим доступа: <https://infomaximum.com/news/kejs-kak-povysit-effektivnost-rabo/>

4. Поворина Е.В Пути повышения эффективности рабочего времени сотрудников предприятия [Электронный ресурс] /Материалы Афанасьевских чтений, 2016. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/puti-povysheniya-effektivnosti-ispolzovaniya-rabochego-vremeni-sotrudnikov-predpriyatiya/viewer>

5. Митина Н. Н., Петрюкова К. А. К вопросу оптимизации затрат на персонал организации [Электронный ресурс]/ЭКОНОМИНФО/ 2018/Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-optimizatsii-zatrat-na-personal-organizatsii/viewer>

OPTIMIZATION OF WORKING TIME COSTS

O.V. Ushakov, S.A. Khashukaeva

FSEI HE "Academy of Law and Management of the Federal Penitentiary Service", Ryazan, Russia

This article deals with the optimization of working time costs for personnel. The problem of the loss of working time is not so specific but rather common, and both Russian and foreign companies have been struggling with it for a long time. To date, there are several different approaches to the optimization of staff costs. In modern conditions the estimation of working time costs for personnel with their subsequent optimization is one of the urgent and priority directions.

Keywords: working time costs, cost optimization, photography, automatic analysis of working time, working time accounting system.

УДК 332.01

ЦИРКУЛЯРНАЯ ЭКОНОМИКА: ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕХОДА ОТ ЛИНЕЙНОЙ ЭКОНОМИКИ К ЭКОНОМИКЕ ЗАМКНУТОГО ЦИКЛА В РОССИИ

М.А. Фидря

*ФГБОУ ВО «Нижевартовский государственный университет»,
г. Нижневартовск, Россия*

Концепция циркулярной экономики активно набирает популярность. Внедрение характерных для циркулярной экономики бизнес-моделей и процессов обладает важным потенциалом для решения острых

проблем исчерпания ресурсов и образования отходов, а также достижения устойчивого развития. В данной статье рассматривается постепенный переход Российской экономики – от линейной экономики до «зеленой экономики», а также проблемы внедрения экономики замкнутого цикла в современные бизнес-модели.

Ключевые слова: линейная экономика, циркулярная экономика, устойчивое развитие, замкнутый цикл.

Впервые понятие циркулярной экономической системы встречается в работах 1960-х годов, в связи с переходом от индустриального к постиндустриальному обществу, главной особенностью которого является – технический и технологический прогресс. Благодаря этому, появилась возможность модернизировать формы и методы производства. А также, повысить информированность населения о внешних негативных эффектах, при производстве и потреблении, на окружающую среду.

Целью данного исследования стало выявление проблем перехода от линейной экономической системы к экономике замкнутого цикла. В соответствии с данной целью, были поставлены следующие задачи:

- Характеристика развития циркулярной экономики в России
- Выявить ряд проблем, с которыми сталкивается Российское общество при переходе к экономике замкнутого цикла.

Некоторое время назад было положено начало практике замещения первичных ресурсов – вторичными, которые были получены при переработке ресурсов. Именно так, линейная модель преобразовывается в модель повторного использования ресурсов. Но даже при этом частичная переработка отходов в условиях серьезной ограниченности природных ресурсов и увеличения количества населения не поможет в этих рамках решить настолько глобальную проблему, а также проблему безопасного и наиболее эффективного обращения с отходами, которые не подлежат обработке. Схема экономики с перерабатывающим циклом представлена на рисунке 1.

Схема экономики с перерабатывающим циклом показывает производственный процесс, который заключается в том, что переработка отходов все-таки происходит, но остаются не переработанные отходы, это и есть главное отличие данной экономической системы от циркулярной. В свою очередь, схема циркулярной экономики предполагает системный пересмотр линейной экономики, трансформируя производство, потребление и переработку в единый замкнутый цикл. Что позволит сохранить и снизить потребление природных ресурсов, капитала, а также труда. Модель циркулярной экономической системы, которая основывается на полной переработке отходов производства, представлена на рисунке 2.

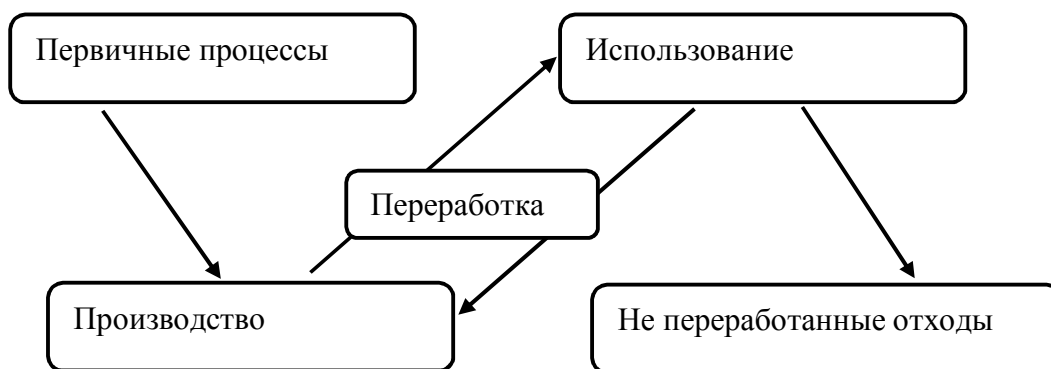


Рисунок 1 - Схема экономики с перерабатывающим циклом [1]



Рисунок 2 - Структура циркулярной экономики

Циркулярная экономика, прежде всего, это понимание того, что отходы являются ценным ресурсом, который играет значительные роли в сферах: экономики и экологии.

В России структура устойчивого развития, а также «зеленой экономики» активно изучается научными сообществами. Но принципы циркулярной экономики до конца не осознаны, ни государством, ни бизнес-сообществами, а об ее внедрении и изучении мало что, можно сказать. Проникновение замкнутых бизнес-моделей затруднено из-за негласного эффекта «колеи», что сравнивается с дешевизной ресурсов, а также присутствуют общие барьеры, связанные с потребительскими предпочтениями удобства и статуса. [2]

Концепция бережливого производства учитывает устранение потерь. Потери, связанные с неэффективной организацией труда, могут возникать из-за дублирования функций, отсутствия разделения и кооперации труда; необоснованных перемещений и неорганизованного рабочего пространства; нерационального использования рабочего времени. [4]

Необходимость преобразования Российской экономики в циркулярную модель экономической системы – неизбежна. Благодаря глобальной перестройки экономики, появятся такие преимущества, как:

- Уменьшение издержек производства
- Более положительное воздействие бизнеса на экологию
- Увеличение репутации компаний
- Рост торговых и инвестиционных потоков и т.д.

В последнее время в России были приняты законодательные нормы, которые стимулируют модернизацию в сторону циркулярной экономики и формирование соответствующей инфраструктуры. В 2017 году была принята «Стратегия развития промышленности по обработке, утилизации и обезвреживанию отходов производства и потребления», стимулирующая вовлечение в производственный цикл вторичного сырья. Также в январе 2019 года вступили в силу нормы Федерального закона №219-ФЗ, который направлен на совершенствование системы регулирования в области охраны окружающей среды и внедрение наилучших доступных технологий.

Все вышеперечисленные реформы в сфере отходов были осуществлены учитывая опыт стран Евросоюза, но при этом приоритетным направлением развития данной индустрии – различны.

Даже, невзирая на активные продвижения по реформированию системы обращения с отходами и положительные изменения Россия остается на уровне линейной экономики. Сбор с каких-либо действий в сфере экологии, в первую очередь, течет в доходы федерального бюджета, а уже оттуда, в большей мере, формируются различные фонды финансирования менее постоянных структур обращения с отходами. Важнейшие из ролей в процессе развития циркулярной модели экономики России играют такие субъекты, как: в первую очередь, государство, а также предприятия, организации, местные органы власти, и немалую роль играет население. Как уже было замечено – для совершенствования ситуации с экологией следует, вносить изменения в сфере стимулирования инвестиций. Государству следует вводить специальные сборы за увиливание от использования данной модели. Совершенствования циркулярной модели в России окажет только положительный эффект на Российскую экономику, в целом.

Стандартными причинами затормаживания развития циркулярной экономики в России являются, процесс финансирования, недостаточная осведомленность населения о последствия экологических проблем, неэффективное регулирование налоговой системы, дефицит умения перспективной работы.

В связи с этим, государственным органам России следует предпринимать меры по комплексному внедрению циркулярной модели экономики. Акцентируя внимание на долгосрочные функционирования экосистем. Данная экономика основывается на

принципах системного мышления, которые заключаются на понимании необходимости решения серьезных экологических проблем. Цикл циркулярной экономики – бесконечен. Благоприятное будущее нашей планеты зависит именно от умения быстро приспосабливаться к особенностям экологии.

Внедрение технологий бережливого производства в практику российских организаций осуществляется уже давно. Бережливое производство базируется на принципах, которые особо актуальны в кризисном состоянии экономики, направлены на всестороннее снижение потерь и не предполагают инвестиции для более полного удовлетворения потребительских требований к качеству продукции. [1]

Учитывая природно-ресурсный потенциал России – экологические и экономические выгоды от масштабирования и применения циклических бизнес-моделей велики. Тем не менее, барьеры вместе с серьезными ограничениями и производственным отставанием, а также пассивное вмешательство государства, предпринимателей и потребителей с внушительной вероятностью к стабилизации неэффективному ресурс обеспечению и комплексного искажения в сторону добывающих и обрабатывающих производств. Что приведет к экономическим и экологическим потерям, а наряду с более развитыми странами это может привести к – социальным угрозам для уровня жизни населения и неравенства в России, конкурентоспособности продукции на мировом рынке и перспектив развития, в целом. [5] Смягчить риски угроз могут такие факторы, как: структурная перестройка, справедливая оценка стоимость природных ресурсов, проектировка циркулярных продуктов, а также стимулирование технологических изменений.

Список использованных источников.

1. Волкова, И. А. Обучение персонала организаций малого и среднего бизнеса в контексте бережливого мышления / И. А. Волкова, И. Ф. Ежукова // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2017. – № 6(67). – С. 177-183.
2. Переход к циркулярной экономике и замкнутым цепям поставок как фактор устойчивого развития [Электронный ресурс]. – URL: <http://vestnik.spbu.ru/html17/s05/s05v2/03.pdf> (дата обращения: 23.05.2021г.)
3. Циркулярная экономика как инструмент устойчивого развития России [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsirkulyarnaya-ekon..> (дата обращения: 23.05.2021г.)
4. Волкова, И. А. Управление малым и средним бизнесом в рамках концепции "бережливый регион" / И. А. Волкова // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2018. – № 1(68). – С. 99-106.
5. Циркулярная экономика как инструмент устойчивого развития России [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsirkulyarnaya-ekon..> (дата обращения: 23.05.2021г.)

CIRCULAR ECONOMY: PROBLEMS OF TRANSITION FROM A LINEAR ECONOMY TO A CLOSED-CYCLE ECONOMY IN RUSSIA

M.A. Fidrya

*FSBEI HE «Nizhnevartovsk State University»,
Nizhnevartovsk, Russia*

The concept of a circular economy is rapidly gaining popularity. The introduction of business models and processes characteristic of the circular economy has an important potential for solving the acute problems of resource depletion and waste generation, as well as achieving sustainable development. This article examines the gradual transition of the Russian economy – from a linear economy to a "green economy", as well as the problems of introducing a closed-loop economy into modern business models.

Keywords: linear economy, circular economy, sustainable development, closed cycle.

УДК 658

МАРКЕТИНГ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Р.А. Филиппов, О.Н. Пушкарев

*ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический
университет», г. Казань, Россия*

Вступление маркетингового и рекламного подхода к решению проблем управления производством имеет особое значение для компании, ее рост и развитие с целью обеспечения конкурентных позиций на рынке в условиях быстро меняющихся рыночных условий. За относительно короткий промежуток времени отношение к маркетингу как к одной из важнейших концепций управления бизнесом в России резко изменилось: с началом реформирования российской экономики популярность маркетинговых идей среди менеджеров бизнеса возросла.

Ключевые слова. Маркетинг, маркетинговый контроль, управление, предприятие, экономика.

Переход российской экономики к новой постиндустриальной цивилизации сопровождается качественными изменениями в экономической жизни нашей страны. Поэтому во время переходного периода следует осуществить процесс создания качественно нового механизма управления и новой производственной базы. Достижение этих целей требует ряда мер по поддержке производства.

Вступление маркетингового и рекламного подхода к решению проблем управления производством имеет особое значение для ком-

пании, ее рост и развитие с целью обеспечения конкурентных позиций на рынке в условиях быстро меняющихся рыночных условий. За относительно короткое время отношение к маркетингу как к одной из важнейших концепций управления бизнесом в России резко изменилось: с началом реформирования российской экономики популярность маркетинговых идей среди менеджеров бизнеса возросла.

Термин "маркетинг" (от английского market - рынок) описывает деятельность в сфере рынка, сбыта. Однако это более широкое понятие. Главное в маркетинге - это взаимодополняющий подход - тщательное и всестороннее изучение рынка, а также активное воздействие на него, формирование потребностей и предпочтений потребителей. Связать производителей и потребителей, помочь им найти друг друга - вот главная цель любой маркетинговой деятельности. Итак, маркетинг - это вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение нужд и потребностей путем обмена. Потребности людей практически безграничны, а ресурсы для их удовлетворения ограничены. Человек выберет товар, который в рамках финансовых возможностей принесет ему наибольшее удовлетворение. Все товары, которые могут удовлетворить потребности заказчика, называются ассортиментом. Чем лучше товар соответствует потребностям потребителя, тем успешнее будет производитель. Он должен найти потенциальных клиентов, выяснить их потребности, а затем создать товары, которые максимально полно удовлетворяют эти потребности.

Управление маркетингом - организация и управление маркетинговой системой в компании, включая управление анализом, планированием, исполнением и контролем деятельности для достижения целей компании, а также обмена с целевыми потребителями с целью достижения необходимого уровня продаж, прибыли и доля рынка.

Как часть маркетинговой можно выделить отделы маркетинговых исследований товарной политики, продаж, стимулирования сбыта, цен, услуг и т.п., одновременно большой комплекс маркетинговых мероприятий планируется и проводится совместно Службой маркетинга и другие отделы и службы. На этапе исследований и разработок, подготовки и разработки производства новой продукции главный конструктор, технолог и отделы маркетинга совместно определяют типы и параметрические товарные линии, основные технико-экономические характеристики товаров, разрабатывают планы НИОКР, предложения методы испытаний, рассчитать потенциальную конкурентоспособность продукции и тому подобное. На фазе производства служба маркетинга участ-

ует в создании производственного плана, контроле и анализе качества продукции. Вместе с плановым, экономическим и финансовым отделами устанавливаются экономически выгодные ограничения цен, затрат и тарифов.

Организация службы маркетинга должна обеспечивать эффективную координацию маркетинговой деятельности, взаимодействие всех подразделений и сотрудников отдела маркетинга и других подразделений, быть достаточно гибкой и своевременно реагировать на изменения рынка. В то же время, не должно быть сложно и дорого исключать двойные функции, внутреннюю конкуренцию и конфликты. Организационная структура службы маркетинга должна быть направлена на конечного потребителя и соответствовать масштабу деятельности компании, структуре и характеристикам рынка сбыта.

Следует подчеркнуть, что стратегии российских предпринимателей в регионах страны существенно отличаются через разный уровень доходов населения и емкость рынка. Вопросы платежеспособности населения, зависят от уровня жизни людей, требуют тщательного изучения. Низкий уровень дохода требует соблюдения только пассивной маркетинговой стратегии, использование относительно низкой цены как инструмента борьбы за потребителя, часто с низким качеством продукции.

Особенностью современного понимания маркетинга является то, что удовлетворение потребностей не только за счет предоставления товаров и услуг, но через предоставление ценностей, то есть целого комплекса материальных и эмоциональных выгод для потребителя.

Таким образом, эти определения позволяют понять основные принципы и цели, лежащие в основе организации любой маркетинговой деятельности. Основной целью маркетинга, как ее понимают сегодня, является предоставление возможности компании осуществлять сбыт, необходимый ей, чтобы быть выгодным и финансово устойчивым. С этой целью компания проводит: анализ потребностей и возможностей рынка и на этой основе разрабатывает соответствующий товар, цену, политику сбыта и коммуникации.

Таким образом, можно отметить ряд особенностей российского стратегического маркетинга:

- большое количество переменных факторов окружающей среды;
- сужение горизонта стратегического планирования;
- необходимость разработки альтернативных вариантов стратегических планов развития компании;
- адаптировать цели и стратегии в новой ситуации.

В различных отраслях и сферах российской экономики введение в маркетинг неодинаково. Производственные компании сталкиваются с особым вызовом в усвоении маркетинга. В компании не существует единого механизма реализации маркетинга, который учитывает особенности внешней и внутренней сфер российских форм, особенности конкурентной борьбы отечественных

Реализация маркетинговой концепции на предприятии требует создания соответствующей службы маркетинга. Без такой услуги, которая обеспечивает исследования рынка для изучения перспектив спроса, требований потребителей к товару и его свойств, а также тенденций этих требований под влиянием различных факторов, производителям трудно конкурировать. Основной целью функционирования маркетинговых служб является подчинение всей хозяйственной и коммерческой деятельности компании законам существования и развития рынка. В этом заинтересованы как производители, так и потребители продукции.

Поэтому для эффективного функционирования компании в опасных условиях во внешней среде необходимо внедрить на предприятии систему маркетинга. Система маркетинга кажется самой концепцией управления, и в этой форме она имеет двусторонний и взаимодополняющий подход к производственной проблеме. С одной стороны, это тщательное и всестороннее изучение рынка, спроса, предпочтений и потребностей, а также согласование производства с ними. С другой стороны, он активно влияет на рынок и существующий спрос, на формирование потребностей и предпочтений.

Таким образом, маркетинговый контроль является действительным инструментом повышения эффективности маркетинговой и хозяйственной деятельности компании. Целью маркетингового контроля является получение информации о закономерности и особенности развития рынка и соответствие деятельности компании потребностям потребителей.

Список использованных источников

1. Моисеенко Ж. Н. Роль маркетинга в управлении предприятием // Ж. Н. Моисеенко, К. В. Семилякова, Ю. В. Луганская // Новая наука: современное состояние и пути развития. – 2015. – № 6. – 173 с.

2. Романович В.К. Гусакова Е. Д. Маркетинговая среда и ее влияние на коммерческую деятельность предприятия. Выбор маркетинговых стратегий на предприятии в условиях конкуренции. Молодежь и наука: развитие творческого потенциала. Международная студенческая научно-практическая конференция. РУК., М., 2016. - 52-160 с.

3. Пушкарев О.Н. Качество продукции, психология потребителя и современный маркетинг. Вестник экономики, права и социологии, 2019, № 4, с. 55-58.

MARKETING IN THE MANAGEMENT SYSTEM OF THE ENTERPRISE

R.A. Philippov, O.N. Pushkarev

*FSBEI HE «Kazan State Power
Engineering University», Kazan, Russia*

The introduction of a marketing approach to solving production management problems is of particular importance for the company, its growth and development in order to ensure a competitive position in the market in a rapidly changing market environment. In a relatively short period of time, the attitude to marketing as one of the most important concepts of business management in Russia has changed dramatically: the beginning of the reform of the Russian economy, the popularity of ideas among marketing business managers.

Keywords. Marketing, marketing control, management, enterprise, economics.

УДК 65.013

СОЦИАЛЬНЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ КАК ПРЕИМУЩЕСТВО УСПЕШНОГО РУКОВОДИТЕЛЯ

А.А. Хасаева¹

*ФГБОУ ВО «Нижневартковский государственный университет»,
г. Нижневартовск, Россия*

В статье рассмотрена проблема социального интеллекта у людей, профессиональная деятельность которых связана с управлением коллектива. Успех руководителя в значительной степени зависит от уровня социального интеллекта. Социальный интеллект – это способность понимать поведение человека.

Ключевые слова: социальный интеллект, успешный руководитель, преимущество, профессионализм, профессиональная деятельность, межличностное взаимодействие.

На сегодняшний день возрастает роль социального интеллекта в успешной профессиональной деятельности руководителя для высокоэффективного межличностного взаимодействия в организации. Руководителю необходим социальный интеллект, так как руководитель имеет дело, в первую очередь, не с предметами или явлениями природы, где общий интеллект может помочь ему во всех когнитивных психических процессах (восприятие, внимание, ощущение, мышление, память), а с людьми. В связи с этим ему

¹ Научный руководитель: Тагилова А.В. Старший преподаватель кафедры «Коммерции и менеджмента»

необходимо адекватное понимание и восприятие людей, что и зависит от уровня развития социального интеллекта. На практике во многих современных российских организациях наблюдается противоречие между в целом высоким уровнем развития интеллекта и сложностями, часто встречающимися при формировании отношений с сотрудниками, партнерами и клиентами. Решение этого противоречия заключается, в том числе, в повышении уровня социального интеллекта руководителя.

Целью является изучение влияния социального интеллекта на профессиональную успешность руководителей.

Для достижения поставленной цели предстоит решить следующие задачи:

1. Изучить основные теоретические аспекты социального интеллекта.
2. Определить критерии успешности руководителя.
3. Изучить взаимосвязь уровня развития социального интеллекта руководителя с его успешностью.

Что же такое социальный интеллект? Понятие «социальный интеллект» связано с именем психолога из Колумбийского университета Э. Торндайка. По мнению Эдварда Торндайка, социальный интеллект – способность человека адекватно понимать свое поведение и соответственно реагировать на поведение других людей в малой группе, организации и обществе в целом [4]. Социальный интеллект необходим для эффективного межличностного взаимодействия и успешной социальной адаптации. Социальный интеллект – это сложная психологическая структура, которая включает в себя способность понимать намерения, чувства и эмоциональные состояния человека посредством вербальных и невербальных выражений. Без него невозможны социальная адаптация, межличностное взаимодействие и успех, так как эффективность работы сотрудников снижается, что сопровождается разрывом между стратегическими установками, миссией организации и ее практической деятельностью, снижением инновационной активности, дестабилизацией психологического климата коллектива и снижением производительности труда [7].

Известные зарубежные и отечественные ученые-психологи занимались изучением социального интеллекта. Так, основанию содержания и функций социального интеллекта посвящены работы зарубежных авторов таких как: Э. Торндайка (1920), Г. Олпорта (1937), Дж. Гилфорда (1967), М. Салливена (1967), Д. Китинга (1980), М. Форда (1983), М. Тисак (1983) и др.

В отечественной психологии существенное место в своих исследованиях данной проблеме уделили: Смирнова (1982), А.А. Кидрон (1983), А.Л. Южанинова (1984), Ю.Н. Емельянов (1987),

Н.А. Аминов (1992), М.В. Молоканов (1992), Н.А. Кудрявцева (1994), М.Л. Кубышкина (1997), Г.П. Геранюшкина (2001), В.Н. Куницына (2003) и др.

Преимущественно зарубежные исследователи социального интеллекта делают акцент на способности понимать других людей, предсказывать их поведение или на социально полезную адаптацию как приспособлении к жизни в обществе. Тем временем в отечественных трудах под социальным интеллектом понимается способность к осуществлению рациональных мыслительных операций, объектом которых является процесс межличностного взаимодействия; способность понимать себя и других людей, их отношения и предсказывание их поведения; система интеллектуальных навыков, связанная со знанием поведенческой информации; когнитивная основа коммуникативной компетенции.

Существует взаимосвязь успеха руководителя с его социальным интеллектом. Так, например, аргентинский ученый К. Фернандес-Араоз, один из самых влиятельных мировых экспертов по подбору руководящих кадров, проводил многолетние исследования, которые связаны с назначениями на высшие руководящие должности. Все кандидаты на должности обладали такими чертами характера как работоспособность, самодисциплина, уверенность и высокий уровень умственного интеллекта. В результате исследования выяснилось, что со временем многие из них не добились успешности в карьере и потеряли высокие должности из-за отсутствия социальных навыков [8].

Успешность – способность и умение достигать успеха [1]. Существует три критерия профессионального успеха руководителя: управленческая компетенция, лидерская компетенция, а также индивидуально-психологические особенности [2].

1. Управленческая компетентность. Управленческие навыки – это навыки и знания, которые позволяют руководителю эффективно управлять системой, процедурами и сотрудниками для достижения целей организации.

2. Лидерская компетенция. Лидерская компетенция – это навыки и знания, которые позволяют руководителю ставить стратегические цели, показывать направление и устанавливать ориентиры на будущее и мотивировать персонал.

3. Индивидуально-психологические особенности. Третий компонент является элементом в структуре профессиональной успешности современного менеджера, который можно определить, как фактор определяющий лидерскую компетенцию и управленческую, то есть индивидуально-психологические особенности. К ним относятся самооценка, ключевые ценности, тип мышления,

характер, темперамент, и установки, характеризующие потенциал индивида [6].

Исследование Л.Э. Кузнецовой и С.С. Чепрасовой, которое они описали в статье «Социальный интеллект как фактор успешности профессиональной деятельности менеджера» вызывает интерес и подтверждает связь между социальным интеллектом и успехом руководителя. Авторы исследования стремились определить степень влияния социального интеллекта на профессиональный успех руководителей. В процессе исследования использовались такие методы, как «Диагностика профессиональной компетентности и эффективности у руководителей разного уровня», «Определение уровня лидерского потенциала» Е. Жарикова и Е. Крушельницкого, а также метод исследования социального интеллекта. Дж. Гилфорда и О. Салливена [2].

Результаты этого исследования продемонстрировали значительную взаимосвязь между уровнем развитости социального интеллекта и профессиональным успехом руководителя. К тому же определилось, что социальный интеллект особенно важен в критических и стрессовых ситуациях, а также для мотивации сотрудников. Кроме этого, выяснилось, что 76% руководителей с высоким уровнем успешности профессиональной деятельности характерна склонность к лидерству.

В ходе исследования было выявлено, что руководители с высоким уровнем социального интеллекта более приспособлены к лидерству в критических ситуациях, не поддаваясь гневу, раздражительности, решать сложные проблемы. Умение сохранять спокойствие в критических ситуациях позволяет руководителям сохранять свой статус, а также находить индивидуальный подход к решению психологических и эмоциональных проблем в коллективе, что в свою очередь повышает уровень доверия подчиненных к руководителю в коллективе и позволяет использовать нематериальных мотивационных техник, эффективность которых намного превосходит денежную мотивацию сотрудников [2].

Для руководителей с высоким уровнем профессиональной успешности характерен средний уровень социального интеллекта. Руководители стремятся анализировать сложные ситуации взаимодействия людей, понять логику их развития. Путем логических умозаключений могут достраивать неизвестные, недостающие звенья в цепи этих взаимодействий, предсказывать, как человек поведет себя в дальнейшем, отыскивать причины определенного поведения. Высокий уровень социального интеллекта является важной составляющей успеха руководителя. Уровень развития социального интеллекта руководителя в значительной степени определяет особенности межличностного взаимодействия людей при

формировании группы и коллектива. Низкий уровень социального интеллекта характерен для менее успешных руководителей в своей профессиональной деятельности. В общении они больше сосредоточены на вербальном содержании сообщений, испытывают трудности при анализе ситуаций межличностного взаимодействия, следовательно, плохо адаптируются к разным типам отношений между людьми.

Подводя итог вышесказанному, можно сделать вывод, что социальный интеллект является преимуществом для успешного руководителя в профессиональной деятельности в XXI веке. Социальный интеллект является неотъемлемой чертой руководителя с высоким уровнем профессионального успеха. Это способность действовать человека в соответствии с ситуацией, создавать посредством общения атмосферу, наиболее способствующую успеху компании. Также необходимо отметить, что существует важная связь между показателями социального интеллекта и профессиональным успехом руководителя. Чем выше социальный интеллект, тем успешнее руководитель в своей профессиональной деятельности. Особое значение имеет влияние социального интеллекта на способность справляться в критических ситуациях и мотивацию поведения. Его отсутствие негативно сказывается на межличностных отношениях в коллективе и становится препятствием как для личностного развития, так и для эффективности деятельности организации, а также для продуктивной творческой работы всего коллектива. Следовательно, социальный интеллект является преимущественным качеством руководителя, который будет способствовать успеху организации.

Список использованных источников.

1. Козлов Н.И. Формула успеха, или Философия жизни эффективного человека. М.: АСТ-ПРЕСС, 2003. 304 с.
2. Кузнецова Л.Э., Чепрасова С.С. Социальный интеллект как фактор успешности профессиональной деятельности руководителя // Молодой учёный. – 2014. – №7. – С. 270–272.
3. Быков, А.В. Качества личности руководителя и успех деятельности/А.В. Быков. – М.: Изд-во УРАО, 2001. – 112 с.
4. Люсина, Д.В. Социальный интеллект: Теория, измерение, исследования/Д.В. Люсина. – М.: Наука, 2007. – 193 с.
5. Е.Н. Костарев, Ф.К. Ахмедзянова, Развитие социального интеллекта - путь к успеху / Научно-образовательный центр «Знание». 2017, с. 170-172.
6. Волкова, И.А. Планирование карьеры в современном профессиональном мире: Учебно-методическое пособие / И. А. Волкова, И. Ф. Ежуква. – Нижневартовск: Нижневартовский государственный университет, 2018. – 69 с.

7. Конкурентоспособность региона и организаций в новых экономических условиях / И.А. Волкова [и др.]. – Нижневартовск: Нижневартовский государственный университет, 2017. – 246 с.

8. Fernandez-Araoz C. Ignore Emotional Intelligence at Your Own Risk. Harvard Business Review. October 22. 2014. [Electronic resource]. URL: <https://hbr.org/2014/10/ignore-emotional-intelligence-at-you-own-risk> (date of access: 29.04.2021).

9. Goleman D., Boyatzis R. Social Intelligence and the Biology of Leadership. Harvard Business Review. Special Issue: The Brain Science Behind Business. January 2019. P. 54.

SOCIAL INTELLIGENCE AS THE ADVANTAGE OF A SUCCESSFUL LEADER

A.A. Khasaeva

*FSBEI HE «Nizhnevartovsk State University»,
Nizhnevartovsk, Russia*

The article deals with the problem of social intelligence in people whose professional activities are related to team management. The success of a leader largely depends on the level of social intelligence. Social intelligence is the ability to understand human behavior.

Keywords: social intelligence, successful leader, advantage, professionalism, professional activity, interpersonal interaction.

УДК 005.95

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СОЦИАЛЬНО- ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО КЛИМАТА В ТРУДОВОМ КОЛЛЕКТИВЕ

Д. Р. Хот

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

В статье представлены различные аспекты социально-психологического климата как элемента системы управления персоналом. В работе рассмотрены основные уровни совместимости, а также роль руководителя в создании благоприятного социально-психологического климата в трудовом коллективе.

Ключевые слова: трудовой коллектив, социально-психологический климат, руководитель, управление персоналом, психологическая совместимость.

Социально-психологический климат в коллективе – очень важный фактор для работоспособности. Благоприятный климат эффективно влияет на повышение работоспособности и качество

труда. Климат состоит из многих составляющих, одной из которых является окружающая обстановка: дизайн помещения, интерьер и т.п. На хорошее настроение и, безусловно, на здоровье влияет красивая и удобная мебель.[1]

По мнению некоторых экспертов, в ряду факторов, способствующих продуктивному процессу работы, благоприятный климат в коллективе занимает первое место по степени значимости. Актуальность проблем социально-психологического климата обуславливает необходимость формирования благоприятной атмосферы в коллективе с целью создания условий для полной реализации работниками своих способностей. Важно так же отметить, что различные предприятия предъявляют свои требования к системе управления персоналом, в зависимости от своей специфики. Важнейшее и основное условие эффективного функционирования любого предприятия – формирование комплексного подхода к системе управления персоналом, которая исходит из необходимости объединения функциональных составляющих этой системы по различным направлениям, в том числе и социально-психологическому.[3]

Немаловажную роль играет поведение самого руководителя трудового коллектива. Руководитель должен обладать такими характеристиками как принципиальность (единство слова и дела), дисциплинированностью, ответственностью не только по отношению к делу, но и к людям, активностью в межличностных отношениях, а также отзывчивостью и общественной энергичностью (умением заражать своей энергией других). Вышеперечисленные характеристики можно обобщить таким понятием как «организаторское чутье».[7]

Недопустимыми элементами поведения руководителя являются непоследовательность, неуважение интересов других, эгоизм, исключительный карьеризм, грубость по отношению к сотрудникам. Компетентный организатор совместной деятельности выполняет в коллективе ряд функций. Во-первых, это функция интеграции личностей через ознакомление их с общей задачей, определение условий достижения целей, координации совместного труда. Во-вторых, это коммуникативная функция, которая связана с установлением горизонтальных коммуникаций внутри коллектива и внешних вертикальных коммуникаций с организационными подразделениями, стоящим выше. В-третьих, это функция обучения и воспитания сотрудников коллектива.[5]

Качество социально-психологического климата в коллективе определяет отношение руководителя к обществу в целом, к своей организации и к каждому человеку в отдельности. Если в его понимании человек представляется как ресурс, сырьевая и производ-

ственная база, то такой подход не даст должного результата, в процессе управления возникнет перекос и недочет или пересчет ресурсов для выполнения конкретной задачи [4].

Важно, чтобы руководитель действительно был лидером, способным правильно организовать рабочий процесс, раскрыть потенциал каждого сотрудника и повести за собой людей. При этом он сам должен быть примером в отношении к работе и сотрудникам. Высокомерие, неуважение к людям, недостаточная компетентность, нежелание или неспособность учиться - такие качества не добавляют руководителю популярности, а создадут предпосылки для конфликтов и взаимных обид. Также руководитель должен находить выход из конфликтных ситуаций, в том числе, и между сотрудниками. Во много от правильного поведения руководителя, его прямого или косвенного вмешательства, часто зависит, перейдет конфликт в затяжную стадию или будет исчерпан в начале [2].

Если в коллективе организована работа так, что все сотрудники сильно устают к концу дня и не могут самостоятельно восстановиться и снять свое напряжение, то психологический климат будет неизбежно страдать. Поэтому при интенсивной работе вводят посменную работу. А также создают комнаты психологической разгрузки. Важно знать, что напряжение снимается позитивной спокойной музыкой, смехом, а также искренними комплиментами и эмоциональной поддержкой сотрудников. Также важно, чтобы помещение проветривалось, уровень освещенности помещения также вносит свой вклад, особенно к вечеру. Обилие компьютеров и проводов также вызывает повышенную утомляемость. Компьютеры можно компенсировать обилием комнатных растений, которые создают микроклимат, а также фотообоями с природой и видимой линией горизонта и перспективой, на которой глаза отдыхают. Если помещение покрашено в контрастные тона, в очень яркие цвета или очень темные тона, то это также неблагоприятно сказывается на физиологии, и как следствие, на эмоциональном фоне коллектива.[4] Важно так организовать рабочее место сотрудников, чтобы они чувствовали, что о них думают и заботятся. Каждая мелочь здесь имеет значение, потому что забота проявляется именно в мелочах. Хороший социально-психологический климат является не меньшим, а иногда и большим, стимулом для сотрудников, чем оплата труда. Создать здоровый коллектив - непростая задача, требующая кропотливого труда, тонкого и чуткого подхода со стороны его руководства. Но эти усилия не будут напрасными - результат работы коллектива единомышленников оправдает ожидания.[6]

Таким образом, социально-психологический климат – это результат совместной деятельности людей, их межличностного взаимодействия. Он проявляется в таких групповых эффектах, как

настроение и мнение коллектива, индивидуальное самочувствие и оценка условий жизни и работы личности в коллективе. Эти эффекты выражаются во взаимоотношениях, связанных с процессом труда и решение общих задач коллектива. Члены коллектива как личности определяют его социальную микроструктуру, своеобразие которой обуславливается социальными и демографическими признаками (возрастом, полом, профессией, образованием, национальностью, социальным происхождением). Психологические особенности личности способствуют или мешают формированию чувства общности, то есть влияют на формирование социально-психологического климата в трудовом коллективе.

Список использованных источников.

1. Андреева Г.М. Социальная психология: Учебник для высших учебных заведений / Г. М. Андреева. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 365 с.
2. Бунтовская Л. Л. Конфликтология: учебное пособие для СПО / Л. Л. Бунтовская, С. Ю. Бунтовский, Т. В. Петренко. -2-е изд., перераб. и доп. -М.: Издательство Юрайт, 2017. -144 с.
3. Дикая Л. Г. Психология адаптации и социальная среда. Современные подходы, проблемы, перспективы: учебное пособие / Дикая Л. Г. – Москва: Пер Сэ, 2012. – 624 с.
4. Петренко Т.В. Формирование комплексной системы государственного регулирования социально-трудовых отношений в Донецкой народной республике / Т.В. Петренко, С.Ю. Бунтовский, Д.И. Стрельченко // Вестник Университета Российской академии образования. - 2019. - № 4. - С. 9-14.
5. Самоукина Н. Сплоченная команда: когда это хорошо и когда это плохо? // Управление персоналом. – 2005. – №4.- С.51-54.
6. Семенова, Л. Э. Социальная психология: учебно-методическое пособие / Семенова Л. Э. – Саратов: Вузовское образование, 2015. – 123 с.
7. Управление персоналом: Учебник для вузов/Под ред. Т.Ю. Базарова, Б.Л. Еремина. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ, 2003. – 560 с.

IMPROVING THE SOCIAL AND PSYCHOLOGICAL CLIMATE IN THE WORKFORCE

D. R. Khot

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

The article presents various aspects of the socio-psychological climate as an element of the personnel management system. The paper considers the main levels of compatibility, as well as the role of the manager in creating a favorable socio-psychological climate in the workforce.

Keywords: labor collective, socio-psychological climate, manager, personnel management, compatibility.

ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО ПОДХОДА К РАЗВИТИЮ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ОРГАНИЗАЦИИ

А.И. Чаплинская, А.Р. Кузнецова

*ФГБОУ ВО «Башкирский государственный университет»,
г. Уфа, Россия*

Развитие организации в современных условиях уже невозможно представить без наличия развитого кадрового потенциала. Важность роли кадрового потенциала предопределяет необходимость построения эффективной системы развития кадрового потенциала предприятия, которая меняется вместе с экономической системой и ее взглядами. Отличительным особенностям современного подхода к развитию кадрового потенциала организации и посвящена данная статья.

Ключевые слова: кадровый потенциал, стратегия развития, инвестиции в человеческий капитал, эффективность отдачи с инвестиций.

В современном мире все больше компаний и даже отраслей определяет роль кадрового потенциала в эффективном развитии организации как ведущую, а трудовой ресурс – как важнейший. Это значит, что в современном мире меняется подход к системе управления кадровым потенциалом.

Во-первых, в системе стратегии развития организации важным должен являться такой его фрагмент, как стратегия развития кадрового потенциала. Сегодня, стратегия развития кадрового потенциала – не просто желание отдельно взятой организации, а необходимость функционирования любой организации, функционирующей в условиях жесткой конкуренции.

Стратегия развития кадрового потенциала компании связана с практической реализацией некоторых аспектов управления кадрами. Данная стратегия рассматривается как непрерывный процесс и включает в себя следующие этапы:

1. Планирование потребностей в кадрах.
2. Стратегия формирования персонала.
3. Стратегия развития персонала.
4. Стратегия сокращения персонала компании.
5. Стратегия грамотного использования и сохранения кадров.

Во-вторых, современный мир выдвигает особые требования к стратегии развития кадрового потенциала организаций, которая должна быть основана на системе постоянного образования, подготовке и переподготовке персонала, на совершенствовании стилей управления и организационных структур. Чем выше кадровый потенциал предприятия, тем больше потенциальные возможности нанятых сотрудников и тем сложнее задачи они могут решать.

Необходимо, чтобы стратегия развития кадрового потенциала компании соответствовала ее основным целям и исходила из рыночного уровня затрат на кадровые ресурсы. Предприятие должно представлять, как и по каким направлениям будут развиваться творческие и профессиональные способности его сотрудников.

В связи с этим в современном подходе особую роль стали приобретать те методы и подходы, которые наиболее полно раскрывают кадровый потенциал организации. Среди них можно выделить адаптацию и ротацию как одни из важнейших технологий развития кадрового потенциала организации.

В-третьих, изменяется система показателей, оценивающих использование трудовых ресурсов.

Данные отличия представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Отличительные особенности оценки трудовых ресурсов в классическом и современном представлении

| Показатели | Классический подход | Современный подход |
|---------------------------------|-----------------------------|-----------------------------------|
| Расходы на содержание персонала | Зарплата, уровень зарплаты | Инвестиции в человеческий капитал |
| Система мотивации | Зарплата, социальные льготы | Неденежные формы мотивации |
| Показатели эффективности | Производительность труда | Отдача с инвестиций |

В классическом представлении основная статья, дающая стоимостную оценку трудовым ресурсам, является заработная плата, ее уровень и структура. Современный подход к развитию кадрового потенциала организации предполагает не только зарплату, но и другие капиталовложения в сотрудников, нацеленные на повышение их конкурентоспособности и, как следствие, конкурентоспособности предприятия. Сюда может входить: обустройство рабочего места сотрудника с точки зрения эргономики и эффективного выполнения своих обязательств, затраты на обучение и т.д.

Разумеется, повышения эффективности использования трудовых ресурсов используется не только разработка системы повышения премии и т.д., но и такие формы «поощрения», как гибкий график работы; организация системы постоянного обучения и повышения квалификации работников; составление индивидуальных планов карьерного роста сотрудников; повышение уровня комфорта на рабочем месте (снижение уровня стресса и числа конфликтов в рабочей среде). Соответственно, существенно меняется система показателей эффективности использования трудовых ресурсов.

В классическом представлении основной показатель эффективности – производительность труда. Несмотря на его важность,

ученые оспаривают его эффективность с точки зрения оценки трудовых ресурсов. По мнению ряда ученых, это скорее комплексный показатель эффективности, чем показатель, оценивающий эффективность использования именно трудовых ресурсов [26, с. 54]. И это очевидно: если хлебзавод № 1 производит 100 буханок хлеба в день при 10 рабочих, а хлебзавод № 2 производит 120 буханок хлеба в день при 10 рабочих, то речь идет о более высокой эффективности всего производственного процесса на хлебзаводе № 2, а не более высокой эффективности трудовых ресурсов.

Современный подход пытается оценить эффективность затрат, связанных именно с трудовыми ресурсами и их развитием.

Например, важен такой показатель, как отдача с инвестиций в развитие кадрового потенциала.

Общая формула выглядит следующим образом:

$$R = \mathcal{E} / Z \quad (1)$$

R – отдача с инвестиций в развитие кадрового потенциала; \mathcal{E} – эффект, полученный с инвестиций в развитие кадрового потенциала; Z – инвестиции в развитие кадрового потенциала.

Под эффектом, полученным с инвестиций в развитие кадрового потенциала, могут пониматься различные показатели: прирост продаж, прирост прибыли, снижение уровня затрат и трудоемкости и т.д. Под инвестициями в развитие кадрового потенциала понимают те затраты в человеческий капитал, которые привели к росту эффекта. Очевидно, что такой подход к эффективности гораздо более точно оценивает эффективность использования затрат в трудовые ресурсы.

Таким образом, современный экономический облик требует от организаций серьезного внимания к развитию кадрового потенциала, которое рассматривается как важнейший элемент ее эффективного развития. Очевидно, что уже в ближайшем будущем конкурентоспособность компаний будет определяться преимущественно не сырьевым фактором, а кадровым.

Список использованных источников.

1. Агафонова М.С. Мотивация и стимулирование в системе повышения квалификации персонала организации / Агафонова М. С., Скогорева М. С., Доманина В. А., Стативкина В. А. // Концепт. – 2019. – Т. 2. – С. 610–613. – URL: <http://e-koncept.ru/2019/570120.htm>.

2. Басырова Э.И. Методические аспекты оценки эффективности использования кадрового потенциала / Э. И. Басырова // Экономический анализ: теория и практика. – 2020. – № 47. – С. 34-44.

3. Бричкина Г.В., Кильмаметова А.Г. Совершенствование методов оценки эффективности труда сотрудников как инструмента повышения кадрового потенциала // 37 Международная студенческая научно-практическая конференция. – 2020.

4. Назарова У.А. Система «работодатель – наемный работник»: проблема гармонизации современных социально-трудовых отношений: дис. д-ра экон. наук. / Назарова У.А. М., 2018.

5. Озерникова Т.Г. Трудовая мотивация: институциональные и внутриорганизационные аспекты / Т. Г. Озерникова. - Иркутск : Изд-во Байкальского гос. ун-та экономики и права, 2020. - 314 с.

6. Парушина Н.В. Система показателей экономики труда в управлении кадровым потенциалом организации / Парушина Н.В., Лытнева Н.А. // Вестник Орел ГАУ. – 2020. - № 2.

FEATURES OF A MODERN APPROACH TO THE DEVELOPMENT OF THE HUMAN RESOURCES OF THE ORGANIZATION

A.I. Chaplinskaya, A.R. Kuznetsova

*FSBEI HE «Bashkir State University»,
Ufa, Russia*

The development of an organization in modern conditions is already impossible to imagine without the presence of a developed human resources. The importance of the role of personnel potential predetermines the need to build an effective system for the development of the personnel potential of an enterprise, which changes along with the economic system and its views. This article is devoted to the distinctive features of a modern approach to the development of human resources in an organization.

Keywords: human resources, development strategy, investment in human capital, efficiency of return on investment.

УДК 331.101.386

СОВРЕМЕННАЯ СИСТЕМА МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА В ВЕДУЩИХ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЯХ

А. Ш. Шамсутдинова¹

*ФГБОУ ВО «Нижневартковский государственный университет»,
г. Нижневартовск, Россия*

В данной статье приводится значение мотивации для организации, рассматривается такое состояние сотрудников, как демотивация, приводятся различные современные методы мотивирования персонала, рассматриваются системы мотивации персонала в таких ведущих компаниях России, как ПАО «Лукойл», ОАО «РДЖ», ПАО «Магнит».

¹ Научный руководитель: Тагирова А.В. Старший преподаватель кафедры «Коммерции и менеджмента»

Ключевые слова: мотивация, демотивация, методы мотивирования, система мотивации персонала.

В современном мире бизнес усложняется быстрыми темпами, конкуренция растет, появляется больше товаров. Для того, чтобы компания могла оставаться конкурентоспособной на рынке, ей приходится улучшать товар или услугу, которую она предоставляет, улучшать маркетинг, вкладывать средства в обучение сотрудников и так далее. Но та или иная организация должна всегда уделять особое внимание мотивации персонала. Ведь от уровня мотивации зависит работоспособность сотрудников, результаты их работы, и, следовательно, успех компании в целом. Поэтому данная тема является актуальной.

Целью данной статьи является изучить систему мотивации персонала в ведущих российских компаниях.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- 1) Рассмотреть современную систему мотивации персонала.
- 2) Изучить системы мотивации персонала в ведущих компаниях России: ПАО «Лукойл», ОАО «РДЖ», ПАО «Магнит».

Мотивация – это побуждение к действию; психофизиологический процесс, управляющий поведением человека, задающий его направленность, организацию, активность и устойчивость; способность человека деятельно удовлетворять свои потребности [1].

Сотрудник, имеющий высокий уровень мотивации является ценным для организации: ему не нужен руководитель для контроля его работы; он знает, чего хочет, и движимый достичь успеха, старается выполнять свою работу качественно. Так, организация будет заинтересована в реализации потенциала сотрудников, так как это будет обеспечивать высокую трудовую мотивацию [2]. Стоит отметить, что мотивация самого руководителя будет положительно влиять на мотивацию персонала, ведь чем больше будет его мотивация, тем продуктивнее будет деятельность работников организации [3].

Однако различные факторы могут оказывать влияние на сотрудника и его работу, к примеру, большая загруженность работой, строгий начальник, из-за чего может теряться сосредоточенность, могут появиться ошибки. Все это может привести к потере мотивации, то есть демотивации. Это результат внутреннего конфликта, когда работник понимает, что ему необходимо двигаться вперед, но возникает множество препятствий, которые приводят к потере интереса [4].

Так, причинами демотивации работников могут быть следующие [4]:

1. отсутствует признание, публичное поощрение, карьерный рост, что является наиболее частой причиной;

2. работа недостаточно интересна, чтобы стимулировать;
3. персонал не привлекают к участию в принятии решений, осуществлению перемен, обсуждению стратегических проблем развития организации и так далее;
4. отсутствует профессиональное развитие и другие.

Таким образом, хорошему руководителю нужно обращать внимание на причины демотивации, ведь она несет негативное влияние на персонал, к примеру, сотрудник начинает испытывать стресс и чувствовать себя дискомфортно, выполняя свою работу, начинает отдаляться от коллектива, руководителя и компании в целом [5].

Как руководителю эффективно мотивировать своих сотрудников? Рассмотрим современные методы мотивирования персонала. Руководитель может повышать мотивацию сотрудников с помощью такой формулы, как «Мотивационный потенциал работы». Авторами данной формулы являются Ричард Хекман и Грег Олдхем.

Формула выглядит следующим образом [6]:

$$(3P+PP+OP):3*AP*OC = MPP,$$

где 3P – значимость работы; PP – разнообразие работы; OP – отождествляемость работы с конкретным результатом; AP – автономность работы; OC – обратная связь; MPP – мотивационный потенциал работы.

Смысл формулы заключается в том, что руководитель для работника оценивает каждый элемент формулы от 1 до 10 баллов. Полученный результат сравнивается с 1 000 баллами (это максимум по формуле). Если полученный балл оказывается невысоким, значит мотивация данного работника низкая. В этом случае, руководителю следует увеличивать коэффициент элементов. Например, он может больше делегировать, чтобы повышалась автономность работы сотрудника. Увеличивая коэффициенты, руководитель будет повышать мотивацию работника.

Рассмотрим применение формулы на примере: вычислим MPP студента.

$$(10+10+10):3*10*10=MPP=1\ 000\ \text{баллов.}$$

Таким образом, значимость работы студента будет равна 10 баллам, так как он относится к будущему поколению специалистов, которые будут трудиться на благо общества; разнообразие работы – 10, так как существуют различные виды обучения (лекции, выполнение письменных работ и так далее); отождествляемость работы с конкретным результатом – 10, ведь результатом будет являться получение диплома, который позволит устроиться

на работу; автономность работы – 10, так как студент самостоятельно выполняет те или иные задания; и, наконец, обратная связь – 10, так как за выполнение заданий преподаватели ставят баллы и дают пояснение по выполненной работе.

Так, мотивационный потенциал работы студента будет максимальным. Данная формула является эффективным инструментом повышения мотивации сотрудников.

Далее разберем индивидуальные методы мотивации. Они направлены на работу с отдельными работниками. Реализация данных методов мотивации сотрудников возможна в следующих формах [7]:

- Поочередное назначение ответственного за организацию вне рабочих мероприятий.

- Информирование коллектива о личных достижениях каждого сотрудника. Это можно делать на общих планерках, при помощи досок почета или выпуска корпоративной газеты.

- Проведение соревнований с вручением символических наград.

Моральные и психологические методы мотивации – используются для удовлетворения основных внутренних потребностей сотрудников. К ним относятся [7]:

- Социальное диагностирование персонала компании. Диагностика помогает установить базовые социальные проблемы работников, решая которые можно воздействовать на персонал.

- Создание особой атмосферы. Сюда можно отнести цветовую гамму оформления кабинетов, музыку в помещениях для релакса и возможность проявления творчества в повседневной работе.

В качестве морального поощрения применяют [7]:

- похвалу работника в присутствии коллег;

- личную благодарность руководителя, высказанную устно или оформленную в виде письма.

Организационная мотивация – помогает создать систему стимулов для сотрудников внутри организации. В группу организационных стимулов входят [7]:

1. Организация совещаний и планерок для всего коллектива. Информирование сотрудников о задачах организации, возможность услышать мнение каждого способствуют вовлечению в процесс достижения общей цели всех работников.

2. Грейдинг – метод, позволяющий сформировать иерархическую «лестницу» сотрудников относительно их ценности для организации, на основании которой рассчитывается система вознаграждения работы каждого служащего. Критерии оценивания, которые применяются в грейдинге: квалификация, образование, ответственность, исполнительность, производительность.

Рассмотрим также нестандартные методы мотивирования сотрудников [7]:

– Шуточная форма наказания подчиненных. Работнику присваивается такое шуточное звание, как «Ленивец отдела» или «Черепаха месяца». Данные «титулы» мотивируют человека на повышение качества своего труда.

– Создание игровых кабинетов. Предоставление помещений, где можно поиграть и отвлечься от рутинной работы, повысит работоспособность коллектива и улучшит офисную атмосферу.

– Внезапные подарки. Неожиданное поощрение (даже незначительное) мотивирует сотрудника продолжать работать так же, а то и лучше.

– Забота о семьях. Это могут быть новогодние утренники или подарки для детей, а также скидки для отдыха членов семьи сотрудников.

Таким образом, существует множество методов мотивации. Руководителю следует использовать комплекс мероприятий по мотивированию персонала, это будет являться более эффективным.

Далее рассмотрим системы мотивации в ведущих российских компаниях.

1. ПАО «Лукойл».

В системе мотивации ПАО «Лукойл» осуществляются различные программы, направленные на улучшение качества жизни сотрудников [8]:

1) ДМС. Программами добровольного медицинского страхования (ДМС) охвачено более 90% работников российских организаций; работникам предоставлена возможность за счет собственных средств расширять действующую программу ДМС, обеспечивая удовлетворение персональных потребностей.

2) Жилищная программа. Программа направлена на обеспечение жильем производственного персонала (приглашенных и молодых специалистов) и оказание помощи работникам в улучшении их жилищных условий путем субсидирования процентной ставки по банковскому ипотечному жилищному кредиту.

3) Пенсионное обеспечение. Российские организации Группы «ЛУКОЙЛ» финансируют корпоративную пенсионную программу с установленными выплатами, действие которой распространяется на большую часть персонала. Пенсионное обеспечение работников зарубежных организаций Группы «ЛУКОЙЛ» осуществляется на основе законодательства страны пребывания и локальных нормативных актов организаций по пенсионным программам, которые финансируются как исключительно из средств

организаций, так и на принципах долевого участия формирования пенсий работниками и работодателем.

Так, в системе мотивации данной организации большое внимание уделяется потребностям сотрудников.

2. ОАО «РДЖ».

Работа на железнодорожном транспорте имеет ряд факторов, которые негативно влияют на здоровье человека, в первую очередь это напряженность труда, шум, вибрация, недостаточная освещенность, химический фактор [9].

В связи с этим, в аппарате компании создано специальное Управление охраны труда, промышленной безопасности и экологического контроля, а на железных дорогах – соответствующие службы. Всего можно выделить 4 пункта, которые предприятие реализует в рамках этой программы [9]:

1. Улучшение условий труда на местах.
2. Обеспечение работников современным оборудованием и средствами защиты.
3. Сокращение производственного травматизма.
4. Снижение уровня заболеваемости, связанного с работой на железных дорогах.

Так, система мотивации персонала ОАО «РЖД» направлена на улучшение условий труда сотрудников, так как их работа, связанная с железнодорожным транспортом, имеет свои особенности и требует особого внимания к состоянию здоровья персонала.

3. ПАО «Магнит».

В Компании развивается проект «Магнит – Идея», в рамках которого работники развивают свой творческий потенциал, а лучшие идеи внедряются в работу [10].

Компания регулярно проводит корпоративные мероприятия и мотивационные программы, которые направлены [10]:

- на развитие корпоративной культуры и командного духа;
- признание личных и профессиональных достижений;
- популяризацию спорта и приобщение сотрудников к здоровому образу жизни.

Более 10 тысяч работников головного офиса имеют все необходимые условия для занятий спортом и участия в спортивных городских мероприятиях [10].

В октябре 2018 года начал действовать проект «Магнит Здоровье». Проект охватывает всех работников головного офиса. На территории головного офиса открылась аптека, была проведена массовая вакцинация против вируса гриппа. Специалистами мобильного Центра здоровья ГБУЗ «Центр медицинской профилактики» проведено бесплатное комплексное обследование сотрудников [10].

Компания ежегодно отмечает профессиональные достижения работников, лучшие награждаются ведомственными и внутренними профессиональными наградами [10].

Так, в ПАО «Магнит» наблюдается большое разнообразие методов в системе мотивации сотрудников.

Таким образом, мотивация очень важна как для сотрудников, так и для организации в целом. Руководитель в системе мотивации персонала должен использовать различные методы, тогда эффективность работы персонала будет увеличиваться, и компания будет иметь высокие результаты. Рассмотрев систему мотивации в различных ведущих компаниях России, можно сделать вывод, что в разных отраслях она будет отличаться в связи с особенностями отрасли. Однако в каждой организации, наряду с традиционными методами мотивации персонала (премии, грамоты и тому подобное), применяются новые, нестандартные методы, которые являются очень эффективными. Данные компании служат примером того, что система мотивации будет эффективна в том случае, если в ней будут не только методы, которые касаются денежных вознаграждений, но и методы, направленные на самого сотрудника, то есть на его развитие и продвижение в карьере.

Список использованных источников.

1. Искандарян, Г. О. Мотивация персонала как способ повышения производительности труда / Г. О. Искандарян, М. Б. Едигарян, И. Ю. Клепалко // Статья в журнале: «Гуманитарный научный журнал». – 2019. – № 1. – С. 174-178 – [Электронный ресурс] – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=38216944>

2. Волкова, И. А. Планирование карьеры в современном профессиональном мире : Учебно-методическое пособие / И. А. Волкова, И. Ф. Ежукова. – Нижневартовск : Нижневартовский государственный университет, 2018. – 69 с. – ISBN 9785000474648.

3. Козлова, О. А. Социальное предпринимательство: потенциал развития инновационной активности в ХМАО-Югра / О. А. Козлова, Ю. В. Копылова, А. В. Тагирова. – Ставрополь : Центр научного знания "Логос", 2018. – 114 с.

4. Гриценко, А. Г. Самомотивация как фактор успеха современного менеджмента / А. Г. Гриценко // Статья в журнале: «Современные научные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации». – 2019. – С. 113-116 – [Электронный ресурс] – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=37602489>

5. Зубков, Д. А. Исследование влияния демотивации на рабочий процесс и методов ее предотвращения / Д. А. Зубков // Статья в журнале: «StudNet». – 2019. – № 3. – С. 35-39 – [Электронный ресурс] – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-vliyaniya-demotivatsii-na-rabochiy-protsess-i-metodov-eyo-predotvrascheniya/viewer>

6. YouTube «Формула мотивации» (2014) // Радислав Гандапас – [Электронный ресурс] – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=rGTm-VSZgJ8>
7. Searchinform Методы мотивации персонала – [Электронный ресурс] – URL: <https://searchinform.ru/kontrol-sotrudnikov/motivatsiya-personala/metody-motivatsii-personala/>
8. Мотивация на результативный труд – [Электронный ресурс] – URL: https://csr2018.lukoil.ru/pdf/csr/ru/personnel_performance-incentives.pdf
9. Studbooks.net Мотивация персонала в ОАО «РЖД» – [Электронный ресурс] – URL: https://studbooks.net/1270934/menedzhment/motivatsiya_personala
10. Магнит Годовой отчет 2018. Система мотивации – [Электронный ресурс] – URL: <https://ar2018.magnit.com/ru/30/50/40>

MODERN PERSONNEL MOTIVATION SYSTEM IN LEADING RUSSIAN COMPANIES

A.Sh. Shamsutdinova

*FSBEI HE «Nizhnevarovsk State University»,
Nizhnevarovsk, Russia*

This article describes the importance of motivation for an organization, examines such a state of employees as demotivation, provides various modern methods of motivating personnel, examines personnel motivation systems in such leading Russian companies as «Lukoil», «Russian Railways», «Magnit».

Keywords: motivation, demotivation, motivation methods, personnel motivation system.

УДК 656.11

ПРОЕКТНЫЙ ПОДХОД В МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ.

М.С. Шейхова, Т.С. Шаталова, А.В. Жидкова

*ФГБОУ ВО «Донской государственный аграрный университет»,
п. Персиановский, Россия*

В статье рассмотрена значимость проектной деятельности предприятия в сфере маркетинга, дано определение маркетинговой стратегии ее базовые виды.

Ключевые слова: Маркетинг, проект, результат, предприятие.

Проектное управления маркетингом, занимает лидирующее место деятельности предприятия, в условиях быстроменяющейся рыночной экономики. В случае если компании предстоит разработать новый продукт, то важность знания проектного менеджмента возрастает. Маркетолог формирует бизнес модель и учитывая

пользовательские требования к будущему продукту, контролирует, чтобы в процессе реализации проекта, требования были выполнены. Для этого необходимо видеть весь проект в комплексе – от начала до конечного результата, не пропуская мелочей и учитывая риски, которые могут снизить качество конечного продукта. Это важно, чтобы в нужный момент вмешаться и повлиять на развитие проекта в верном направлении. Все это, целый комплекс работ по управлению маркетинговым проектом.

Один из важных аспектов при ведении маркетинговых проектов, необходимость соблюдения основных его признаков, а именно:

1) Иметь четкую и конкретную цель, в последствии достигаемую с помощью выбора определенной стратегии и ее структуризации в виде комплекса определенных работ, направленных на достижения определенной цели (обычно ограничена по времени)

2) Проект должен быть уникальным, включать новизну и инновацию.

3) Чёткое соблюдение сроков выполнения и соблюдение временных интервалов на каждый этап реализации, проект должен быть разбит на логическую последовательность выполняемых работ;

4) Ограничение по ресурсам (количество используемых в проекте различных ресурсов всегда будет недостаточным, утвержденный план проекта должен иметь перечень ресурсных спецификаций и ограничений, а также график их потребления в работах проекта);

5) Постепенное уточнение (на каждом шаге проекта происходит уточнение имеющейся информации и содержания предстоящих работ и мероприятий);

6) Чёткая иерархия внутри коллектива, а именно лица, управляющие проектом - руководители, исполняемые- команда проекта. Исполнение приказов руководителей и соблюдение этических и других норм.

Таким образом, маркетинговый проект - это целенаправленный, спланированный комплекс взаимосвязанных мероприятий по созданию или изменению какого-либо объекта (совокупности объектов), направленный на достижение заранее определенных маркетинговых задач в течение определенного фиксированного периода времени, при установленных бюджете и стратегии развития.

Маркетинговой стратегией проекта принято называют совокупность глобальных целевых установок и методов их реализации, ориентирующих всю деятельность по маркетингу проекта в направлении достижения максимального результата на рынке. Разработка

маркетинговой стратегии проекта одна из задач маркетолога, при которой проводится оценка и исследование, направленные на определение сильных и слабых сторон проекта, оценку потенциальных угроз и его возможностей. Действующая стратегия позволит перейти от единичных результатов к регулярным увеличениям прибыли, а также расширить клиентскую базу фирмы или предприятия.

Стратегия, как документ состоит из двух частей: аналитическая часть и маркетинг-кит.

Аналитическая часть включает в себя следующие функции:

- анализ рынка,
- анализ конкурентов,
- анализ целевой аудитории.

Маркетинг-кит включает:

Позиционирование – направленно на принятие определенной индивидуальности, нахождение отличительных особенностей.

Финальная часть стратегии – создание подробного плана, как запускать рекламные кампании, для кого и сколько по времени займет то или иное производство.

Согласно масштабам рынка проекта, выделяют следующие виды стратегий:

Стратегия ценового лидерства основывается на преимуществах компании по издержкам. Чем ниже издержки, тем ниже компания может установить цены, получая при этом более высокую прибыль, чем конкуренты. При выборе этой стратегии проводится крайне тщательный контроль над затратами, минимизация всех издержек на коммуникации и сбыт. Дифференциация может производиться на основе имиджа фирмы, технологических качествах товара, внешнем виде, уровне обслуживания и других параметрах.

Стратегия концентрации работает путем работы в определенном узком сегменте. Тщательно изучив целевой рынок, выйти на лидирующие позиции в нем гораздо проще. При этом важно обеспечить более эффективное удовлетворение потребностей, чем у конкурирующих компаний.

В процессе реализации некоторые действия по осуществлению целей проекта могут меняться и корректироваться. Когда проект можно будет считать завершенным, оценивается результативность выполненных или не выполненных целей. Предприятие способно приспосабливаться к меняющимся условиям и возникающим рискам, в случае внедрения проектного подхода в маркетинговую стратегию предприятия. Каждое действие, при этом рассматривается как самостоятельный проект. Это позволит внедрять инновации, а также оперативно контролировать процесс реализации маркетинговой стратегии проекта.

Список использованных источников.

1. Шейхова М.С., Есекова А.А. Особенности принятия стратегических решений в области расширения рынка сбыта. Вестник Донского государственного аграрного университета. 2020. № 4-2 (38). С. 116-120.
2. Шейхова М.С., Сафонова С.Г. Развитие инструментов разработки товарно-рыночной стратегии предприятий АПК в условиях новой рыночной реальности. Сборник : Аграрная экономика и образование в современных условиях развития общества. материалы международной научно-практической конференции, посвященной 180-летию ФГБОУ ВО «Донского государственного аграрного университета». пос. Персиановский, 2020. С. 350-358.
4. Формирование инновационной модели развития предприятий АПК : теоретические основы, приоритеты и инструменты реализации : монография / О. Н. Бунчиков, С. Г. Сафонова, М. А. Холодова, М. С. Шейхова. – Персиановский : Донской ГАУ, 2020. – 188с.
4. Бердникова, М. Н. Проектная деятельность как способ формирования инновационной активности студентов/ М. Н. Бердникова, Н. Ю. Припяткина Успехи современного естествознания. - 2011. - № 8 - С. 154-155.
5. <https://gantbpm.ru/kontrol-nad-proektom/>

PROJECT APPROACH IN THE MARKETING STRATEGY OF THE ENTERPRISE

M.S. Sheikhova, T.S. Shatalova, A.V.Zhidkova

*FSBEI HE «Don State Agrarian University»,
Persianovsky, Russia*

The article examines the importance of the project activities of an enterprise in the field of marketing, defines the marketing strategy, its basic types.

Keywords: Marketing, project, result, enterprise.

УДК 32.019.5

ВЛИЯНИЕ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ НА ФОРМИРОВАНИЕ И СТАНОВЛЕНИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО СОЗНАНИЯ

М. С. Шейхова, С. Ю. Васильев, В. К. Таран

*ФГБОУ ВО «Донской государственный аграрный университет»,
п. Персиановский, Россия*

В статье освещается влияние средств массовой информации на формирование общественного мнения. Приводятся примеры воздействия на слушателя. Указаны последствия, которые могут возникнуть при негативном воздействии СМИ и искажении информации.

Ключевые слова: СМИ, влияние, общественное мнение, новости, информация.

Существует множество способов манипуляции людьми, и СМИ – один из них (радио, телевидение, газеты, интернет и т.д.). Все средства массовой информации – сильнейшее оружие, помогающее правительству контролировать, формировать и менять общественное мнение.

Новости пытаются заострить наше внимание на ситуациях или событиях, которые нужны государству. Они принуждают формировать определенное мнение, как об отдельных личностях, так и о целых нациях. Многие стереотипы, особенно отрицательные, рождаются благодаря СМИ.

Следует ли говорить, что средства массовой информации – идеальный источник информации, на который полагаются многие. СМИ считаются основой демократии в нескольких странах мира. СМИ информируют людей о различных политических, социальных, экологических и политических проблемах, происходящих в мире. Средства массовой информации рассматриваются многими как зеркало, отражающее правду и реалии жизни. Средства массовой информации развивались на протяжении многих лет и стали более активными. Она напоминает политикам о невыполненных обещаниях и позволяет неграмотным членам общества выбирать правильных людей. Это стало возможным благодаря чрезмерному освещению событий, особенно в период выборов.

СМИ играет решающую роль в общественном мнении, поскольку распространяют информацию и факты, касающиеся различных тем, которые должны знать люди. Если средства массовой информации сообщают недостоверную информацию, то люди будут иметь неверную информацию по различным вопросам в обществе. Таким образом, они в конечном итоге будут принимать неосведомленные решения. Средства массовой информации влияют на общественное мнение уже более 500 лет [1].

Информация распространяется через книги, журналы, газеты, звукозаписи и Интернет. Передовые технологии, используемые в различных социальных сетях, таких как Facebook, Twitter, облегчили людям доступ к информации. Средства массовой информации также создали различных лидеров общественного мнения в разных странах, на которых люди полагаются, чтобы получить свои взгляды или факты по различным темам, затрагивающим общество, таким как политика. Поэтому средства массовой информации играют значительную роль во влиянии на решения людей по различным темам в обществе. На первом месте в СМИ должна стоять достоверная информация, какой-бы она ни была. Неточная информация может оказывать как негативное, так и позитивное влияние на общественное мнение.

В качестве негативного влияния СМИ следует привести два примера.

В качестве первого выступает высказывание украинского пранкера Евгения Вольнова, который сфальсифицировал информацию о погибших в ТЦ «Зимняя Вишня», заявив, что вместо погибших в результате пожара 60 человек, из которых 37 дети, погибло 300 человек. Фальшивая информация распространилась по всей стране со скоростью пожара. Дабы прекратить всеобщие народные волнения, В.В. Путин, вынужден был вмешаться и объявить о настоящем количестве погибших. Так же он отразил всеобщее недовольство всего лишь с помощью нескольких фраз. В пример хотелось бы привести его высказывание 27 марта по прилету в Кузбасс: «Что же у нас происходит?! Это ведь не боевые действия, не выброс метана где-то в шахте неожиданный. Люди пришли отдыхать, дети... Мы говорим о демографии, а теряем столько людей. Из-за чего? Из-за какой-то преступной халатности, из-за разгильдяйства. Как это вообще могло случиться?! Первое чувство, когда говорят о количестве погибших и погибших детей, хочется не плакать, а реветь, а когда послушаешь, что здесь сказано, уже другие чувства возникают, честно скажу», - заявил глава государства.

В качестве второго примера негативного воздействия СМИ на сознание людей является отношение к России и россиянам в мире. Выпускается множество негативных репортажей, статей и даже целых передач, которые убеждают людей в том, какая Россия плохая и опасная страна. Последствия подобной пропаганды удивительны.

Люди, убежденные в правдивости этой информации, начинают ненавидеть и бояться представителей других национальностей. Перед Чемпионатом Мира по Футболу, который проходил в России позапрошлым летом, иностранцев предупреждали о том, как небезопасно находиться в России. СМИ попытались сподвигнуть людей бойкотировать чемпионат.

Тем не менее, тысячи людей оказались достаточно смелыми, чтобы приехать на футбольные матчи, и они были приятно удивлены. Они увидели настоящую Россию своими собственными глазами. Они увидели красивые города, украшенные улицы, готовые к приему иностранных гостей, хороший сервис, дружелюбных и легких на подъем людей.

Казалось бы, что может быть опасного в анимационных фильмах? Ответом служит неоправданная агрессия.

Большинство анимационных фильмов содержат агрессию. Многочисленные повторения сцен садизма, когда герой мульт-

фильма причиняет кому-то боль, способствуют выработке соответствующих моделей поведения. Дети повторяют то, что видят на экранах, это следствие идентификации. Отождествляя себя с существами, ведущими девиантное поведение, которое не наказывается на экране и никоим образом не порицается, дети подражают ему и усваивают его агрессивные модели поведения. Агрессия в анимационных фильмах сопровождается красивыми, яркими картинками. Герои красиво одеты, что делается для того, чтобы привлечь зрителей. Добавление садизма в картины на основе имеющихся представлений о красоте разбавляет выработанные образы. Таким образом, формируется эстетическое восприятие, новая культура человека. Детям очень хочется смотреть эти мультфильмы и фильмы, и они начинают воспринимать их как норму.

Экран телевизора, полный жестоких сцен, сменил мир взрослых, бабушек и мам, читающих и знакомящихся с самобытной культурой. Все вышеперечисленное влияет на несформированную детскую психику. В результате государство получает людей:

- Эмоционально неуравновешенных;
- С постоянной депрессией
- Склонных к самоубийству;
- Детей с неоправданной жестокостью:

Нельзя недооценивать роль средств СМИ в общественном мнении. Ее уже начинают относить к четвертой власти, помимо судебной, исполнительной и законодательной.

Средства массовой информации и социальные сети могут содержать скрытые установки и «активировать» их, побуждая людей к действию. Например, непосредственно перед выборами избиратели, которые ранее отдавали лишь незначительное предпочтение одной партии или кандидату, могут быть вдохновлены освещением в средствах массовой информации. В результате, избиратель может не только проголосовать, но и внести денежные средства, или помочь партийной организации каким-либо другим способом [2].

Средства массовой информации и социальные сети в той или иной степени играют еще одну важную роль, давая людям знать, что думают другие люди, и предоставляя политическим лидерам большую аудиторию. Таким образом, средства массовой информации позволяют общественному мнению охватить большое число людей и широкие географические районы.

В некоторых европейских странах рост вещания, особенно телевидения, сказался на функционировании парламентской системы. До телевидения национальные выборы рассматривались в основном как состязание между несколькими кандидатами или партиями за места в парламенте. По мере того как электронные

средства массовой информации становились все более изощренными в технологическом отношении, выборы все чаще принимали вид личной борьбы между лидерами основных заинтересованных партий.

В тех областях, где средства массовой информации слабо распространены или где доступ к социальным сетям ограничен, как в развивающихся странах или в странах, где печатные и электронные средства массовой информации строго контролируются, сарафанное радио иногда может выполнять те же функции, что и пресса, и вещание, хотя и в более ограниченном масштабе. В странах, где важные новости подавляются правительством, большая часть информации передается, по слухам. Таким образом, сарафанное радио становится проводником подпольного общественного мнения в авторитарных или тоталитарных странах, хотя эти процессы протекают медленнее и обычно вовлекают меньше людей, чем в странах, где медийная сеть более распространена и меньше контролируется.

В качестве положительного влияния СМИ, можно назвать всеобщую осведомленность. Благодаря слаженным действиям СМИ, наша страна смогла узнать о распространении новой неизвестной болезни, в настоящее время обладающей названием «COVID – 19» и принять необходимые меры безопасности [3].

Поскольку психологический состав, личные обстоятельства и внешние воздействия играют определенную роль в формировании мнений каждого человека, трудно предсказать, как будет формироваться общественное мнение по тому или иному вопросу. То же самое относится и к изменениям в общественном мнении. Некоторые общественные мнения могут быть объяснены конкретными событиями и обстоятельствами, но в других случаях причины более неуловимы.

Некоторые мнения, однако, предсказуемы: мнение общественности о других странах, например, по-видимому, в значительной степени зависит от состояния отношений между участвующими правительствами. Враждебное отношение общества не приводит к ухудшению отношений – оно является их результатом.

Государство, может повысить свой авторитет в глазах населения, давая ему выбор. Практически любой вопрос, по которому должна принять решение исполнительная или законодательная власть, может стать публичным, если значительное число людей пожелает сделать его таковым. В качестве примера следует привести общероссийское голосование, состоявшееся 1 июля 2020 года, по внесению поправок в конституцию РФ. В голосовании приняли участие 74 114 217 граждан. На вопрос "Вы одобряете изменения

в Конституцию Российской Федерации?" положительный ответ дали – 57 747 288 граждан или 77,92% от числа проголосовавших.

Таким образом, можно с уверенностью сказать, что СМИ укоренились в нашем мире и сознании. Если провести эксперимент, где СМИ будут давать только достоверную информацию в течении нескольких лет, то когда они начнут вещать ложь, население не заметит подмены.

В качестве заключения нужно отметить, что современные средства массовой информации оказывают огромное психологическое воздействие на сознание и формирование человеческой идентичности. Поток информации в современном мире настолько разнообразен и противоречив, что рядовому человеку или даже группе экспертов самостоятельно разобраться в нем не представляется возможным, поэтому сильное влияние оказывают именно средства массовой информации. Средства массовой информации – это мощный фактор воздействия на психологическое и социальное состояние людей.

Список использованных источников.

1. Влияние СМИ на психоэмоциональное состояние детей и молодежи: монография / Л. П. Шопина; Липецкий государственный педагогический университет. - Липецк: ЛГПУ, 2020. - 91 с. - Библиогр.: с. 86-89 [Электронный ресурс] URL: <https://icdlib.nspu.ru/views/icdlib/8684/read.php> (дата обращения: 02.06.2021). - ISBN 978-5-907168-92-3.

2. Шейхова, М. С. Гендерное измерение социально-экономической ситуации в Ростовской области / М. С. Шейхова // Вестник Донского государственного аграрного университета. - 2020. - № 1-2 (35). - п. Персиановский

3. Шейхова, М. С. Общие причины девиантного поведения среди современной молодежи / М. С. Шейхова, Я. С. Айвазова // Проблемы управления качеством образования: Сборник статей XIII Всероссийской научно-практической конференции, Пенза, 28-29 декабря 2020. - Пенза: Пензенский государственный аграрный университет, 2020. - С. 191-196.

THE INFLUENCE OF MASS MEDIA ON THE FORMATION AND FORMATION OF PUBLIC CONSCIOUSNESS

M. S. Sheikova, S. YU. Vasil'ev, V. K. Taran

*FSBEI HE « Don State Agrarian University »,
s. Persianovski, Russia*

The article highlights the influence of the mass media on the formation of public opinion. Examples of the impact on the listener are given. The consequences that may arise from the negative impact of the media and the distortion of information are indicated.

Keywords: mass media, influence, public opinion, news, information.

УДК 32.019.5

ВЛИЯНИЕ ИНТЕРНЕТА НА СОЗНАНИЕ ПОДРОСТКОВ

М. С. Шейхова, Э. Л. Куцова, В. К. Таран

*ФГБОУ ВО «Донской государственный аграрный университет»,
п. Персиановский, Россия
Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал)
ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет»,
г. Шахты, Россия*

Данная статья описывает влияние интернета на сознание подростков и последствия неосознанного использования найденной там информации. Также здесь описывается необходимость ограничения пользования интернетом для лиц младше 16 лет.

Ключевые слова: интернет, влияние, подростки, порносайты, оружие.

В современном мире Интернет все больше расширяет сферу своего влияния. Все больше и больше людей используют его для удовлетворения своих информационных потребностей, потому что в Интернете можно найти практически любую информацию, от развлечений до науки. Различные сайты позволяют просматривать изображения, видео, читать тексты и многое другое. Кроме того, Интернет позволяет многим людям общаться друг с другом с помощью сервисов обмена мгновенными сообщениями и социальных сетей: таких как ВКонтакте, WhatsApp, Telegram, Viber и другие.

Многие взрослые используют его, чтобы найти информацию о работе или другую информацию, имеющую отношение к развитию навыков, но это не относится к подросткам. Несовершеннолетние используют Интернет в основном для развлечения и переписки со знакомыми. Они посещают различные вредоносные и вирусные сайты, подвергая риску свою конфиденциальность и свой компьютер.

Благодаря тому, что в Интернете можно найти информацию любого содержания, подростки могут найти совершенно ненужную и даже опасную для себя информацию. Здесь речь идет даже не о порносайтах, а о нелегальных интернет-магазинах, где можно купить наркотики, оружие и другие опасные товары. Также некоторые подростки посещают сайты экстремистского направления (например, ФБК принадлежащее Алексею Навальному, которое суд признал экстремистской организацией 9 июня 2021 года), подогреваемые радикальными настроениями, жестокостью, что, конечно, негативно сказывается на сознании незрелых личностей [1].

Однако Интернет - это не обязательно только опасная информация; там можно найти много полезного, развивающего сознание контента. Некоторые фильмы, например, помогают людям понять значение определенных вещей и ориентироваться в обществе. Подростки очень любят фильмы и сериалы, конечно, они бывают разных видов, от боевиков до романсов, и поэтому по-разному влияют на сознание подростков.

В первую очередь необходимо определить, какие сайты используют подростки и с какой целью.

Во-первых, это социальные сети, в которых они общаются. Во-вторых, сайты для просмотра фильмов.

В-третьих, различные научные источники для изучения и личного развития.

Есть еще какие-то развлекательные сайты: игры, комедии, порносайты, YouTube. На этих сайтах много дезинформации, жестокости, пошлости, которую они воспринимают как правдивую информацию. Это негативно сказывается на их развитии. Есть, конечно, надежные источники информации, которыми активно пользуются и подростки.

Теперь стоит перейти к тем самым факторам, которые влияют на сознание подростков. Они должны быть перечислены: жестокость, пошлость, искаженная информация, экстремистская пропаганда, пропаганда употребления наркотиков и т. Д. Все эти факторы можно найти в фильмах, сообществах, форумах, социальных сетях. Сети и избавиться от них невозможно. Вы можете защитить подростков от просмотра этого контента. К счастью, есть специальные приложения, позволяющие блокировать определённые сайты. Родителям это может помочь защитить своих детей от исходящей с этих сайтов опасности [2].

Подростки - незрелые личности, поэтому им легко попасть под влияние явлений. Некоторые люди играют с детской легковёрностью и пользуются этим, вымогая деньги. Жестокая безнаказанность проявляется в некоторых фильмах, вызывая в сознании молодых людей представление о жизни как об игре. Онлайн-игры в основном основаны на убийстве, подростки видят его, совершают виртуальные убийства и становятся героями этих игр на подсознательном уровне, но это не означает, что все геймеры опасны для общества, зачастую происходит обратное, подростки избавляются от гнева и агрессии играя в подобные игры. С наркотиками все выглядит иначе. В последнее время сообщения об употреблении наркотиков стали обычным явлением.

Нелепые действия людей, не умеющих себя контролировать, заставляют людей пытаться. Молодые люди посещают различные

веб-сайты, на которых описывается действие наркотиков, не подозревая об описанных там ужасных последствиях. Затем они проверяют, доступны ли эти лекарства, и в конечном итоге находят нужную страницу [3].

Вероятно, одним из основных тормозящих факторов при покупке лекарств является цена, но иногда это не проблема для некоторых подростков. Хотя невозможно приобрести отдельное вещество, в сознании подростка остается заманчивый список приятных эффектов, получаемых от употребления этих веществ, что иногда приводит к покупке этих же лекарств.

То же самое и с оружием. Оружие является преимуществом в бою, и если оно у них есть, противники будут бояться человека, которому оно принадлежит, поэтому некоторые подростки, которые хотят его купить, усердно пытаются найти веб-сайт, на котором они продают то, что ищут.

В Интернете также есть много информации, которая побуждает подростков совершать безрассудные поступки, например, суицидальные сообщества в социальных сетях. А как насчет нецензурной лексики, которой кишит Интернет.

Сознание подростков имитируется, если они видят что-то необычное, то это сразу же переносится на подсознательный уровень и проявляется через некоторое время. Подростки тоже стараются быть похожими на своих кумиров, и они не всегда позитивные личности. Это могут быть преступники и писатели, а также известные хакеры и политические лидеры.

Теперь мы можем поговорить о положительном влиянии Интернета на умы подростков. Существует множество веб-сайтов с образовательным содержанием. И такие сайты популярны у подрастающего поколения, особенно у студентов, потому что им необходимо развиваться, писать научные статьи, курсовые и дипломные работы.

Особенно известна страница «Википедия», которая содержит огромное количество информации.

Интернет также обладает мотивирующей способностью. Например, на YouTube можно найти массу видеороликов о спорте, где можно посмотреть, что побуждает подростков заниматься физическими упражнениями, чтобы стать героями этих видеороликов. Другой пример мотивации - богатые и успешные люди, информацию о которых можно найти везде: в социальных сетях, форумы, на том же YouTube. Эти люди делятся секретами своего успеха, рассказывают о пользе упорства и настойчивости. Это действительно влияет на подростков, вселяет в них уверенность.

Также можно говорить о влиянии людей, с которыми подростки переписываются в социальных сетях. Часто эти друзья, которые пытаются сделать человека таким, каким они хотят, оказывают как положительное, так и отрицательное влияние. Также есть незнакомцы, которые пытаются запугать или убедить подростков, чтобы впоследствии что-то получить, например, деньги или фотографии эротического содержания.

Таким образом, можно сказать, что Интернет влияет на подростков как положительно, так и отрицательно. Здесь можно найти практически любую информацию. Эта информация в основном нефильтрована и очень опасна, что может привести к ошибкам при неправильном анализе.

В конечном итоге подростки должны сами выбирать информацию, но эта способность появляется примерно в 14–16 лет, и до этого возраста родители должны запретить своим детям бесконтрольный выход в Интернет. Анализ информации позволит подросткам избежать негативного влияния некоторых сайтов в Интернете.

Список использованных источников.

1. Мосгорсуд признал ФБК экстремистской организацией [Электронный ресурс] URL: <https://www.vedomosti.ru/politics/articles/2021/06/09/873638-mosgorsud-fbk> (дата обращения 10.06.2021)

2. Шейхова, М. С. Гендерное измерение социально-экономической ситуации в Ростовской области / М. С. Шейхова // Вестник Донского государственного аграрного университета. - 2020. - № 1-2 (35). - п. Персиановский

3. Шейхова, М. С. Общие причины девиантного поведения среди современной молодежи / М. С. Шейхова, Я. С. Айвазова // Проблемы управления качеством образования: Сборник статей XIII Всероссийской научно-практической конференции, Пенза, 28-29 декабря 2020. - Пенза: Пензенский государственный аграрный университет, 2020. - С. 191-196.

THE INFLUENCE OF THE INTERNET ON THE CONSCIOUSNESS OF TEENAGERS

M. S. Sheikhova, E. L. Kucova, V. K. Taran

*FSBEI HE «Don State Agrarian University», Persianovsky, Russia
Institute of service sector and entrepreneurship (branch)*

FSBEI HE «Don State Technical University», Shakhty, Russia

This article is the influence of the Internet on the minds of adolescents and the consequences of the unconscious use of information found there. It also describes the need to restrict Internet use for persons under 16 years of age.

Keywords: интернет, влияние, подростки, порносайты, оружие.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ПОСТПАНДЕМИЧЕСКОЙ ЭКОНОМИКИ

М.С. Шейхова, С.Ю. Васильев, А.Г. Китаева

*ФГБОУ ВО «Донской государственный аграрный университет»,
п. Персиановский, Россия*

В данной статье проведён анализ влияния COVID-19 на огромную сферу мирового бизнеса, во время и после пандемии, туризм.

Ключевые слова: мировой туризм, пандемия, COVID-19, прогнозы развития туризма, изменения в туризме, безопасность туризма, российский туризм.

Туристический бизнес крайне зависим от внешних факторов, таких как войны, стихийные бедствия, политические игры, пандемии. COVID-19 очень сильно и резко повлиял на эту отрасль, из-за введённого ограничения на поездки на государственном уровне, увеличив падение спроса не только на зарубежные поездки, но и на поездки по территории России. Индустрия туризма слишком сильно пострадала от пандемии, так как все страны закрывали границы, отменяли рейсы на поездки для всеобщей безопасности, для минимизации распространения смертельного вируса. Именно туризм стал первой сферой, столкнувшийся с полной остановкой своей деятельности и, вероятно, одной из последних сможет вновь выйти на допандемийный уровень.

Во всех городах мира карантин повлиял на запланированные поездки, сократившиеся сразу на 80–90%. Конфликтные и односторонние ограничения на поездки имели место на региональном уровне, и многие туристические достопримечательности по всему миру, такие как: музеи, театры, кинотеатры, выставки, конференции, парки развлечений, спортивные объекты, были закрыты. Резко сократилось число прибытий иностранных туристов, из-за введения глобальных ограничений всеми государствами, что не могло положительно отразиться на потерях как для больших и мощных туристических компаний, которые за счет прибыли прошлых лет смогли остаться на «плаву», так и для собственников малого бизнеса, содержащих кафе, мини-гостиницы, оказывающих услуги перевозки туристических групп, предлагающих услуги локальных музеев/выставок, презентаций продукции собственного производства и т.д. Кроме этого, большие убытки несли такие огромные сферы по перевозке пассажиров как авиа, железнодорожные компании, компании организующие речные/морские круизы, что дало повод больших сокращений персонала, отправки

персонала в неоплаченные отпуска. Также из-за огромного сокращения работ в производственном секторе и в сфере грузоперевозок (авто, речные/морские) во многих странах пропала необходимость в закупках большого количества нефти и газа, что напрямую повлияло на сокращение доходов от продажи нефти, газа, бензина.

Всё вышеперечисленное, как следствие, привело к снижению отчислений по налоговым обязательствам и дало повод уменьшения исполнения государством социальных обязательств, что привело к неустойчивости биржевого рынка, на первом этапе введения пандемии.

Сокращение числа желающих путешествовать, из-за:

- опасности заражения вирусом, передающимся воздушно-капельным путем и вызывающим очень серьезные поражения организма;

- сокращения личных доходов, в связи с потерей работы или, в лучшем случае, с уходом в малооплачиваемый отпуск;

- отсутствия цели, т.к. все публичные места были на карантине,

оказали негативное экономическое влияние на туристический бизнес, что не дало ограничений высказывать опасения по поводу эффективности ограничений на поездки для сдерживания распространения COVID-19, особенно многими владельцами частного туристического бизнеса, которые из-за отсутствия доходов просто уходили с рынка, разорялись, у многих это был единственный доход по обеспечению семьи. Поэтому государство сразу начало внедрять карты поддержки для бизнеса в целом, не только туристического, чтобы была возможность продолжать работать экономике страны.

Именно сейчас при более или менее спокойной эпидемиологической обстановке важна поддержка со стороны властей государств для того, чтобы туристические мероприятия смогли восстановить своё состояние и возможности дальнейшего развития [2].

Так, 2020 года худший год в истории туризма, т.к. сокращение международных поездок в связи с пандемией составляло 72%. В весенней период 2020 года был объявлен карантин по всему миру - закрыто было всё. Ближе к зиме 2020г. поступила информация о том, что в гостиницы, санатории и другие развлекательные места не принимают гостей без предоставления справки об отсутствии коронавируса. С января по октябрь страны мира приняли на 900 миллионов меньше туристов, чем за тот же период 2019 года. Потери отрасли достигнут \$1,1 триллиона, - констатируют в United Nations World Tourism Organization (UNWTO) - Всемирной туристической организации. Однако в некоторых странах таких как

США, Германия и Франция, в последнее время наблюдаются признаки восстановления. Спрос на внутренний туризм продолжает расти в России, Китае и некоторых других странах. Выздоровливать туризм будет медленно, считают в UNWTO. К доковидным показателям он вернется в лучшем случае через 2,5 года, в худшем - через четыре.

С одной стороны, все эти ограничения не позволили нашим соотечественникам выезжать/вылетать в другие страны, но с другой стороны, данная обстановка позволила больше путешествовать по России, что стало развивать так называемый внутренний туризм. Туристические агентства, репортёры теле/радиоэфиров всё чаще стали акцентировать внимание на поездках в Бурятию, Карелию, на Байкал и многие другие интересные места нашей Родины. В России была запущена Ростуризм «программа туристического кэш бека» в августе, второй этап - в ноябре. Компенсации от государства за отдых в России получили 300 тысяч человек. Публичная реклама компенсации поездок в СМИ растиражирована настолько, что возникает сразу вопрос, а не является ли она мнимой. Конечно, здесь может возникнуть вопрос, что простой человек, который не владеет информацией о реальной стоимости того или иного туристического пакета, не может знать на сколько была повышена стоимость этого пакета туристической организацией, но материальные компенсации всегда же приятны сердцу.

Но несмотря на эту положительную сторону цифры российского туризма всё-таки оставались в минусе. Хоть и не настолько глубоко, как с поездками за границу. Количество путешествий по стране сократилось на 35-40% по сравнению с 2019 годом, в этой оценке сходятся Ростуризм и Ассоциация туроператоров России. В этом году туристы совершили около 40-42 миллионов поездок по стране (в 2019-м было 68 миллионов).

По данным Ассоциации туроператоров России и туристических администраций в районе можно привести в цифрах следующие показатели того, как изменилось количество туристов в российских регионах с 2019 года и на 2020-2021 гг.

Краснодарский край – 11,5 млн, что составило на 33% меньше;

- Московская область – 11,5 млн/ минус 50%;
- Москва – 7 млн/ минус 72%;
- Крым – 6,1 млн/ минус 18%;
- Санкт-Петербург – 2 млн/ минус 80%;
- Алтайский край – 1,3 млн/ минус 40%;
- Калининградская область – 1,3 млн/ минус 30%;
- Карелия – 500 тыс/ минус 40%;

- Бурятия – 200 тыс/ минус 49%.

1,3 млн рублей составили потери туризма в России из-за пандемии. 50 тыс. агентов и сотрудников турфирм потеряли работу за 2019-2021 гг.

Реалии современного мира повлияли на любителей путешествия как в нашей стране, так и по всему миру. В настоящее время люди не могут планировать свою поездку заранее, ведь обстановка на международной арене очень изменчива, так это можно пронаблюдать при бронировании, то есть на сколько заранее туристы покупают билеты, туры, оплачивают места и многое другое. Она составляет сейчас примерно неделю, 80% броней в течение недели это рекордная цифра в истории туризма.

Аналитики Ассоциации туроператоров России уверяют, что государство выступает с положительной стороны для поездок наших туристов, так, например:

- стало много коротких и частых поездок на короткие расстояния, чтобы успеть отдохнуть за выходные, мотивируя себя тем, что всё может вновь закрыться;

- главный отпуск года лето стал намного дешевле и намного дольше, туда едут на 2-3 недели, думая о том, если вдруг закроют, то можно будет перейти в онлайн-режим и спокойно работать;

- на 26% стал дешевле авиабилет за границу в 2020 году;

- развитие маршрутов в России с целью не только боязни пандемии за границей, но также и для изучения своей Родины [3].

В России и по всему миру в целом в настоящее время проходит вакцинация, которая даёт возможность и желание людям путешествовать, но до окончательного выздоровления, и человечества, и индустрии туризма ещё далеко. Странам необходимо активизировать усилия по безопасному открытию границ, поддержке рабочих мест и предприятий в сфере туризма. Становится все очевиднее, что туризм – один из самых пострадавших от пандемии коронавируса секторов экономики.

В 2021 году цены на авиабилеты за границу снижаться не будут. На состояния развития цен будет влиять ситуация с пандемией и действия стран - будут ли открываться границы, насколько активно будут восстановлены авиаперелёты, или же наоборот произойдёт большее ужесточение ограничений. Если останутся строгие сдерживания на перелеты в другие страны и авиасфера будет восстанавливаться точно, то цены по немногочисленным открытым зарубежным направлениям будут расти, что не даст возможности многим людям, пострадавшим от кризиса из-за пандемии в 2020 году, путешествовать за границу [1].

Безусловно, потери в туристическом бизнесе повлияли на всех, включая и туроператоров, и непосредственно самих туристов, государство не дополучило налоги от туристических компаний, фирм по перевозке туристов, нефтяных компаний от продажи топлива туристам-автолюбителям, сами туристы не получили должного отдыха, который крайне необходим для плодотворной работы и показания качественных результатов, многие, как туристы, так и обслуживающие туризм структуры, потеряли работу, что не могло положительно сказаться на всех участниках. И при этом также не обошлось без проблем, которые характеризовались необходимостью применения защитных масок и перчаток, что неизменно резко увеличило такой спрос, а производители не готовы были обеспечить всех жителей этим товаром, что привело к увеличению стоимости, например, медицинской маски, стоимостью 1,5 рубля до карантина и стоимостью 40 рублей и выше во время карантина 1-й волны, а также штрафами в пользу бюджета за неиспользование этих защитных средств. Как-то такой подход выглядел не очень хорошо и никак не комментировался властями, но при этом кто-то получал сверхприбыль.

Однако не для всех людей ситуация с пандемией вырисовывалась хорошим времяпрепровождением дома вместе с семьей. Так по данным исследованием психологов и социологов большему отрицательному последствию подверглись люди, которые учатся в ВУЗах, ученики различных школ, как раз та часть населения, которая приходится на возраст от 11 до 25 лет, ведь перейдя на режим онлайн, они оказались оторваны от нормального общеобразовательного процесса, появился меньший контакт со сверстниками и начинается большое использование Интернет. Появились высказывания об ухудшении здоровья, даже не так из-за ковида, как из-за негативного воздействия увеличившегося экранного времени. Молодежь чувствовала себя хуже всего, в частности, жалуясь на ощущение скуки, меньшую физическую активность и чувство одиночества.

Многие люди погрузились в реалии Интернета, вместо того, чтобы поехать, после снятия ограничений в России, со своей семьей на какой-либо отдых, не требующий туристических виз, предъявления справки о вакцинации и о постоянном подтверждении отсутствия COVID-19. Здесь также сыграло роль и чрезмерное участие СМИ в этой ситуации, которые готовы сделать сенсацию любой ценой, не принимая во внимание отрицательных последствий на воздействие нервно-психического здоровья людей. Наш менталитет имеет навязанную точку зрения с теле- и радиоисточников. Ведь, действительно, легче же остаться в настоящее время дома, самоизолироваться по полной, чем провести это время со своей семьей!

Можно посмотреть на ситуацию и с другой стороны, так у людей во время самоизоляции появилось большое количество свободного времени для реализации своих целей и задумок, для обучения чему-то новому в стенах дома, тому, чем люди хотели бы заняться, но у них не получалось, не было времени, например, поехать в поход. Да! А почему бы и нет. Чем преодолевать немислимые трудности, связанные с посещением заграницы – куча чемоданов, обязательная вакцинация и постоянные подтверждения отсутствия ковида. Зачем?! Можно собраться и поехать в туристическую поездку в горы, на байдарках, заняться спортом, почитать интересную литературу, возобновить вопросы творческого характера. Да всё это можно сделать, но готовы ли люди заняться этими вопросами. Наш менталитет уже вошёл, с помощью ТВ и различных, навязываемых источников, что у вас (население в целом) всё хорошо, что ничего делать не нужно, не нужно работать, не нужно саморазвиваться, не нужно заниматься творчеством, не нужно открывать новое, не нужно думать, ничего же не надо, только кушать и смотреть развлекательное ТВ «с пивом и чипсами», параллельно серфингить по социальным сетям, и всё вокруг успокаивает и говорит, что ты успешный, всего уже достиг, отдыхай. Всё это очень качественно и сильно отвлекают от саморазвития личности, что, как следствие, приводит к снижению уровня образования. Мы получили ту личность, которую уже смело называют «особь потребления», которая не сможет в краткосрочной перспективе заниматься ничем, кроме просмотра веселых картинок и обеспечения экономики за счет оборота потребительских покупок. Всё это приводит к сдаче позиций в развитии научного потенциала и экономики не только в России, но и в мире. Многие сейчас публичные люди начали заявлять и не меняют свою точку зрения, что слишком много умного и понимающего населения, в вопросах как что устроено в науке, политике, экономике, строительстве и т.д., не нужно. Нужно иметь малый состав тех людей, которые знают, как всё работает, знают, как настроить, чтобы работало правильно для жесткого контроля и мониторинга действий обычных людей. Мы уже видим полную автоматизацию/цифровизацию во всех структурах, приводящую к тому, что не нужно такого большого количества рабочего персонала, достаточно нескольких программистов, которые управляют этими процессами и работодателей-глобалистов, располагающихся в любой точке земного шара. Это всё приведет, в долгосрочной перспективе, к тому, что и людей на Земле не нужно много. Знакомо. Золотой миллиард. Сбывается? Возможно, это начало, и мы как раз в 2020 году в пандемию находи-

лись в том состоянии, когда нам показали, что все «простые смертные» марионетки, которыми управлять не составляет особого труда – сидеть на самоизоляции, все сели; надеть маски, все надели; заплати штрафы, все платили, хотя многие были без работы; вакцинируйся, идут многие. Пандемия показала нам, что мы все жители Земли подконтрольны и многие из нас подвержены не саморазвитию, а самоуничтожению [4].

Карантин показал нам, что нужно менять такое положение дел. Государственным структурам, социологам, психологам, философам, медикам нужно вырабатывать и внедрять новую идеологию, которая позволяла бы жить, развиваться, работать, отдыхать: в условиях пандемии, какой бы она не была страшной; в условиях самоизоляции; в условиях работы на удаленке. Если каждый отдельно взятый житель планеты, начнет действительно стремиться к саморазвитию, то пропадут те тенденции либералов-глобалистов, которые сейчас вырабатываются, пропагандирующих запрет на образование и развитие страны.

Список использованных источников.

1. Эйдельман Б.М., Эйдельман Л.О. Особенности развития индустрии туризма после окончания пандемии коронавируса / Б.М. Эйдельман, Л.О. Эйдельман // Вестник ТИСБИ, -2021. -№ 1. - С.58-65.
2. Лукичева О.В., Шейхова М.С. Меры социальной поддержки государства в условиях постпандемической экономической реальности / О.В. Лукичева, М.С. Шейхова // Формирование и реализация стратегии устойчивого экономического развития РФ. Сб. ст. х Международной научно-практической конференции. - 2020. - С. 138-141.
3. Мартиросян А.А. Образовательный туризм и его развитие в России до и после пандемии COVID-19 / А.А. Мартиросян // Трибуна учёного. -2020. - № 11. - С. 65-70.
4. Шейхова М.С., Сафонова С.Г., Кувичкин Н.М. Продовольственная безопасность России: угрозы и возможности в условиях постпандемической реальности / М.С. Шейхова, С.Г. Сафонова, Н.М. Кувичкин // Московский экономический журнал. - 2020. - № 8. - С. 30.

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF TOURISM BUSINESS IN THE POST-PANDEMIC ECONOMY

M.S. Sheikhova, S.Yu. Vasiliev, A.G. Kitaeva

*Don State Agrarian University,
Persianovsky, Russia*

This article analyzes the impact of COVID-19 on a huge sphere of global business, during and after the pandemic, tourism.

Keywords: world tourism, pandemic, COVID-19, forecasts of tourism development, changes in tourism, tourism security, Russian tourism.

ПРОБЛЕМА НАСИЛИЯ В СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ

М. С. Шейхова, С. Ю. Васильев, В. М. Уйбусар

*ФГБОУ ВО «Донской государственный аграрный университет»,
п. Персиановский, Россия*

В статье рассматриваются социально-психологические основы агрессивности человека, определяются факторы насилия и его место в современном обществе. Насилие можно рассматривать как один из древнейших и наиболее примитивных способов разрешения социальных конфликтов. Также является проблемой, как социокультурной, так и философской, правовой. А причины и пути предотвращения насильственного является предметом изучения психологии, социологии, конфликтологии, криминологии, педагогики, медицинских и других наук.

Ключевые слова: насилие, человек, общество, личность, агрессивное поведение, социализация.

Актуальность темы определяется следующими факторами.

Во-первых, потребностями повышения качества жизни в современном российском обществе, что включает и защиту человека от рисков и угроз, обеспечение условий безопасной жизнедеятельности, особенно - в семье, этой «клеточке» жизни общества.

Во-вторых, необходимостью утверждения в обществе правового сознания, в том числе, - и в сфере частной жизни.

В-третьих, противоречивостью общественного мнения в отношении различных форм проявления насилия в семье, сохранением традиционных представлений о формах поведения и разрешения конфликтов между близкими людьми.

В-четвертых, задачами решения демографической проблемы, то есть воспроизводства физически, нравственно и духовно здорового поколения новых россиян, способных дружно жить, честно трудиться и созидать Россию как демократическое общество.

В-пятых, проблемами преодоления тех социальных негативов, которые создают предпосылки для семейного кризиса и тем самым деформируют личность; для чего необходимо широкое информирование общества о проблеме насилия в семье и выработка адекватных направлений и мер его предотвращения.

Состояние научной разработанности проблемы. В мировой социологии проблема насилия в семье начала исследоваться во второй половине двадцатого века. В США указанная проблема впервые была осознана как негативное явление национального масштаба, требующее адекватных научно-теоретических и практических подходов к его анализу и предотвращению. Наиболее

значимыми трудами являются исследования, выполненные социологами М. Страусом, Р. Джеллзом и С. Стейнметцом в 1975 г., а затем ими продолженные в 1985 г. Признанными авторитетами в указанной проблеме, на которых опираются многие отечественные ученые, являются также Р. Геллес, Р. Берк, Э. Даглас, К. Йолло, Л. Лерман, Д. Хайнс, Л. Шерман, Д. Финкельхор и др.

В России семейное насилие становится предметом исследования относительно недавно, когда в стране начались радикальные социально-политические и экономические изменения, которые повлекли за собой и целый ряд непрогнозируемых следствий и обострили проблемы, ранее находящиеся в латентном состоянии. Одной из них стала проблема семейного насилия. Изучение этого явления требует анализа проблем современной российской семьи, тенденций ее изменения.

Известный вклад в изучение насилия в семье вносит криминология. Привлекают внимание труды Ю. М. Антонына, А. Н. Ильешенко и др.

Исследование социально-психологических аспектов семейного насилия в России заметно активизировало появление в 1990-е годы в русском переводе трудов по психологии агрессии таких зарубежных авторов, как К. Лоренц, Л. Берковиц, Б. Крейхи, Р. Бэрн и Д. Ричардсон.

Особую группу составили исследования, затрагивающие социокультурные и личностно-гуманистические аспекты обсуждаемой проблемы, а также динамику этих проблем в современном постиндустриальном мире. Это работы С. Клонингера, В. А. Кольцовой, А. В. Меренкова, Б. В. Радаевой, Л. Л. Рыбцовой, Е. А. Сергодеевой, А. В. Старшиновой, и других.

Различным аспектам проблемы социологического исследования насилия в российских семьях посвящены многочисленные диссертации, в том числе докторские диссертации И.В. Родина, В. Солодников, Л. Лысова.

Хотя проблема анализа домашнего насилия в России еще очень молода, она уже имеет значительную библиографию. В то же время теоретическое и методологическое понимание многих его аспектов вызывает сомнения, начиная с основной концепции. Социальная природа домашнего насилия изучена недостаточно. Социологическая и информационно-статистическая база слабая: количество исследований (особенно в динамике) пока невелико; статистика из разных источников различается. В связи с этим необходимо комплексное социологическое исследование насилия в современной российской семье, степени восприятия этого явления различными социальными группами и определение основных

направлений профилактики различных видов принуждения власти в конфликтах между близкими людьми.

Сама по себе агрессивность человека имеет гормональную и генетическую природу, однако нельзя не заметить значительное влияние на нее и социальных, и ситуационных факторов. Более того, если уж проследить связь биологического и социального в поведении, то можно заметить, что социальные факторы способны влиять даже на поведение животных.

Э. Фромм отмечает, что «человек – единственный представитель приматов, который без биологических и экономических причин мучит и убивает своих соплеменников и еще находит при этом удовольствие» [1]. Учёный утверждает, что животным свойственно биологически обусловленная приспособительная агрессия, смысл которой заключается в сохранении жизни. Такая агрессия у животных направлена не на уничтожение соперника, а лишь на отпугивание врага и пресечение угрозы жизни, защиту территории проживания и т.п.

Отрицание внутренней биологической предопределенности человека характерно и для представителей другого научного направления - бихевиоризма. В его основе лежит понимание поведения человека и животных как комплекса двигательных и эмоциональных реакций на воздействие внешней среды.

После рождения у человека появляется относительно небольшое количество врожденных поведенческих паттернов, таких как дыхание, глотание и т. д. На которых строятся более сложные процессы до тех пор, пока не будет сформирован самый сложный поведенческий репертуар. "В процессе формирования личности наиболее эффективная реакция закрепляется в виде поведенческого стереотипа и имеет тенденцию повторяться [2].

В бихевиоризме можно заметить своеобразное продолжение теории среды, которая понимает агрессивность как ответную реакцию на воздействие внешней среды. Однако объяснение причин человеческого насилия только влиянием социальной среды такое же заблуждение, как и переоценка биологических детерминант агрессивного поведения.

Э. Фромм выделяет поведение человека, связанное с оборонной, с ответной реакцией на реальную или потенциальную угрозу, которую автор называет доброкачественной агрессией и, напротив, немотивированную внешней ситуацией, агрессию злокачественную. Злокачественная агрессия проявляется как несвойственная природе большинства биологических видов страсть к господству над другим живым существом, как стремление к раз-

рушению. Истоки такой агрессивности кроются в пороках культуры, воспитания и образа жизни человека. В отличие от животных, человек бывает агрессивным и склонным к насилию по отношению к другим людям, независимо от наличия угрозы в личности или поведении последних и вне связи с удовлетворением насущных потребностей [3].

У человека, как более организованного, мыслящего и потому высшего биологического вида, внутренний запрет на причинение вреда другому человеку устанавливается не таким примитивным мотивом, как у животных, а сложным социализированным осознанием своей общности с другими людьми и сочувствия им. Однако современное общество, разрушая социальные связи, создает затруднения функционирования в ее сознании этого механизма.

Биологи определили механизм поведения животных, ограничивающий крайние проявления агрессии. У людей, как более организованного и более высокого биологического вида, внутренний запрет на причинение вреда другому человеку устанавливается не таким примитивным мотивом, как у животных, а сложным социализированным сознанием своего сообщества с другими людьми и симпатией к ним. Однако современное общество, разрушая социальные связи, способствуя отчуждению индивида, создает трудности для функционирования этого механизма в его сознании.

По мнению психологов, эгоист теряет способность объективно оценивать себя и окружающих. Вы теряете ценность чужой личности, своих прав и даже своей жизни. Для обозначения такого состояния в конце прошлого века французский социолог Э. Дюркгейм ввел понятие «аномия» и разработал теорию, суть которой состоит в том, что разрыв социальных связей ведет к постепенному снижению интересов общества индивида на уровне примитивных потребностей, потеря способности и желания общаться с другими людьми и, самое главное, рост конфликтов, как следствие этой неспособности разрешить противоречия межличностного общения «мирно».

Человеческое общение - один из важнейших аспектов индивидуальной формы человека как социального существа. Ю.М. Антонян называет общение специфической характеристикой межличностного взаимодействия и в то же время отмечает, что «отчуждение на социально-психологическом уровне - это, так сказать, уход человека от такого взаимодействия, что имеет значительные психологические и социальные последствия, иногда необратимые и криминогенные» [4].

Психологические последствия отчуждения выражаются в отсутствии эмоциональных контактов между людьми, в восприятии окружающего мира враждебно, в расхождении между ее потребностями,

ожиданиями, желаниями и действующими социальными нормами. Та самая неполноценность, свойственная любой психологически или социально отчужденной личности, ведет к тому, что не понимаемые или не принимаемые ею свойства другой личности или формы ее поведения могут восприниматься как враждебные, угрожающие и потому требующие ответной агрессивной реакции.

Выдающийся писатель Ф. Искандер писал, что «наш человек готов совершить самое страшное преступление, если ему пообещают равенство перед воровством. Он не понимает и не принимает равенство перед законом. У него никогда не было такого закона, и то, что выдавалось за него, всегда было обманом. Стремление к равенству переходит в непостоянное равенство воровства. Полет превращается в момент истины. Мечта о равенстве перед воровством так увлекает его, что он думает не только о жалости к жертве, он заранее уверен в своей вине хотя бы потому, что она бездуховна для него, как скот, и поэтому может быть зарезана, как скот» [5].

Социально отчужденный человек в конце концов погибает как личность, теряя все ценности. Но в силу своей природы человек не может смириться с этим и стоит перед выбором - либо противостоять подавляющей силе, что сложно и небезопасно, либо, найдя кого-то более слабого, чем он сам и унизив его, почувствовать собственную силу и значимость. Такой, по определению И. Канта, «скорее сатанинский, чем человеческий образ действий» позволяет социально ущербной личности отстаивать свое «Я». Будучи в известном смысле жертвой общества и государства, такой человек пытается избавиться от своей «жертвы», уничтожая жизнь, здоровье, достоинство или свободу другого, превращая его в жертву собственного преступления.

Некоторые западные считают необходимым выделить понятие «насилие» и разделить его на два типа. Они относятся к первому типу всех проявлений «эмоционального» насилия, основанного на бессознательных факторах, которые выражают чувства и потребности, присущие человеческой природе - страх, соперничество, амбиции, эгоизм, любовь и т. Д. Второй тип насилия, определяемый как «антиобщественное». «является сознательной поведенческой реакцией человека, которая намеренно и целенаправленно направлена против интересов, свободы, здоровья или жизни других. Согласно теории, Дж. Дельгадо и его последователи в мозгу участника конфликта реагируют на определенные группы нейронов соответствующим образом на сенсорную информацию, что приводит к агрессивным поведенческим реакциям. Определенные условия формирования человека и его бытия могут оказаться причиной того, что в его личности начинают доминировать такие

свойства личности, которые Э. Фромм называл комплексом деструктивных страстей – садомазохизм, жадность, зависть, мизантропия.

Современными исследованиями серийных убийц установлено, что их личности свойственны некие общие черты - сложные психологические комплексы неполноценности, порожденные особенностями воспитания, жестокостью со стороны родителей или иных родственников, непониманием, привычными с детства одиночеством и страхом, нередко мужской несостоятельностью и др. Для таких преступников заставить жертву испытать боль, страх или унижение, когда она лишена возможности защищаться, по их собственному признанию, означало проявление и ощущение собственного абсолютного господства, и удовлетворение не столько сексуальных потребностей, сколько потребности в самоутверждении. При этом для них не имело значения - над кем таким чудовищным способом достигается власть – над животным, ребенком, мужчиной или женщиной.

Подобные крайние формы насилия всегда продуцируются культурой «деструктивного социума», при котором характер человека – субъективное его отражение. Преступника можно считать человеком, которому не удалось стать тем, кем он мог бы стать в соответствии со своими внутренними потребностями. Безусловно, отдельным личностям, вопреки сложившимся условиям и благодаря позитивному влиянию семьи, авторитету родителей, таланту педагогов и т.п. удается полностью развернуть свои способности и в современном обществе. Однако для эффективного сдерживания насилия и агрессивности в обществе необходимо, чтобы все его члены были включены в творческий процесс общественного развития.

Положение в социальном обществе тесно связано с семьей. Деструктивный климат, распад семейных уз ужасен для детей и подростков, вызывая лавину жестокости, агрессии, цинизма, которые на самом деле являются не чем иным, как проекцией отношения детей к своим родителям. Эмоциональное неприятие родителей проявляется подростку сначала в недоверии, замкнутости, скептицизме, а затем в безразличии и агрессии, в попытке заявить о себе, привлечь внимание близких таким провокационным поведением.

Объективно существующие негативные условия в обществе определяют девиантное поведение в целом и агрессивно-насильственное поведение. Решение этих проблем следует искать в позитивных изменениях в самом обществе, в восстановлении человеческих связей, в нормальном взаимодействии человека с окружающей средой, с конкретным обществом и с обществом в целом.

Таблица 1 – Динамика гибели женщин в России

| Источник | Год публ. | Число жертв, согласно источнику | Комментарий |
|--|-----------|---------------------------------|---|
| Доклад Human RightsWatch | 1997 | 14 000 | С пояснением, что, согласно оценке Екатерины Лаховой, таково число женщин, которых ежегодно убивают мужа или члены семьи. |
| Пятый периодический доклад Российской Федерации, представленный в Комитет ООН по ликвидации дискриминации в отношении женщин | 1999 | 14 000 | |
| Публикация Фонда ООН в области народонаселения | 2007 | 14 000 | |
| Интервью генерал-лейтенанта МВД Михаила Артамошкина и материалы аналогичного содержания | 2008 | 14 000 | Используется формулировка «от рук мужей или других близких». |
| Публикация агентства Reuters | 2013 | примерно 10 000–14 000 | С указанием на неподтвержденность данных. |
| Публикация РИА Новости (со ссылкой на МВД) | 2013 | 12 000 | |
| МИД Великобритании | 2015 | 12 000 | Присутствует формулировка «одна женщина каждые 40 минут». |
| Дело № 41261/17 «Володина против России» (ЕСЧП) | 2019 | около 14 000 | Данные приводятся со ссылкой на центр «АННА» |

Разрушение общества, дегуманизация начинается с разрыва социальных отношений. Эта закономерность особенно заметна при сравнении преступности в городской и сельской местности. Чем выше население, тем более экономически развит тот или иной регион, чем больше разделены люди в регионе, тем меньше у них общих интересов, меньше социальных связей и взаимозависимостей между ними, но тем выше степень конфликтов и, соответственно, степень агрессии и насилия. Одной из чрезвычайно опасных форм агрессии и насилия, проявляющейся в современном обществе, является терроризм. Изучение эволюции терроризма предполагает, что он исторически укоренился на каждой стадии социального развития и в каждом государстве. В то же время неизменным и бесспорным является то, что это проявляется по мере ослабления власти, разрушения идеологических и моральных систем, роста разочарования и напряженности в обществе.

Современными исследованиями выявлен ряд предрасположенностей, свойственных террористу. Так, типичными его качествами являются: концентрация на защите своего «Я» с постоянной агрессивно-защитной готовностью; недостаточная личная идентичность; низкая

или завышенная самооценка; элементы расщепления личности; сильная потребность принадлежать к группе; испытывать социальную несправедливость со склонностью проецировать причины своих неудач на общество; социальная изоляция и отчуждение; перспектива гибели людей и т. д. Психологической мотивацией к участию в террористических организациях или совершению террористических актов может быть желание самоутвердиться, преодолеть отчуждение и разочарование за счет способности применять насилие против других людей. Для большинства террористов характерно анти-мировоззрение, которое проявляется в крайней нетерпимости к любому инакомыслию. Активно отрицаются общечеловеческие ценности и, прежде всего, право других людей на жизнь. Насилие и агрессия становятся самодостаточными ценностями.

Большим примером насилия являются преступления разного характера. Такие преступления проявляются как в форме терроризма, так и в единичных нападениях. Самыми страшными по количеству преступлений были «лихие 90-е», которые зафиксировались в истории как одно из самых опасных времен в России.

Преступные нулевые. «В 90-е годы людей убивали, и все бежали абсолютно голыми». Если говорить об общем количестве преступлений, то первое десятилетие 21 века благополучно превзойдет «смелые 90-е». С 1990 по 1999 год в РСФСР, а затем и в России было зарегистрировано 25,6 миллиона преступлений. С 2000 по 2009 год еще шесть миллионов - 31,3 миллиона. За первые восемь лет десятого года 21 века значительное падение - 18,3 миллиона.

На наш взгляд, психологический механизм насилия, проявляющийся в совершении теракта или в домашнем насилии, всегда один и тот же. Стремление к агрессивному и агрессивному поведению связано с глубокими негативными экономическими, политическими, социально-психологическими изменениями в современном обществе. Характерная для него девальвация моральных норм, разрушение традиционных жизненных установок и ценностей, отчуждение личности и расслоение общества воспринимаются массовым сознанием как условия, угрожающие выживанию. В то же время агрессивное и насильственное поведение иногда оказывается единственным средством самореализации, решения своих проблем и удовлетворения потребностей современного человека.

Список использованных источников.

1. Шейхова, М. С. Социально-одобряемые формы отклоняющегося поведения / М. С. Шейхова, Ю. Ю. Родионова // IV Ломоносовские чтения. актуальные вопросы фундаментальных и прикладных исследований, Петрозаводск, 16 мая 2020. – Петрозаводск: Международный центр научного партнерства «Новая Наука», 2020.

2. Шейхова, М. С. Взаимосвязь переживания чувства одиночества и самооценки в подростковом и юношеском возрасте / М. С. Шейхова, К. В. Жукова // Междисциплинарный вектор развития современной науки: теория, методология, практика. – Петрозаводск: Новая Наука, 2020.

3. Шейхова, М. С. Насилие в семье, как социальная проблема в современной России / М. С. Шейхова, А. Д. Ягудин // Концепции устойчивого развития науки в современных условиях, Уфа 2 декабря 2019. – Уфа: Агентство международных исследований, 2019

4. Антонян Ю.М. Портреты преступников: криминально-психологический анализ. – М.: Норма: ИНФРА-М, 2019. - 240 с.

5. Статистика домашнего насилия в России [Электронный ресурс] URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Статистика_домашнего_насилия_в_России

THE PROBLEM OF VIOLENCE IN MODERN SOCIETY

M. S. Sheikhova, S. Y. Vasiliev, V. M. Uybusar

*FSBEI HE « Don State Agrarian University »,
s. Persianovskiy, Russia*

The article examines the socio-psychological foundations of human aggressiveness, determines the factors of violence and its place in modern society. Violence can be viewed as one of the oldest and most primitive ways of resolving social conflicts. It is also a problem, both socio-cultural and philosophical, legal. And the causes and ways of preventing violent is the subject of study of psychology, sociology, conflictology, criminology, pedagogy, medical and other sciences.

Keywords: violence, man, society, personality, aggressive behavior, socialization.

УДК 32.019.5

ПРОБЛЕМА НЕДОВЕРИЯ ОБЩЕСТВА К ГОСУДАРСТВЕННЫМ СМИ

М. С. Шейхова, Э. Л. Куцова, В. А. Волокитин

*ФГБОУ ВО «Донской государственный аграрный университет»,
п. Персиановский, Россия
Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал)
ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет» в г.
Шахты, г. Шахты, Россия*

В статье раскрывается проблема недоверия к государственным СМИ и возможные причины тенденции. Даются определения доверия и недоверия, общества, государственных СМИ. Делается вывод, что доверие к институту власти напрямую влияет на доверие к правительственным СМИ.

Ключевые слова: СМИ, недоверия, государство, власть, экономика.

Средства массовой информации и их влияние на массы возросли в геометрической прогрессии за последние пять десятилетий. Первоначально каналы новостей и средств массовой информации ограничивались телеграфом. Затем технологические изобретения нашли множество каналов для распространения новостей в массы, таких как о, газеты, журналы, телевидение, веб-сайты, а теперь и мобильные приложения.

Средства массовой информации стали неотъемлемой частью общества и жизни граждан, и именно поэтому необходимо понять влияние средств массовой информации на людей.

От экономики до развлечений, от политики до красоты - все сегодня находится под влиянием средств массовой информации. Следует ли говорить, что социальные сети, 24-часовые новостные циклы и постоянно растущая конкуренция меняют способ потребления журналистики. Больше людей, чем когда-либо, читают и распространяют новости по своим телефонам; различие между журналистом и случайным наблюдателем становится все труднее различить; и трансграничные журналистика становится нормой. В этом все более шумном пейзаже роль умелого, беспристрастного журналиста становится важнее, чем когда-либо.

СМИ обладают как созидательной, так и разрушительной силой, которая может, как консолидировать аудиторию, так и разделить ее. Позитивное или негативное влияние средств массовой информации в некоторых случаях может быть очень важно. Это одна из основных причин, по которой граждане сталкиваются с ситуациями запрета трансляции новостей и интернет-услуг в некоторых деликатных ситуациях в городе или штате. Также это можно связать с явлением, получившим наименование в научной и современной публицистической литературе "социально-политическая манипуляция". Авторы, описывающие это явление, утверждают, что существуют методы и средства воздействия на человека, позволяющие скрыто контролировать общественное мнение.

В современном мире общество неотделимо от демократических процессов. В то же время, государственные средства массовой информации являются гарантом информационной поддержки этих процессов. Информационное обеспечение осуществляется путем предоставления гражданам информации о событиях, происходящих в обществе, в стране, в мире, в том числе о политической жизни страны.

Отечественные СМИ оказывают наиболее мощное влияние на современное общественное сознание, во многом моделируя его. Работа журналиста может быть построена таким образом, чтобы в первую очередь влиять на мнение аудитории, формируя его, а не

информируя, но это достигается наиболее эффективно за счет всех резервов языка, языковых норм, способов и приемов средств воздействия [6].

В связи с этим осмысление сущности манипуляции массовым сознанием, изучение различных манипуляторных приемов и технологий, а также разработка эффективных способов противодействия им становятся все более актуальными, для всех государств.

Люди в 27 странах разделились по вопросу о том, доверяют ли они традиционным средствам массовой информации (журналам и газетам, телевидению и радио). Как показали исследования, уровень доверия к средствам массовой информации сильно варьируется на уровне отдельных стран.

Считается, что за последние пять лет доверие к традиционным средствам массовой информации снизилось. Этот опрос показывает два основных фактора, способствующих этому: распространенность фальшивых новостей и сомнения в благих намерениях СМИ. Веб-сайты и онлайн-СМИ пользуются несколько меньшим доверием, чем традиционные государственные СМИ.

Близость к людям имеет значение. Люди больше всего доверяют другим людям, которых они знают лично.

Кроме того, личные отношения являются единственным источником новостей и информации, которые, как считается, приобрели, достоверность за последние пять лет.

В разных странах мнения о том, можно ли доверять общественным вещателям больше, чем частным, сильно различаются в зависимости от того, как организованы и контролируются службы вещания. В большинстве стран доверие чаще всего снизилось за последние пять лет. Особенно это относится к Турции и всей Восточной Европе.

Во всем мире каждый третий человек говорит, что доверяет телевидению и радио как источнику информации меньше, чем пять лет назад; только каждый шестой говорит, что доверяет телевидению и радио больше.

В пример хочется привести, что почти половина американцев (45%) говорят, что они доверяют телевидению и радио меньше, чем пять лет назад.

Вдобавок, во всем мире каждый пятый говорит, что доверяет новостным сайтам в Интернете больше, чем пять лет назад, в то время как третий говорит, что доверяет им меньше.

На Рис. 1 приведено нынешнее общее состояние СМИ для различных государств. Как видно, по-прежнему сохраняется вероятность снижения доверия к государственным СМИ при повышении политического давления со стороны других государств. Также в рис.

1, не отражено, однако по некоторым данным люди все чаще стали воспринимать новости как еще одну форму медиа, в которую они могут окунуться или нет. Если это угнетает или не соответствует их интересам, то они отключаются. По мере того как политики и другие люди принижают и унижают средства массовой информации, это мнение становится все легче внедрять в сознание людей.



Рисунок 1 - Нынешнее состояние государственных СМИ

В качестве примера необходимо привести бывшего президента США Дональда Трампа, который постоянно негативно высказывался о национальных СМИ. В его лексиконе по отношению к нац. СМИ постоянно звучали: «абсолютные отбросы» и «абсолютно нечестные люди». Будучи президентом, он снова и снова называл новостные организации «фальшивыми новостями» и «врагами народа». В результате доверие к СМИ было подорвано. Семь-

десять три процента американцев говорят, что распространение неточной информации в Интернете является основной проблемой с освещением новостей сегодня, больше, чем любой другой потенциальный тип предвзятости новостей. У государственных СМИ не так много времени, чтобы подстроиться или подстроить под себя сеть Интернет, где все чаще можно встретить большое количество неточной, ненужной, а иногда и опасной (экстремисткой направленности) информации.

Согласно медиапсихологии, влияние средств массовой информации на действия, манеры и созерцания индивидов и аудитории может быть, как отрицательным, так и положительным.

Негативные последствия СМИ об обществе может привести людей к бедности, преступности, наготы, насилию, психическим и физическим расстройствам здоровья и другим тяжелым последствиям. Например, толпа, избивающая невинных, увлекающаяся слухами, распространяемыми в Интернете, была обычной. Эти несанкционированные заголовки новостей являются самым большим примером негатива влияние средств массовой информации на общество.

Кроме того, случаи убийства невинных детей путем приобретения оружия рассматриваются в качестве одного из основных негативных последствий средств массовой информации.

Основную опасность представляют владельцы средств массовой информации, которые располагая ресурсами, полученными от других видов деятельности в бизнесе и политике, могут эффективно использовать свои медиа-свойства, продвигая различные интересы и работая над противодействием конкурентам, в отличие от неинструментализированных средств массовой информации, работающих по более простым редакционным и/или коммерческим мотивам.

Также ситуации, когда позитивность является результатом влияние средств массовой информации. Например, люди, помогающие друг другу в ситуациях стихийных бедствий, поощряют человечность и сочувствие у детей и взрослых, поэтому все больше добровольцев приходят на помощь нуждающимся. Кроме того, викторины на основе игр, образовательные новости телепередача и подобные программы подчеркивают положительное влияние средств массовой информации, которые повышают грамотность аудитории.

Одним из положительных влияние средств массовой информации на общество это их право на информацию. Сегодняшнее поколение гораздо более образованно и осознает свои права, и это помогает ему получать различные личные и профессиональные выгоды.

Российские СМИ уникальны в нескольких аспектах. Страна имеет самую большую в мире, хотя и неравномерно заселенную территорию, состоящую из 11 часовых поясов и населенную многонациональным населением, говорящим более чем на 100 языках, кроме официального русского. Это серьезно повлияло на структуру медиасистемы, в которой доминирование федеральных телеканалов, транслируемых как по наземным, так и по спутниковым сетям, в основном определялось географическими факторами. Этническая структура населения также влияет на функционирование средств массовой информации, поскольку существует явная необходимость поддерживать большое число средств массовой информации на языках меньшинств.

В России исторически сложилась система доверия к печатным СМИ. Это утверждение верно хотя бы по тем причинам, что в относительно недавнем прошлом на территории большей части России единственным источником информации были только газеты и журналы. Однако на нынешний момент, на глобальном рынке Россия является государством с самым низким уровнем доверия к средствам массовой информации. Об этом говорится в исследовании «Edelman Trust Barometer 2020» («Барометр доверия Edelman 2020»), охватывающем 28 стран и 1,2 тыс. респондентов в каждой из них. Так, 28% опрошенных россиян доверяют медиа, что на 2% больше по сравнению с 2019 г. [7].

Основными моментами, освещенными в «Edelman Trust Barometer 2020» касающимися Россию, стали:

- Глобально аудитория стала чаще потреблять новости и делиться контентом в соцсетях. Тем не менее с 2019 г. уровень доверия поднялся только на 1% – до 49%, что считается недоверием к медиа.

- Более половины респондентов – 57% считают, что медиа, которые они регулярно читают и смотрят, состоят из непроверенной и недостоверной информации. С 2018 г. доля опасующихся, что ложные новости используются «как оружие», выросла на 6 процентных пунктов – до 76%.

- Около 51% аудитории считает, что медиа служат интересам небольшой группы людей. В том, что СМИ старается отвечать потребностям большинства, уверены 32%. Примерно равные доли опрошенных заявили, что СМИ преследуют определенные цели на медиарынке (41%) или не имеют четкой миссии (37%). О коррумпированности средств массовой информации сказали 43%, в то время как 38% признались, что верят в честность журналистов.

- Глобально по уровню доверия аудитории выигрывает информация из поисковых систем (62%). За ней следуют традиционные (60%) и собственные медиа (46%). Наименьшая уверенность

участников исследования пришлось на социальные сети – им доверяет 41% опрошенных.

- Большинство респондентов отметили, что СМИ хорошо справляются с освещением новостной повестки: национальной (61%), международной (57%) и локальной (57%). Также опрошенные считают, что у медиа нет проблем с недостатком кадров (53%).

- Главные вызовы для медиа: открытость в соцсетях, объективность, качество информации, разделение важного от сенсационного, а также мнений от фактов. Как отмечается в исследовании, при достижении этих целей потенциальный уровень доверия к СМИ может подняться с 49% до 69%.

- Если медиа распространяет ложную информацию, рекламодатель должен отказаться от сотрудничества с ним – такого убеждения придерживаются 72% респондентов. В России этот показатель близок к глобальному – 69%.

- За последний год люди стали больше доверять техническим специалистам компаний (68% опрошенных) и академикам (66%) – они возглавляют список тех, кого аудитория считает экспертами. Последние позиции в этом списке занимают журналисты (36%) и государственные служащие (33%).

- О том, что у средств массовой информации нет будущего, в которое хотелось бы верить, сказали 43% участников глобального исследования, у 35% более оптимистичные взгляды.

- Россия является последней среди 26 стран по совокупному уровню доверия к медиа, государству, бизнесу и негосударственным организациям. Опрос Edelman показал, что индекс доверия к этим четырем институтам вырос за год на один пункт – до 30, в то время как максимальный балл для «недоверия» составляет 49 пунктов [7-9].

Несмотря на то что регулирование деятельности средств массовой информации в России осуществляется целым рядом как национальных законов (Закон № 2124-1 “О средствах массовой информации” или Закон о средствах массовой информации), важную роль играет и Федеральная служба по надзору в сфере информационных технологий и связи (“Роскомнадзор”) и Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям Сообщения (“Роспечать”) и соответствующие нормативные акты [1-3].

Общие принципы российского закона о средствах массовой информации основаны на фундаментальных принципах, установленных Конституцией Российской Федерации. Основные принципы:

- свобода массовой информации коммуникация;
- недопустимость цензуры;

- гарантия свободы слова.

В отношении к гарантиям против злоупотребления свободой печати, ограничениям и/или существуют запреты на распространение информации, связанной с наркотиками, противодействие терроризму операции, ребенок жертвы, подсознательный раздражитель и экстремист деятельность [2,5].

В последние годы российский медиа-ландшафт стремительно меняется под влиянием не только роста цифровых медиа по всему миру, но и, в частности, российских событий на медиарынках и в политике. Эта статья показывает, как телевидение остается центральным и подверженным различным формам государственного и политического вмешательства, а также как газетная индустрия, которая предложила более разнообразное сочетание относительно независимых коммерческих СМИ, политически связанных СМИ и иностранных СМИ, страдает из-за наличия большого количества недостоверной информации [4].

Российское общество в значительной степени опирается на центральную роль телевидения [3]. Для большинства россиян телевидение является основным средством коммуникации.

Основные телеканалы контролируются государством напрямую или через компании, тесно связанные с государством. К таким каналам относятся, например, "Первый канал", "Россия 1", НТВ и ТНТ. Они по-прежнему получают большую часть финансирования от рекламы и спонсорства. Когда дело доходит до подачи новостей, газеты также по-прежнему играют важную, хотя и уменьшающуюся роль.

Несмотря на то, что социальные медиа приобрели большее значение в жизни людей в России, новости по-прежнему в основном выпускаются телевизионными и газетными компаниями.

Поэтому отношение к цензуре и ограничениям, равно как и к государственным СМИ, различно.

В эпоху изобилия средств массовой информации доверие играет важную роль в отношениях между средствами массовой информации и их аудиторией. Однако поддержание высокого уровня доверия становится все более и более сложной задачей в мире переполнения новостей и дезинформации.

Поэтому измерение доверия имеет важное значение для отслеживания восприятия гражданами системы средств массовой информации в целом и организации средств массовой информации и ее результатов, в частности. Это имеет решающее значение для формирования аудитории и полезно для стратегического планирования страны.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.

1. Waterson J. Public funds should be used to rescue local journalism, says report. The Guardian. Available at: <https://www.theguardian.com/media/2019/feb/11/public-funds-should-be-used-to-rescue-local-journalism-says-report> (accessed: 25.03.2020).
2. Burke, J. (2014). The anti-paywall: Newspapers turn to memberships for loyalty and revenues. In J. Burke, J. A. Giner, J. Senor & M. Torres (Eds.), *Innovations in newspapers. World report 2014* (pp. 70–73). Frankfurt am Main: WANIFRA.
3. Doyle, G. (2013). *Understanding media economics* (2nd ed.). London: SAGE Publications Ltd.
4. Dunn, J. A. (2014). Lottizzazione Russian style: Russia's two-tier media system. *Europe-Asia Studies*, 66(9), 1425–1451. Retrieved from <http://doi.org/10.1080/09668136.2014.956441>
5. WIKI 2 «Переиздание Википедии». [Электронный ресурс] - URL: https://wiki2.org/en/Influence_of_mass_media
6. Баранова, Е. А. Новые реалии развития редакций, или Что такое газетная конвергенция / Е.А. Баранова. - М.: Вузовский учебник, Инфра-М, 2018. - 192 с.
7. Влияние СМИ на психоэмоциональное состояние детей и молодежи: монография / Л. П. Шопина; Липецкий государственный педагогический университет. - Липецк: ЛГПУ, 2020. - 91 с. - [Электронный ресурс] - URL: <https://icdlib.nspu.ru/views/icdlib/8684/read.php> (дата обращения: 02.06.2021). - ISBN 978-5-907168-92-3. - Текст: электронный
8. AKAR. (2015). Ob'em reklamy v sredstvakh ee rasprostraneniia v pervom polugodii 2015 goda. [Amount of advertisement in its disseminating platforms during the first six months of 2015.]. Retrieved from http://www.akarussia.ru/knowledge/market_size/id5949
9. Beard, N., Crews, S., Omid, M., Pakhomova, E., Rann, J. & Zinatulin, I. (2014). Media compass: Russia's changing media landscape. Retrieved from <http://calvertjournal.com/features/show/2234>

THE INFLUENCE OF MASS MEDIA ON THE FORMATION AND FORMATION OF PUBLIC CONSCIOUSNESS

M. S. Sheikhova, E. L. Kucova, V. A. Volokitin

*FSBEI HE «Don State Agrarian University», p. Persianovsky, Russia
Institute of service
sector and entrepreneurship (branch)*

FSBEI HE «Don State Technical University in Shakhty», Shakhty, Russia

The article reveals the problem of mistrust in the state media and possible reasons for the trend. Definitions of trust and distrust, society, state media are given. It is concluded that trust in the institution of power directly affects trust in government media.

Keywords: Mass media, mistrust, state, power, economy.

КОНФЛИКТЫ В ТРУДОВЫХ КОЛЛЕКТИВАХ

Б.З. Шичиях

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина», г. Краснодар, Россия

Статья посвящена рассмотрению конфликтов в трудовых коллективах. Представлены причины возникновения конфликтов между сотрудниками и способы их решения.

Ключевые слова: конфликт, трудовой коллектив, причины конфликтов, сотрудники, руководство.

В современном обществе конфликты являются неотъемлемой частью отношений, потому что это наиболее острый способ разрешения противоречий в интересах и целях, происходящих в процессе социального взаимодействия, заключающийся в противодействии участников. Существуют конфликты в любой сфере человеческой жизни, так, например, в трудовых коллективах, где и происходят столкновения этих общих интересов и целей. В этой связи особую значимость приобретает проблема повышения эффективности управления социально-трудовыми отношениями, обеспечения их гармонизации.

Часто причинами конфликтов являются межличностные отношения сотрудников, а именно профессиональные разногласия или несходство мнений на ту или иную ситуацию. Основными причинами возникновения конфликтов считают:

1) Недовольство заработной платой при непосредственном знании о доходах организации в целом и каждого из работников в частности (распределение доходов в организации не бывает равномерным, каждый из участников считает именно свой труд эксклюзивным и лучшим);

2) Различное целеполагание, так как у каждого свои цели (ситуация стимулируется разрастанием организации и появлением новых структурных отделений);

Разные взгляды на жизнь и представления о способах достижения цели и решения задач с отстаиванием собственных позиций и точек зрения;

Плохие каналы коммуникации для передачи информации и противоположное ее толкование внутри группы;

Невыполненные обещания руководства;

Человеческий фактор – индивидуальные черты характера. Зачастую работники негативно и агрессивны настроены, враждуют и активно беспочвенно спорят.

Конфликтные моменты очень часто бывают незапланированными. Почти 80% споров возникают самопроизвольно и без целенаправленного желания людей и поэтому так важно управление конфликтами и стрессами в трудовом коллективе. Подобные причины можно связывать с внутренней средой личности или социума, с социально-экономическими, социально-психологическими и социально-демографическими предпосылками.

Также очень важно при конфликтных моментах не только выйти из неудобного положения, но и продолжить сотрудничество и дружеское общение. Ведь противостояние по своей природе несет разрушающую функцию, так как угнетают личность, снижают самооценку и уверенность в себе. Иногда быстрым и эффективным инструментом выхода из противоречий может стать его намеренное обострение или так называемое выяснение отношений.

К позитивным способам выхода из кризиса можно отнести:

1) Урегулирование путем переговоров, это могут быть дебаты, взаимные уступки.

2) Проведение переговоров по следующим принципам:

- рассмотрение претензий каждой стороны;
- ориентация на общее взаимовыгодное сотрудничество;
- поиск объективных доводов нейтрального характера;
- выстраивание логической цепочки и анализ возможностей уклонения; избегание оскорблений.

Можно сделать вывод, что ранняя профилактика позволит избежать массы проблем, а вот затянувшийся неразрешенный спор будет отнимать много времени и постепенно перерастет в тяжелый кризис.

Таким образом, если в коллективе появился новый весьма конфликтный типаж, нарастания волнений и провокационных ситуаций не получится избежать, то придется обеспечить спокойную обстановку и не втягиваться в ненужные споры.

Список использованных источников.

1. Бендюков М. А. Психология трудовых конфликтов : учебное пособие / М. А. Бендюков. – Санкт-Петербург : ПГУПС, 2017. – 43 с.

2. Бунтовская Л. Л. Конфликтология: учебное пособие для СПО / Л. Л. Бунтовская, С. Ю. Бунтовский, Т. В. Петренко. -2-е изд., перераб. и доп. -М.: Издательство Юрайт, 2017. -144 с.

3. Лукаш Ю. А. Внутрифирменные конфликты, или трудовая конфликтология в бизнесе : учебное пособие / Ю. А. Лукаш. – Москва : Юстицинформ, 2014. – 158 с.

4. Петренко Т.В. Формирование комплексной системы государственного регулирования социально-трудовых отношений в Донецкой

народной республике / Т.В. Петренко, С.Ю. Бунтовский, Д.И. Стрельченко // Вестник Университета Российской академии образования. - 2019. - № 4. - С. 9-14.

CONFLICTS IN LABOR COLLECTIVES

B. Z. Shichiyakh

*FSBEI HE «Kuban State Agrarian University named after I. T. Trubilin»,
g. Krasnodar, Russia*

The article is devoted to the consideration of conflicts in labor collectives. The reasons for the occurrence of conflicts between employees and the ways of their solution are presented.

Key words: conflict, work collective, causes of conflicts, employees, management.

УДК 371.14

РАЗВИТИЕ ХУДОЖЕСТВЕННО-ТВОРЧЕСКИХ СПОСОБНОСТЕЙ ДОШКОЛЬНИКОВ В ПРОЦЕССЕ ОЗНАКОМЛЕНИЯ С МОНУМЕНТАЛИЗМОМ И ЭСТЕТИКОЙ ОБЪЕКТОВ, ПОСВЯЩЕННЫХ КОСМОСУ И АВИАЦИИ

Е.В. Яфарова

*МБДОУ "Детский сад 160" г.о.Самара,
г.Самара, Россия*

В статье представлен практический опыт ознакомления дошкольников с урбанистической эстетикой города Самара. Одним из средств для реализации поставленной цели является разработка образовательного блога с помощью сервиса Instagram.

Ключевые слова: дошкольное образование, этнокультурное образование дошкольников, народная педагогика, художественные техники, народные традиции.

Художественное творчество в детском возрасте – это самовыражение внутреннего мира ребёнка, который не только познает, но и выражает своё видение, понимание окружающего. Учёные отмечают, что детская художественная деятельность универсальна, пластична, инициативна и бескорытна «...эмоциональная насыщенность и выразительность характеризует её содержательную сторону, её поисковые тенденции. Для дошкольника важно увидеть всё это через игру, сказку, собственную фантазию» [7. С.10]. Именно поэтому огромные, монументальные объекты производят на детей сильное впечатление – не вполне доступные для полного

осознания, они являются частью волшебного, сказочного мира. Благодаря знакомству с подобными сооружениями развивается эмоциональная отзывчивость дошкольника как показатель его полихудожественного развития, включая способность «откликаться (видеть, чувствовать, слышать) на художественные произведения разных видов и жанров, способность сопереживать» и выражать их личностные смыслы [2. С.310].

Приобщение дошкольников и их родителей к культурным традициям родного города, формирование интереса дошкольников к его культурным объектам, пейзажам, в том числе и в знакомстве с его урбанистической эстетикой возможно благодаря применения современных информационных технологий. В том числе, создав интерактивную страницу в социальной сети Instagram, оформив её в качестве образовательного блога, в котором будет выкладываться актуальная информация о культурных объектах города Самары. Здесь же будут проводиться викторины и опросы, аудитория будет привлекаться к поиску городских объектов, с целью выполнить определённое задание, организовываться квесты, с последующей отчётностью по их выполнению. Данная дистанционная позволит создать площадку для коммуникации педагогов и родителей, а также, современная платформа станет отличным мотиватором для привлечения дошкольников к культурной практике.

Примерный план контента и оформление:

1. Оформление выполнить в ярких, но некричащих тонах (3 главных цвета-сиреневый, жёлтый и светло-зелёный),

2. Название блога «Самарчата» (логотип-нарисованные дети водят хоровод, на фоне – контуры самых значимых объектов города),

3. Рубрики:

- Самарчатам о Самаре (известные исторические и культурные факты о городе);

- Узнай-ка САМару (задания с целью посетить интересные места родного города и рассказать о них с помощью творчества (рисунок, видео, песня, стихотворение, коллаж, необычное фото и т.д.);

- Я САМ (рубрика для САМых самостоятельных самарчат – лайфхаки и безопасность дома, на улице, на природе)

Неслучайно для данной работы выбраны и объекты авиационно-космической отрасли. Поскольку космос и небо для восприятия ребёнка также являются чем-то недостижимым и фантазийным, монументальные объекты, созданные для формирования яркого торжествующего образа человеческого превосходства над бесконечностью (покорением неба и космоса), помогают развитию детского воображения и формируют художественно-эстетический

вкус. Самара по праву считается столицей ракетно-космической отрасли России. Достижения самарских ученых, конструкторов, инженеров и рабочих, неоспоримы и давно признаны специалистами всего мира. Также, в Самаре с 30-х годов прошлого века было развито самолётостроение. Именно поэтому самые значимые монументальные объекты нашего города связаны с космосом и авиацией. Это монумент Славы на одноимённой площади, макет ракеты «Союз» и памятник штурмовику Ил-2.

Первым масштабным сооружением такого рода в городе Самара стал Монумент Славы, который находится на одноименной Площади в Ленинском районе и по праву является одним из самых запоминающихся символов Самары. Величественный исполин вызывает восхищение своей монументальностью и может соперничать по размерам с известными монументами не только в России но и в мире. Идеально подобранные простые и понятные формы монумента поражают своей масштабностью и красотой. Эстетика этого объекта в сочетании с монументальностью заставляет обращать на себя внимание любого, кто хоть раз побывал в городе Самара. Серебристый «столп света» и возвышающаяся на нём фигура рабочего, также выполненная из высококачественной стали, неслучайно созданы именно в таком виде, без покраски. Благодаря тому, что сталь имеет высокие отражательные свойства, монумент выгодно смотрится как при ярком солнечном свете, так и в ночное время суток, когда используется специальная подсветка.

Также, необходимо обратить внимание на не менее значимый символ города Самары – легендарный штурмовик Ил-2, который стоит на перекрестке Московского шоссе и Кировского проспекта на огромном постаменте. Этот самолёт в годы войны был создан на Куйбышевском авиационном заводе и был отправлен на фронт. Хотелось бы обратить внимание на то, что самолёты как символ покорения неба человеком всегда привлекали внимание многих людей своей мощью и красотой. К тому же самолёт создан по аналогии с птицей – у него есть крылья, именуемые в авиации плоскостями, хвост и, так называемое, оперение (закрылки). Такое сравнение приближает образ самолёта к природе и он является наиболее понятным для человека и для ребёнка, в частности. Дошкольник видит в самолёте в первую очередь большую «железную птицу». Этот образ легок для восприятия ребёнком. Что касается Ил-2, который установлен в качестве исторического объекта на довольно массивном постаменте, подчёркивающим его немалый размер и в то же время расположенный так, как будто он может со всей лёгкостью в любой момент взмыть в небо, то этот самолёт восхищает ещё и тем, что он действительно был участником боёв.

Его эстетическая красота и величие заключаются не только в совершенстве и простоте его форм, но и в его исторической значимости, которая добавляет веса к внешнему восприятию. Однозначно, самолёт, созданный руками земляков, людей, потомки которых и есть нынешние Самарские дошкольники, является не только внешне привлекательным как для взрослых, так и для детей. Но и имеет внутреннюю эстетическую красоту, которая произрастает из духовно-нравственного воспитания детей, их патриотического сознания, что зачастую играет немаловажную роль для создания дошкольниками уникальных художественных образов.

Таким образом, монументализм и эстетика выбранных объектов как нельзя лучше подходят для формирования и развития художественно-творческих способностей дошкольников, об этом можно судить, исходя из описания и анализа таких монументальных сооружений как собирательный образ рабочего человека с крылом в руках, единственный в мире макет ракеты «Союз» и самолёт Ил-2. Каждое из этих сооружений оставляет яркий след в творческом сознании дошкольника и побуждает к созданию совершенно новых, но таких же функционально простых и в то же время монументальных образов.

Список использованных источников.

1. Казакова Т. Г. Теория и методика развития детского изобразительного творчества: учеб. пособие для студентов вузов. – М.: Гуманитар. ид. Центр. ВЛАДОС, 2006.

2. Карникова О.П., Сутолкина Е.Н. Эмоциональная отзывчивость как показатель полихудожественного развития дошкольников. Модернизация культуры: идеи и парадигмы культурных изменений. Материалы Международной научно-практической конференции. Под редакцией. 2014. С. 308-311.

DEVELOPMENT OF ARTISTIC AND CREATIVE ABILITIES OF PRESCHOOL CHILDREN IN THE PROCESS OF FAMILIARIZATION WITH THE MONUMENTALISM AND AESTHETICS OF OBJECTS DEDICATED TO SPACE AND AVIATION

E.V. Yafarova

*MBPEI "Kindergarten 160" Samara,
Samara, Russia*

The article presents the practical experience of introducing preschool children to the urban aesthetics of the city of Samara. One of the means to achieve this goal is to develop an educational blog using the Instagram service.

Keywords: preschool education, ethno-cultural education of preschool children, folk pedagogy, art techniques, folk traditions.

УДК 331.108

КАК МОТИВИРОВАТЬ СОТРУДНИКОВ ОРГАНИЗАЦИИ В УСЛОВИЯХ УДАЛЕННОЙ РАБОТЫ

Г.Р. Яхина, Д.М. Шакирова

ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический университет»,
г. Казань, Россия

В данной статье рассматриваются грамотные подходы во внутренней мотивации подчиненных в условиях длительной удаленной работы. Исследования показывают, что внутренняя мотивация, а не внешняя структура способствует быстрому росту компании, поэтому в данной работе будут рассмотрены три тактики, позволяющие лидерам вновь замотивировать сотрудников.

Ключевые слова: теория мотивации, удаленная работа, близкая связь, компетентность, самоуправление, новые инструменты, психологические потребности.

На сегодняшний день можно с полной уверенностью сказать, что ни одна система управления не может существовать без грамотной системы мотивации деятельности сотрудника, которая побуждала бы его эффективно работать и ответственно выполнять поставленные цели. [1] Безусловно работа вне офиса имеет много положительных сторон: экономия времени, возможность больше времени уделить себе, здоровью и семье и т.п. Кроме того работа становится более продуктивной, так как отсутствует формат общения. Но рейтинг производительности компании от удаленной работы в этом случае полностью зависит от ответственности сотрудника за качество работы и его мотивации на результат. Учитывая нынешнюю масштабную проблему общества по удаленной работе с Covid-19, данная тема имеет актуальность.

Неудивительно, что мотивация, производительность и благополучие у многих сотрудников компании в связи с такой ситуацией падают. Спустя месяцы руководителям нужны новые инструменты, чтобы активизировать свои команды, точно выявлять и диагностировать повторяющиеся проблемы и чутко помогать сотрудникам решать их проблемы. Большая часть ответственности управляющего заключается в обеспечении структуры, руководства и регулирования. Тем не менее, многие исследования на рабочем месте указывают на тот факт, что наиболее важным показателем здоровой рабочей среды является не сильная внешняя структура, а то, могут ли сотрудники стимулировать внутреннюю мотивацию. Для того, чтобы стимулировать работу сотрудника, необходимо понять, как можно повысить формирование трудовых мотивов, а для этого необходимо тщательное изучение мотивации. [2]

Используя хорошо зарекомендовавшую себя теорию мотивации, называемую теорией самоопределения, предлагаются три основных психологических потребности, которые лидеры могут удовлетворить, чтобы помочь своим сотрудникам оставаться вовлеченными, уверенными и мотивированными.

1. Близкая связь – это забота и воспитание чувства принадлежности в ваших сотрудниках. Здесь необходимо уделить время, чтобы выслушать точки зрения подчиненных и дать им понять, что их слышат и ценят в этой организации. То есть следует признавать и подтверждать эмоции человека и не позволять теряться в толпе, при возникновении проблемы получать полную обратную связь от всех участников, делать акцент на том, что вклад сотрудника необходим здесь и сейчас. Важно заботиться не только о производительности сотрудника, но и о его благополучии.

2. Компетентность. Наступает момент, когда сотрудник чувствует себя эффективным и переживает рост. Исследования показывают, что привлечение сотрудников к ответственности за достижимые цели может повысить производительность, а наука о мотивации также предполагает, что доверие порождает доверие. Стоит попробовать эти подходы, чтобы разжечь внутреннюю мотивацию вашей команды: привлекать сотрудников к принятию решений в тот момент, когда их вклад может быть ценным; предлагать подчиненным продемонстрировать свое мастерство в решении конкретной задачи или навыка, а затем обсуждать, почему они выбрали ту или иную стратегию; организовывать проверки для того, чтобы регулярно обсуждать прогресс в достижении индивидуальных целей и разрабатывать стратегии для их достижения.

3. Самоуправление. В нынешних условиях рынка возрастает роль сотрудника как личности. [3] Эффективные лидеры способствуют внутренней мотивации, давая сотрудникам ощущение того, что они являются авторами своих действий и имеют право делать выбор, который соответствует их собственным ценностям, целям и интересам, а также интересам их команды. Руководители должны поощрять самостоятельность и проявлять искреннюю заботу, признавая при этом, что каждый сотрудник несет ответственность за достижение целей команды. Чтобы способствовать развитию чувства автономии, лидерам рекомендуется: поощрять инициативу и участие и свести к минимуму принудительные меры контроля, такие как нереалистичные сроки и постоянный мониторинг сотрудников, вместо этого можно стимулировать их с помощью поощрения и положительных отзывов; необходимо яснее излагать требования, так как люди с большей готовностью прилагают все свои усилия, когда понимают, по-

чему данная задача важна. Стимулирование подразумевает материальное вознаграждение и является средством возмещения дополнительных потребностей сотрудника. [4]

Рабочая среда человека играет большую роль в том, будут ли эти три канала увеличиваться или оставаться неизменными, поэтому не удивительно, что мотивация особенно подвержена риску во время удаленной работы. Независимо от обстоятельств, сотрудники наиболее полны энергии и преданы делу, когда внутренне мотивированы собственными ценностями, чувством удовольствия и роста, то есть внутренняя мотивация вдохновляет сотрудников быть самими собой. Удовлетворяя три психологические потребности, лидеры помогают сотрудникам быть вовлеченными и чувствовать, что их ценят на работе (близкая связь), чувствовать мотивацию роста (компетентность), чувствовать себя сильными и уверенными в своих навыках (самоуправление). Сотрудники, которые чувствуют себя недооцененными или принужденными, в лучшем случае часто без особого энтузиазма подчиняются приказам начальника, не стремясь к совершенству. В худшем случае они потеряют всякую мотивацию и не смогут выполнить поставленные задачи и сроки.

Список используемых источников.

1. Галимова А.Ш. «Заработная плата как фактор мотивации к труду» / Галимова А.Ш., Галимова Л.Ф., Тимербулатова А.Р. // Вестник ВУиТ. 2015. №1 (33).

2 Давлетов . И.И. «Мотивация персонала» / Давлетов И.И., Гурьянов В.В., Клячин А.О. // Integral. 2020. №1.

3. Шарова Е.Б. Мотивация персонала в системе обеспечения конкурентоспособности агропромышленного производства / Агропродовольственная экономика. – 2015. URL: <http://apej.ru/article/09-03> (дата обращения: 02.06.2021).

4. Баженов, С.В. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности // Интернет-журнал «Науковедение». 2018. Том 7, №4. - 84-85с.

HOW TO MOTIVATE THE EMPLOYEES OF THE ORGANIZATION IN THE CONDITIONS OF REMOTE WORK

G.R. Yakhina, D.M. Shakirova

*Kazan State Power Engineering University,
Kazan, Russia*

This article discusses competent approaches to the internal motivation of subordinates in conditions of long-term remote work. Research shows that internal motivation, not external structure, drives a company's rapid growth, so this paper will look at three tactics for allowing leaders to re-motivate employees.

Keywords: motivation theory, remote work, close communication, competence, self-management, new tools, psychological needs.

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|---|----|
| РОЛЬ POWERPOINT В САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ СТУДЕНТА А.А. Макарова | 3 |
| РАЗВИТИЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПОДРАЗДЕЛЕНИЙ ПЕНИТЕНЦИАРНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ С ДЕЛОВОЙ СРЕДОЙ О.В. Макарова, Е.И. Сидоренко | 5 |
| УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ОРГАНИЗАЦИИ, НА ПРИМЕРЕ ООО «АГРОТОРГ» МАГАЗИН № 526 «ПЯТЕРОЧКА» Д.А. Мардугалямова, Л.П. Кузьмина | 8 |
| ОСОБЕННОСТИ ОБУЧЕНИЯ ДОШКОЛЬНИКОВ ОРИЕНТИРОВКЕ В ПРОСТРАНСТВЕ Л. В. Марышева..... | 12 |
| УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ, НА ПРИМЕРЕ ООО «ВЫСОТА 43», Г. ВЯТСКИЕ ПОЛЯНЫ В.А. Марьин, Л.П. Кузьмина | 15 |
| ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КВЕСТ-ТЕХНОЛОГИИ В РАБОТЕ С ДЕТЬМИ СТАРШЕГО ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА (НА ПРИМЕРЕ КВЕСТ-ЗАНЯТИЯ «НОВЫЕ ДРУЗЬЯ БУРАТИНО, ИЛИ ЧТО ТАМ ЗА КУЛИСАМИ») О.Л. Маслова, Ю.В. Строгонова..... | 18 |
| К ВОПРОСУ О ВЗАИМОСВЯЗИ МЕНЕДЖМЕНТА, МАРКЕТИНГА И ЛОГИСТИКИ А.Н. Матафонова, Д.В. Дзюба | 22 |
| УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСАМИ, ДЕНЕЖНЫМ ОБРАЩЕНИЕМ А.Н. Матафонова, Д.В. Дзюба | 27 |
| ФОРМИРОВАНИЕ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ БАКАЛАВРИАТА СРЕДСТВАМИ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА Д.В. Мирошникова..... | 32 |
| МОДЕЛИРОВАНИЕ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ Е.В. Молчанова | 38 |
| РАЗВИТИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА В ПОСЛЕПАНДЕМИЙНЫЙ ПЕРИОД М.И. Морозевич | 42 |
| К ВОПРОСУ О КЛАССИФИКАЦИИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ, ПРИНИМАЕМЫХ В ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ ОРГАНАХ МВД РОССИИ Н. М-А. Мустафаев | 45 |
| ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ЛЕСНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ М.А. Муравьева, А.А. Малеева | 53 |
| ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ВОВЛЕЧЕННОСТЬЮ КАК УСЛОВИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ЛОЯЛЬНОСТИ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ НА ПРИМЕРЕ ИЛАНСКОЙ ДИСТАНЦИИ ПУТИ С.А. Нельк, А.В. Кутузова | 56 |
| ВЛИЯНИЕ БЮДЖЕТИРОВАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ НА ОЦЕНКУ КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАНИЯ Л.М. Нелюбина..... | 62 |
| РЕФОРМИРОВАНИЕ АТТРИБУТОВ ПРОЦЕССА УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ Р.И. Огуленко | 65 |
| ИССЛЕДОВАНИЕ МЕНЕДЖМЕНТА В ОРГАНИЗАЦИИ ГОСТНИЧНЫХ УСЛУГ Р.И. Огуленко | 73 |
| ФОРМИРОВАНИЕ ГРАФИЧЕСКИХ УМЕНИЙ У ДОШКОЛЬНИКОВ В ПРОЦЕССЕ РАЗВИТИЯ ЭЛЕМЕНТАРНЫХ МАТЕМАТИЧЕСКИХ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ А.Е. Окуняка..... | 80 |

| | |
|---|-----|
| ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО КОНСУЛЬТИРОВАНИЯ В СФЕРЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ | |
| В.В. Ордин..... | 84 |
| ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ АДАПТАЦИЯ МОЛОДОГО СПЕЦИАЛИСТА В СОВРЕМЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ | |
| Н.С. Осина..... | 88 |
| УПРАВЛЕНИЕ КОНФЛИКТАМИ НА ПРЕДПРИЯТИИ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА | |
| Д.А. Пашенцева, В.Д. Рябова, З.В. Герасимчук..... | 92 |
| ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ МУНИЦИПАЛЬНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ | |
| Т.В. Петренко, В.В. Фрибус..... | 96 |
| СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИИ АДАПТАЦИИ ПЕРСОНАЛА В ОРГАНИЗАЦИИ | |
| Л.Н. Петрова..... | 99 |
| ГРУППОВАЯ РАБОТА КАК ЭЛЕМЕНТ СОТРУДНИЧЕСТВА ДЕТЕЙ НА УРОКАХ МАТЕМАТИКИ | |
| Е.С. Петрова..... | 103 |
| РАЗВИТИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ КУРСАНТОВ НА ОСНОВЕ ТЕХНОЛОГИЙ ЭЛЕКТРОННОГО ОБУЧЕНИЯ | |
| Ю.С. Пирогова, С.В. Абрамова..... | 107 |
| РАЗВИТИЕ ЦИФРОВОГО ПРАВИТЕЛЬСТВА НА ФЕДЕРАЛЬНОМ И РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЯХ | |
| А.Д. Поркграс..... | 111 |
| ЗНАКОМСТВО ДОШКОЛЬНИКОВ С ВЕЛИЧИНОЙ, КАК СРЕДСТВО ПОЗНАНИЯ ОКРУЖАЮЩЕГО МИРА | |
| В.А. Поспелова, А.С. Чижикова..... | 115 |
| БЕЗРАБОТИЦА МОЛОДЕЖИ | |
| А.А. Пронина, Д.М. Шакирова..... | 118 |
| ИССЛЕДОВАНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СТАБИЛЬНОСТИ КОМПАНИИ | |
| И. Проценко..... | 121 |
| МЕТОДЫ И ПРИНЦИПЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ | |
| О.Н. Пушкарев, А.А. Зиятдинов..... | 124 |
| КЛЮЧЕВЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ МЕНЕДЖЕРА В УПРАВЛЕНИИ ИННОВАЦИОННЫМИ ПРОЕКТАМИ | |
| А.А. Романов, Л.Ю. Шемятихина..... | 127 |
| СОВРЕМЕННЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ | |
| А.М. Руденко, С.Г. Сафонова..... | 130 |
| ПРОБЛЕМЫ ТРУДОУСТРОЙСТВА МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ ТРУДА | |
| А. М. Руденко, М. С. Шейхова, К. А. Назаренко..... | 136 |
| ГЕНДЕРНОЕ НЕРАВЕНСТВО В СФЕРЕ ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ | |
| А.М. Руденко, М.С. Шейхова, К.К. Пономаренко..... | 141 |
| ФОРМИРОВАНИЕ РЕКЛАМНОГО КОНТЕНТА ДЛЯ МОЛОДЁЖИ | |
| О.Д. Рычагова..... | 148 |
| ИССЛЕДОВАНИЕ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ АТРИБУТОВ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ | |
| А.П. Сапелкина..... | 155 |
| ОСОБЕННОСТИ ВНЕДРЕНИЯ МЕТОДОВ ПРОЕКТНОГО УПРАВЛЕНИЯ В ОБЯЗАТЕЛЬНОМ МЕДИЦИНСКОМ СТРАХОВАНИИ | |
| О.В. Силиверстова, Л.Ю. Шемятихина..... | 162 |
| ИММЕРСИВНЫЕ МЕДИА В КИТАЕ: НОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В РАЗВИТИИ СМИ | |
| Ю. Синьцзюнь..... | 168 |

| | |
|---|-----|
| ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА В РОССИИ НА ВСЕХ УРОВНЯХ, ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА, АНАЛИЗ ТЕКУЩЕЙ СИТУАЦИИ | |
| А.С. Скворцов, А.В. Тагирова | 172 |
| РАЗВИТИЕ ЭМОЦИОНАЛЬНОЙ УСТОЙЧИВОСТИ МУЗЫКАНТОВ-ИСПОЛНИТЕЛЕЙ | |
| А.А. Слесарев | 179 |
| ТЕХНОЛОГИЯ ИНТЕРНЕТ ВЕЩЕЙ И ЕЁ ВЛИЯНИЕ НА СОВРЕМЕННУЮ ЭКОНОМИКУ | |
| З.А. Смагина, К.В. Портнов..... | 182 |
| ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ СОТРУДНИКАМИ НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ | |
| А.Е. Соловьёва | 186 |
| ПРОБЛЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЁРСТВА В ХМАО | |
| О.А. Степанова..... | 191 |
| ДИСТАНЦИОННОЕ ОБУЧЕНИЕ КАК ИНТЕНСИВНАЯ ТЕХНОЛОГИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ЗДОРОВЬЕСБЕРЕГАЮЩЕЙ КОМПЕТЕНЦИИ СТУДЕНТОВ ВУЗА | |
| Н.Е. Строгова | 196 |
| ПРИМЕНЕНИЕ ТЕХНОЛОГИИ АРТ-КОВОРКИНГ В РАЗВИТИИ ДЕТСКОГО ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОГО ТВОРЧЕСТВА В РАМКАХ ПРОЕКТА «НАРОДНЫЕ ОБЕРЕГИ» | |
| У.В. Судакова, Е.Н. Сутолкина | 199 |
| РАЗВИТИЕ МУЗЫКАЛЬНЫХ СПОСОБНОСТЕЙ ДОШКОЛЬНИКОВ В ПРОЦЕССЕ ЗНАКОМСТВА С ОБЕРЕГОВОЙ КУЛЬТУРОЙ ДРЕВНЕЙ РУСИ | |
| У.В. Судакова..... | 202 |
| СОЦИАЛЬНО – ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПОВЫШЕНИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА НА ПРЕДПРИЯТИИ | |
| Д.Д. Сухиненко | 205 |
| ПРИМЕНЕНИЕ ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫХ МЕТОДОВ В ЭКОНОМИКЕ ПРЕДПРИЯТИЙ И ОРГАНИЗАЦИЙ ПО СОЗДАНИЮ И МОДИФИКАЦИИ БАЗЫ ДАННЫХ | |
| И.М. Тарасова, Э.Е. Емелюшкина | 209 |
| ПРОБЛЕМА ФОРМИРОВАНИЯ ЦИРКУЛЯРНОЙ ЭКОНОМИКИ В КОНТЕКСТЕ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ | |
| А.С. Терёнина..... | 213 |
| ВЛИЯНИЕ ИНТЕРНЕТ–КОНТЕНТА НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ В ТУРИЗМЕ | |
| А. А. Терсянцева, А. В. Платов | 218 |
| ОЦЕНКА ДЕЙСТВУЮЩЕЙ СИСТЕМЫ ТАМОЖЕННОГО ОБЛОЖЕНИЯ | |
| Т. А. Толмачева, А. В. Кузьмина | 221 |
| ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО РЕКЛАМНОГО РЫНКА | |
| Н.А. Троенко | 226 |
| ДИДАКТИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКТ «ИСТОРИЯ ГЛИНЯНОЙ ИГРУШКА САМАРСКОГО КРАЯ» В РАБОТЕ С ДЕТЬМИ 6-7 ЛЕТ | |
| М.И. Тукмакова..... | 230 |
| ОПТИМИЗАЦИЯ ЗАТРАТ РАБОЧЕГО ВРЕМЕНИ | |
| О.В. Ушаков, С.А. Хашукаева | 234 |
| ЦИРКУЛЯРНАЯ ЭКОНОМИКА: ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕХОДА ОТ ЛИНЕЙНОЙ ЭКОНОМИКИ К ЭКОНОМИКЕ ЗАМКНУТОГО ЦИКЛА В РОССИИ | |
| М.А. Фидря..... | 238 |
| МАРКЕТИНГ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ | |
| Р.А. Филиппов, О.Н. Пушкарев | 243 |

| | |
|---|------------|
| СОЦИАЛЬНЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ КАК ПРЕИМУЩЕСТВО УСПЕШНОГО РУКОВОДИТЕЛЯ А.А. Хасаева | 247 |
| СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО КЛИМАТА В ТРУДОВОМ КОЛЛЕКТИВЕ Д. Р. Хот..... | 252 |
| ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО ПОДХОДА К РАЗВИТИЮ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ОРГАНИЗАЦИИ А.И. Чаплинская, А.Р. Кузнецова..... | 256 |
| СОВРЕМЕННАЯ СИСТЕМА МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА В ВЕДУЩИХ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЯХ А. Ш. Шамсутдинова | 259 |
| ПРОЕКТНЫЙ ПОДХОД В МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ М.С. Шейхова, Т.С. Шаталова, А.В. Жидкова..... | 266 |
| ВЛИЯНИЕ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ НА ФОРМИРОВАНИЕ И СТАНОВЛЕНИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО СОЗНАНИЯ М. С. Шейхова, С. Ю. Васильев, В. К. Таран..... | 269 |
| ВЛИЯНИЕ ИНТЕРНЕТА НА СОЗНАНИЕ ПОДРОСТКОВ М. С. Шейхова, Э. Л. Куцова, В. К. Таран | 275 |
| ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ПОСТПАНДЕМИЧЕСКОЙ ЭКОНОМИКИ М.С. Шейхова, С.Ю. Васильев, А.Г. Китаева | 279 |
| ПРОБЛЕМА НАСИЛИЯ В СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ М. С. Шейхова, С. Ю. Васильев, В. М. Уйбусар | 286 |
| ПРОБЛЕМА НЕДОВЕРИЯ ОБЩЕСТВА К ГОСУДАРСТВЕННЫМ СМИ М. С. Шейхова, Э. Л. Куцова, В. А. Волокитин..... | 294 |
| КОНФЛИКТЫ В ТРУДОВЫХ КОЛЛЕКТИВАХ..... | 303 |
| Б.З. Шичиях | 303 |
| РАЗВИТИЕ ХУДОЖЕСТВЕННО-ТВОРЧЕСКИХ СПОСОБНОСТЕЙ ДОШКОЛЬНИКОВ В ПРОЦЕССЕ ОЗНАКОМЛЕНИЯ С МОНУМЕНТАЛИЗМОМ И ЭСТЕТИКОЙ ОБЪЕКТОВ, ПОСВЯЩЕННЫХ КОСМОСУ И АВИАЦИИ Е.В. Яфарова..... | 305 |
| КАК МОТИВИРОВАТЬ СОТРУДНИКОВ ОРГАНИЗАЦИИ В УСЛОВИЯХ УДАЛЕННОЙ РАБОТЫ Г.Р. Яхина, Д.М. Шакирова | 309 |

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРИКЛАДНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ, УПРАВЛЕНИЯ И ОБРАЗОВАНИЯ

II Международная научно-практическая конференция.
Сборник статей.
Том II

**Сборник статей будет размещен в РИНЦ
(договор № 760-03/2017К от 31/3/2017)**

Под общей редакцией *Б.Н. Герасимова*
Ответственный за выпуск специалист по учебно-методической ра-
боте МНИЦ *Е.А. Галиуллина*
Компьютерная верстка *А.А. Галиуллина*

Статьи публикуются в авторской редакции

Подписано в печать 21.07.2021.
Бумага SvetoCopy
Тираж 95 экз.

Формат 60×84 1/16
Уч.-изд. лист. 18,37
Заказ № 53

РИО ПГАУ
440014, г. Пенза, ул. Ботаническая, 30