



МАТЕРИАЛЫ

XXIV МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ МОЛОДЫХ УЧЁНЫХ И СТУДЕНТОВ
"УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ:
ГЛОБАЛИЗАЦИЯ,
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО,
УСТОЙЧИВЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ"

ТОМ 2

ДОНЕЦК
7 декабря 2023

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

**Управление развитием социально-экономических систем:
глобализация, предпринимательство, устойчивый экономический рост**

Материалы XXIV Международной научной конференции
молодых учёных и студентов
(Донецк, 07 декабря 2023 г.)

Том 2

Донецк
Издательство ДонГУ
2023

УДК 330.342:005.412

ББК У.я431

Редакционный коллектив:

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

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

*Рекомендовано к печати Ученым советом
ФГБОУ ВО «ДонГУ»
Протокол от 22.12.2023 г. № 12*

У677 Управление развитием социально-экономических систем: глобализация, предпринимательство, устойчивый экономический рост: Материалы XXIV Международной научной конференции молодых учёных и студентов (Донецк, 07 декабря 2023 г.). – Том 2 / под общей редакцией д-ра экон. наук, доц. Ю. Н. Полшкова. – Донецк: Изд-во ДонГУ, 2023. – 342 с.

В сборнике представлены материалы XXIV Международной научной конференции молодых учёных и студентов «Управление развитием социально-экономических систем: глобализация, предпринимательство, устойчивый экономический рост». Второй том содержит тезисы докладов, представленных в секциях «Теория и практика управления экономическими системами», «Международный бизнес и GR-менеджмент», «Маркетинг и логистика: теория и практика», «Управление персоналом и экономика труда», «Государственное и муниципальное управление», «География и обществознание».

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

© Коллектив авторов, 2023 г.

© Донецкий государственный университет, 2023 г.

**Вступительное слово к сборнику материалов
XXIV Международной научной конференции молодых учёных и студентов
«Управление развитием социально-экономических систем: глобализация,
предпринимательство, устойчивый экономический рост»**



Данное научное мероприятие, проводимое экономическим факультетом Донецкого государственного университета, стало доброй традицией молодёжной науки. Научные успехи участников Конференции – это результат совместного труда заведующих кафедрами, преподавателей, сотрудников, студентов, аспирантов и докторантов. Благодаря заботе о кадровом резерве, необходимость формирования которого постоянно подчёркивает ректор Донецкого государственного университета Светлана Владимировна Беспалова, экономический факультет уверенно смотрит в будущее.

Двенадцать тематических направлений Конференции традиционно включают наиболее актуальные вопросы экономического, социокультурного и инфраструктурного развития регионов Российской Федерации, государства в целом, а также многие аспекты сотрудничества и интеграционных связей России с партнёрами по всему миру. На секциях Конференции презентованы результаты исследований студентов и молодых учёных по важным вопросам инвестирования, внешней торговли, путей создания новых логистических цепочек, обеспечения экономической, продовольственной, экологической безопасности, а также технологического суверенитета страны. Конференция предоставила возможность более чем двумстам молодым участникам из Российской Федерации и зарубежных стран продемонстрировать результаты своих исследований.

Мы живём в сложное, но интересное время. Донецкая Народная Республика, войдя в состав России, гармонично сосуществует в многочисленной семье народов, исповедующих традиционные религиозные и общественные ценности. Верные нравственно-идеологические ориентиры, заданные Президентом Российской Федерации Владимиром Владимировичем Путиным, необходимо подкреплять мощным экономическим фундаментом.

Глобальные вызовы, с которыми столкнулась Российская Федерация, укрепляя международный авторитет государственных институтов, требуют обретения подлинной экономической независимости на мировой арене. Позиционирование России невозможно без наличия прочной хозяйственной базы.

Актуальность проводимой Конференции подтверждается тем фактом, что национальные цели и стратегические задачи развития России, определённые соответствующим Указом Президента, предполагают ускорение инновационного развития страны. В приоритете распространение высокотехнологичных отраслей экономики на территории большинства субъектов Российской Федерации.

Современное состояние экономических отношений таково, что одним из факторов инновационного развития является человеческий капитал, у истоков формирования которого стоят молодые учёные и студенты, научные руководители исследований, проведенных в рамках данной Конференции. Молодёжь экономической науки, активно используя информационные и коммуникационные технологии, выступает в роли проводников распространения знаний, способствующих структурным

изменениям экономики Донецкой Народной Республики и других регионов России, устойчивому прогрессу в развитии российского общества и увеличению благосостояния его граждан.

Именно этим целям служит научно-практический вклад, выражаемый исследованиями, осуществлёнными в рамках XXIV Международной научной конференции молодых учёных и студентов «Управление развитием социально-экономических систем: глобализация, предпринимательство, устойчивый экономический рост».

Работа секций Конференции прошла успешно. Участники представили интересные доклады, сопровождаемые презентациями. Большинство результатов характерны научной новизной, актуальностью и своевременностью, возможностью внедрения в практику экономической и управленческой деятельности.

Мы твёрдо убеждены в том, что научные достижения послужат инновационному развитию экономики и социальной сферы Донецкой Народной Республики, других регионов нашей необъятной Родины и России в целом.

Желаем участникам XXIV Международной научной конференции молодых учёных и студентов «Управление развитием социально-экономических систем: глобализация, предпринимательство, устойчивый экономический рост» грядущих творческих побед и практического воплощения будущих результатов.

*Заместитель председателя организационного комитета Конференции,
декан экономического факультета, и. о. зав. кафедрой математики
и математических методов в экономике ФГБОУ ВО «ДонГУ»,
доктор экономических наук, доцент
Ю.Н. Поликов*

**Секция «Теория и практика
управления экономическими системами»**

Арсланбекова М. Р., студентка
Научный руководитель: Комарницкая Е. В., канд. экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
arslanbekova.margarita@mail.ru

**УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ: ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ПОСТРОЕНИЯ
СИЛЬНОЙ КОМАНДЫ**

Актуальность. Успешное функционирование любого хозяйствующего субъекта зависит от качества и взаимосвязи различных аспектов деятельности компании: организации бизнес-процессов, отношений с потребителями, финансовой деятельности и др. Особое место занимает управление персоналом и подбор кадров, так как от профессионализма сотрудников, в конечном итоге, зависит эффективность всей организации. Особое значение кадровая политика приобретает в новых условиях функционирования бизнеса, связанных с высоким уровнем неопределенности и риска, ужесточением требований рынка, глобальными изменениями в способах ведения бизнеса и высокой конкуренцией. Причем вопрос подбора специалистов одинаково актуален для любого предприятия, в любой сфере экономики, в проектном управлении, для государственных организаций и частного бизнеса. Качество, слаженность работы коллектива, сильное руководство становятся ключевыми факторами повышения эффективности и конкурентоспособности организации.

Анализ последних исследований и публикаций. Сохраняют актуальность публикации теоретической направленности, рассматривающие различные подходы к формированию управленческой команды и технологии оптимизации использования человеческих ресурсов (Г.П. Щедровицкий, В.В.Авдеев), методы оценки, подбора персонала, предлагающие готовый инструментарий (С.Иванова). Многие концепции, методы и технологии, предложенные зарубежными авторами, получили широкое распространение в мире благодаря своей эффективности, универсальности и огромным возможностям (Масааки Имаи, Ицхак Адизес, Итан Расиел, Дэн С. Кеннеди). Большинство последних публикаций сосредотачивают внимание на главных вопросах, в частности, на проблеме неэффективного найма, повышении роли HR-менеджмента и рекрутинга, развитии эмоционального интеллекта (Джефф Смарт, Рэнди Стрит, П. Ленсиони, М. Батырев, М. Недякин, И. Валинуров, Т. Кожевникова).

Цель исследования: определение базовых принципов подбора персонала и формирования сильной команды в современных условиях функционирования бизнеса.

Результаты исследования. Система управления персоналом играет важную роль, поскольку люди являются одним из главных активов, на который должен делать ставку каждый собственник бизнеса. Любые материальные активы можно приобрести достаточно быстро: необходимое оборудование покупается, при нехватке средств можно привлечь инвестора или взять кредит. Но такой актив как сильная команда трудно сформировать в короткий срок. В большинстве случаев этот процесс занимает массу времени и представляет собой череду проб и ошибок. При этом складывается ситуация, при которой собственники бизнеса вынуждены чрезмерно погружаться в операционный процесс, что негативно сказывается на решении задач более высокого уровня. Для устранения этой проблемы очень важно построить качественную команду,

используя несколько базовых принципов, которые должен знать любой владелец бизнеса.

Соответствие по личностным качествам. Чтобы создать единый и слаженный коллектив, необходимо формировать его в соответствии с некими основополагающими принципами и правилами, позволяющими привлекать в команду людей, обладающих определенными качествами и схожей системой ценностей. Поэтому, первое, что необходимо обеспечить – это соответствие личностных качеств всех сотрудников модели корпоративной культуры компании, которая регламентирует способы взаимодействия между людьми, стиль общения и другие писанные и неписанные правила. Это поможет создать команду единомышленников, объединенных общей идеей, претворяющих в жизнь разработанную стратегию компании.

Сильная функция рекрутинга. Сильная команда состоит из сильных игроков. Если в сильную команду привлекают человека явно слабее остальных, то это начинает демотивировать других участников команды. Поэтому, необходимо уделять особое внимание такой функции как рекрутинг. Повышение требований к личным и профессиональным качествам сотрудников соответственно повышает требовательность к качеству отбора персонала.

Знание целей. Чтобы группа людей превратилась в команду и действовала слаженно, они должны знать цель, ради которой они работают. И одна из задач руководителя состоит в том, чтобы сформулировать эту цель и постоянно напоминать о ней, потому что неудачи, проблемы и сложности всегда отвлекают от цели и фокусируют внимание людей на других вопросах.

Организационная структура. В хорошей команде каждый игрок знает свою роль и роли всех остальных. Этому способствует наличие понятной и прозрачной организационной структуры. Основная функция организационной структуры компании заключается в выстраивании бизнес-процессов и координации действий участников [2].

Организационная структура является важным инструментом, благодаря которому в компании поддерживается порядок. По своей сути – это наличие четко распределенного функционала по центрам ответственности. Очень важно отсутствие в компании гибридности – ситуации, когда один и тот же человек отвечает одновременно за несколько аспектов деятельности компании (за продажи, логистику, закупки и т.д.). Чем больше в компании таких людей, тем больше создается хаоса, потому что ни один из этих людей, несмотря на свою высокую занятость, не может быть максимально продуктивным, так как расфокусировка всегда приводит к падению результатов в каждой из зон его ответственности. Поэтому в компании (особенно в период ее роста) необходимо как можно раньше начинать распределять функционал, закрепляя его за каждым сотрудником и четко фокусируя зоны ответственности. В результате каждый сотрудник знает в рамках какого отдела он работает, кому он подотчетен, свой ожидаемый результат работы, ориентируется во взаимоотношениях «внутренний клиент – внутренний подрядчик». На основании ожидаемых результатов работы и профилю компетенций человеку дается регулярная и структурированная обратная связь, т.е. появляется возможность поэтапно развивать каждого сотрудника в рамках его профессиональных обязанностей [3].

Ицхак Адизес в своей книге «Управление жизненными циклами корпорации» описывает такой сценарий гибели компании, как «ловушка основателя», т.е. гибель компании из-за чрезмерной зависимости компании от ее собственника. В какой-то момент бизнес нужно защитить от него самого, поскольку, с одной стороны, он создал этот бизнес, с другой стороны – сам постоянно его разрушает, не давая бизнесу структурироваться [1].

Таким образом, организационная структура компании должна выстраиваться с учетом перспектив развития, выделять отдельные, изолированные центры ответственности, содержать профили компетенций сотрудников и необходимое количество бизнес-процессов.

Система внутреннего развития руководителей. Эффективность компании напрямую зависит от эффективности ее руководителей. Руководитель в компании – это тот человек, который ставит цели перед своими подчиненными, распределяет обязанности, следит за производительностью и эффективностью членов своей команды. По данным исследования Deloitte, почти 60% генеральных директоров недовольны качеством подготовки руководителей в своих компаниях. В связи с этим на первый план выступает вопрос о том, каких знаний и навыков не хватает большинству современных руководителей.

Всю работу руководителя можно условно разделить на два блока: «уникальные ситуации», т.е. необходимость принимать верные решения в условиях неопределенности, недостатка информации, нехватки времени, и «регулярно возникающие управленческие ситуации» – управление в повторяющихся стандартных ситуациях, по сути то, из чего состоит рутинная деятельность руководителя (планирование бюджета, подбор персонала, заполнение матрицы целей для подчиненных и т.д.). Чем выше уровень руководителя, тем больше доля нестандартной работы [4].

Для эффективного управления в уникальных ситуациях требуются, в первую очередь, личностные компетенции, такие как способ мышления и принятия решений, управленческая ответственность, решительность, а навыки отходят на второй план.

Несмотря на универсальность управленческих компетенций, практика регулярного менеджмента в разных компаниях имеет свою специфику. Поэтому, повысить эффективность руководителя в стандартных ситуациях – это значит научить его технологиям действия в стандартных ситуациях в конкретной компании в соответствии с ее корпоративной культурой и системой управления.

Выводы. Новые технологии ведения бизнеса требуют более совершенных подходов к подбору кадров и формированию команд, участники которых обладают необходимыми компетенциями. Выбор методов и критериев отбора зависит от сферы деятельности компании, размера организации и стиля ее работы, но существует ряд универсальных принципов, соблюдение которых дает возможность существенно повысить качество работы персонала, увеличить продуктивность, обеспечить успешное выполнение поставленных задач и повысить конкурентоспособность компаний. В ближайшее время важным направлением станет развитие человеческого капитала, отказ от механистического подхода и усиление роли командной работы.

Список литературы:

1. Адизес, И. Управление жизненными циклами корпорации / Ицхак Адизес. – Изд-во: Альпина Паблишер. – 2022. – 514 с.
2. Зуев, Д. Организационная структура управления предприятием / Д. Зуев. – URL: <https://www.gd.ru/articles/11803-organizatsionnaya-struktura-upravleniya>. – Текст : электронный
3. Комарницкая, Е. В. Профиль антикризисного управления организацией / Е. В. Комарницкая // Вестник института экономических исследований. – 2023. – №2 (30). – С. 201-206.
4. Лайкер, Джеффри К. Лидерство на всех уровнях бережливого производства. Практическое руководство (Перевод: Ю. Семенихина) / Джеффри К. Лайкер, Йорго Трахилис. – Изд-во: Альпина Диджитал. – 2018. – 336 с.

Батуга А. С., студентка
Научный руководитель: Лапшина Е. А.
Донецкий государственный университет, РФ
alinka.khmelevskaya_16@mail.ru

ОСОБЕННОСТИ ИННОВАЦИОННОГО УПРАВЛЕНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ РЕАЛИЯХ НА ПРИМЕРЕ КРУПНЫХ ПРЕДРИЯТИЙ И СТРАН

Актуальность. В современном динамичном мире, где экономические системы постоянно подвергаются воздействию разнообразных факторов, вопросы эффективного управления становятся более актуальными и сложными. В этом контексте инновационное управление выступает как ключевой элемент обеспечения устойчивого развития. Данная работа направлена на осмысление особенностей инновационного управления в современных условиях, с акцентом на уникальных методах и подходах, которые формируют устойчивое основание для экономических систем.

Анализ последних исследований и публикаций. Современные исследования, подчеркивают важность интеграции технологий, особенно искусственного интеллекта и цифровых инноваций. Тенденции также указывают на необходимость гибких организационных структур и акцентируют внимание на цифровой трансформации как средстве повышения конкурентоспособности. Культурные аспекты, способствующие инновациям, остаются ключевыми при создании благоприятного окружения для успешного инновационного управления. Среди авторов публикаций за последнее время характерно выделяются следующие: Адраховская Л.Л., Грибов В.Д., Мумладзе Р.Г., Стародубцева Е.Б., Маркова О.М.

Цель исследования: выявить основные характеристики инновационного управления, а также дать оценку эффективности этих методов на примере различных стран и крупных корпораций.

Результаты исследования. Инновационное управление представляет собой системный подход к управлению, ориентированный на внедрение и использование новых идей, технологий, и методов с целью повышения эффективности и конкурентоспособности организации или экономической системы. Это включает в себя не только технические инновации, но и инновации в управленческих методах, процессах и культуре.

Эффективное инновационное управление основывается на систематическом сборе, анализе и применении знаний. Это включает в себя создание базы данных знаний, обучение персонала и установление процессов обмена информацией. Также, инновационное управление создает условия для развития творческого потенциала сотрудников. Внедрение современных информационных технологий, таких как искусственный интеллект, аналитика данных и цифровые платформы, является ключевым элементом инновационного управления. Это позволяет быстро реагировать на изменения в окружающей среде и принимать обоснованные управленческие решения. В тоже время, современные экономические системы все больше акцентируются на важности инноваций для достижения устойчивого роста. Примерами успешной интеграции инновационного управления являются страны с высоким уровнем исследований и разработок, а также компании, активно инвестирующие в инновационные проекты.

С учетом динамики технологического развития и изменений в потребительском поведении, инновационное управление становится неотъемлемой частью стратегического управления. Прогнозируемые тенденции включают углубление

цифровой трансформации, увеличение роли искусственного интеллекта и усиление взаимодействия между компаниями в целях совместных инноваций.

Инновационное управление не является универсальным концептом, и его эффективность может варьироваться в зависимости от глобальных тенденций и региональных особенностей. Среди глобальных тенденций отлично в качестве примеров могут выступить страны США и Швеция.

В США, стране с высокоразвитой инфраструктурой и гибкими регулированиями, компании, такие как Amazon, успешно внедряют инновационные технологии в логистику и обслуживание клиентов. Применение дронов для доставки и использование искусственного интеллекта для персонализированных предложений – яркие примеры инноваций.

В тоже время Швеция, с акцентом на научные исследования и образование, компания Ericsson активно развивает технологии 5G, что создает новые возможности для связи и технологических инноваций в стране.

Также рассматривая региональные особенности можно сделать акцент на Китае и Сингапуре. Китай, с его стремительным экономическим ростом, компания Alibaba использует инновационные методы в финансовой сфере, такие как цифровые платежи и блокчейн-технологии, изменяя ландшафт финансовых услуг.

А Сингапур активно инвестирует в смарт-города и технологии умного города, такие как системы управления транспортом и энергосберегающие решения, что делает город более устойчивым и эффективным.

Эти примеры подчеркивают, что эффективное инновационное управление тесно связано с контекстом и особенностями каждой страны. Различные стратегии успешно применяются в зависимости от технологического развития, культурных особенностей и экономического контекста, что подчеркивает необходимость индивидуализированного исследования и внимания к деталям при разработке стратегий инновационного управления.

Рассматривая успешные кейсы внедрения инноваций в управлении экономическими системами можно выделить немало крупных и более мелких предприятий, в данной работе рассмотрены такие мастодонты мира как Google, Apple и Tesla.

Google является пионером в разработке и внедрении новаторских технологий. Примером служит Google X Lab, отвечающая за разработку будущих технологий, таких как беспилотные автомобили и проект Loon, использующий воздушные шары для предоставления интернета в отдаленных районах. Культура Google способствует творчеству и исследованиям. Практика «20% Time» позволяет сотрудникам тратить 20% рабочего времени на свои проекты, что стимулирует инновации. Благодаря этим и другим методам, Google остается лидером в сфере поиска, облачных технологий, искусственного интеллекта и других технологических секторах.

Apple известен своим фокусом на дизайн и интеграцию технологий. Примером может послужить внедрение сенсорных экранов в смартфоны и планшеты, изменивших подход к взаимодействию с устройствами. В тоже время культура Apple ориентирована на секретность и дизайн, что стимулирует команды к смелым идеям и инновациям. Нынешние реалии показывают, что Apple продолжает успешно внедрять новые продукты, сервисы, и экосистема приложений – оставаясь революционной компанией в своей области.

Рассматривая корпорацию Tesla, сделавшую много шума в своё время чётко можно сказать, что они смогли реализовать лучше всех идею производства электроавтомобилей. Также Tesla революционизировала автомобильную промышленность внедрением электротехнологии автопилота, что дало начало новой

эры автомобилей, которые могут сами отлично справляться с функцией вождения. Культура корпорации подчеркивает важность экологической ответственности и стремление к созданию технологически передовых решений. Tesla не только изменила отношение к электромобилям, но и активно разрабатывает технологии хранения энергии и солнечные решения.

Данные примеры среди предприятий подчеркивают, что успешные корпорации интегрируют инновационное управление как стратегическую составляющую, сочетая технологические достижения с внутрикорпоративной культурой, способствующей творческому мышлению и постоянному стремлению к совершенствованию.

Рассматривая данную тему на российском рынке, можно отметить, что в современной России инновационное управление экономическими системами становится ключевым фактором для достижения устойчивого экономического роста. Страна стремится адаптировать свою экономическую модель к быстро меняющимся мировым трендам, внедряя современные подходы и технологии. В качестве подтверждения слов можно выделить как государственные, так и частые предприятия, к примеру банковский сектор России также переходит к инновационному управлению финансами: «Тинькофф Банк», который использует алгоритмы машинного обучения для оценки кредитоспособности заемщиков. Это не только снижает риски, но и обеспечивает более точное принятие решений в финансовой сфере. Или «Сбербанк», который активно внедряет технологии искусственного интеллекта для персонализации услуг и предотвращения мошенничества. Государство активно поддерживает инновации в бизнесе, предоставляя льготы и стимулируя исследования и разработки.

Инновационное управление экономическими системами в России представляет собой баланс между стимулированием инноваций, поддержкой бизнеса и внедрением передовых технологий для обеспечения устойчивого развития страны в условиях глобальных вызовов и изменений.

Выводы. Проанализировав практику крупных корпораций, становится ясно, что успешное инновационное управление требует не только внедрения передовых технологий, но и формирования инновационной культуры и среды, стимулирующих творчество и исследования.

Работа подчёркивает важность гибкости в стратегическом управлении, учитывая региональные особенности и контекст. Кроме того, культурные и организационные аспекты играют существенную роль в формировании успешных практик инновационного управления.

В целом, инновационное управление не только формирует основу для развития современных экономических систем, но и требует постоянного анализа и адаптации в условиях быстро меняющегося мира. Открытость к новым идеям, совместная работа и постоянное стремление к инновациям будут ключевыми факторами, определяющими успех в этой области в будущем.

Список литературы:

1. Адраховская, Л.Л. Основные проблемы управления инновационной средой в процессе развития цифровой экономики / Л.Л. Адраховская // Актуальные научные исследования в современном мире. – 2021. – № 6-2 (74). – С. 64 – 69
2. Грибов, В.Д. Инновационный менеджмент / В.Д. Грибов, Л.П. Никитина. – М: ИНФРА-М, 2014. – 311 с.
3. Мумладзе, Р.Г. Инновационный менеджмент: теория и практика / Р.Г. Мумладзе, И.В. Васильева. – М.: Русайнс, 2019. – 240 с.
4. Стародубцева, Е.Б. Цифровая трансформация мировой экономики / Е.Б. Стародубцева, О.М. Маркова // Вестник АГТУ. Серия: Экономика. – 2018. – №2. – С. 7-15.

Буданова А. Р., Янковская А. С., студенты
Научный руководитель: Лапшина Е. А.
Донецкий государственный университет, РФ
alinabudanova60@yandex.ru, a6280517@gmail.com

ПРОБЛЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА В СОВРЕМЕННОСТИ

Актуальность. В современном мире, где бизнес и технологии развиваются с огромной скоростью, проблемы менеджмента становятся все более актуальными и важными. От успешного управления зависит не только процветание организаций, но и достижение личных и профессиональных целей каждого работника.

Одной из наиболее значимых проблем, с которой сталкиваются менеджеры, является эффективное распределение ресурсов. В условиях ограниченности времени, финансовых средств и человеческих ресурсов, менеджеры должны принимать сложные решения, оптимально распределяя доступные ресурсы на достижение поставленных целей. При этом необходимо учитывать повышенную конкуренцию, быстро изменяющийся рынок и неопределенность в бизнес-среде.

Также, в современной организации становится все сложнее контролировать процессы и оценивать результаты работы. Именно поэтому менеджерам необходимо обладать навыками анализа данных, планирования и контроля, чтобы эффективно управлять проектами, отслеживать прогресс и принимать решения на основе фактов и аналитики.

Анализ последних исследований и публикаций. Анализ исследований и публикаций по проблеме менеджмента является неотъемлемой частью работы специалистов всего мира в данной области. Одним из ключевых исследований в этой области является труд Фредерика Тейлора, выдающегося инженера и управленца, который в начале XX века разработал научный метод управления трудом. Дальнейшее развитие теории менеджмента связано с Клайтоном Алдерфером, который ввел понятие «теории ERG» (Existence, Relatedness, Growth), Адамом Смитом, он провел исследования в области экономики и разработал концепцию «человеческого капитала» и многие другие.

В современности исследования в области менеджмента охватывают не только экономические и социальные аспекты, но и новейшие технологии (Лапшина Е.А., Коваленко Б.Б., Франклин Хедоури, Майкл Альберт, Майкл Мескон). Изучение влияния цифрового преобразования на управление бизнесом стало одной из наиболее актуальных тем. Ученые рассуждают о том, как использование искусственного интеллекта, автоматизации и больших данных может изменить стратегии управления, создавать новые возможности и преимущества для компаний.

Цель исследования: рассмотрение основных аспектов и выявление проблемных зон менеджмента на современном этапе развития экономики.

Результаты исследования. Одной из основных проблем является отсутствие ясности и четкости в выражении своих идей и целей. Менеджмент не всегда может ясно и понятно объяснить свои требования и ожидания, что приводит к недоразумениям и ошибкам в выполнении задач. Это может привести к нерациональному использованию ресурсов и времени, что негативно влияет на результативность работы организации.

Другой аспект недостатка коммуникации в менеджменте – это недостаток умения слушать и учитывать мнение и предложения своих подчиненных. Это может создать негативную обстановку на рабочем месте и отсутствие мотивации у сотрудников. Когда коммуникация односторонняя и нет диалога между менеджерами и

подчиненными, усилия команды не используются на все 100%, и уровень производительности падает.

Также, недостаток коммуникации в менеджменте может привести к недостатку информации, которая является необходимой для принятия важных решений. Менеджеры, не имеющие доступа к достаточной информации, могут совершать ошибочные шаги и принимать неправильные решения, что негативно сказывается на организации в целом.

Внедрение современных коммуникационных технологий, использование систем электронного документооборота и разработка четких коммуникационных стратегий способствуют более эффективной коммуникации внутри команды и с внешними партнерами.

Управление изменениями является неотъемлемой частью современного менеджмента. В условиях постоянно меняющегося бизнес-окружения и быстрого темпа технологических изменений, компании сталкиваются с необходимостью приспосабливаться, совершенствоваться и развиваться, чтобы оставаться конкурентоспособными. Однако, управление изменениями может быть сложным и вызывать определенные проблемы у руководителей и сотрудников. Одна из таких проблем – это сопротивление изменениям. Люди, в принципе, склонны к сохранению стабильности и привычного порядка вещей. Внедрение новых идей, процессов или структур может вызывать неудовольствие и тревогу участников организации. Именно поэтому важно иметь эффективные стратегии для минимизации сопротивления и обеспечения успешной реализации изменений.

Ещё одной проблемой управления изменениями является отсутствие ясного плана и последовательного подхода. Часто компании реагируют на изменения реактивно, без должного планирования и анализа. Это может приводить к непредсказуемым последствиям и потере времени и ресурсов. Чтобы избежать этого, необходимо разработать детальный план изменений, определить ответственных лиц и четкие сроки реализации. Кроме того, важно учитывать влияние изменений на сотрудников. Люди проходят через разные этапы адаптации к изменениям, от отрицания и недоверия до последующего принятия и освоения новых процессов. Руководители должны быть готовы поддержать своих сотрудников в этом процессе и предоставить им необходимые инструменты и ресурсы для успешной адаптации.

Разработка гибкой и адаптивной стратегии управления, постоянное сканирование внешней среды на предмет выявления изменений, регулярное обучение персонала и готовность к инновациям помогут предприятию адаптироваться к изменениям и выжить на рынке.

В современном мире бизнеса разнообразие стало неотъемлемой частью организаций. Различия в отношении пола, возраста, этнической принадлежности, культурных ценностей, уровня образования и опыта работы формируют разнообразную рабочую силу, которая может принести значительные преимущества, если будет правильно управляться.

Однако, разнообразие не всегда воспринимается и используется как ценный ресурс. Без должного управления, различия между сотрудниками могут создавать напряженность, конфликты, непонимание и даже дискриминацию. Это может негативно сказываться на эффективности работы коллектива и в конечном итоге привести к потере талантливых сотрудников и ухудшению репутации организации.

Управление разнообразием менеджмент стремится создать рабочую среду, которая поощряет и ценит различия. В контексте этого подхода, руководители и менеджеры должны проявлять чувствительность к разнообразию, быть готовыми к изменению, адаптации и принятию новых идей и подходов от сотрудников. Они

должны создавать политики и процедуры, которые обеспечивают справедливое и равноправное отношение ко всем работникам, независимо от их характеристик и особенностей.

Создание инклюзивной культуры, учет многообразия международных и культурных различий, проведение тренингов по устранению предубеждений и создание равноправных возможностей для сотрудников помогут в управлении разнообразием и создадут продуктивную рабочую среду.

Баланс работы и личной жизни является одной из главных проблем, с которой сталкиваются менеджеры в нашем современном обществе. В силу стремительности современной профессиональной сферы, менеджеры сталкиваются с огромным давлением и постоянным напряжением, которые отрицательно сказываются на их личной жизни и благополучии. Один из главных факторов, влияющих на возникновение проблемы баланса работы и личной жизни – это высокие требования к производительности. Менеджеры находятся в постоянной гонке за успехом и высокой производительностью, поэтому они постепенно отдают все больше и больше времени работе, забывая об отдыхе и личных интересах. Это приводит к неравномерному распределению времени между работой и личной жизнью, а также к недостатку времени для заботы о себе и своих близких.

Другой причиной неравновесия между работой и личной жизнью является современный образ жизни, связанный с постоянным доступом к информации и возможностью работать из любой точки мира. Многие менеджеры сталкиваются с необходимостью быть всегда «в сети», что приводит к необходимости постоянно контролировать почту и телефонные звонки, даже во время отдыха или семейных мероприятий. Это существенно затрудняет возможность отдыха и нарушает гармонию между работой и личной жизнью. Внедрение гибких графиков работы, поощрение четкого разделения работы и личного времени, создание поддерживающей рабочей среды и предоставление возможности для отдыха и восстановления помогут достичь баланса между работой и личной жизнью.

Вывод. Описанные проблемы менеджмента в современности являются лишь верхушкой айсберга, с которым сталкиваются организации. Понимание и конструктивное решение данных проблем поможет менеджменту создать устойчивую и успешную организацию в современной бизнес-среде. Ключевыми факторами являются улучшение коммуникаций, гибкость и адаптивность, управление разнообразием и соблюдение баланса работы и личной жизни.

Список литературы:

1. Лапшина, Е.А. Формирование цифровой экосистемы управления бизнесом / Е.А. Лапшина, Д.С. Завгородняя // В сборнике: Кибернетика, информатика, аналитика: модели, инструменты, методы. Сборник материалов II международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. – Донецк, 2023. С. 19-23.
2. Лапшина, Е.А. Антикризисное управление производственным предприятием на основе цифровых технологий / Е.А. Лапшина, О.В. Снегин // материалы VII Международной научно-практической конференции «Инновационная экономика и менеджмент: методы и технологии». ФГБОУ ВО «МГУ имени М.В. Ломоносова». Москва, 2022. – С. 150-158.
3. Коваленко, Б.Б. Современные проблемы менеджмента: учебное пособие / Б.Б. Коваленко // Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики. – Санкт-Петербург, 2015. – 131 с.
4. Малюк, В. И. Современные проблемы менеджмента: учебное пособие для вузов / В. И. Малюк. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 195 с.

Бунзя О. С., студентка
Научный руководитель: Комарницкая Е. В., канд. экон. наук
Донецкий государственный университет, РФ
olgabunza72@gmail.com

РАЗВИТИЕ ЛИДЕРСТВА В МЕНЕДЖМЕНТЕ

Актуальность темы исследования. В современном мире, в котором технологии, глобализация и быстрые изменения становятся все более значимыми факторами, способность лидеров адаптироваться, вдохновлять своих подчиненных и развивать стратегические направления становится неотъемлемым элементом конкурентоспособности компании. Кроме того, в контексте современной организационной культуры, важность лидерства и его влияние на уровень удовлетворенности сотрудников и их производительность приобретают особую значимость. Изучение методов развития лидерских навыков, а также анализ практик успешных лидеров может значительно обогатить понимание того, как эффективное лидерство способствует достижению целей организации.

Анализ последних исследований и публикаций. Информационную базу исследования представляемой работы составили результаты работ С.Р. Филоновича [1], В. И. Новичкова [2], Л. М. Касаевой [3], Е.В. Комарницкой [4], Д. Р. Миргасимова [5], А. И. Гончарова [6] и др.

Цель исследования заключается в выявлении современных тенденций, подходов и методов развития лидерских качеств у менеджеров, а также в изучении влияния эффективного лидерства на успех организаций.

Результаты исследования. Исследование понятия лидерства в контексте менеджмента имеет целью рассмотреть сущность и особенности лидерских качеств, их значимость для успешного управления и развития организаций. Определение лидерства в менеджменте составляет важный этап анализа, поскольку оно является основой для понимания роли лидера в управлении персоналом, принятии стратегических решений и формирования корпоративной культуры. Лидерство в контексте менеджмента – это способность человека или группы людей эффективно взаимодействовать с другими, вдохновлять и направлять их к достижению общих целей. В качестве лидера, человек должен обладать определенными навыками и качествами, такими как визионерство, мотивация, коммуникативные способности, эмоциональный интеллект, способность к принятию решений и управлению конфликтами.

Лидерство и организационная культура - два ключевых аспекта, определяющих успех организации. Оно влияет на формирование и развитие организационной культуры, которая в свою очередь оказывает влияние на работников и результативность организации в целом.

Лидерство – это процесс влияния главного на подчиненных, направленный на достижение определенных целей организации. Лидеры могут иметь различные стили лидерства, такие как авторитарный, демократический или трансформационный. Стиль лидерства может сказаться на организационной культуре, поскольку лидеры создают окружение, влияющее на ценности, нормы и поведение сотрудников.

Концепция первичного лидерства предполагает, что лидерство возникает в небольших группах, называемых первичными группами. Эти группы обладают более интенсивными и личными связями между ее членами, чем большие организационные структуры.

Влияние лидерства на организационную культуру представлено на рисунке 1.

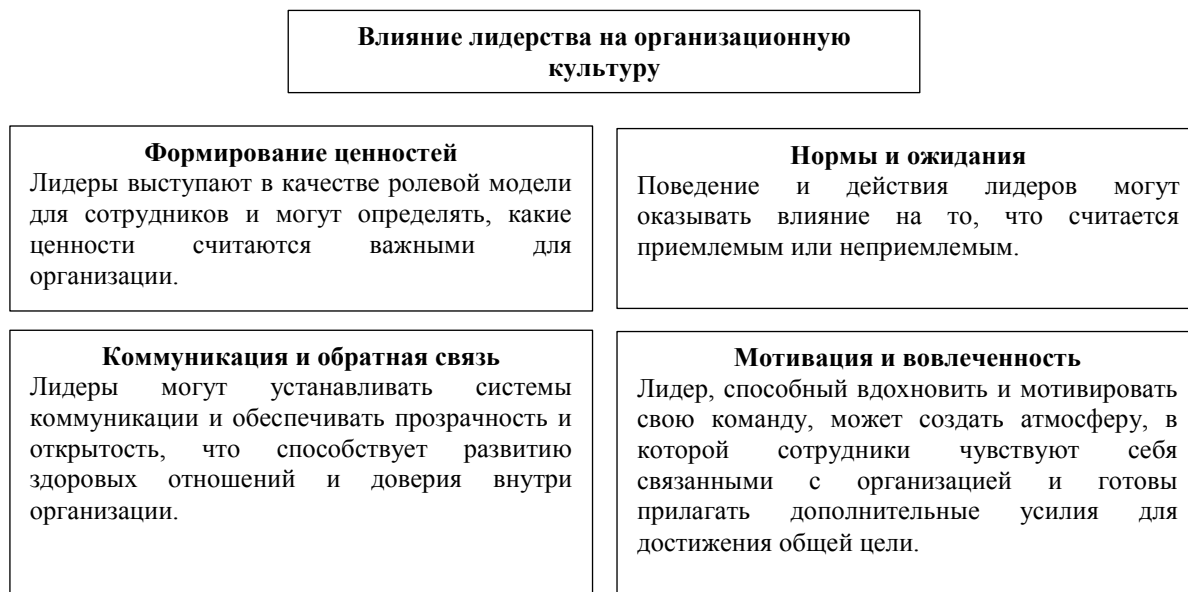


Рис. 1. Влияние лидерства на организационную культуру

По данной концепции, лидерство в первичной группе основано на взаимоотношениях, взаимопонимании между лидером и участниками группы. Лидер устанавливает контакт, содействует развитию отношений доверия, объединяет группу и стимулирует ее членов к достижению общих целей.

Теория «двигателя лидерства» разработана Ноэлом Тичи и имеет целью изучить и описать различные стили лидерства и их влияние на производительность группы или организации. Согласно этой теории, существует пять основных стилей лидерства:

1. Директивный лидер: Этот стиль подразумевает принятие решений одним человеком, без участия других. Лидер дает четкие указания и ожидает, что они будут выполнены.

2. Авторитетный лидер: Этот стиль предполагает, что лидер устанавливает четкие цели и ожидает от подчиненных выполнения задач. Однако он также обеспечивает поддержку и помощь, чтобы достичь поставленных целей.

3. Консультативный лидер: В этом стиле лидер принимает решения после консультации со своими подчиненными. Он принимает во внимание мнения и предложения сотрудников, но сохраняет право принимать окончательные решения.

4. Участнический лидер: Этот стиль предполагает активное включение сотрудников в процесс принятия решений. Лидер содействует обмену идеями и участие сотрудников в формировании стратегии и планировании.

5. Делегирующий лидер: В этом стиле лидер предоставляет своим подчиненным полную свободу в принятии решений и выполнении задач. Лидер доверяет своим людям и уступает им полномочия.

Распределенное или разделенное лидерство – это концепция, которая предполагает, что лидерство не ограничивается одним человеком, а может быть распределено между несколькими участниками или группами в рамках организации или проекта. Эта идея основывается на предположении, что каждый участник возможен внести вклад в руководство и принятие решений. Она может быть особенно полезна в ситуациях, когда требуется совместное принятие решений и коллективная ответственность.

В современном менеджменте существует не один подход к проблеме лидерства:

1. Подход с позиций личных качеств лидера, согласно которому, эффективные руководители обладают определённым набором личных качеств;

2. Поведенческий подход, который основной акцент делает на определение наиболее эффективного поведения лидера;

3. Ситуационный подход, в рамках которого учёные пытаются определить, какое поведение и личные качества лучше всего соответствуют определённым ситуациям.

Теория личных качеств, разработанная У. Беннисомом, представлена на рис. 2.

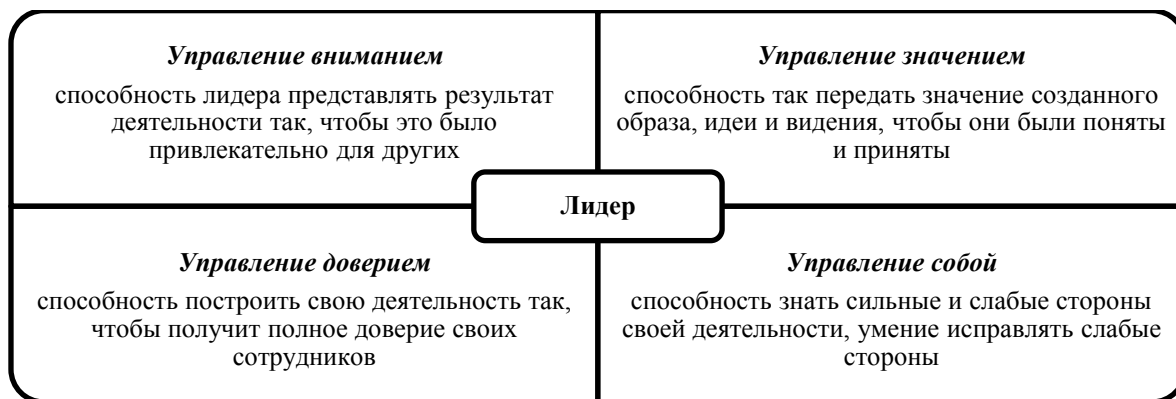


Рис. 2. Теория личных качеств (составлено на основе работы У. Бенниса «Кто становится лидером в бизнесе. Вундеркинды и ветераны»)

Вывод: таким образом, развитие лидерства в менеджменте играет важную роль в успехе любой организации. Лидерство способствует формированию эффективных команд, повышению мотивации сотрудников, развитию инноваций, улучшению процессов управления и обеспечению устойчивого развития компании. Кроме того, развитие лидерства способствует улучшению отношений в коллективе, адаптации к изменениям в бизнес-среде, развитию стратегического мышления и укреплению корпоративной культуры.

Список литературы:

1. Филонович, С. Р. Теории лидерства в менеджменте: история и перспективы // Российский журнал менеджмента. – 2003. – №2. – С. 3-24.
2. Новичков, В. И. Лидерство: учебное пособие / В. И. Новичков, И. М. Виноградова, О. Н. Коротун, И. С. Кошель. – Москва : Дашков и К, 2017. – 102 с.
3. Касаева, Л. М. Теории лидерства в менеджменте: становление и перспективы / Л. М. Касаева, Х. М. Касаев // Новая наука: Стратегии и векторы развития. – 2016. – № 118-1. – С. 123-130.
4. Комарницкая, Е.В. Менеджеральные процессы в условиях цифровой трансформации бизнеса / Е.В. Комарницкая. – Вестник ДонНУ Серия В: Экономика и право. – 2023. – № 1 – С. 101-107.
5. Миргасимов, Д. Р. Проблемы лидерства в теории менеджмента. Эволюция взглядов / Д. Р. Миргасимов // E-Scio. – 2020. – № 1(40). – С. 12-19.
6. Гончаров, А. И. Роль лидерства в современном менеджменте / А. И. Гончаров // Modern Economy Success. – 2021. – № 6. – С. 217-219.

Горбань К. К., Поляков Е. Д., студенты
Научный руководитель: Ялунер А. Ф.
Донецкий государственный университет, РФ
karimgorban2006@gmail.com, jrmiksowka@gmail.com

ПРИМЕНЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ МЕТОДОВ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Актуальность. Проблема в области применения инновационных методов для повышения эффективности управления предприятием заключается в необходимости внедрения новых технологий и инструментов для оптимизации операционных, производственных процессов и достижения стратегических целей предприятия. Интеграция инноваций в систему управления предприятием требует изменения корпоративной культуры, с целью стимулирования открытости к новшествам и готовности к изменениям. Внедрение инновационных методов в систему управления предприятием изменяет хозяйственную деятельность, производство, бизнес-процессы, побуждает формировать новые инновационные стратегии, а также разрабатывать методы обучения и развития персонала для успешной адаптации к новым технологиям и методам управления с целью повышения эффективности деятельности предприятия. Этими особенностями обусловлена актуальность выбранной темы.

Анализ последних исследований и публикаций. Рассмотрению вопросов, связанных с изучением особенностей применения инновационных методов в управлении предприятием посвящены работы таких ученых как: К. Кристенсен, М. Портер, П. Друкер, Э. Брайс, Жан-Клод Ларреа, Р. Гундон.

Целью исследования является анализ перспектив применения инновационных методов для повышения эффективности деятельности предприятия.

Результаты исследования. Инновационные методы относятся к новым и усовершенствованным способам, подходам и методам достижения целей, создания продуктов, услуг, решения проблем. Инновационные методы включают в себя активное внедрение исследований, разработок, передовых техник и технологий, стратегий управления, подходов к разработке продукции и другие креативные методы, направленные на повышение эффективности деятельности предприятия. Использование данных методов способствует изменению производственного процесса, бизнес-моделей, а также стимулирует творческое мышление и инновационную культуру в организации.

Существует три базовых критерия при которых использование инноваций в управлении создает долгосрочные преимущества для предприятия:

- 1) инновации формируют новые принципы, которые трансформируют традиционное управление;
- 2) инновации должны быть построены на системном принципе учитывая большой спектр методов и процессов;
- 3) инновации являются неотъемлемой частью нововведений, которые приводят к усовершенствованиям.

Использование инноваций в управление представляет собой сложный и многогранный процесс, охватывающий не только технологические изменения, но и организационные и культурные трансформации. Активное использование инновационных методов усиливает внутреннюю коммуникацию, повышает мотивацию сотрудников и создает инновационную культуру, а также способствует привлечению талантливых специалистов. Инновационные методы управления способствуют формированию интеллектуального капитала организации, стимулируя непрерывное обучение сотрудников и привлечение высококвалифицированных специалистов. Такие

предпосылки способствует созданию атмосферы, где инициатива и творческое мышление поощряются.

Для успешного применения инновационных методов необходимо внедрять гибкие стратегии управления. Гибкие стратегии управления представляют собой подход к управлению организацией, ориентированный на адаптацию к быстро меняющимся условиям внешней среды. Использование гибких стратегий включает в себя готовность и способность быстро реагировать на новые требования рынка, технологические изменения, конкурентные давления и другие факторы.

Преимущества использования инновационных методов в управлении предприятием включают:

1. Повышение эффективности: инновации позволяют оптимизировать процессы и использовать передовые технологии, что повышает общую эффективность бизнеса.

2. Развитие конкурентного преимущества: инновации помогают создавать уникальные продукты и услуги, что укрепляет конкурентоспособность компании на рынке.

3. Быстрое реагирование на изменения: инновационные методы делают предприятие более гибким, способным адаптироваться к быстро меняющимся условиям рынка и технологическим требованиям.

4. Стимулирование творческого мышления: инновации способствуют развитию творческого и инновационного мышления сотрудников, что может привести к новым идеям и решениям.

5. Привлечение талантов: компании, активно внедряющие инновационные методы, обычно привлекают высококвалифицированных специалистов, готовых работать в стимулирующей среде.

6. Улучшение отношений с клиентами: инновации могут улучшить взаимодействие с клиентами, предоставляя им более инновационные и персонализированные продукты и услуги.

7. Снижение издержек: инновации могут помочь в сокращении издержек через оптимизацию производственных и бизнес-процессов.

8. Создание новых рынков: инновации позволяют предприятию выходить на новые рынки и создавать дополнительные источники дохода.

Выводы. Инновационные методы в управлении требуют комплексного подхода, включающего в себя не только технологические инновации, но и изменения в организационной структуре и культуре, а также активное вовлечение и обучение персонала. Активное вовлечение персонала, обучение и развитие играют ключевую роль в успешной адаптации к инновационным методам, подчеркивая важность человеческого фактора в процессе внедрения изменений.

Список литературы:

1. Егорова, М. В. Необходимость применения инновационных подходов в управлении мотивацией персонала крупных промышленных предприятий (на примере нефтехимической компании) / М. В. Егорова // Вестник Казанского технологического университета. – 2011. – №9. – С. 245-251.

2. Бойко, Е. Н. Особенности управления инновационной деятельностью промышленного предприятия / Е. Н. Бойко // Экономический вестник университета. – 2017. – № 35-1. – С. 26-32.

3. Аленина, Е. Э. Применение инновационных методов управления предприятиями промышленности с целью повышения их конкурентоспособности / Е. Э. Аленина, А. Г. Тришкина // Известия МГТУ «МАМИ» – 2013. – № 1 (15). – С. 237-242.

Гудова Е. Д., студент
Научный руководитель: Ялунер А. Ф.
Донецкий государственный университет, РФ
iamfine1@vk.com

УПРАВЛЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Актуальность. Динамические изменения, происходящие во внешнем окружении, трансформируют деятельность предприятия и кардинальным образом изменяют вектор управления человеческими ресурсами. Система управления человеческими ресурсами базируется на необходимости учета запросов организации и ожиданий сотрудников с целью обеспечения повышения результативности хозяйственной деятельности и удовлетворения потребностей коллектива. Формирование гибкой и адаптивной системы управления человеческими ресурсами открывает предприятию перспективы для эффективного управления персоналом, создания благоприятного климата в коллективе, поддержания конкурентоспособности, развития навыков командной работы и лидерства, повышения мотивации, работоспособности персонала и снижения текучести кадров. Этими особенностями обусловлена актуальность выбранной темы.

Анализ последних исследований и публикаций. Рассмотрению вопросов, связанных с изучением особенностей управления человеческими ресурсами на предприятии посвящены работы таких ученых как: Г. Деслер, М. Армстронг, П. Друкер, Д. Ульрих, Дж. Пфедфер, Дж. Р. Слифф, П. Спарроу и др.

Целью исследования является рассмотрение особенностей управления человеческими ресурсами на предприятии.

Результаты исследования. Управление человеческими ресурсами – это логически последовательный и стратегический подход к реализации управления самым значимым активом предприятия – персоналом организации, который на индивидуальном и коллективном уровне вносит свой вклад в решение организационных задач.

Целью управления человеческими ресурсами является эффективное использование труда персонала для получения максимальной экономической выгоды. В основе процесса управления человеческими ресурсами лежат две главные составляющие. Во-первых, умение организовать коллектив с количественной и качественной точки зрения, а во-вторых, необходимость применения психологических приемов, которые позволяют сводить к минимуму конфликтные ситуации и улучшать морально-психологический климат в коллективе.

Руководителям предприятия для поддержания высокого уровня квалификации сотрудников, их стимулирования к деятельности и мотивации необходимо осуществлять следующие мероприятия:

1. Создавать благоприятную атмосферу в коллективе.
2. Проводить достойную оценку труда персонала.
3. Развивать существующие способности персонала [3].

Управление человеческими ресурсами помогает развить навыки коммуникации и управления конфликтами, что является неотъемлемыми компонентами успешного руководства.

Быстрый темп изменений в мире делает неэффективными традиционные подходы к управлению персоналом. Предприятия должны быть готовы к быстрым изменениям в организации, пересмотру ролей и задач, а также постоянному обучению и развитию сотрудников.

Для обеспечения эффективного управления персоналом целесообразно использовать следующие методы:

1. Рекрутинг и найм: методы, используемые для привлечения подходящих кандидатов на вакансии, включая объявления, интервьюирование, проверку референций и анализ навыков.

2. Обучение и развитие: методы, используемые для обучения сотрудников, включают в себя тренинги, семинары, внутренние программы обучения и обратную связь.

3. Оценка и управление производительностью: методы, используемые для оценки производительности сотрудников и предоставления им обратной связи, такие как 360-градусная обратная связь, ключевые показатели производительности (KPI) и периодические обзоры производительности.

4. Мотивация и вознаграждение: методы, используемые для стимулирования и мотивации сотрудников, включают в себя финансовые и нематериальные вознаграждения, бонусные программы, возможности стимуляции карьерного роста и развития.

5. Управление конфликтами и коммуникация: методы, используемые для разрешения конфликтов и обеспечения эффективной коммуникации внутри организации, включают в себя тренинги по коммуникации, процедуры разрешения конфликтов и регулярные обзоры работы команды [2].

Применение вышеперечисленных методов в системе управления человеческими ресурсами позволит предприятию:

- повысить производительность и конкурентоспособность;
- улучшить результативность производственных и операционных процессов;
- снизить текучесть кадров;
- улучшить коммуникацию и сотрудничество внутри организации;
- увеличить эффективность командной работы;
- предотвратить конфликтные ситуации.
- создать положительный корпоративный имидж;
- привлечь новых талантливых специалистов;
- укрепить репутацию предприятия на рынке труда.

С целью выявления преимуществ и недостатков в работе персонала на предприятии необходимо проводить количественную и качественную оценку эффективности существующей мотивационной политики.

К методам количественной оценки эффективности мотивационной политики относится [1]:

1. Оценка продуктивности работников – измерение количества и качества продукции или услуг, производимых работниками после внедрения мотивационной политики. Например, можно сравнить средний объем продаж до и после внедрения новой системы мотивации.

2. Оценка притока и удержания талантливых сотрудников – анализ данных о количестве привлеченных новых сотрудников и их уровне удовлетворенности работой. Также можно измерить среднюю продолжительность работы сотрудников в компании.

3. Использование показателей эффективности – определение конкретных показателей производительности, которые могут быть связаны с мотивацией, например, уровень выполнения задач в срок или снижение количества ошибок.

Методы качественной оценки эффективности мотивационной политики включают [1]:

1. Интервью – проведение комплексного интервью с сотрудниками, чтобы оценить их восприятие мотивационной политики и ее влияние на их мотивацию и результативность.

2. Групповые дискуссии – организация фокус-групп с сотрудниками, чтобы выявить общие тенденции и мнения по поводу мотивационной политики и ее влияния на производительность.

3. Анкетирование – создание анкет с вопросами о мнениях и ощущениях сотрудников относительно мотивационной политики и ее влияния на их работу. Результаты анкетирования могут быть проанализированы с использованием статистических методов.

По результатам проведенного анализа работы персонала на основе использования количественных и качественных методов оценки эффективности в случае выявления низких показателей необходимо изменить подходы к проведению мотивационной политики, опираясь на потребности и ожидания работников, согласованные с целями и задачами предприятия [4].

Сформированная система управления человеческим ресурсом на предприятии позволяет упорядочить расчет и учет операций, связанных с управлением персоналом и снизить потери, связанные с движением кадров.

Выводы. Формирование системы управления человеческими ресурсами является важным инструментом для понимания трендов развития и нахождения оптимальных методов и подходов управления персоналом. Система управления человеческими ресурсами помогает предприятию адаптироваться к изменяющейся среде и повышать эффективность работы всего организационного процесса. В условиях динамического внешнего окружения предприятия должны быть готовы к пересмотру ролей и задач, а также систематическому обучению и развитию персонала.

Список литературы:

1. Борисова, Е.А. Оценка и аттестация персонала / Е. А. Борисова. – СПб.: Питер, 2003 г. – 252 с.
2. Спивак, В. А. Организационное поведение и управление персоналом / В. А. Спивак. – СПб: Издательство «Питер», 2000. – 416 с.: ил.
3. Шпрингер, А. С. Управление человеческими ресурсами в условиях кризисов 2008-2009 и 2020-2021 гг.: сравнительный анализ / А. С. Шпрингер // Вестник СПбГУ. Менеджмент. – 2021. – № 3. – Т. 20 – С. 371-390.
4. Галкин, П. В. Стратегия развития человеческого капитала как один из приоритетов современного государственного управления / П. В. Галкин, И. Е. Светлов // Вестник университета. Экономика и бизнес. – 2018. – № 1. – С. 54-58.
5. Бутко, Е. Я. Управление человеческими ресурсами / Е. Я. Бутко // Образовательная среда. – 2016. – № 5 (17). – С. 3-9.
6. Армстронг, М. Практика управления человеческими ресурсами / Пер. с англ. 8-е изд. – СПб.: Питер, 2004. – 824 с.
7. Бутко, Е. Я. Информационные технологии в управлении персоналом образовательного учреждения / Е. Я. Бутко // Государственный советник. – 2015. – № 4. – С. 48–52.

Дениченко В. Ю., Дубык С. В., студенты
 Научный руководитель: Ялунер А.Ф.
 Донецкий государственный университет, РФ
 viktorydenichenko@gmail.com, sofia.dubyk@gmail.com

ФАКТОРЫ ВЛИЯЮЩИЕ НА ТРАНСФОРМАЦИЮ МЕНЕДЖМЕНТА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Актуальность. В течение последних десятилетий деловая среда и требования к управлению организациями претерпели значительных изменений, что привело к пересмотру и развитию концепций менеджмента. Одна из основных актуальных тенденций преобразований в менеджменте – это переход от традиционной иерархической модели управления к более гибким и децентрализованным структурам. В этой связи рассмотрение факторов, которые оказывают влияние на трансформацию менеджмента позволяет создать на предприятии более открытый и коллективный подход к принятию решений, развивать таланты сотрудников, внедрять гибкие инновационные методы управления, что и обуславливает актуальность выбранной темы.

Анализ последних исследований и публикаций. Рассмотрению вопросов связанных с изучением факторов, влияющих на трансформацию менеджмента в современных условиях посвящены работы таких ученых как: А. С. Защирин, В. В. Глухов, Б. М. Генкин, Л. Дуглас и др.

Целью исследования является рассмотрение факторов, влияющих на трансформацию менеджмента в современных условиях.

Результаты исследования. Развитие теории и практики менеджмента происходило эволюционно под воздействием накопленного опыта, который отражает изменения, происходящие в обществе, экономике и в социально-экономической системе. Долгий процесс изменений и становлений позволяет выделить ряд этапов и преобразований в подходах к проблемам менеджмента. Научно-технический прогресс оказывает решающее воздействие на развитие менеджмента, так как способствует формированию новой системы ценностей, модели общественных отношений, формы управления и организации. В этих условиях руководителю необходимо адаптировать предприятие к постоянно меняющейся внешней среде, ориентировать деятельность на постоянное развитие, усовершенствовать процесс управления организацией.

С целью обеспечения адаптации предприятия к современным условиям необходимо рассмотреть факторы, влияющие на преобразование менеджмента (табл. 1).

Таблица 1

Факторы, влияющие на эволюцию менеджмента

Фактор	Характеристика
Современные трансформации в бизнесе	Бизнес-среда постоянно меняется под воздействием технологических инноваций, глобализации, изменений в потребительском поведении и других факторов. Изучение влияния данных факторов на деятельность предприятия позволяет лучше понять, как организации адаптируются к переменам.
Цифровая трансформация	Внедрение цифровых технологий трансформирует систему управления. Под воздействием цифровизации происходит формирование новых методов, инструментов и стратегий управления для эффективной организации бизнес-процессов в цифровую эпоху.
Изменения в корпоративной культуре	Современные организации уделяют особое внимание корпоративной культуре и вовлеченности сотрудников. Осознание важности данных категорий позволяет сформировать эффективную систему мотивации, минимизировать конфликты и обеспечить сплоченность коллектива.

Фактор	Характеристика
Устойчивость и социальная ответственность	Темы устойчивости и социальной ответственности является насущной проблемой современного бизнеса. Менеджмент эволюционирует в направлении интеграции устойчивых практик и ответственного управления в стратегии компаний.
Изменения в структуре организаций	Традиционные иерархические структуры уступают место более гибким и децентрализованным моделям управления.
Акцент на лидерстве и командной работе	Современные подходы к менеджменту подчеркивают роль лидерства, эмоционального интеллекта и развития команд в достижении организационных целей.
Гибридные формы работы	Возникновение пандемии COVID-19 приводит к появлению гибридных форм работы, что в свою очередь воздействует на персонал и изменяет процессы управления.

Рассмотренные факторы оказывают непосредственное воздействие на эволюционные преобразования в менеджменте и способствуют его развитию. Факторы, оказывающие воздействие на развитие менеджмента многообразны. В этих условиях менеджмент не может стоять на месте он должен трансформироваться с учетом преобразований, происходящих в обществе.

Вывод. Систематические изменения в технологической среде, рыночных условиях и культурных ожиданиях оказывают воздействие на развитие менеджмента. Факторы, влияющие на развитие менеджмента, формирует новые атрибуты в детальности управленцев, оптимизирует процессы координации, инновационные методы управления, стимулируют креативность в коллектив. Управление изменениями становится неотъемлемой частью организационного процесса, так как способствует адаптации компаний к быстро меняющимся рыночным условиям. Устойчивость и социальная ответственность становятся интегральной частью стратегий управления, а новые методы управления персоналом подчеркивают важность вовлеченности сотрудников и их развития. Таким образом, эволюция менеджмента представляет собой не просто изменение методов и техник управления, но и переосмысление роли менеджера как лидера, способного эффективно управлять в условиях постоянных перемен.

Список литературы:

1. Антонов, В. Г. Факторы и тенденции развития менеджмента / В. Г. Антонов, Е. Ю. Кузьмина // Вестник университета. – 2015. – № 3. – С. 90-93.
2. Бодди, Д. Основы менеджмента: пер. с англ. / Д. Бодди, Р. Пэйтон. – С-Пб: Изд. «Питер», 2004. – 816 с.
3. Наумов, А. И. Практикум по курсу «Менеджмент» / Под ред. А. И. Наумова. – М.: Гардарики, 2003. – 288 с.
4. Гвишиани, Д. М. Организация и управление / Д. М. Гвишиани. – М.: Изд-во МГТУ им. Н. Э. Баумана, 2003. – 332 с.
5. Генкин, Б. М. Экономика и социология труда: Учеб. для вузов / Б. М. Генкин. – М.: ИНФРА-М-НОРМА, 2006. – 373 с.
6. Глухов, В. В. Основы менеджмента. Учебно-справочное пособие / В. В. Глухов. – Санкт-Петербург: Специальная литература, 2005. – 327 с.

Есипова А. Н., студентка
Научный руководитель: Лапшина Е. А.
Донецкий государственный университет, РФ
esipova.anastasiya30@gmail.com

ОСОБЕННОСТИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ

Актуальность. На современном этапе развития экономики особенно ярко выделяется нестабильность и постоянно изменяющаяся экономическая и геополитическая ситуация. В связи с чем обуславливается необходимость рассмотрения долгосрочных качественно определенных направлений развития современных организаций, а также системы взаимоотношений как внутри организации, так и с ее внешней средой, что делает развитие стратегического управления первоочередной задачей.

Исследование особенностей стратегического управления позволит детальнее рассмотреть взаимодействие внутренних и внешних экономических процессов и выявить факторы, влияющие на хозяйственную деятельность организаций.

Анализ последних исследований и публикаций. Исследованием стратегического управления по сей день занимаются многие ученые экономисты всего мира, выделяя его в важнейший уровень научного менеджмента. Основу, в исследования стратегического менеджмента, ввели И. Ансофф, У. Кинг и Д. Клиланд, Ф. Котлер, М. Портер, Д. Стрикланд и А. Томпсон и другие.

На данный момент остаются вопросы относительно современного стратегического управления и его особенностей.

Цель исследования: рассмотреть особенности стратегического управления, виды стратегического управления, его роль и место в системе менеджмента, какие уровни управления задействованы в его реализации.

Результаты исследования. Обоснование стратегического управления в теории, как научное знание, более активно стало формироваться в 70-е гг. в XX веке в Соединенных Штатах. Исследователи современности основываются на результатах разработок американских специалистов и ученых. В нашей стране, эта тема стала развиваться около 10 лет назад. Появилось множество разных статей, нашлось подтверждение тезисам о незавершенности теории, касающиеся стратегического управления и наличие некоторых, в каком-то роде самостоятельных, путей развития этой темы.

В наше время нельзя представить компанию или организацию без продуманной стратегии заранее. Если менеджер выбирает конкретную стратегию, это означает, что из всех путей развития и способов действия, было принято решение выбрать одно направление, в котором будет развиваться компания или организация дальше. У менеджера нет продуманного плана действия, для этого ему нужна стратегия, так как без нее не будет ни единой программы достижения результатов, которые они желают, а также не будет путеводителя в мире бизнеса.

Основным понятием современной эпохи является «стратегия», которая пришла для смены предыдущих видов деятельности управления, например «администрирование» и «планирование». Слово «стратегия», как и само понятие, возникло в военной сфере. Происходит оно от слова «strategos», в переводе с греческого означающее «полководец». Со временем, значение слова эволюционировало, стало применяться к другим видам деятельности людей. Само слово «стратегия» в этой статье, будет объединено со словом «менеджмент» образуя «стратегический менеджмент». Стратегическое управление начинается с формулировки

миссии, а так же постановки цели организации. Стратегический менеджмент связан с формированием видения, цели, формированием стратегии, реализации стратегии и изменениям в замысле стратегии в соответствии с требованиями компании, которые могут меняться. Стратегический менеджмент не является разовым процессом, он периодически внедряется и пересматривается. Стратегический менеджмент является процессом принятия решений. Они характеризуются такими особенностями:

Способствование реализации стратегий – он обеспечивает эффективную реализацию и выполнение стратегий, прибегнув к помощи планов, при этом ориентируясь на действия.

Последствия, имеющие долгосрочное влияние – концепция, связанная с миссией в стратегическом менеджменте, видением и целями компаний.

Проблемы, имеющие долгий срок – вопросы, которые рассматривает стратегический менеджмент, обычно имеют долгосрочный характер. Как правило, эти проблемы не обязательно влияют на нынешнее положение компании, но могут принести большую пользу в будущем.

Устремленность в будущее и неопределенность в будущем – чаще всего менеджеры не осознают, или не знают, о последствиях своих решений, касающиеся той, или иной, ситуации, которая может произойти в будущем, а так же не являющейся частью повседневности.

Общеорганизационный – осуществление стратегического управления не только операцией, а всей компанией, в которой можно применить принципы стратегического управления. Такая особенность позволяет предлагать стратегический выбор и может являться системным подходом.

Перейдем к роли стратегического управления в бизнесе. На самом деле, ролей у стратегического управления много и все их не перечислить, но мы перечислим некоторые из них:

стратегический визионер, который направляет компанию в нужное русло и намечает стратегический путь, по которому она должна следовать;

стратегический лидер или лицо, которое принимает решение, использует стратегическое управление для помощи компании в достижении цели;

создание превосходной производительности и конкурентного преимущества, что в деловом мире обычно рассматривается с точки зрения прибыли от одной компании, сравнивая с другими компаниями, находящимися в той же отрасли бизнеса;

В условиях экономического кризиса стратегический менеджмент играет важную роль, так как менеджеры могут разрабатывать новые стратегии во время тяжелых, экономических времен. В такие времена стратегический менеджмент может предложить возможности для того, чтобы адаптировать технические решения, разработка продуктов для стран, где рынок только начинает формироваться. Решения на подобии этих могут привести и к другим промышленным изменениям.

Стратегическое управление затрагивает абсолютно все сферы деятельности организаций, а так же предполагает необходимость реализации на четырех базовых уровнях:

Корпоративный – он считается наивысшим уровнем. Он предполагает определение общего курса бизнеса и его характера. Такие стратегии на еще две стратегии, роста и сокращения. Первые могут быть ориентированы на интегрированный или концентрированный рост.

Деловой – это второй уровень. Он ориентирован на обеспечения бизнеса постоянными преимуществами в виде конкурентов. Обычно, они отражают способ для участия бизнеса в конкурентной борьбе, в связи с этим их еще называют конкурентными стратегиями.

Функциональный – третий уровень. Они предназначены для реализации стратегий, у которых уровень намного выше. Для каждой отдельной службы он разрабатывается персонально. Так же, они затрагивают направления производства, ценовой политики, персонала и пр.

Операционный – последний, третий уровень, он же самый низший. Это деятельность по использованию производных систем и их разработке, благодаря которым, происходит производный процесс.

Ключевые цели – это цели, направленные на достижение определенных целей, так или иначе.

Цели второго порядка – это цели способствующие достижения генеральной цели. Обычно этих целей существует группа.

Рассмотрим преимущества и недостатки особенностей стратегического менеджмента в таблице 1.

Таблица 1

Особенности стратегического управления.

Преимущества стратегического управления	Недостатки стратегического управления
Руководство и направленность всей компании на ключевой аспект стратегии: цель фирмы и каким способом фирма будет добиваться этой цели.	Стратегическое управление не может дать полного видения будущего, в каком состоянии будет находиться компания, и какую позицию будет занимать на рынке.
Направление менеджеров на потребность четко проявлять свое отношение на перемены, новые возможности и не безопасные тенденции.	У него нет описательной теории, которая будет предлагать действия, что и как делать.
Передать руководителю для оценки возможных альтернатив для вложения средств в определенные проекты на основе четких критериев оценивания таких проектов и задач.	Нужны большие затраты времени и много усилий, и ресурсов для того, чтобы в компании начали осуществляться рабочие процессы.
Стратегически объяснённые приоритеты для распределения ресурсов, которые ограничены.	Стратегический план должен быть гибким и не должен реагировать на изменения вне, и внутри, компании
Помогает добиться системного и взаимовыгодного принятия решения для всех уровней организации.	Слишком большая ответственность за негативные последствия при ошибке.

Выводы. Стратегическое управление включает в себе выработку из стратегии для развития компании, совершенствование деловых способностей, исполнение управления развитием и введением стратегий. Представляет оно из себя совокупность мер или решений, что будут приниматься руководством определенного субъекта для создания уникальных стратегий. Они призваны обеспечить достижение целей компании для её развития в будущем.

Список литературы:

1. Роль стратегического менеджмента. – Текст: электронный. – URL: <https://www.businessmanagementideas.com/strategic-management/strategic-management-role/21231> (дата обращения: 25.11.2023).

2. Ананьева, Л. Ю. Уровни стратегического управления. – Текст: электронный. – URL: https://spravochnick.ru/strategicheskij_menedzhment/formy_strategicheskogo_upravleniya/urovni_strategicheskogo_upravleniya/?ysclid=lpabm0ogfv981643816#ierarhicheskaya-struktura-strategicheskogo-upravleniya (дата обращения: 15.08.2023).

3. Смирнова, И. Основные черты и особенности стратегического управления. – Текст: электронный. – URL: https://spravochnick.ru/gosudarstvennoe_i_municipalnoe_upravlenie/osnovnye_cherty_i_osobennosti_strategicheskogo_upravleniya/ (дата обращения: 27.09.2023).

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

ВЛИЯНИЕ ГЛОБАЛИЗАЦИИ НА МЕЖДУНАРОДНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Актуальность. В современном мире глобализация оказывает воздействие на каждую отрасль и страну, определяя тенденции и тренды мирового развития. Основой глобализации является рост взаимосвязанности национальных экономик и тесная их интеграция. Процессы глобализации кардинальным образом трансформируют бизнес-процессы и деятельность международных компаний. Под воздействием глобализации кардинальным образом изменяется вектор развития международного менеджмента. Изучение особенностей влияния глобализации на международный менеджмент поможет компаниям эффективно адаптироваться к динамично изменяющейся внешней среде, обеспечивать конкурентоспособность и устойчивое развитие, что и обуславливает актуальность выбранной темы.

Анализ последних исследований и публикаций. Рассмотрению вопросов, связанных с изучением влияния глобализации на международный менеджмент посвящены работы таких ученых как: В. Агеев, Л. Григорьев, Н. Колесниченко, А. Ремарк, М. Мордовин, С. Авербух и др.

Целью исследования является рассмотрение особенностей влияния глобализации на международный менеджмент.

Результаты исследования. Глобализация приводит к кардинальным изменениям в мировой экономике, политике, культуре, социальной сфере и жизнедеятельности общества. Процессы глобализации смещают акценты с национального уровня на мировой, что приводит к созданию сильной взаимосвязи между различными странами и регионами. Под воздействием данных процессов изменяется вектор развития бизнес-структур. С появлением глобализации происходит формирование новой вехи в развитии международного предпринимательства. Особенностью данной эпохи является доминирование транснациональных компаний. В процессе функционирования транснациональные корпорации сталкиваются с необходимостью поддержания высокого уровня конкурентоспособности. Однако в условиях межрегионального соперничества поддерживать необходимый уровень конкуренции сложнее, чем на национальном уровне. С целью поддержания и укрепления позиций транснациональных корпораций происходит трансформация способов, методов, инструментов, приемов управления ими. Такие предпосылки свидетельствуют о том, что международные компании сталкиваются с новыми возможностями и вызовами, которые побуждают их адаптироваться к новым условиям ведения бизнеса.

Международный менеджмент представляет собой комплекс методов управления, главными целями, которых является формирование, развитие и использование конкурентных преимуществ компании за счет возможности ведения бизнеса в различных странах на основе учета специфики экономики, социальных, демографических, культурных и иных особенностей данных стран. В результате глобализации международный менеджмент изменяется. К основным аспектам влияния глобализации на управление международными компаниями относится:

1. Трансформация бизнес-процессов и стратегии компаний под воздействием культурных ценностей. Глобализация требует от компаний учитывать культурные особенности различных стран при формировании и реализации стратегий международного менеджмента. Адаптация компаний под культурные ценности

является ключевым фактором успеха и поддержания конкурентоспособности на международных рынках.

2. Изменение рынков труда. Рост глобализации приводит к перемещению рабочих мест и изменению структуры занятости.

3. Ускорение технологического прорыва, который способствует появлению новых инноваций. Данные процессы приводят к увеличению скорости и масштаба технологического развития, а также к появлению новых возможностей для предпринимательства и создания новых рынков.

4. Повышение значимости роли менеджера в международных компаниях. Исследования акцентируют внимание на роли менеджеров в организации и управлении глобальными бизнес-процессами. Они выявляют ключевые навыки, знания, компетенции, умения необходимые менеджеру для успешной работы в международных компаниях.

5. Поддержание устойчивого развития. Некоторые исследования фокусируются на вопросах экономической, экологической и социальной устойчивости в контексте международного бизнеса и глобализации. Они исследуют, как компании могут интегрировать принципы устойчивого развития в свои стратегии и операции [1].

Глобализация оказывает как позитивное, так и негативное воздействие на международный менеджмент (табл. 1).

Таблица 1

Позитивные и негативные факторы воздействия глобализации на международный менеджмент

Позитивные факторы воздействия глобализации на международный менеджмент	Негативные факторы воздействия глобализации на международный менеджмент
Увеличение масштабов бизнеса за счет доступа к новым рынкам	Сложность в управлении разнообразными культурами и стратегиями
Повышение конкурентоспособности на мировом уровне	Усложнение коммуникации и координации деятельности различных отделов и компаний
Обмен опытом и знаниями с иностранными партнерами	Риск культурного конфликта и непонимания
Доступ к новым технологиям и инновациям	Необходимость адаптации к местным правилам и законодательству
Расширение возможностей для роста и развития персонала	Финансовые риски и нестабильности в международной экономике
Снижение издержек производства и расширение источников снабжения	Политические риски и нестабильность в странах-партнерах
Диверсификация риска и защита от финансовых кризисов	Проблемы с локализацией продукции и адаптацией к местным вкусам и предпочтениям

Глобализация оказывает положительное влияние на компанию, предоставляя ей возможность расширить географию сбыта продукции, что способствует появлению новых рынков и клиентов. К положительным эффектам воздействия глобализации на международный менеджмент относятся:

1. Расширение клиентской базы: в результате глобализации компании могут продавать свои товары и услуги не только на местном рынке, но и на зарубежном. Это позволяет компании привлечь новых клиентов и увеличить выручку.

2. Экономическая эффективность: глобализация приводит к сокращению издержек производства, так как компании могут искать более дешевые ресурсы, материалы и рабочую силу за пределами своей страны.

3. Повышение качества продукции: глобализация позволяет компаниям иметь доступ к новым технологиям, инновациям и лучшим практикам бизнеса, которые могут быть внедрены в процесс производства и улучшить качество продукции и услуг.

4. Расширение рынков сбыта: глобализация открывает компании доступ к новым рынкам, на которых доминируют специфический спрос и потребности. Это позволяет компании расширить ассортимент выпускаемой продукции и создать новые источники доходов.

5. Развитие международного имиджа: участие в глобализации позволяет компании стать международным брендом и повысить свою репутацию на мировом рынке. Это может увеличить доверие потребителей и способствовать росту продаж.

6. Доступ к талантам и ресурсам: глобализация дает компаниям возможность принимать на работу высококвалифицированных специалистов и использовать ресурсы и инфраструктуру других стран. Это позволяет компании расширить свои возможности и повысить уровень инновационной активности.

В целом, глобализация предоставляет компаниям больше возможностей для роста, развития и инноваций. На основе проведенного исследования необходимо выделить следующие рекомендации для руководителей международных компаний:

1. Осуществлять подготовку персонала к изменениям и разработку адаптационных мероприятий по управлению кадрами: глобализация побуждает предприятия адаптироваться к новым условиям ведения бизнеса и требует от них гибкости. Руководители должны развивать у коллектива готовность к изменениям, предоставлять поддержку сотрудникам и поощрять инициативу.

2. Инвестировать в межкультурные навыки: руководители должны понимать важность работы с различными культурами. Они могут организовывать тренинги и семинары, а также поддерживать межкультурный обмен, чтобы сотрудники могли развить навыки работы в международной среде.

3. Учитывать местные особенности и культурные ценности: руководители должны учитывать местные культурные, правовые и экономические особенности при разработке стратегий и планов компании. Это поможет предотвратить конфликты, улучшить отношения с местными партнерами и успешно действовать на рынке.

4. Внедрять технологические инновации: руководители должны быть в курсе последних технологических тенденций и активно внедрять их в своем бизнесе. Применение технологических инноваций будет способствовать повышению конкурентоспособности компании и ее эффективности [2].

Выводы. Глобализация стала неотъемлемой частью современного международного бизнеса. Она ускоряет обмен товарами, услугами, информацией и капиталами между различными странами и создает новые возможности для компаний на мировом рынке. Международный менеджмент становится все более сложным в условиях глобализации. Управление бизнесом в международной среде требует адаптации к различным культурным, политическим и экономическим условиям. Международный менеджмент должен учитывать и использовать преимущества, которые предлагает глобализация, такие как доступ к новым рынкам, возможность снижения затрат благодаря глобальным цепям поставок и расширение перспектив для внедрения инноваций.

Список литературы:

1. Фейгин, Г. Ф. Менеджмент в условиях глобализации. (Новое в гуманитарных науках; Вып. 59) / Г. Ф. Фейгин. – СПб.: СПбГУП, 2012. – 168 с.

2. Темнышова, Е. П. Международный менеджмент: учебник для бакалавров / под редакцией Е. П. Темнышовой. – Москва: Издательство Юрайт, 2022. – 456 с.

Зинченко Е. Е., студент

Научный руководитель: Шевчук Е. Ю., канд. экон. наук, доцент
ФГБОУ ВО «Мелитопольский государственный университет», РФ
evgenmltminsk@gmail.com

СИСТЕМА КОНТРОЛЯ В УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Актуальность. В контексте современного развития науки и техники, механизм контроля управленческой деятельности предприятия играет важную роль. Исследование этимологии и состояния этого механизма позволяет утверждать, что система управления персоналом, как часть всего этого комплекса, является интегральной системой мер. Её цель состоит в повышении профессионального уровня сотрудников, их мотивации и стимулировании, что в итоге способствует оптимальному использованию кадровых возможностей. Это же является ключевым фактором в развитии предприятия. В настоящее время, наличие высококвалифицированного, мотивированного и ориентированного на достижение целей персонала – одна из основных составляющих будущего успеха предприятия.

Анализ последних исследований и публикаций. Существенный вклад в изучение системы контроля в управленческой деятельности предприятий внесли такие отечественные ученые, как Андреева Г.А. [1], Баришполец Е.М. [2], Леонтьев Б.М. [3] и др.

Цель исследования: анализ, изучение и понимание роли, значения и элементов системы контроля в управлении предприятиями.

Результаты исследования. Контроль – это процесс обеспечения достижения целей организации путем постоянного наблюдения за ее деятельностью и устранение отклонений, которые при этом возникают. Контроль может быть направлен как на отдельный вид деятельности организации, так и на всю их совокупность.

В пределах процесса контроля можно выделить три основных этапа:

- 1) измерение реальных процессов, которые осуществляются в организации;
- 2) сравнение результатов реального выполнения с заранее установленными стандартами;
- 3) реакция на сравнение (корректирующие действия) [1].

Анализ модели процесса контроля свидетельствует, что собственно процессу контроля предшествует установление стандартов.

Стандарты представляют собой специфические цели, на основании которых оценивается прогресс относительно их достижения. Они должны быть определены еще в процессе выполнения функции планирования.

Система контроля имеет решающее значение в управлении предприятиями, обеспечивая их эффективность и устойчивость. Она проверяет соответствие действий и результатов заданным планам и целям, а также выявляет и исправляет отклонения. Оценка текущей ситуации и оперативные меры для достижения целей становятся возможными благодаря системе контроля. Недостаточная эффективность контроля может привести к негативным последствиям, таким как потеря рыночной доли, финансовые убытки и снижение качества продукции или услуг. Поэтому организация и развитие системы контроля должны быть в приоритете для компаний.

Элементы системы контроля:

1. Планирование контроля: система контроля должна быть разработана и включена в планы предприятия. Цели и параметры контроля должны быть четко определены, а также определены способы сбора, анализа и интерпретации данных.

2. Измерение и анализ: предприятия должны измерять и анализировать соответствие фактических результатов планам и целям. Это может включать финансовые показатели, производственную эффективность, качество продукции, уровень удовлетворенности клиентов и т.д.

3. Идентификация отклонений: контроль должен помочь предприятиям выявить отклонения от установленных параметров и найти причины этих отклонений. Это может позволить компании предпринять корректирующие меры и предотвратить дальнейшие отклонения.

4. Корректирующие действия: после выявления отклонений предприятия должны предпринять необходимые меры для корректировки ситуации. Это может включать изменения в процессах, повышение эффективности использования ресурсов, обучение персонала и другие действия [2].

5. Улучшение системы контроля: система контроля должна постоянно совершенствоваться и адаптироваться к меняющимся условиям предприятия и внешней среды. Регулярное обновление и анализ системы контроля позволяет предприятию быть более гибким и эффективным [2].

Таблица 1

Компоненты системы контроля

Компоненты системы контроля	Описание	Роль
Планирование контроля	Определение целей и задач контроля, выбор методов и инструментов контроля.	Определяет направления и объем контроля
Организационная структура	Распределение ответственности за контрольные функции между различными уровнями управления	Обеспечивает четкость и эффективность контроля
Установление стандартов	Установление конкретных критериев и ожиданий для оценки производительности	Позволяет измерять и сравнивать фактические результаты с ожидаемыми
Измерение и сбор данных	Получение и анализ информации о выполнении задач и достижении целей	Позволяет выявить расхождения и проблемы
Анализ и интерпретация	Оценка контроля для выявления трендов, причин расхождений и возможных улучшений	Помогает принимать информированные управленческие решения
Корректирующие меры	Принятие мер для устранения расхождений и улучшения процессов и результатов	Обеспечивает коррекцию и оптимизацию деятельности
Отчётность и обратная связь	Подготовка и представление отчётов о результатах контроля, обеспечение обратной связи с руководством и сотрудниками	Обеспечивает прозрачность и коммуникацию в организации

Преимущества системы контроля:

1. Улучшение планирования и достижение поставленных целей.
2. Более эффективное использование ресурсов.
3. Более высокое качество продукции или услуг.
4. Предотвращение финансовых и операционных рисков.
5. Повышение ответственности и эффективности работы персонала.
6. Более точная и своевременная информация для принятия управленческих решений [3].

Создание и использование систем контроля в организации порой вызывает так называемый дисфункциональный эффект, который приводит к:

1) старанию подчиненных выглядеть лучше по критерию, который контролируется;

2) манипулирование данными контроля [1].

В большинстве случаев основной причиной появления дисфункционального эффекта является отсутствие системы комплексных показателей оценки деятельности работников. Если, например, контролируются лишь количественные результаты работы, нужно ожидать снижение качественных параметров, оценивание лишь процесса, а не результатов деятельности приводит к имитации бурной деятельности в ущерб достижению целей организации.

Выводы. Система контроля является необходимым инструментом в управленческой деятельности предприятий. Она позволяет организациям достигать своих целей, ответственно использовать ресурсы и решать проблемы в ранней стадии. Внедрение и развитие эффективной системы контроля помогает предприятиям стать успешными и конкурентоспособными на рынке.

Исследование выполнено в рамках Государственного задания №075-01613-23-02 при реализации научно-исследовательской работы «Концепция формирования конкурентоспособности предприятий новых территорий Российской Федерации (FRRS-2023-0036)».

Список литературы:

1. Андреева, Г.А. Управленческий контроль: концепции, модели, методы / Г.А. Андреева, Е.М. Баришполец. – Москва: Издательский дом «Дело», 2018. – 254 с.
2. Баришполец, Е.М. Системы контроля и аудита на предприятии / Е.М. Баришполец, В.В. Серов. – Москва: ИНФРА-М, 2017. – 246 с.
3. Леонтьев, Б.М. Управление организацией: системный и контроллинговый подходы / Б.М. Леонтьев. – Москва: ЮНИТИ, 2021. – 279 с.

Зудин И. А., студент
Научный руководитель: Ялунер А. Ф.
Донецкий государственный университет РФ
zudin.2005@gmail.com

ПРОБЛЕМА ПРОТИВОРЕЧИЙ СОБСТВЕННИКОВ И МЕНЕДЖЕРОВ

Актуальность. Возникающие противоречия между менеджерами и собственниками затрагивают одну из ключевых сфер бизнеса – управление и руководство. В современном мире конкуренция на рынке постоянно растет, эффективность управления компанией становится все более важным фактором для достижения успеха. Собственники и менеджеры часто имеют разные взгляды на способы и методы управления компанией. Менеджеры, как правило, обладают знаниями и навыками в области управления, а собственники больше сосредоточены на стратегических вопросах и долгосрочных целях компании. Противоречия между собственниками и менеджерами могут привести к конфликтам и снижению эффективности работы предприятия. В этой связи необходимо выявлять противоречия, возникающие между собственниками и менеджерами для предотвращения конфликтных ситуаций и обеспечения успешного развития бизнеса, что и обуславливает актуальность выбранной темы.

Анализ последних исследований и публикаций. Рассмотрению вопросов, связанных с изучением противоречий между собственниками и менеджерами посвящены работы таких ученых как О. В. Брижак, И. К. Смирнов, О. И. Смирнова, М. С. Ржевская, А. Кочеткова и др.

Целью исследования является анализ проблем, возникающих между собственниками и менеджерами.

Результаты исследования. Менеджеры и собственники являются ключевыми фигурами в деятельности предприятия, которые обеспечивают управление и сбалансированную работу предприятия. Собственники вкладывают свои финансовые ресурсы и берут на себя все риски, связанные с осуществлением предпринимательской деятельности. Менеджеры отвечают за операционную деятельность и стратегическое развитие компании. Данные предпосылки приводят к возникновению различий в предпочтениях и целях собственников и менеджеров в рамках предприятия [1].

Одним из основных противоречий между менеджерами и собственниками является вопрос о максимизации прибыли. Для собственников предприятия данная цель является приоритетной, так как она способствует открытию возможностей привлечения капитала со стороны инвесторов. Менеджеры, осуществляющие управление предприятием, могут склоняться к другим приоритетам, таким как внедрение инноваций, обеспечение устойчивого роста, улучшение условий работы. Наличие таких предпосылок может приводить к конфликтам, так как менеджеры могут осуществлять рискованные действия или принимать решения, которые не всегда согласуются с интересами собственников. Другим значимым противоречием является вопрос управления ресурсами и контроля бизнеса. Собственники желают иметь полный контроль над своими инвестициями и деятельностью компании, а менеджеры стремятся сохранить определенную степень независимости и принимать решения в своей сфере ответственности. Это приводит к необходимости нахождения баланса между контролем собственника и управленческой свободой. Дополнительным фактором, способствующим возникновению противоречий, является вопрос доверия. Собственники ожидают, что менеджеры направят все свои усилия на достижение поставленных целей предприятия. Однако недостаточное доверие и чрезмерный контроль со стороны собственников может повлиять на отношение менеджеров и процесс принятия решений [2, 3].

Исходя из вышесказанного можно выделить следующие основные противоречия, возникающие между менеджером и собственником (табл. 1).

Таблица 1

Противоречия, возникающие между собственником и менеджером

Вид противоречия	Собственник	Менеджер
Цель и интересы	Ориентирован на максимизацию прибыли и рост стоимости компании	Заинтересован в своей личной стабильности, карьерном росте и достижении своих личных целей
Риски и консервативность	Идет на риск и инвестирует в новые проекты и развитие компании, чтобы обеспечить ее рост и развитие в будущем	Более консервативен, боится рискованных ситуаций, несет ответственность за результаты своего труда
Контроль и независимость	Желает иметь контроль над компанией и принимать стратегические решения	Стремятся к большей независимости и свободе в принятии операционных решений
Вознаграждение и мотивация	Стремится уменьшить фонд оплаты труда	Заинтересован в повышении должностного оклада и получении бонусов
Долгосрочность и краткосрочность	Имеет долгосрочные цели и интересы, так как инвестирует в компанию на длительную перспективу	Нацелен на краткосрочный успех и получение быстрых результатов

Вышеперечисленные противоречия, возникающие между менеджером и собственником, оказывают серьезное воздействие на эффективность функционирования предприятия. Иногда корпоративные конфликты могут производить положительный эффект, но чаще всего разрушительно влияют на деятельность предприятия [5, 6]. С целью минимизации противоречий собственнику предприятия необходимо прилагать значительные усилия для своевременного выявления корпоративных конфликтов и разрабатывать мероприятия по их устранению. Основные методы решения возникающих противоречий между собственником и менеджером представлены в табл. 2.

Таблица 2

Методы решения противоречий между собственником и менеджером

Метод	Характеристика
1	2
Общение и доверие	Ключевым моментом в решении противоречий является открытое и честное общение между менеджерами и собственниками. Взаимное доверие способствует нахождению компромиссов и поиску решений, удовлетворяющих все стороны.
Установление общих целей	Собственники и менеджеры должны совместно работать над определением общих целей организации, которые учитывают интересы всех сторон. Это помогает снизить конфликтность и создает основу для сотрудничества и совместного решения противоречий.
Установление ясных ролей и ответственности	Определение ролей и ответственности каждого участника процесса управления и учет их интересов помогает снизить противоречия. Менеджеры должны быть свободны в своих решениях, но при этом соблюдать интересы собственников.
Разработка соглашений и контрактов	Четкие и понятные соглашения и контракты между менеджерами и собственниками могут помочь предотвратить противоречия, определить права и обязанности каждой стороны и создать стабильность в отношениях.
Компенсация и стимулирование	Справедливая система компенсации и стимулирования может помочь согласовать интересы менеджеров и собственников. Если менеджеры получают вознаграждение в зависимости от достижения организационных целей, они становятся более заинтересованными в их выполнении.
Участие собственников в управлении	Повышение уровня участия собственников в управлении организацией может помочь снизить противоречия. Собственники могут быть вовлечены в стратегическое планирование, принятие ключевых решений и мониторинг деятельности организации.

В целом, решение противоречий между менеджерами и собственниками требует открытого общения, взаимного доверия и поиска компромиссов. Это позволяет достичь согласования интересов и создать благоприятную рабочую среду для управления организацией.

Вывод. Противоречия между менеджерами и собственниками являются неотъемлемой частью современного бизнеса. Чтобы управлять корпоративными конфликтами между собственниками и менеджерами, необходимо развивать общение и доверие между сторонами, а также применять гибкие и адаптивные модели управления, способствующие достижению общих целей компании.

Список литературы:

1. Брижак, О. В. Собственники и менеджеры: институциональные противоречия и влияние на инновационное развитие корпораций / О. В. Брижак // Текст научной статьи по специальности «Экономика и бизнес». – 2012. – № 2. – Т. 10 – С. 32-34.
2. Акулов, В. Б. Теория организаци: учебное пособие / В. Б. Акулов, М.Н. Рудаков. – Петрозаводск: ПетрГУ. – 2002. – 314 с.

3. Смирнов, И. К. Противоречия собственности: становление, разрешение, развитие / И. К. Смирнов, О. И. Смирнова. – С.-Петерб. гос. ун-т. – СПб. : Изд-во СПбГУ, 2004. – 155 с.

4. Княжев, О. В. Собственник и управляющий. Компромиссы и как избежать конфликтов / О. В. Княжев // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. – 2013. – №10-2. – С. 183.

5. Ржевская, М. Взаимодействие менеджера и собственника: обзор основных противоречий / М. Ржевская // РИСК: ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. – 2011. – №4, Ч.1. – С. 333-339.

6. Кочеткова, А. Операция преемник. Как правильно делиться властью в собственной компании / А. Кочеткова // Бизнес-журнал. – 2015. – №5. – С. 40.

Коротыч В. В., студент

Научный руководитель: Комарницкая Е. В., канд. экон. наук

Донецкий государственный университет, РФ

korotih2017@gmail.com

СОВРЕМЕННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ НАУКИ

Актуальность темы исследования. Изучение современных направлений развития управленческой науки помогает понять, как работает организация, каковы ее возможности и ограничения, а также какие меры следует принять для повышения эффективности управления, что позволяет утверждать об актуальности данной темы.

Анализ последних исследований и публикаций. Информационной базой для исследования данной статьи послужили работы М. А. Шумкова [1], Михеева Е. О. [2], Опацкого В. А. [3], Джабраилова, Ш. В. О. [4], Комарницкой Е. В. [7] и др.

Цель исследования. Цель исследования заключается в изучении новых подходов, методов и тенденций в области управленческой науке, анализе их применения и эффективности.

Результаты исследования. В настоящее время продолжает развиваться теория, а то и практика менеджмента. А именно, происходит переход от управления техническими процессами к управлению поведением людей в организациях. Как следствие, фокус внимания теоретиков также смещается с классических вопросов менеджмента на поведенческие аспекты. Пожалуй, общими тенденциями современного управления можно назвать четыре направления [1]:

1. Активно развивать культуру организации
2. Внедрить в практику работы стратегического управления и планирования
3. Разрешить коммерческим организациям распространять методики управления вплоть до государственного сектора.
4. Формировать и развивать новые специализации в области менеджмента.

Современные подходы менеджмента включают в себя различные способы и стратегии, которые направлены на повышение эффективности управления компанией.

Часть из них:

Методы управления

Методы управления	Определение
Управление знаниями	Полагает создание, применение и обмен сведениями в организации. Так же междисциплинарный подход к достижению целей.
Стратегический менеджмент	Организация должна стремиться к достижению стратегической конкурентоспособности и эффективности собственных решений, поэтому разрабатывать стратегию ей нужно совместно с руководителем.
Маркетинг взаимоотношений	Предназначен для укрепления связей с существующими клиентами и привлечения новых.

Также стоит отметить гибкую методологию, которая включает в себя множество методов и техник в управлении проектами.

Методология Agile разрабатывается с помощью четырех основных ценностей. Четыре главные ценности утверждены в манифесте Agile [5]:

1. Человеческий фактор и коммуникация.
2. Готовый рабочий продукт.
3. Доверительные отношения с заказчиком.
4. Умение гибкости и способности адаптироваться к изменениям.

Agile – это итеративный и адаптивный процесс разработки программного обеспечения, в котором особое внимание уделяется сотрудничеству между заинтересованными сторонами, итеративной доставке рабочих продуктов и гибкости процесса разработки. Он включает в себя четыре основных элемента: проектирование, разработку, тестирование и выпуск.

Этот инновационный метод управления проектами гарантирует вашей проектной группе возможность раз за разом выпускать конкретные продукты без задержек из-за изменений и уточнения требований.

Agile-методология имеет в своем арсенале несколько подходов, например, Kanban или Scrum.

Scrum – это один из самых известных и широко используемых методов среди Agiles, его цель заключается объединение работы на короткие этапы (спринты) с активной помощью всех участников проекта для достижения общей цели.

Scrum используется для управления проектами, требующими высокой степени самоорганизации и гибкости. Он идеально подходит для команд, работающих над сложными и неопределенными задачами, где требуется быстрое принятие решений и адаптация к изменяющимся условиям. Scrum помогает командам эффективно использовать свое время и ресурсы, а также достигать поставленных целей в короткие сроки.

Kanban появился в Японии в конце 50-х годов прошлого века как система организации работы на производстве. Сегодня Kanban часто используется для обозначения гибкой методологии управления задачами в ИТ-секторе, например, в командах разработчиков, техподдержки и производства контента. Kanban помогает улучшить процесс разработки программного обеспечения путем визуализации рабочего процесса, определения лимитов и управления потоком задач. Улучшает рабочие процессы в компании для достижения гибкости бизнеса.

У методологии управления проектами Agile есть множество преимуществ:

Agile-методы предлагают высокую адаптивность и гибкость, позволяя организациям быстро приспосабливаться к изменяющимся условиям рынка. Такой подход особенно важен в условиях быстрых технологических изменений и неопределенности. Некоторые из них:

Agile ориентирован на результат, создавая работающий продукт на каждом этапе разработки, что позволяет получить обратную связь и улучшить качество продукта.

Кроме того, Agile предполагает постоянное совершенствование и обучение, что помогает организациям быть готовыми к инновациям и изменениям.

Наконец, Agile позволяет оптимизировать ресурсы, разбивая проекты на более мелкие, управляемые задачи.

Waterfall – это каскадный метод разработки программного обеспечения, в котором каждый этап проекта выполняется последовательно, без возврата к предыдущим этапам после перехода к следующему. Этот метод предполагает, что требования к проекту известны и не изменяются на протяжении всего процесса разработки. Waterfall подходит для проектов с четкими и стабильными требованиями, но может быть менее эффективным для проектов с высокой степенью неопределенности или быстрыми изменениями в требованиях.

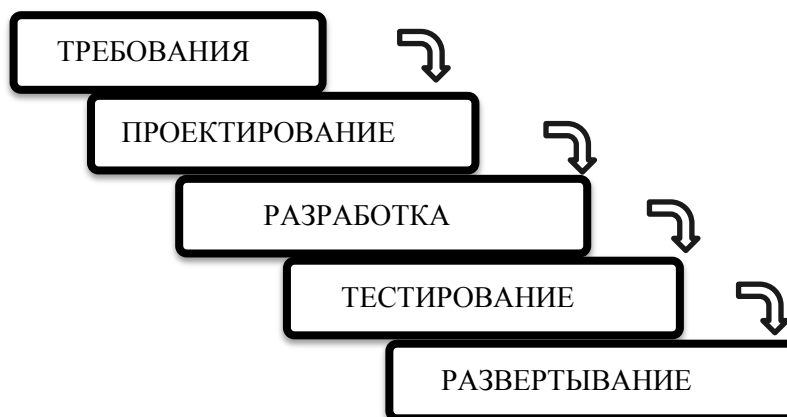


Рис. 1. Модель водопада [2, 3, 4]

Выводы. В современном бизнесе гибкость и адаптивность являются важными факторами успеха. Методологии Agile, Scrum, Kanban позволяют организациям быстро приспосабливаться к изменениям. Внедрение Agile-методов требует определенной культуры и навыков со стороны команды. Waterfall предусматривает последовательное прохождение всех фаз разработки проекта, причем при переходе к следующей фазе, возврата к предыдущей не происходит. Вместо Waterfall рекомендуется использовать Agile-методы, такие как Agile, Scrum и Kanban.

Список литературы:

1. Шумков, М. А. Новые тенденции в развитии системы управления / М. А. Шумков. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2020. – № 15 (305). – С. 373-375.
2. Михеева, Е. О. «Agile» – гибкая методология проектного управления / Е. О. Михеева. – Студенческий вестник– 2020. – № 3-3 (101). – С. 45-46.
3. Опацкий, В. А. Гибкая методология разработки - Agile / В. А., Опацкий, Е. Б. Тюнин. – Информационное общество: современное состояние и перспективы развития. сборник материалов VIII международного форума. – 2017. – С. 170-172.

4. Джабраилов, Ш. В. О. Сравнительный анализ методологий разработки по Agile и Waterfall / Ш. В. О. Джабраилов // Молодой ученый. – 2020. – № 52 (342). – С. 12-15.

5. Дубинина Д. В. Методология гибкого управления проектами Agile / Д. В. Дубинина, М. А. Таканова. // Экономическое развитие России: тенденции, перспективы. сборник статей по материалам VI Международной студенческой научно-практической конференции преподавателей, ученых, специалистов, аспирантов, студентов. – 2020. – С. 78-82.

6. Думанишева, К. М. Сравнительный анализ методологий управления проектами: Waterfall и Agile / К. М. Думанишева // Russian Economic Bulletin. – 2020. – Т. 3. – № 3. С. 53-60.

7. Комарницкая, Е. В. Анализ современных подходов к проектному управлению / Е. В. Комарницкая, А.В. Подопригора // Экономико-управленческий конгресс: сборник статей по материалам Международного научно-практического мероприятия НИУ «БелГУ», 10-11 ноября 2022 года / отв. ред. В.М. Захаров. – Белгород: ИД «БелГУ» НИУ «БелГУ», 2022. – С.43-52.

Костюк А. О., студент

Научный руководитель: Комарницкая Е. В., канд. экон. наук,
Донецкий государственный университет, РФ
kostyukadam@gmail.com

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССАХ

Актуальность. Во время технологического прогресса и стремительных изменений в бизнес-среде вопросы внедрения искусственного интеллекта (ИИ) в экономические процессы становятся ключевыми для различных отраслей и организаций, что позволяет готовить об актуальности темы исследования. Искусственный интеллект предоставляет новые возможности для улучшения эффективности бизнес-процессов, включая автоматизацию операций, анализ данных и принятие решений на основе машинного обучения. Это сокращает время принятия решений и минимизирует риски. Использование ИИ также улучшает стратегическое планирование и прогнозирование в быстро меняющейся бизнес-среде, благодаря анализу множества переменных и прогнозированию тенденций. Кроме того, ИИ открывает новые возможности для бизнеса, такие как автоматизация производственных процессов, персонализация клиентского опыта и разработка инновационных продуктов, способствуя росту конкурентоспособности и укреплению позиций компаний на рынке. Использование искусственного интеллекта направлено на поиск путей решения социальных проблем, оптимизацию ресурсов и разработку устойчивых бизнес-моделей в контексте глобальных проблем.

Анализ последних исследований и публикаций. В разные периоды времени исследование особенностей применения ИИ в экономических процессах занимались различные учёные и компании (Novikova A.D., Саханевич Д.Ю., Гришина А.В., Абдуллаев Э.А., Городнова Н.В.). Анализ последних исследований выявляет несколько ключевых тенденций и особенностей: автоматизация бизнес-процессов, прогнозирование и анализ данных, персонализация и обслуживание клиентов, развитие новых бизнес-моделей. В целом, анализ последних исследований по применению искусственного интеллекта в экономических процессах подчеркивает важность

интеграции технологий ИИ для повышения эффективности, инновационного развития и создания устойчивых бизнес-моделей.

Цель исследования заключается в изучении особенностей применения искусственного интеллекта в экономических процессах.

Результаты исследования. Представленная таблица демонстрирует разносторонние эффекты, которые возникают в результате использования искусственного интеллекта (ИИ) в различных сферах [1, с. 185].

Таблица 1

Эффекты от использования искусственного интеллекта

Эффекты использования ИИ	Описание	Примеры
Повышение эффективности	Автоматизация рутинных задач, оптимизация процессов	Автоматизированные системы управления запасами
Влияние на доходы компаний	Увеличение выручки, снижение затрат	Персонализированный маркетинг, прогнозирование спроса
Создание новых рабочих мест	Развитие новых областей, спрос на специалистов ИИ	Специалисты по обслуживанию и обучению ИИ

Использование искусственного интеллекта принёс компаниям доход в размере 700 миллиардов долларов, Gartner. В апреле 2018 года Gartner сообщает, что в 2017 году компании по всему миру получили 692 млрд. долларов благодаря технологиям искусственного интеллекта. Прогнозируется, что эти доходы вырастут до 1,2 трлн. долларов в 2018 году и почти до 4 трлн. долларов в 2022 году. Аналитики отмечают, что улучшение обслуживания клиентов является основным источником доходов, и компании уже чувствуют положительное влияние ИИ на рост и удержание клиентов. Организации также стремятся повысить эффективность бизнес-процессов и автоматизировать решения, используя искусственный интеллект [2, с. 70].

Gartner: треть компаний сделают искусственный интеллект приоритетом в своих затратах на информационные технологии. В июле 2017 года Gartner прогнозирует, что машинное обучение и искусственный интеллект будут включены почти во все новые программные продукты и сервисы. Эксперты предсказывают, что ИИ станет неотъемлемой частью стратегии цифровой трансформации. Несмотря на опасения по поводу потери рабочих мест, аналитики подчеркивают, что машинное обучение может значительно дополнить человеческие возможности [6, с. 156]. В то время как внимание уделяется технологиям, таким как виртуальная реальность и искусственный интеллект, облачные и мобильные технологии остаются основными драйверами роста ИТ-расходов.

Teradata: 80% компаний уже вкладываются в ИИ, прогнозируя ряд сложностей в будущем. Исследование Teradata показывает, что 80% предприятий вкладывают в искусственный интеллект (ИИ), но каждый третий руководитель считает необходимым увеличить инвестиции в ИИ в следующие три года для поддержания конкурентоспособности. Предприятия видят возможные препятствия при внедрении технологий ИИ и предлагают создать руководящую должность – Главного специалиста по технологиям ИИ. Они ожидают, что ИИ станет неотъемлемой частью будущего и планируют удвоить, а затем утроить свои инвестиции в них через пять и десять лет. Однако осознают, что для максимизации эффективности инвестиций требуется пересмотреть стратегии воздействия технологий ИИ на все аспекты их деятельности.

PwC: Применение искусственного интеллекта приведет к росту мирового валового внутреннего продукта на \$15,7 трлн. Исследование PwC прогнозирует, что активное использование искусственного интеллекта (ИИ) к 2030 году приведет к росту глобального ВВП на 14%, что составляет 15,7 трлн. долларов. Эксперты ожидают более

чем 50% увеличение производительности труда и дополнительную прибыль от увеличения потребительского спроса за счет улучшения товаров с использованием ИИ [3, с. 18]. Китай и Северная Америка будут наиболее выигрышными, приводя к приросту их ВВП на 26% до 2030 года, что составит почти 70% общего прироста мирового ВВП [4, с. 3]. Начальные темпы роста производительности в Северной Америке превзойдут Китай, но последний опередит США после десяти лет благодаря превосходству в технологической готовности и доле автоматизируемых рабочих мест. Страны Европы и развитые страны Азии ожидают значительные экономические выгоды от внедрения искусственного интеллекта, прогнозируемые в размере 9-12% ВВП к 2030 году [5, с. 1485].

Salesforce: Применение искусственного интеллекта приведет к увеличению доходов глобального бизнеса на сумму \$1,1 трлн. Исследование IDC для Salesforce прогнозирует, что к 2024 году внедрение искусственного интеллекта (ИИ) в CRM принесет компаниям дополнительные \$1,1 трлн. Автоматизация и увеличение производительности приведут к росту доходов, созданию 2 млн новых рабочих мест. Расходы на когнитивные/ИИ-системы увеличатся с 8 млрд. долл. в 2016 году до 46 млрд. долл. в 2024 году. США, Япония, Германия, Великобритания и Франция получат наибольший выигрыш, достигнув 596 млрд. долл.

Таблица 2

Плюсы и минусы использования искусственного интеллекта

Минусы	Плюсы
Сбои и потеря данных представляют риск при передаче сложных задач искусственному интеллекту, который ответственен за большинство операций и баз данных.	Искусственный интеллект обеспечивает безопасное исследование космоса, океанских глубин и земного ядра, позволяя проводить дешевые и быстрые эксперименты и испытания без риска для людей.
Возможное противостояние, где улучшение логических процессов может привести к отделению искусственного интеллекта от человечества, особенно при агрессивных действиях отдельных государств.	В области производства, искусственный разум способен эффективно управлять сотнями заводов по всему миру, обеспечивая контроль и оценку качества, что существенно сократит затраты и позволит работать на опасных и вредных местах с высоким уровнем травматизма и смертности.
Замещение человека роботизированным интеллектом в различных сферах, что может привести к потере рабочих мест и созданию непредсказуемого воздействия на общество.	Искусственный интеллект способен быстро адаптироваться к изменениям в экономической среде, обеспечивая гибкость и устойчивость бизнес-процессов.

Выводы. Искусственный интеллект оптимизирует бизнес-процессы, управляет ресурсами и принимает стратегические решения. Алгоритмы машинного обучения и аналитические системы автоматизируют рутину, улучшают прогнозирование и механизмы принятия решений. Интеграция ИИ в экономику повышает производительность, снижает риски и создает новые возможности. Успешная интеграция требует внимания к этическим и социальным аспектам, включая безопасность данных и вопросы равенства. Важна постоянная адаптация систем искусственного интеллекта к изменениям в экономической среде. Исследование подчеркивает значение искусственного интеллекта как инновационного инструмента для повышения эффективности и конкурентоспособности предприятий и общества.

Список литературы:

1. Novikova, A. D. Application of artificial intelligence in the Russian economy / A. D. Novikova, M. B. Khripunova // Хроноэкономика. – 2020. – № 3(24). – С. 184-187.

2. Саханевич, Д. Ю. Исследование подходов и методов применения искусственного интеллекта и машинного обучения в социально-экономических процессах / Д. Ю. Саханевич // Вестник Омского университета. Серия: Экономика. – 2020. – Т. 18, № 2. – С. 65-79.

3. Гришина, А. В. Применение искусственного интеллекта в сферах экономики и финансов и перспективы развития / А. В. Гришина // Экономика и менеджмент инновационных технологий. – 2019. – № 12(99). – С. 18.

4. Абдуллаев, Э. А. Искусственный интеллект и его влияние на экономику и бизнес / Э. А. Абдуллаев // Молодой ученый. – 2023. – № 6(453). – С. 2-3.

5. Городнова, Н. В. Применение искусственного интеллекта в бизнес-сфере: современное состояние и перспективы / Н. В. Городнова // Вопросы инновационной экономики. – 2021. – Т. 11, № 4. – С. 1473-1492.

6. Комарницкая, Е. В. Инновационные подходы в розничной торговле / Е. В. Комарницкая // Инновационные перспективы Донбасса: Материалы 7-й Международной научно-практической конференции, Донецк, 24–26 мая 2021 года. Том 5. – Донецк: Донецкий национальный технический университет, 2021. – С. 154-157.

Котова В. С., студентка

Научный руководитель: Ялунер А. Ф.

Донецкий государственный университет, РФ

kotova10.07@mail.ru

УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

Актуальность. Цифровая трансформация изменяет вектор развития бизнеса, оптимизирует производственные процессы, повышает экономический рост и развитие, создает новые инструментарий управления персоналом. Под воздействием цифровизации на предприятиях внедряют инновационные технологии и методы работы с персоналом. Использование цифровых технологий способствует снижению трудоемкости всех функций управления персоналом, а также делает процесс управления персоналом, последовательно выстроенным и измеримым. Благодаря цифровым технологиям можно автоматизировать кадровые процессы, обрабатывать большие объемы данных, а также производить оценку деятельности персонала. В этой связи возникает необходимость рассмотрения особенностей управления персоналом в условиях развития цифровой трансформации, что и обуславливает актуальность выбранной темы.

Анализ последних исследований и публикаций. Рассмотрению вопросов, связанных с возможностями и перспективами использования цифровых технологий в управлении персоналом посвящены работы таких ученых как: Е. Г. Толкунова, М. И. Плутова, О. Л. Чуланова, Д. В. Вельмисова и др.

Целью исследования является рассмотрение особенностей управления персоналом в условиях развития цифровой трансформации.

Результаты исследования. Цифровые технологии в управлении персоналом направлены на автоматизацию процессов управления, которая обеспечивает быструю обратную связь между руководителем и подчиненными, систематизацию производственных процессов, а также позволяют руководителю в режиме реального

времени получить необходимую информацию для деятельности предприятия. Использование информационных и сквозных технологий помогает повысить эффективность работы, усилить позиции компании на рынке и развить навыки управления [1]. Основными преимуществами использования цифровых технологий в процессе управления персоналом является:

- минимизация рутинной работы в деятельности сотрудников отдела кадров;
- анализ и обработка больших массивов данных за короткий промежуток времени;
- оптимизация процесса поиска и подбора кадров;
- рост производительности труда;
- повышение координации деятельности персонала;
- систематизация процесса делегирования полномочий;
- своевременная реализация и контроль управленческих решений.

Цифровая трансформация процесса управления персоналом требует наличия у руководителя определенных компетенций и навыков в области применения инновационных технологий. Основные навыки, которые должны присутствовать у руководителя, в условиях цифровой трансформации бизнес-процессов:

1. **Hard-skills** – представляют собой специфические, профессиональные качества, которые необходимы для выполнения определенных работ. Универсальными навыками **hard-skills** являются компьютерная грамотность, знание иностранных языков, аналитические способности. К специфическим навыкам **hard-skills** относятся профессиональные знания в зависимости от компетенций, базовые знания и навыки, ориентация на бизнес, HR-функции [2].

2. **Soft-skills** – это гибкие навыки и желательные качества работы, которые помогают управленцам выполнять должностные задачи и обязанности. К навыкам **soft-skills** относится: способность брать на себя ответственность, обучаемость, умение сотрудничать, креативное мышление, коммуникабельность, гибкость мышления, ориентации на результат, эмоциональный интеллект, критическое мышление, когнитивные способности, когнитивная гибкость [2].

3. **Digital-skills** – навыки работы, которые связаны со способностью управляющего использовать цифровые устройства, приложения сети для доступа и управления информацией. Цифровые навыки представлены: информационной грамотностью, дизайн-мышлением, владением инструментами кибербезопасности [2].

4. **Power-skills** – это навыки для успешной жизни и карьеры. К числу данных навыков можно отнести: лидерство как способность вести за собой, сотрудничество, внимание к деталям, умение видеть и решать проблемы, целенаправленное воздействие на людей, способность сопоставлять информацию и мыслить критически

Разделение навыков работы управляющего в условиях цифровой трансформации на четыре категории **Hard-skills**, **Soft-skills**, **Digital-skills** и **Power-skills** открывает возможности для применения компетентностного подхода на этапах найма, адаптации сотрудников к новым условиям бизнеса, оценки эффективности работы подчиненных и оптимизации всех алгоритмов, связанных с управлением персоналом.

Цифровая трансформация предприятия с одной стороны формирует новые требования к навыкам работы управляющего, а с другой стороны позволяет использовать цифровые технологии и инструменты для развития сотрудников. Варианты и результаты применения функций управления персоналом с использованием сквозных технологий представлены в таблице 1.

Особенности реализации функций управления персоналом на основе использования сквозных технологий [2, 5, 6]

Функции управления персоналом	Варианты реализации функций с использованием сквозных технологий	Результаты
1	2	3
Кадровое планирование и обеспечение персонала	Проведение онлайн собеседований с потенциальным претендентом по средствам видеоконференций. Использование цифровых приложений для оценки нагрузки сотрудников, планирования графиков работы и выходных, расстановки приоритетов в задачах.	Сокращение времени на обработку и анализ данных о кандидатах. Повышение качества планирования работы персонала. Сбалансированное распределение задач.
Оценка и аттестация персонала	Оценка кандидатов (проверка навыков, стрессоустойчивости, способности к обучаемости) с помощью ИИ и VR-технологий.	Снижение кадровых рисков, связанных с неадекватной оценкой персонала. Снижение страха персонала при прохождении оценки
Развитие персонала	Формирование программ обучения под индивидуальный профиль сотрудников. Виртуальные экскурсии для новичков в целях их адаптации.	Повышение удовлетворенности сотрудников от обучения. Увеличение уровня удержания знаний. Рост скорости обучения.
Организация труда и мотивация персонала	Организация деятельности и управление командами на удаленной основе с помощью цифровых приложений. Предоставление ИИ актуальных данных для разработки KPI и отслеживания их выполнения, рекомендаций по организации работы.	Наиболее эффективное достижение целей компании и KPI сотрудника

Внедрение сквозных и цифровых технологий в деятельность предприятия позволит генерировать нестандартные решения, сформировать и развить навыки руководителя для улучшения методов управления персоналом, обеспечит вовлеченность сотрудников в организационные процессы, повысит производительность труда и будет способствовать повышению конкурентоспособности предприятия.

Выводы. Цифровая трансформация кардинальным образом изменяет процесс управления персоналом. Активное использование цифровых технологий в управлении персоналом изменяет принципы работы с коллективом, навыки и компетенции, предъявляемые к руководителям предприятий. Разделение профессиональных навыков управленцев на четыре группы позволяет применять компетентностный подход для управления персоналом на всех этапах – от подбора и адаптации сотрудников до оценки их эффективности. Цифровые технологии обеспечивают рост и повышение производительности труда и уровня конкурентоспособности предприятия.

Список литературы:

1. Патрусова, А. М. Управление персоналом в условиях развития цифровой экономики / А. М. Патрусова. // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. – 2021. – № 3. – С. 71-83.
2. Воронова, Д. Ю. Разработка система управления формирования и развитием Soft skills персонала в условиях цифровой экономики / Д. Ю. Воронова, С. С. Марченко // Экономика. – 2022. – № 4. – С. 73-85.
3. Ляковская, Е. А. Управление персоналом в цифровой экономике / Е. А. Ляковская, В. В. Козлов // Вестник ЮУрГУ. Серия: Экономика и менеджмент. – 2018. – №3. – С. 108-116.

4. Мехдиев, Ш. З. Формирование системы квалифицированных кадров в условиях цифровой экономики / Ш. З. Мехдиев // Вестник евразийской науки. – 2018. – №6. – С. 26.

5. Козлова, О. А. Особенности мотивации работников в условиях формирования цифровой экономики / О. А. Козлова, Е. А. Селезенева // Human Progress. – 2018. – №10. – С. 2.

6. Архипова, Н. А. Применение digital-инструментов в подборе и отборе персонала в организации / Н. А. Архипова, О. В. Седова // Вестник РГГУ. Серия «Экономика. Управление. Право». – 2018. – №2 (12). – С. 9-22.

Латыпов К. Д., студент

Научный руководитель: Кравец Е. О., канд. экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
latipovk23@mail.ru

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ НА ЗАТРАТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

Актуальность. Смена поколений, нехватка работников, выход на новые, более конкурентные рынки, реагирование на новые правила и предписания и желание производить более качественные товары – вот лишь некоторые из проблем современного предприятия. Все они требуют соответствующего внимания и цифровой трансформации, которая предлагает ряд преимуществ, включая снижение операционных расходов, повышенную гибкость и масштабируемость, а также улучшенный опыт работы с клиентами – и все это при одновременном снижении дорогостоящих накладных расходов. Именно использование цифровых решений действительно может помочь сэкономить значительный процент расходов.

Анализ публикаций. На данный момент вопросам цифровой трансформации посвящены работы таких ученых как: Абдуллаева Н.В., Бреннера С., Вендрамина П., Грибанова Ю.И., Крамерса А., Максеенко М.И. и др.

Однако недостаточно изученным остается вопрос влияния цифровой трансформации на затраты предприятия. Таким образом, **целью** данного исследования является анализ влияния цифровой трансформации на затраты предприятия

Результаты исследований. За последние несколько лет произошел сдвиг в актуальности цифровой трансформации со стороны предприятий. Изменилось мышление клиентов, сотрудников, партнеров и заинтересованных сторон. Чтобы оставаться конкурентоспособными и мотивированными, организации удваивают внутренний опыт использования цифровых технологий для повышения качества работы.

Хотя цифровая трансформация на начальном этапе может потребовать значительных инвестиций, в конечном счете она служит ключевым фактором долгосрочной экономии средств и повышения операционной эффективности. Для специалистов в области бизнес-технологий, возглавляющих преобразующие ИТ-инициативы, стремление к оптимизации затрат так же важно, как и любое стратегическое достижение.

Внедрение цифровой трансформации может привести к заметной экономии, гарантируя, что технологические лидеры будут вооружены необходимыми знаниями и инсайтами, чтобы использовать этот мощный инструмент для повышения экономической эффективности в постоянно меняющемся цифровом ландшафте.

Интеграция цифровых технологий в деятельность организации, такую как повседневные бизнес-процессы, управление данными и коммуникация, может помочь сократить расходы различными способами. С точки зрения стратегии, цифровая трансформация приводит к заметным изменениям и направлена на помощь в принятии эффективных решений по обеспечению ценности для клиентов.

Ниже приведены некоторые из преимуществ цифровой трансформации, которые способствуют снижению затрат:

1. Повышение производительности

Одним из ожидаемых последствий более широкого внедрения технологий является повышение эффективности процессов. Компании постоянно ищут способы помочь своим сотрудникам работать лучше, быстрее и аккуратнее. Цифровая трансформация может помочь ускорить это.

Внедрение цифровой культуры может помочь сократить время, затрачиваемое на процессы, устранить рутинные задачи и добавить новые функциональные возможности или стратегии, которые повысят ценность существующего процесса. Такая простая вещь, как автоматизация важнейших этапов бизнес-процессов, может привести к огромной экономии накладных расходов организации.

2. Более эффективное управление ресурсами

Использование цифровых технологий помогает организации лучше управлять ресурсами благодаря более гибким и оптимизированным операциям. Цифровая трансформация бизнеса часто предполагает постепенный отказ от неэффективных устаревших систем или их замену более гибкими цифровыми альтернативами. Такой комплексный подход к цифровизации может помочь устранить дорогостоящие ручные процессы и устаревшую инфраструктуру, а также все затраты, связанные с их управлением.

3. Повышение вовлеченности потребителей

Конечная цель цифровой трансформации – изменить то, как организация обеспечивает ценность для клиентов. Это само по себе может привести к лучшим результатам в управлении затратами. Лучшее понимание требований и нужд вашего клиента приведет к более эффективному распределению ресурсов для удовлетворения этих потребностей, что приведет к меньшим потерям и лучшим результатам.

Цифровая трансформация заключается в том, чтобы повысить ценность ваших бизнес-процессов и донести ее до клиентов, а также быть достаточно гибким, чтобы использовать данные и аналитику для создания нового, инновационного опыта.

4. Более быстрый вывод на рынок

Для предприятий, которым необходимо постоянно выводить на рынок новые продукты, цифровая трансформация может сократить жизненный цикл продукта. Сокращение времени разработки также означает снижение затрат на протяжении всего производственного цикла.

Каждый бизнес предоставляет уникальную возможность сократить расходы и добиться большей отдачи от инвестиций за счет цифровой трансформации.

Ниже приведены возможности экономии, которые организации могут использовать для сокращения текущих и капитальных затрат своего бизнеса.

1. Уменьшение допустимой погрешности

Человеческая ошибка является одной из наиболее существенных причин убытков большинства предприятий. Это выходит за рамки ошибок, допущенных при ведении бухгалтерского учета или неэффективности производства. Любая бизнес-деятельность, от продаж до маркетинга и даже внутренней коммуникации, может привести к существенным ошибкам, которые негативно сказываются на бизнесе и финансовых

результатах. Благодаря цифровому преобразованию возможно сократить количество этих ошибок на целых 90 процентов, соответственно экономя затраты.

2. Централизация операций

Предприятия с изолированными процессами и операциями теряют больше денег, чем следовало бы. Одной из основных целей цифровой трансформации является централизация операций, ввода информации, коммуникации и управления данными. Наличие единого источника информации обо всем – это огромная возможность сэкономить время и сократить расходы.

3. Сокращение времени простоя

Системные сбои, пропущенные сроки и простои – вот некоторые из основных причин, по которым предприятия теряют деньги. Благодаря цифровизации и автоматизации предприятия могут сократить время простоя как персонала, так и технологий.

4. Расходы на персонал

При автоматизации нескольких процессов, которыми управляют люди, переводятся на автопилот. Это уменьшает необходимость нанимать больше людей на конкретные должности, поскольку существующий персонал, которому помогают технологии, может работать столь же эффективно. Кроме того, цифровая автоматизация помогает сократить личные расходы, такие как адаптация, обучение и управление персоналом, позволяя компании значительно экономить на накладных расходах, связанных с этими процессами.

5. Повышенная маневренность

Цифровая трансформация ускоряет внедрение инноваций в организации. Ускоренное отслеживание процесса предоставления инновационных продуктов и услуг может помочь снизить затраты. Чем больше времени требуется для доставки этих продуктов, тем больше возрастают затраты.

6. Применение технологий, которые могут снизить затраты бизнеса

Цифровая трансформация связана с устойчивым использованием цифровых технологий для достижения лучших результатов в бизнесе. Стратегическое расширение может иметь различные последствия для бизнеса. Экономия средств является одним из результатов внедрения цифровых технологий в рамках структурированной и хорошо управляемой стратегии цифровой трансформации.

Выводы. Таким образом, хотя внедрение новых технологий требует определенных инвестиций (программное обеспечение, лицензии, аппаратное обеспечение, техническое обслуживание и операционные расходы, покрывающие, например, коммуникацию и управление изменениями), затраты на цифровую трансформацию – это долгосрочные обязательства, которые начнут окупаться в будущем.

Помимо затрат, преимущества цифровой трансформации многочисленны. Но для того, чтобы предприятия могли в полной мере использовать свой потенциал, они должны определить свои цели. Кроме того, должны знать весь потенциальный риск, прежде чем переходить на другую операционную систему. Организация должна быть осведомлена о своих целях и о том, как оценить свой успех, прежде чем вносить какие-либо изменения в свои бизнес-процессы и процедуры. При правильном подходе цифровизация может помочь компании сэкономить деньги при одновременном повышении эффективности.

Список литературы:

1. Варфоломеева, А.О. Информационные системы организации / А.О. Варфоломеева, А.В. Коряковский, В.П. Романов. – М.: Инфра-М, 2017. – 332 с.

2. Кравец, Е.О. Дифференциация терминов «оцифровка», «цифровизация» и «цифровая трансформация» / Е.О. Кравец // Информационные технологии в экономике: материалы V Республиканской научно-практической Интернет-конференции студентов, аспирантов и молодых ученых с международным участием, 24-25 марта 2021 года [Электронное издание]. – Луганск: Изд-во ЛГУ им. В. Даля, 2021. – С. 303 – 306.

3. Вертиль, Н.Н. Имплементация цифровых инструментов в менеджменте промышленных предприятий / Н.Н. Вертиль // Новое в экономической кибернетике. – 2022. – № 2. – С. 50-58.

4. Логинов, В.Н. Информационные технологии управления / В.Н. Логинов. – М.: КноРус, 2016. – 240 с.

Матюшина М. А., студент

Научный руководитель: Комарницкая Е. В., канд. экон. наук

Донецкий государственный университет, РФ

matiushina2006@gmail.com

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА

Актуальность. Цифровизация все стремительнее пронизывает все сферы жизни человека и общества. Она преобразует как деятельность объектов управления – предприятий и организаций, физических лиц, так и видоизменяет методы и инструменты управления, применяемые субъектами управления – менеджерами разных уровней. В итоге цифровой трансформации подвержена вся система управления как на макро-, так и на микроуровне. Утвержденная в 2019 г. Национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации», предполагающая реализацию ряда цифровых проектов, направленных на появление новых продуктов и услуг, трансформацию бизнес-моделей субъектов хозяйствования, преобразование технологий производства, свидетельствует о необходимости развития новых направлений в деятельности экономических агентов в целях повышения конкурентоспособности национальной экономики, об актуальности исследований в этой отрасли.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблемы цифровизации системы менеджмента находятся в поле зрения исследователей отечественных и зарубежных специалистов на протяжении последних десятилетий. Применение современных технологий в производстве и управлении в разные периоды времени описывалось терминами «автоматизация», «компьютеризация», «информатизация», «цифровизация». Не углубляясь в генезис данных понятий, следует отметить, что современные технологические новшества будут всегда лежать в основе конкурентоспособности субъектов хозяйствования. В рамках данной работы не представляется дать исчерпывающий анализ всех научных публикаций, посвящённых цифровой трансформации менеджмента, однако считаем целесообразным упомянуть ряд последних публикаций, которые в наибольшей мере отражают суть происходящих трансформационных процессов. Так совместное исследование авторов Уральского федерального университета имени первого президента России Б. Н. Ельцина (г. Екатеринбург) и НИУ «ВШЭ» (г. Москва) на основе анализа организационных характеристик российских промышленных компаний и роли каналов распространения инноваций для объяснения факторов цифровизации российских промышленных

предприятий приходит к выводам о том, что компании, использующие цифровые технологии, ориентированы на внутренний рынок, но восприимчивы к передаче технологий от иностранных инвесторов, иным российским и зарубежным компаниям, разработкам исследовательских центров в области робототехники и искусственного интеллекта [4].

В работе специалистов из Санкт-Петербурга дается характеристика ключевых изменений систем управления предприятиями в цифровой экономике. Авторы справедливо отмечают, что цифровизация невозможна без масштабных программ обучения персонала. «Человеческие ресурсы консервативны по своей природе и обычно отстают по своим способностям изменяться и приспосабливаться к новым условиям работы» [1].

Специалисты из Московского государственного технического университета им. Н. Э. Баумана предлагают модель управления организациями в условиях цифровой экономики и выделяют основные требования к компетенциям персонала в условиях интенсивной цифровизации социально-экономических процессов и развития систем цифрового управления. Данная могут быть актуальными как управленческие новации в цифровой экономике, и потому цифровизацию систем менеджмента можно рассматривать как область управленческих новаций [2].

На макроуровне ведущие специалисты Донецкого государственного университета проводят комплексный анализ теоретических основ стратегического планирования развития экономики в условиях цифровизации [3]. Содержательной особенностью данной работы является то, что в ней выделен новый вид планирования, а также усовершенствован диагностический инструментарий стратегического планирования развития экономики.

Цель исследования. Учитывая вышеизложенное, целью настоящей работы является дальнейшее углубление анализа процессов цифровой трансформации системы менеджмента.

Результаты исследования. Рассматривая влияние цифровых технологий на функциональные области предприятия, следует не согласиться, что система управления и принятия управленческих решений должна быть на первом месте [5]. На первом месте должны быть повышение точности производственных процессов, устранение человеческого фактора за счет их автоматизации.

На следующем в приоритете месте должна стать маркетинговая составляющая – анализ и оценка потребностей потребителей, прогнозирование спроса и предложения на рынке, использование IT-технологий в качестве канала продаж и продвижения продукции и услуг предприятия должны стать в основе маркетинговой политики субъектов хозяйствования.

Цифровые технологии входят в управление предприятий и организаций поэтапно, учитывая ряд объективных и субъективных обстоятельств. Определяя последовательность интеграции цифровых технологий в менеджмент субъектов хозяйствования, следует отметить следующие факторы: 1) потребности и стратегические направления развития предприятия; 2) конкурентоспособность с учетом отраслевой принадлежности; 3) экономический эффект; 4) интеграция с имеющимися IT продуктами предприятия.

При этом вследствие скорости инноваций в области информационных технологий изменение первоначального плана цифровой трансформации предприятия является нормальным и даже необходимым явлением, чтобы обеспечить внедрение только актуальных и эффективных цифровых продуктов.

Факторами успешной реализации цифровой трансформации субъекта хозяйствования целесообразно определить: 1) обоюдное содействие процессу цифровой

трансформации на всех уровнях управления предприятием; 2) наличие у сотрудников соответствующих знаний и компетенций; 3) формирование кросс-функциональных команд, включающих как IT-специалистов, так и экспертов в функциональных областях, где проводится внедрение соответствующих технологий; 4) планомерность и гибкость к внедрению цифровых технологий.

Следует предположить, что цифровизация технологических и управленческих процессов будет осуществляться поступательно, но с тенденцией к ускорению. Интернет вещей, беспроводные сенсоры, широко внедряемые в рамках концепции Индустрии 4.0, предполагают повышение прозрачности бизнес-процессов. Использование ERP (enterprise resource planning) систем расширяет возможности менеджмента, упрощает создание, управление и учет результатов работы команд из сотрудников подразделений фирмы и внешних источников, позволяет осуществлять планирование организационных изменений. Использование больших данных и развитие информационных систем делают возможным отслеживать не только последовательность, скорость, качество операций, но калькулировать и бюджетировать затраты по операциям низкого уровня. Это предполагает качественно другой уровень доступной информации, позволяющей получать точную стоимость выполнения конкретного заказа для конкретного клиента.

Цифровизация способствует предприятиям в расширении своего бизнеса и проникновении на новые рынки. Сквозные технологии будут содействовать предприятиям в установлении прочных связей с клиентами в отношении их потребностей и предпочтений. Предприятия смогут разработать продукты и услуги, востребованные на новых рынках.

Цифровая трансформация как производственных, так и управленческих процессов, является процессом, распределённым во времени, и для ее плодотворной реализации, необходимо разработать «дорожную карту» внедрения сквозных технологий и изменений рабочих процессов в организации. Она должна создаваться совместно специалистами различных служб организации. Значимым является участие IT-отдела, который играет решающую роль в определении архитектуры решения, а в дальнейшем будет отвечать за совместную работу внедренных систем и программ.

Выводы. Цифровая трансформация представляет собой краткосрочную проблему, которую следует решить менеджменту предприятия, для обеспечения его конкурентоспособности и устойчивого развития. Современные программные решения позволяют относительно недорого поставить предприятие на «цифровые рельсы».

Цифровая трансформация системы управления предприятием касается многих аспектов организации, включающих внедрение перспективных технологий и процессов, изменения организационной культуры организации. Цифровизация невозможна без комплексных программ обучения персонала.

Цифровизация бизнеса является одним из значимых бизнес-трендов, капитализация которого выросла на 19% за прошедший год. Внешние экономические условия только ускорили необходимость её внедрения. Комплексный подход к цифровым изменениям должен лежать в основе всех бизнес-процессов. Среди ключевых составляющих успеха цифровой трансформации следует отметить процессные и организационные изменения, цифровые инструменты. Перспективами дальнейшего развития в этом направлении станет развитие методических основ цифровизации как на микро-, так и на макроуровне.

Список литературы:

1. Трансформация системы управления предприятием при переходе к цифровой экономике / И. А. Аренков, С. А. Смирнов, Д. Р. Шарафутдинов, Д. В. Ябурова // Российское предпринимательство. – 2018. – Т. 19. – № 5. – С. 1711-1722.

2. Мартынов, Л. М. Трансформация систем менеджмента в цифровой экономике как область управленческих новаций / Л. М. Мартынов // Научный журнал «Управленческий учёт». – 2022. – № 3. – С. 414-419.

3. Половян, А. В. Стратегическое планирование развития экономики в условиях цифровизации: инструменты, способы, методы: монография / А. В. Половян, К. И. Сеницына; ред. А. В. Половян; Ин-т экономических исследований, Донецкий национальный ун-т. – Москва: Магистр: ИНФРА-М, 2023. – 304 с.

4. Факторы применения сквозных цифровых технологий: вызовы для российских производителей / Л. С. Ружанская, М. Г. Кузык, Ю. В. Симачев, А. А. Федюнина // Вопросы экономики. – 2023. – № 9. – С. 5-28.

5. Соболевская, Т. Г. Влияние цифровизации экономики на систему менеджмента современного предприятия / Т. Г. Соболевская // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2019. – Том 9. – № 10А. – С. 165-171.

Митина М. С., студентка
Научный руководитель: Ялунер А. Ф.
Донецкий государственный университет», РФ
mmgghh66y@gmail.com

ВЛИЯНИЕ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА НА СОСТОЯНИЕ ОКРУЖАЮЩЕЙ ПРИРОДНОЙ СРЕДЫ

Актуальность проблемы. Промышленное производство оказывает разрушительное воздействие на состояние окружающей природной среды. В процессе производства происходит потребление ограниченных природных ресурсов, скопление отходов, загрязнение водных ресурсов и атмосферы, изменение климата. Строительство и эксплуатация промышленных объектов часто приводят к потере природных территорий. Изменения, происходящие под воздействием промышленного производства приводят к разрушению экосистемы. В связи с этим изучение влияния промышленного производства на состояние окружающей природной среды является приоритетным направлением для разработки комплекса мероприятий по решению экологических проблем, что и обуславливает актуальность выбранной темы.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблеме воздействия промышленного производства на состояние окружающей природной среды посвящены работы таких ученых как В. А. Зайцева, В. В. Снакин, Н. Ф. Реймерс.

Целью исследования является изучение влияния промышленного производства на состояние окружающей природной среды.

Результаты исследования. Экологическая ситуация в мире ухудшается под воздействием повсеместной вырубке лесов, загрязнения водных объектов, выбросов вредных веществ в атмосферу, скопления отходов на поверхности Земли, истощения ограниченных природных ресурсов. Данные факторы способствуют появлению экологических проблем, которые приводят к деградации окружающей природной среды.

В современном мире промышленное производство является основным фактором, влияющим на ухудшение состояния окружающей среды, так как является основным источником возникновения экологических проблем. Загрязнение от промышленного производства достигли такого масштаба, что ставят под угрозу существование всего человечества. В результате промышленного производства происходит загрязнение

воздуха токсическими веществами, что является наиболее опасной из всех форм деградации природной среды. Воздух над промышленными зонами и городами содержит опасные для всех живых организмов химические примеси, концентрация которых превышает все допустимые пределы экологических нормативов. Загрязняющие вещества из промышленных труб и выхлопов автомобилей попадают в атмосферу и выпадают на поверхность Земли в виде кислотных дождей. Все это приводит к разрушению озонового слоя Земли.

Основными причинами промышленного загрязнения окружающей природной среды являются:

- применение устаревших технологий;
- неэффективная утилизация отходов;
- добыча природных ресурсов;
- чрезмерное количество производственных предприятий в рамках одной территории;
- отсутствие системы экологического менеджмента;
- несформированная экологическая политика.

Для Российской Федерации проблема загрязнения окружающей природной среды в результате деятельности промышленных предприятий является актуальной. По статистическим данным аудиторско-консалтинговой сети FinExpertiza в 2022 году промышленные предприятия России выбросили в воздух 17,17 млн. тонн загрязняющих веществ, что на 0,2% ниже уровня 2021 года и на 0,7 % меньше до пандемии 2019 г. [2]. Выбросы загрязняющих веществ в атмосферу со стороны промышленных предприятий представлены на рис. 1.

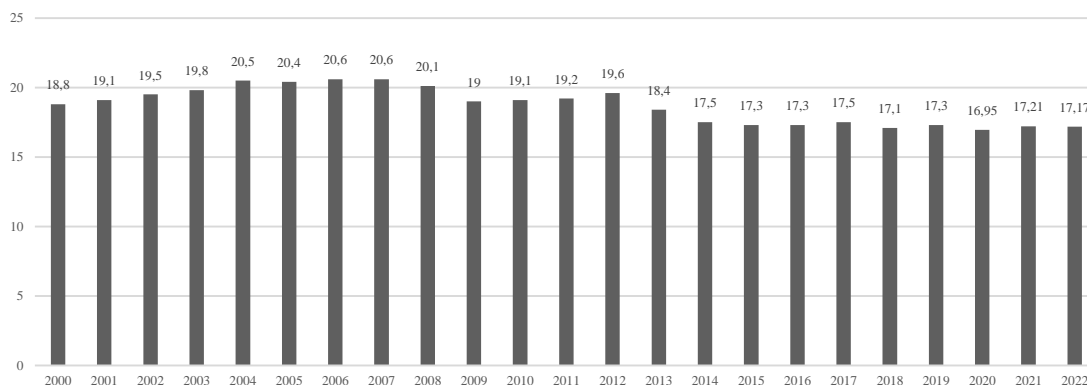


Рис. 1. Выбросы загрязняющих веществ в атмосферу со стороны промышленных предприятий в Российской Федерации в период 2000-2022 гг., млн. тонн [2]

Из рис. 1 видно, что максимальное количество выбросов загрязняющих веществ от промышленного производства наблюдается в 2006 г. и 2007 г. Минимальное количество выбросов от промышленного производства наблюдалось в 2020 г. В результате сокращения производственной активности в 2020 г. количество выбросов сократилось до 16,95 млн. тон [2]. Однако анализ последних лет показал, что в целом эмиссия вредных веществ изменялась незначительно.

Для наглядной оценки воздействия промышленности на окружающую среду рассмотрим распределение промышленных выбросов по сферам деятельности в 2022 г. (рис. 2).



Рис. 2. Распределение промышленных выбросов по сферам деятельности в 2022 г. в тыс. тонн [2]

Из рис. 2 видно, что наибольшее количество выбросов в России приходится на предприятия, которые заняты в сфере обеспечения электроэнергией, газом, паром, добычи нефти и природного газа и добычи металлических руд. Наименьшее количество выбросов приходится на предприятия занятых в сферах сбора, обработки, утилизации отходов, производства кокса и нефтепродуктов и производства прочей неметаллической продукции.

На деградацию окружающей природной среды оказывают воздействия разные токсические вещества. Состав токсических веществ промышленных выбросов в 2022 году представлен на рис. 3.

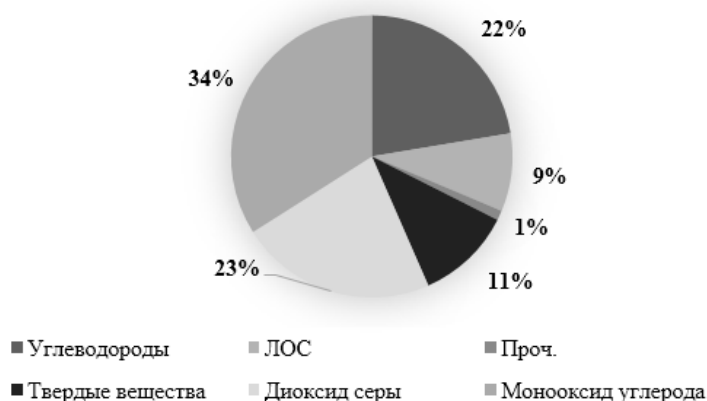


Рис. 3. Состав промышленных выбросов в 2022 г., в % [2]

Из рис. 3 видно, что наибольшее воздействие на окружающую природную среду оказывает монооксид углерода или угарный газ и диоксид серы.

С целью минимизации отрицательного воздействия промышленного производства на окружающую среду необходимо выделить следующие пути решения экологических проблем:

- 1) ужесточение контроля выбросов вредных веществ и скоплением отходов;
- 2) внедрение новых технологий, которые будут эффективнее в обращении с отходами и сбережении ресурсов;
- 3) привлечение инвестиций для модернизации производства и внедрения экологически чистых технологий;
- 4) формирование экологического сознания и воспитания;

5) внедрение налоговых льгот для предприятий, внедряющих и использующих экологические технологии;

б) осуществление перехода на альтернативные источники энергии.

Вывод. Для решения существующих экологических проблем, вызванных промышленным производством необходимо внедрять экологически чистые технологии, а также строго контролировать выбросы вредных веществ в атмосферу. Кроме того, важно проводить мониторинг качества воздуха и принимать меры по очистке загрязненных участков. Только комплексный подход к решению экологических проблем позволит минимизировать негативное воздействие промышленного производства на окружающую среду.

Список литературы:

1. Чомаева, М. Н. Промышленное производство и экология среды: аспекты взаимовлияния / М. Н. Чомаева, Г. Х. Хурья // International Journal of Humanities and Natural Sciences, vol. – 2021. – №9-1 (60). – С. 54-57.

2. Количество загрязняющих воздух предприятий увеличилось на 19%. – Текст: электронный. – URL: <https://finexpertiza.ru/press-service/researches/2023/kol-zagr-vozd-velich/> (дата обращения: 25.11.2023).

Приходько М. А., студент
Научный руководитель: Лапшина Е. А.
Донецкий государственный университет, РФ
misha.prihodjko@gmail.com

ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ: АДАПТАЦИЯ К МЕНЯЮЩИМСЯ РЫНОЧНЫМ ПОТРЕБНОСТЯМ

Актуальность. Адаптация к меняющимся рыночным потребностям играет важную роль в успехе организаций, так как мировая экономика постоянно меняется, и требования к рынку труда соответственно эволюционируют. Компании, которые могут быстро и гибко реагировать на эти изменения, будут лидерами в своей отрасли.

Инновационные подходы в управлении персоналом позволяют организациям лучше понять нужды и ожидания сотрудников и адаптироваться к ним. Они помогают разрабатывать новые методы подбора и развития персонала, а также эффективно использовать существующие ресурсы. Это может включать в себя использование новых технологий для автоматизации процессов управления персоналом, применение гибких графиков работы, создание командной работы и различные программы для повышения компетенций сотрудников.

Анализ последних исследований и публикаций. Исследованием данной темы занимались: Зубкова, О.В., Кучина, Е.В., Захарченко А.С., Стукалов С.А., Миронова Е.К.

Цель исследования – изучение инновационных подходов в управлении персоналом и изучение процесса адаптации к меняющимся рыночным потребностям.

Результаты исследования. Инновационные методы управления персоналом – это современные подходы и стратегии, которые помогают эффективно организовывать работу сотрудников и достигать поставленных целей. Инновации в этой области включают в себя применение новых технологий и подходов для повышения эффективности управления и развития сотрудников.

Одним из таких методов является использование цифровых платформ и инструментов для управления персоналом. Это может включать в себя использование облачных систем для хранения и обмена информацией о сотрудниках, автоматизацию процессов рекрутинга и подбора персонала, а также использование онлайн-обучения и электронных платформ для развития навыков и повышения производительности.

Ударно-инновационным методом является применение аналитики данных для управления персоналом. Анализ данных о сотрудниках может помочь в выявлении тенденций и закономерностей, связанных с производительностью и удовлетворенностью сотрудников, что позволяет принять более обоснованные решения по управлению персоналом.

Также стоит отметить использование гибких методов управления персоналом, таких как гибкий график работы, удаленная работа и возможность самостоятельного планирования задач. Эти подходы позволяют сотрудникам иметь большую свободу и гибкость в работе своей организации, что может обеспечить их мотивацию и производительность.

Инновационные методы управления персоналом также включают в себя активное использование обратной связи и наставничества. Регулярные обсуждения и обратная связь помогают сотрудникам расти и расти профессионально, а наставничество позволяет передать опыт и знания более опытным сотрудникам-новичкам.

Также прослеживаются тренды в инновационных методах управления персоналом.

Тренды в управлении персоналом:

гибкие рабочие модели: с появлением технологий удаленной работы и глобальной связанности, организации переосмысливают свои рабочие модели. Гибкие формы занятости и разнообразные графики работы становятся неотъемлемой частью инновационного управления персоналом;

цифровые решения в HR: внедрение цифровых технологий в управлении персоналом, таких как искусственный интеллект, аналитика данных и автоматизированные процессы, позволяет более эффективно управлять кадровыми ресурсами и адаптироваться к потребностям рынка;

развитие навыков и обучение: инновационные подходы включают в себя постоянное обучение и развитие персонала. Компании стимулируют саморазвитие сотрудников, создавая образовательные платформы и программы для адаптации к новым требованиям рынка.

В целом, инновационные методы управления персоналом направлены на создание более эффективной и гибкой рабочей среды, которая способствует развитию сотрудников и повышению их производительности. Адаптация к меняющимся рыночным потребностям является важным аспектом экономического роста. Для следования за этим процессом существует несколько подходов.

В условиях современного бизнес-мира, где динамичность и неопределенность становятся нормой, вопрос адаптации к меняющимся рыночным потребностям выходит на передний план. Организации, стремящиеся долгосрочно процветать, вынуждены постоянно модифицировать свои стратегии и методы управления, чтобы эффективно реагировать на вызовы переменчивости внешней среды.

Одной из ключевых составляющих успешной адаптации является инновационное управление персоналом. Гибкость и реагирование на изменения становятся неотъемлемыми элементами корпоративной культуры. Внедрение гибких рабочих моделей, позволяющих адаптироваться к новым требованиям рынка, а также использование цифровых решений в управлении человеческими ресурсами, становятся стратегическими шагами в достижении успеха.

Глобализация и ускоренный темп технологических изменений требуют от компаний пересмотра традиционных подходов к управлению персоналом. Новые методы рекрутинга, обучения и развития персонала становятся важным инструментарием в поддержании конкурентоспособности. Постоянное обучение и развитие персонала не только обеспечивают наличие необходимых компетенций, но и создают культуру постоянного роста и самосовершенствования.

Следует также обратить внимание на важность управления изменениями. Компании, способные эффективно внедрять и управлять изменениями, могут быстро адаптироваться к новым требованиям рынка, минимизируя возможные негативные последствия. Ведь в условиях неопределенности, способность быстро реагировать и внедрять инновации становится ключевым фактором успешной адаптации.

Адаптация к меняющимся рыночным потребностям требует от компаний не только гибкости и инноваций в управлении персоналом, но и постоянного обучения, развития культуры изменений и активного внедрения современных технологий. Организации, осознавая динамику современного бизнеса, могут создать устойчивую основу для долгосрочного успеха, осуществляя адаптацию в реальном времени и интегрируя инновационные методы в свой корпоративный ландшафт. Что также может быть полезно для адаптации к рыночным потребностям:

1. Исследование рынка: Проведение регулярных исследований рынка поможет вам определить текущие тенденции, производителей и предпочтения потребителей. Это может включать в себя анализ данных, опросы, изучение статистики и мониторинг социальных медиа.

2. Обратная связь от клиентов: важно поддерживать каналы связи с вашими клиентами, чтобы получать от них обратную связь. Это может быть через опросы, отзывы, общение в социальных сетях или личные встречи. Анализ обратной связи поможет вам понять, какие изменения необходимо внести в ваш продукт или услугу.

3. Мониторинг конкурентов: отслеживайте действия и изменения, которые носят ваши конкуренты. Это поможет вам понять, как они адаптируются к потребностям рынка и каким стратегиям они пользуются. Это может включать изучение их продуктов, маркетинговых стратегий и ценовой политики.

4. Сотрудничество с промышленностью: участие в отраслевых мероприятиях, конференциях и семинарах поможет вам быть в курсе последних тенденций и новых разработок в вашей отрасли. Общение с коллегами и экспертами также может дать вам ценные идеи и информацию о том, как адаптироваться к меняющимся рыночным потребностям.

Важно отметить, что адаптация к рыночным потребностям является непрерывным процессом. Постоянное обновление и анализ информации помогают вам оставаться конкурентоспособными и успешными на рынке.

Вывод. Подходы, основанные на инновациях в управлении персоналом, не только способствуют адаптации к изменяющимся рыночным условиям, но и стимулируют культуру постоянного улучшения. Компании, инвестирующие в развитие своих сотрудников и применяющие передовые технологии в управлении персоналом, создают устойчивые и конкурентоспособные бизнес-модели.

Сотрудники в центре такого подхода получают возможность не только следовать изменениям, но и активно участвовать в процессах обновления и инноваций.

Инновационное управление персоналом выступает в роли катализатора развития, способствуя привлечению талантливых специалистов и формированию команд, готовых к успешной навигации в динамичной бизнес-среде.

Таким образом, эволюционирование подходов к управлению персоналом через инновации становится необходимым шагом для компаний, стремящихся не только выжить, но и процветать в эпоху неустойчивости и непрерывных изменений на рынке.

Список литературы:

1. Шелл, Д. Инновации в управлении персоналом: создание выдающейся организации: монография / Д. Шелл, Р. Мансфилд. – Калифорния, Sage, 2018.
2. Коттер, П. Адаптация: почему менеджмент меняется, а компании – нет: монография / П. Коттер; под редакцией Д. Хесс. – Техас, Хьюстон, 2019.
3. Хэмэл, Г. Фьючерс организации: инновации для успеха»: монография / М. Кулинг; под редакцией Хэмэд Г. – Калифорния, Сан-Диего, 2017.
4. Уайт, Д. Инновации в управлении человеческими ресурсами: исследование и практика: монография / Д. Уайт. – Миннесота, Сент-Пол, 2019.
5. Грапес, Л. Инновации в обучении и развитии персонала: новые методы и технологии: монография / Л. Грапес. – Флорида, Орlando, Times, 2020.
6. Бек, М. Инновации в рекрутинге и отборе персонала: учебное пособие / М. Бек; под редакцией Д. Катц. – Вермонт, Эссекс, 2016.
7. Дафт, Р. Организация: теория и практика: монография / Р. Дафт. – Вашингтон, Сизтл, 2017.
8. Деслер, Г. Управление персоналом: монография / Г. Деслер. – Колорадо, Дэнвер, 2017.
9. Старк, Э. Инновации в управлении изменениями: учебное пособие / Э. Старк. – Оклахома, Торман, 2020.

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

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ОРГАНИЗАЦИИ

Актуальность. Формирование корпоративной культуры является важной задачей в сфере современного социального управления. Высокий уровень корпоративной культуры мобилизует все структурные звенья обеспечивая сплоченность коллектива, повышение эффективности выполнения поставленных задач и достижение целей организации. Внедрение эффективной корпоративной культуры обеспечивает слаженную работу сотрудников, четкие каналы коммуникации, оптимизацию процессов принятия решений и оптимальное распределение ресурсов. Корпоративная культура в современном мире приобретает особую важность, являясь ключевым фактором, который способствует повышению результативности и поддержанию конкурентоспособности организации, что и обуславливает актуальность выбранной темы.

Анализ последних исследований и публикаций. Рассмотрению вопросов, связанных с изучением особенностей формирования корпоративной культуры организации посвящены работы таких ученых как: М. А. Меньшикова, Н. И. Ларионова, Н. И. Тришкина, Г. М. Киселева, Л. В. Козилова, В. А. Чвякин, Ю. А. Волкова, М. Р. Богатырева, Н. В. Трубникова, Г. К. Пуринова, В. А. Барезhev,

Т. Ю. Тихонова, А. В. Колесников, Э. А. Капитонова, В. В. Козлова, В. Я. Кочергина, Г. Г. Почепцова, А. А. Селютина, О. Г. Усанова, Е. В. Харченко, Ф. И. Шаркова, Л. А. Шкатова и др.

Целью исследования является рассмотрение особенностей формирования корпоративной культуры организации.

Результаты исследования. Корпоративная культура представляет собой совокупность форм, способов и методов, сознательно реализуемых руководством предприятия с целью формирования ценностей, которые определяют модели организационного поведения персонала. Формирование корпоративной культуры в организации способствует координации деятельности подразделений и отдельных лиц, а также мобилизации инициатив сотрудников для достижения долгосрочных целей организации [1].

Корпоративная культура является значимым инструментом предприятия, который обеспечивает повышение эффективности системы управления, уровня мотивации сотрудников и способствует улучшению лояльности и результативности персонала в выполнении должностных обязанностей.

К основополагающим характеристикам корпоративной культуры относятся:

- 1) нормы поведения, которые предопределяют ценности, убеждения работников и определяют манеру их поведения в рамках деятельности предприятия;
- 2) управление конфликтами, способствует нивелированию возникающих спорных ситуаций на предприятии;
- 3) система коммуникаций, обеспечивает установление взаимопонимания между персоналом организации;
- 4) совокупность ценностей организации представляет собой комплекс принципов и убеждений, которые являются фундаментом для развития предприятия;
- 5) четко сформированные правила организационной этики;
- 6) управление рисками;
- 7) стимулирование – обеспечивает установление зависимости вознаграждения от результатов труда сотрудников.

Формирование корпоративной культуры – это трудоёмкий процесс. В процессе формирования корпоративной культуры устанавливаются нормы поведения и стандарты, которые важны для устойчивого функционирования предприятия.

Корпоративная культура является действенным инструментом в системе управления, так как она обеспечивает ориентацию на выполнение сотрудниками поставленных задач, выработку поведения подчиненных внутри коллектива, определяет манеру общения в коллективе, способствует решению конфликтных ситуаций и оптимизирует процесс принятия управленческих решений. Благодаря корпоративной культуре на предприятии формируется благоприятная атмосфера, которая обеспечивает

взаимоуважение, продуктивное сотрудничество и профессиональное развитие, являющиеся главными компонентами успеха. Можно выделить следующие этапы формирования корпоративной культуры компании:

1. На первом этапе формирования корпоративной культуры следует акцентировать внимание на выявлении потребностей организации в её целенаправленной разработке. Важно установить, какую позицию руководство компании занимает относительно данного проекта. При её разработке следует четко понимать, какие результаты преследует высшее руководство организации. Также необходимо определить миссию и базовые ценности предприятия.

2. На втором этапе необходимо проанализировать существующую на предприятии культуру. Анализ текущей культуры поможет определить отправную

точку, от которой можно будет проследить происходящие изменения в системе управления под воздействием внедрения корпоративной культуры и оценить результаты ее применения. Для проведения исследования можно использовать различные методы, такие как опросы, анкеты, интервью и собрания. Благодаря этим инструментам появится возможность получить полное представление о достоинствах и недостатках существующей корпоративной культуры [2].

3. Третий этап подразумевает разработку рекомендаций по улучшению корпоративной культуры предприятия. В процессе формирования рекомендаций особое внимание следует уделять ценностям компании, миссии и стратегии, которые определяют вектор развития предприятия.

4. На четвертом этапе необходимо разработать формы и методы работы с персоналом. Эффективность корпоративной культуры организации зависит от приверженности сотрудников, которая заключается в отождествлении человека со своей организацией. С целью формирования лояльности работников руководство предприятия может использовать разнообразные инструменты, к числу которых можно отнести: брендинг, корпоративные средства массовой информации, корпоративные стандарты; обучение и развитие персонала, корпоративные конференции и семинары, конкурсы и поощрение инициатив, социальные программы, льготы и привилегии; корпоративные праздники и поздравления; семейные программы, благотворительность [3].

5. На пятом этапе, происходит формирование стандартов и традиций внутри компании.

6. На заключительном этапе разрабатывается символика предприятия – логотип, брендбук предприятия. Символика является важным элементом хозяйственной деятельности так как обеспечивает идентификацию предприятия на рынке.

С целью успешного внедрения и реализации корпоративной культуры, повышения эффективности системы управления предприятием применяется комплекс принципов, представленных в табл. 1.

Таблица 1

Принципы корпоративной культуры

Принцип	Характеристика
Принцип единства	Подразумевает общепринятость и доступность корпоративной культуры. Корпоративная культура должна разделяться всеми членами коллектива.
Принцип совокупного воздействия	В процессе формирования корпоративной культуры организации необходимо учитывать воздействие на нее экономических, социальных, психологических факторов.
Принцип приоритета	Заключается в необходимости выявления приоритетных ценностей компании. Такими ценностями могут быть: развитие, подготовка специалистов, использование ресурсов и т.д.
Принцип достижимости	Основан на создании возможности для сотрудников предприятия достигать целей и соответствовать ценностям корпоративной культуры.
Принцип обоснованности	Основан на учете законов, национальной культуры и специфики деятельности предприятия.

Учет вышеперечисленных факторов при формировании корпоративной культуры будет способствовать созданию положительного имиджа компании, привлечению и удержанию в компании высококвалифицированных сотрудников.

Вывод. Корпоративная культура играет важную роль в жизни организации, оказывая существенное влияние на ее успех. Эффективное создание и поддержание корпоративной культуры требует учета ключевых этапов ее развития, включая анализ, создание, внедрение и постоянное совершенствование. Основные принципы

корпоративной культуры способствуют росту и процветанию компании. Понимание важности корпоративной культуры, являются неотъемлемым фактором успешного управления организацией в современной бизнес-среде.

Список литературы:

1. Козилова, Л.В. Корпоративная и организационная культура: учебник. – Эл. изд. – Электрон. текстовые дан. (1 файл pdf: 131 с.). – Л.В. Козилова, В.А. Чвякин, Ю.А. Волкова. – 2022. – Режим доступа: http://scipro.ru/conf/corp&org_culture.pdf (дата обращения: 18.11.2023).
2. Нагапетьянц, Н.А. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учеб. пособие / Н.А. Нагапетьянц // Вузовский учебник. – 2015. – С. 272.
3. Шеляпин, В.Н. Формирование корпоративной культуры организации: теоретический аспект / В.Н. Шеляпин, Г.А. Федотова // Вестник Новгородского государственного университета. – 2012. – С. 62-65.
4. Ключева, К. И. Формирование корпоративной культуры организации: цели, задачи, функции, принципы и этапы / К. И. Ключева, М. А. Меньшикова // Трансформация систем управления: новые задачи и горизонты: Сборник материалов Международной научно-практической конференции, Курск, 27 апреля 2023 года. – 2023. – С. 510-514.

Рвачёв Д. В., Нечаева А. Ю., студенты
Научный руководитель: Лапшина Е. А.
Донецкий государственный университет, РФ
Sumyukin@gmail.com, sumyuuki@gmail.com

СПЕЦИФИКА ВЛИЯНИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ МЕНЕДЖЕРОВ

Актуальность. В глобализированной экономике и высокотехнологичном обществе все чаще возникает необходимость межкультурного взаимодействия и управления. Менеджеры сталкиваются с разнообразными национальными культурами как на своей родине, так и за рубежом, при этом все больше компаний расширяют свои границы и проникают на внешние рынки.

Исследование специфики влияния национальной культуры на деятельность менеджеров позволяет получить информацию о том, как различные культурные контексты влияют на профессиональное поведение менеджеров, и как они могут адаптироваться и успешно справляться с культурными различиями.

Результаты таких исследований могут иметь практическую значимость для менеджеров, позволяя им развивать межкультурные навыки, улучшать коммуникацию и эффективность работы, а также адаптировать свою стратегию управления в соответствии с культурными особенностями сотрудников и клиентов.

Анализ последних исследований и публикаций. На момент последних публикаций на эту тему, в 2023 года, общую информацию и обзор тенденций. Данными исследованиями занимались: Котлер П., Питерсон М., Смит П., Хаус Р., Гусакова А., Агафонова М.

Цель исследования: изучение влияния национальной культуры на деятельность менеджеров в современности.

Результаты исследования. Влияние национальной культуры на деятельность менеджеров является одной из ключевых составляющих в разработке стратегий и принятии управленческих решений. Национальная культура включает в себя различные аспекты – язык, ценности, обычаи, традиции, нормы поведения – которые формируются и развиваются нацией на протяжении истории ее существования.

Один из нюансов влияния национальной культуры на менеджмент состоит в том, что культурные особенности определяют систему ценностей и ожиданий, которые отражаются в стиле руководства и принятии управленческих решений. Например, в некоторых культурах предпочтение отдается коллективным решениям, где руководитель принимает решение после широких консультаций и обсуждений с подчиненными. При этом, в других культурах более приняты индивидуальные решения, где руководитель принимает решение самостоятельно и без широких консультаций.

Еще одним важным аспектом влияния национальной культуры на менеджмент является коммуникация. Культурные различия могут сказываться на языке и способе общения. Например, в некоторых культурах коммуникативный стиль может быть прямолинейным, что может вызывать проблемы в более формальных иерархических культурах, где ожидается больше формальности и осторожности в общении.

Важно отметить, что национальная культура оказывает влияние на каждого индивида, включая менеджеров. Даже если менеджер не согласуется или не полностью принимает культурные нормы своей национальности, он все равно подвержен их влиянию в различных ситуациях. Поэтому, для менеджеров, работающих в международной среде, осознание и понимание культурных различий является необходимым условием успешного управления.

Борьба с негативными последствиями влияния национальной культуры на менеджмент может включать ряд подходов. Во-первых, необходимо осознавать существование этих различий и быть готовыми адаптироваться к ним. Это может включать изучение культурных особенностей и настройку своего стиля руководства под требования и ожидания сотрудников из разных культур.

Во-вторых, важно строить эффективную коммуникацию. Для достижения эффективной коммуникации также важно уметь задавать вопросы и активно слушать собеседника. Вопросы помогают уточнить информацию, выявить проблемы и найти решения. При этом необходимо быть внимательным слушателем, демонстрируя интерес и уважение к мнению других.

Культурные различия играют важную роль в коммуникации, поэтому необходимо учитывать общепринятые нормы речи и поведения в разных культурах. Например, в некоторых культурах принято поддерживать большую дистанцию во время общения, в других же – ближе физически контактировать. Также нормы вежливости и уровень прямоты могут отличаться. Понимание и учет этих различий помогут избежать недоразумений и конфликтов.

Использование невербальных средств коммуникации, таких как мимика, жесты, интонация, телодвижения, также играет важную роль в достижении взаимопонимания. Они могут помочь передать эмоции, уточнить или подчеркнуть информацию, особенно в случаях, когда языковой барьер между участниками коммуникации существует. Например, использование улыбки или жеста рук может показать сотрудникам, что менеджер заинтересован в их мнении или готов помочь.

В целом, эффективная коммуникация в организации требует учета разнообразных факторов, таких как использование различных подходов к коммуникации, учет культурных особенностей и использование невербальных средств.

В-третьих, эти культурные различия могут вызывать некоторые сложности и проблемы. Например, работник из культуры, где используется иерархический стиль руководства, может испытывать трудности в адаптации к работе в организации, где преобладает коллективное принятие решений. Взаимодействие между работниками из разных культур может стать причиной недопонимания и конфликтов.

Однако, культурное разнообразие может также иметь положительное влияние на работу. Разнообразные культурные перспективы могут способствовать творческому мышлению, инновациям и развитию новых идей. Культурное планетарное разнообразие может создавать новые возможности и приводить к разнообразию взглядов и подходов к работе.

Если работодатель и менеджеры умело управляют культурным разнообразием и создают открытую и включающую рабочую среду, они могут использовать различия в культуре в качестве преимущества. Обучение работников межкультурной коммуникации и управления разнообразием может помочь в смягчении негативного влияния культурных различий.

Также очень важным является процесс адаптации к текущей культуре. Процесс адаптации к национальной культуре является важной частью межкультурного менеджмента. Он описывает изменения, которые происходят у индивида или организации в результате взаимодействия с новой культурой.

Адаптация к национальной культуре может быть вызвана такими факторами, как проживание или работа в другой стране, контакт с представителями другой культуры внутри собственной страны или международная деловая деятельность.

Процесс адаптации обычно происходит в несколько этапов. Первый этап – шок культуры, или «культурный шок». В новой культурной среде индивид часто ощущает недоумение, непонимание и дискомфорт. Он сталкивается с новыми правилами, ценностями, обычаями и традициями, которые могут отличаться от его привычных. Это может привести к стрессу и неуверенности.

Второй этап – так называемая «фаза выталкивания». В этот период индивид может испытывать отрицание и неприятие новой культуры, возможно, сравнивая ее с собственной и придерживаясь своих привычек и верований. Индивида могут тянуть к своим соотечественникам или людям из своей культуры, чтобы сохранить свою идентичность.

Третий этап – фаза акцептации. В этот период индивид начинает проявлять открытость и готовность учиться о новой культуре. Он начинает адаптироваться к новым обычаям и начинает усваивать свойства национальной культуры. Индивид осознает, что его привычки и поведение могут измениться в соответствии с контекстом и культурой, в которой он находится.

На последнем этапе – фазе интеграции – индивид полностью осваивает национальную культуру и начинает влиять на нее и быть уважаемым членом сообщества. Он может стать мостом между двумя культурами, а также оказывать влияние на процессы межкультурного менеджмента.

Процесс адаптации к национальной культуре может быть различным для каждого индивида и зависит от его предыдущего опыта, гибкости и уровня культурного осознания. Некоторые люди лучше справляются с адаптацией, а для других может потребоваться больше времени и усилий. Также важным фактором может быть поддержка со стороны коллег, друзей или семьи в новой культурной среде.

Вывод. Важно отметить, что влияние национальной культуры на менеджмент не означает, что все организации в конкретной стране будут иметь абсолютно одинаковые подходы к управлению. Вместо этого, влияние культуры на менеджмент может быть более ярко выражено в определенных отраслях или типах организаций.

Некоторые из основных факторов, которые могут быть важны при рассмотрении специфики влияния национальной культуры на менеджмент, включают степень индивидуализма или коллективизма, отношение к власти и иерархии, ориентацию на задачу или на отношения, уровень формальности и традиций в деловой среде.

Результаты исследований по данной теме могут помочь менеджерам и руководителям более глубоко понять особенности работы и организации бизнеса в разных культурных контекстах. Это также может помочь компаниям и организациям разработать и применить более эффективные стратегии управления, учитывая специфику культурных особенностей.

В целом, изучение влияния национальной культуры на менеджмент является важной задачей для развития эффективных и устойчивых стратегий управления в международной деловой среде. Понимание культурных различий и их влияния на подходы к управлению позволяет организациям лучше адаптироваться и взаимодействовать с различными культурами и рынками.

Список литературы:

1. Хофстед, Г. Культурные последствия: международные различия в ценностях, связанных с работой. Беверли-Хиллз, Калифорния. 2018г., Sage.
2. Тромпенаарс Ф. и Хэмпден-Тёрнер К., На волнах культуры: понимание культурного разнообразия в бизнесе. – Лондон: издательство Николаса Брили, 2018.
3. Адлер, Нью-Джерси Международные измерения организационного поведения. – Цинциннати, Огайо, издательство Юго-Западного колледжа, 2018.
4. Холл, Е.Т. За пределами культуры / Е.Т. Холл. – Нью-Йорк: Anchor Books, 2016.
5. Культура, лидерство и организации / Р.Дж. Хаус, П.Дж. Хангес, М. Джавидан, П.В. Дорфман и В. Гупта – Таузенд-Оукс, Калифорния: Sage, 2019.

Савичев В. А., студент

Научный руководитель: Лапшина Е. А.

Донецкий государственный университет РФ

abobov.a@mail.ru

ИГРОВЫЕ ПОДХОДЫ КАК ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ УЛУЧШЕНИЯ ПРОЦЕССА ОБУЧЕНИЯ

Актуальность. Вопрос применимости игровых подходов в обучении является крайне актуальным в современном образовании. Игры могут быть эффективным инструментом для обучения, так как они позволяют студентам учиться посредством интерактивного процесса, который может быть более привлекательным и запоминающимся, чем традиционные методы обучения.

Использование данного подхода направлено на помощь студентам в развитии навыков решения проблем, коммуникации, креативности и других навыков, которые необходимы для успешного завершения учебного курса. Кроме того, игры могут помочь студентам лучше понимать материал и запоминать информацию на более длительный период времени.

Анализ последних исследований и публикаций. В разные периоды времени исследованием игровых подходов занимались ученые (Джеймс Хьюит (James Hewitt), Мартин Кучер (Martin Kutcher), Джон Хаузер (John Hauser), Дэвид Розенталь (David Rosenthal), Кэтрин Уолтерс (Kathryn Walters)), с целью применения игровых

технологий в обучении, внедрения игр в образование, анализа эффективности использования игр в образовании, рассмотрения целесообразности применения видеоигр в образовательных целях и анализа в целом возможности использования игр в обучении.

Цель исследования – рассмотреть различные виды игровых подходов в обучении и оценить их эффективность и применимость в разных ситуациях.

Результаты исследования. Игровые подходы в обучении являются эффективным методом повышения мотивации и улучшения результатов учеников. Исследования показывают, что игры могут быть использованы для обучения различным предметам и темам, включая математику, науку, языки и социальные науки.

Существует несколько видов игровых подходов в обучении (рис. 1).



Рис. 1. Виды игровых подходов в обучении

Более глубокое изучение темы «Игровые подходы в обучении» показало, что использование игр в обучении может быть очень эффективным при повышении мотивации и улучшении результатов учеников. Данный подход может помочь студентам развивать навыки решения проблем и критического мышления, а также улучшать понимание материала. Игровой подход в обучении становится все более популярным среди преподавателей и студентов. Он основан на использовании игр и игровых элементов в учебном процессе [5].

Популярность игровых подходов в обучении объясняется тем, что они помогают сделать обучение более интересным и увлекательным. Игры могут помочь студентам лучше понимать материал, улучшать навыки решения проблем и коммуникации, а также развивать креативность и критическое мышление.

Проведем сравнительный анализ двух подходов для обоснования рациональности использования того или иного метода в образовательном процессе (табл. 1)

На современном этапе развития образования игровые подходы в обучении используются в более чем 70% школ и университетов по всему миру, что в свою очередь указывает на эффективность использования данного инструмента для улучшения процесса обучения [1].

Сравнительный анализ игровых и традиционных подходов

	Игровой подход	Традиционный подход
Преимущества	Улучшение мотивации и интереса к учебе. Игры могут быть увлекательными и захватывающими, что помогает студентам лучше усваивать материал и сохранять информацию на долгое время.	Структурированность и организация: Традиционные методы обучения часто включают в себя четкую структуру и организацию учебного процесса. Это помогает студентам лучше понимать, что от них ожидается, и как они могут достичь успеха.
	Развитие навыков решения проблем. Игры часто требуют от игроков решения сложных задач и принятия решений, что помогает им развивать навыки решения проблем и креативного мышления.	Учитель-центрированный подход: В традиционном подходе учитель играет важную роль в процессе обучения. Он является центром внимания и предоставляет знания и опыт студентам. Это может быть полезно для тех, кто предпочитает более формальное и структурированное обучение.
	Повышение навыков коммуникации. Игры часто требуют от игроков работать в команде и общаться друг с другом, что помогает им развивать навыки коммуникации и лидерства.	Прямая передача знаний: Традиционные методы обучения часто включают лекции, чтение учебников и выполнение заданий. Это прямой способ передачи знаний от учителя к студенту. Такой подход может быть эффективным для усвоения фактов и информации.
	Улучшение понимания материала. Игры могут быть эффективным инструментом для объяснения сложных концепций и явлений, что помогает студентам лучше понимать материал и сохранять информацию на долгое время.	Стабильность и консистентность: Традиционные методы обучения обычно не меняются так быстро, как это происходит в современных методах обучения. Это означает, что студенты имеют больше времени на освоение материала и привыкание к определенному стилю обучения.
	Повышение мотивации и уверенности в себе. Игры могут помочь студентам повысить свою мотивацию и уверенность в своих способностях, что может привести к лучшим результатам в учебе.	
Недостатки	Ограниченная доступность. Некоторые виды игровых подходов могут быть ограничены доступностью для всех студентов, например, если игра требует специального оборудования или программного обеспечения.	Ограниченность: Традиционные методы обучения могут быть ограничены в своем разнообразии и инновационности. Они могут не учитывать новые технологии, методы и подходы, которые могут быть более эффективными и интересными для студентов.
	Зависимость от игр. Игры могут стать зависимостью для некоторых студентов, что может привести к снижению успеваемости и другим проблемам.	Ограниченный доступ к информации: Традиционные методы обучения могут ограничивать доступ студентов к актуальной и полной информации. Современные технологии и интернет позволяют получать информацию быстрее и более эффективно.
	Необходимость использования специальных технологий и оборудования. Использование игр может потребовать наличия специального оборудования или программного обеспечения, что может быть дорого и сложно в использовании.	Недостаточная интерактивность: Традиционные методы обучения могут быть менее интерактивными, чем современные методы. Они могут быть более односторонними и не предоставлять студентам достаточно возможностей для активного участия в процессе обучения.
	Неэффективность для всех типов учеников. Некоторые студенты могут не находить удовольствия в играх или не видеть связи между игрой и учебным материалом.	Ограниченное развитие навыков самостоятельности: Традиционные методы обучения могут не стимулировать студентов к развитию навыков самостоятельности и творчества. Современные методы обучения, такие как проектная работа и исследования, могут быть более эффективными в развитии этих навыков.
	Отсутствие контроля над процессом обучения. Использование игр может привести к тому, что студенты будут играть только ради развлечения, а не для достижения учебных целей.	Ограниченная адаптивность: Традиционные методы обучения могут быть менее гибкими и адаптивными к изменяющимся потребностям и требованиям студентов. Современные методы обучения, такие как онлайн-курсы и персонализированное обучение, могут быть более гибкими и адаптивными к индивидуальным потребностям студентов.

Вывод. Таким образом, из вышеизложенного можно сделать вывод, что игровые подходы в образовании являются эффективным инструментом для улучшения качества процесса обучения. Они помогают студентам лучше усваивать материал, повышают мотивацию и интерес к учебе, а также развивают навыки работы в команде и лидерства. Несмотря на свои недостатки, игровые подходы в обучении имеют много преимуществ и могут быть использованы для решения различных задач в системе образования.

Список литературы:

1. «Игровые методы обучения». Из истории дидактики: эдьютейнмент в образовании взрослых и интерактивные технологии обучения в современной школе // European Social Science Journal. – 2014. – № 11-1 (50). – С. 279-288.
2. Фрига, С.В. «Игровые методы обучения». Слагаемые современного подхода к повышению уровня педагогической компетентности среди пользователей социальных сетей / С.В. Фрига, В.М. Букатов // Общее и особенное в культурах и традициях народов: Материалы Международной научно-практической конференции (Москва, 2017). – М., Изд. МПСУ. – С. 55-62.
3. «Игровые методы обучения в современной школе». Педагогическое творчество / Модульно-кодое учебное пособие. – М.: МГИУ, 2007. – 258 с.
4. Соколова, Е. В. Особенности игровых методов обучения // Маркетинговые игры. Развлекай и властвуй. – М.: Манн, Иванов, Фербер, 2006. – 320 с. ISBN 5-902862-22-1.
5. Игровые технологии как вид педагогических технологий. – Текст: электронный // Педагогика: традиции и инновации: материалы Междунар. науч. конф. (г. Челябинск, октябрь 2011 г.). Т. I. – Челябинск: Два комсомольца, 2011. – С. 140-146. – URL: <https://moluch.ru/conf/ped/archive/19/1084/>.

Свидерская М. А., студент
Научный руководитель: Комарницкая Е. В., канд. экон. наук
Донецкий государственный университет, РФ
martasvid11@gmail.com

SWOT-АНАЛИЗ АВИАЦИОННОЙ КОМПАНИИ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Актуальность. Современная тенденция развития российского авиационного сектора характеризуется существенным сокращением функционирующих авиакомпаний и обострением конкуренции между ними. Наименее затратным способом оценки реального положения авиакомпании на рынке для дальнейшего формирования стратегии развития в конкурентной среде является SWOT-анализ.

Анализ последних исследований и публикаций. Разработка методологии проведения SWOT-анализа, была выявлена в работах Д. В. Арутюновой, О. Г. Афанасьевой, А.Г. Бачинского, М. И. Дудина, В.Н. Крючкова, Н. В. Лясникова.

Цель исследования: оценка внутренних и внешних факторов, влияющих на деятельность авиакомпании ПАО «Аэрофлот» в условиях кризиса отрасли.

Результаты исследования. SWOT-анализ компании Аэрофлот дает возможность разработки эффективных стратегических решений, направленных на устойчивое развитие компании в условиях кризиса. Учитывая такие сильные стороны, как сильный бренд и безопасность полетов, и основываясь на возможностях роста спроса и развития

новых направлений, ПАО «Аэрофлот» может укрепить свои позиции на рынке авиаперевозок и успешно преодолеть кризисные ситуации.

Для того чтобы понять, какое положение организация занимает на рынке или в отрасли, какими преимуществами или недостатками обладает по отношению к конкурентам, необходимо провести SWOT-анализ, который позволит систематизировать имеющуюся информацию и в дальнейшем принять взвешенные решения, касающиеся развития предприятия. На основе анализа макро- и микросреды ПАО «Аэрофлот» составим SWOT-матрицу компании (табл. 1).

Таблица 1

SWOT-матрица ПАО «Аэрофлот»

Сильные стороны	Слабые стороны
1. Ведущая авиакомпания РФ 2. Государственная компания 3. Молодой парк воздушных судов 4. Соблюдение экологической политики 5. Высокий уровень предоставляемых услуг 6. Субсидированные пассажирские перевозки 7. Активное присутствие компании в социальных сетях 8. Официальный авиаперевозчик Профессионального футбольного клуба ЦСКА	1. Высокие цены на перевозки 2. Неэффективность использования определенных рейсов 3. Большие объемы рекламы при покупке билетов через официальный сайт 4. Новые требования для перевозки багажа (действуют с 2018 года)
Возможности	Угрозы
1. Увеличение пассажирооборота 2. Наличие возможностей для расширения парка воздушных судов путем их приобретения/аренды 3. Увеличение направлений для субсидированных перевозок 4. Открытие новых рейсов	1. Санкции против Российской Федерации 2. Пандемия COVID-19 3. Большое количество самолетов авиакомпании находятся в лизинге 4. Конкуренция со стороны лоукостеров 5. Повышение цен на топливо

С учетом выявленных возможностей и угроз выделим основные взаимовлияющие группы «Возможности – сильные/слабые стороны», «Угрозы – сильные/слабые стороны» и составим матрицу с помощью 5-бальной экспертной оценки (табл. 2).

Анализируя *сильные стороны* российского перевозчика, можно с уверенностью отметить, что ПАО «Аэрофлот» является на сегодняшний день крупнейшей авиакомпанией в России, которая выполняет наибольшее количество рейсов как внутри страны, так и за ее пределами. На 2021 год ПАО «Аэрофлот» осуществляла перелеты по 152 направлениям в 55 разных стран мира. Компания обладает самым молодым в мире парком самолетов. Качество обслуживания на борту рейсов авиакомпании отмечено множеством престижных наград от российских и зарубежных критиков. Особое внимание в компании уделяется государству, которое является крупнейшим акционером ПАО «Аэрофлот». В соответствии с действующим российским законодательством, некоторые категории граждан имеют право на субсидии для перелетов внутри России. На данный момент список доступных направлений для перелетов довольно ограничен – всего 36.

У компании имеются значительные *возможности* для увеличения пассажирооборота. Это может быть достигнуто через приобретение новых самолетов, расширения количества рейсов и открытия новых направлений [1].

Корреляционный SWOT-анализ ПАО «Аэрофлот»

	Возможности				Угрозы					Итого	
	1. Наличие возможностей для расширения парка воздушных судов путем их приобретения/аренды	2. Увеличение пассажирооборота	3. Открытие новых рейсов	4. Увеличение направлений для субсидированных перевозок	1. Санкции против РФ	2. Пандемия COVID-19	3. Конкуренция со стороны лоукостеров	4. Большое количество самолетов авиакомпании находятся в лизинге	5. Повышение цен на топливо		
Сильные стороны	1. Ведущая авиакомпания РФ	5	5	5	5	3	5	2	4	4	38
	2. Государственная компания	5	4	5	3	4	5	2	4	4	36
	3. Молодой парк воздушных судов	5	5	5	5	0	0	2	4	2	28
	4. Соблюдение экологической политики	0	5	3	5	0	0	2	0	0	15
	5. Высокий уровень предоставляемых услуг	0	2	2	1	0	0	2	0	0	7
	6. Субсидированные пассажирские перевозки	0	5	5	5	3	0	5	0	0	23
	7. Официальный авиационный перевозчик футбольного клуба ЦСКА	0	5	3	2	3	5	3	0	0	21
	8. Активное присутствие компаний в социальных сетях	0	3	0	0	3	4	2	0	0	13
Слабые стороны	1. Высокие цены на перевозки	0	5	4	5	3	0	5	0	5	27
	2. Неэффективность использования определенных рейсов	0	3	5	4	5	0	5	0	3	25
	3. Большие объемы рекламы при покупке билетов через официальный сайт	0	5	0	3	0	0	5	0	0	13
	4. Новые требования для перевозки багажа	0	5	0	0	0	0	1	0	0	6
Итого	15	52	37	38	24	19	37	12	18		

Однако *слабой стороной* авиакомпании является более высокая стоимость билетов по сравнению с другими российскими перевозчиками. Некоторые внутренние рейсы Аэрофлота оказываются нерентабельными, так как пассажиры предпочитают выбирать более дешевые тарифы у других авиакомпаний. Отказ от выполнения таких экономически невыгодных полетов не является вариантом для ПАО «Аэрофлот», так как это приведет к потере регионального рынка, который займут другие перевозчики.

Компания сталкивается с *угрозами*, связанными с усилением конкуренции на рынке авиаперевозок. В настоящее время, помимо региональных перевозчиков, появились еще и бюджетные авиакомпании, как российские, так и зарубежные. Конкурировать с ними представляется довольно сложным, так как пассажиры все больше предпочитают лоукостеры.

Пандемия серьезно сказалась на планах компании. Главными международными направлениями должны были стать азиатские страны: Таиланд, Вьетнам и Китай.

Китай, в частности, был запланирован как главное международное направление из нового хаба компании в Красноярске. Красноярский аэропорт мог бы быть удобным местом для пересадки пассажиров из азиатских стран в Европу. Планировалось открыть азиатское направление в 2020 году, но из-за карантина открытие было отложено.

Санкции, введенные против России из-за конфликта в Украине, значительно изменили ситуацию с авиаперелетами [3]. Весь авиапарк Аэрофлота находится в финансовой и операционной аренде, и с конца февраля международные рейсы выполняются только на SSJ-100 и небольшой части иностранных самолетов в России. В 2023 году ПАО «Аэрофлот» осуществляет полеты на 83 направлениях в 20 различных странах мира, что в два раза меньше, чем в 2021 году.

Выводы. Таким образом, SWOT-анализ показал, что сильные стороны и возможности компании Аэрофлот преобладают над ее слабыми сторонами и угрозами. Компания всегда стремится предложить своим клиентам только лучшее и постоянно развивается. У Аэрофлота есть конкуренция как среди отечественных, так и среди зарубежных компаний. Наибольший ущерб компании нанесли пандемия COVID-19 и санкции Запада. Для того чтобы оставаться востребованным перевозчиком на рынке, компании ПАО «Аэрофлот» необходимо: приобретать новые воздушные суда, снизить цену на перелеты, расширить перечень субсидированных перевозок и открывать новые направления как в России, так и за рубежом.

Список литературы:

1. Иванов, В. В. Стратегии формирования московского хаба на основе международных технологий создания крупных авиаузлов / В. В. Иванов, А. В. Кузнецов // Российский внешнеэкономический вестник. – 2018. – С. 71-82.
2. Комарницкая, Е.В. Профиль антикризисного управления организацией / Е.В. Комарницкая // Вестник института экономических исследований. – 2023. – №2 (30). – С. 201-206.
3. Свидерская, М. А. Антикризисное управление в условиях санкций / М. А. Свидерская // WORLD OF SCIENCE 2022: сборник статей Международного научно-исследовательского конкурса. – Пенза: Наука и Просвещение, 2022. – С. 33-37.

Сологуб Р. А., аспирант

Научный руководитель: Шарнопольская О. Н., канд. экон. наук, доцент
ФГБОУ ВО «Донецкий национальный технический университет», РФ

Roman-sologub@mail.ru

ИССЛЕДОВАНИЯ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ НАУЧНОЙ ШКОЛЫ УПРАВЛЕНИЯ ОТНОСИТЕЛЬНО СТРУКТУР УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЯМИ

Актуальность. Несмотря на то, что зарождение капиталистического способа производства, а вместе с ним появление мануфактур, их переход в формат фабрик и заводов начался с XVII в., исследования по собственно теории организации (как источника получения прибыли) начали проводиться на систематической основе только с конца XX в. наряду с углублением разработок по научному управлению. Даже промышленная революция, произошедшая во второй половине XIX в., которая ознаменовалась укрупнением промышленных предприятий, увеличением роста количества рабочих на предприятиях, появлением более технологичных машин и

механизмов, усложнением процессов взаимодействия между работниками предприятия не дала должного толчка в научном развитии теории управления.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросами анализа подходов, а также научным обоснованием дефиниций «организация», «структура управления» и «система управления» занимались многие известные зарубежные и отечественные исследователи в области экономики, среди которых особого внимания заслуживают Фредерик Тейлор [1], Генри Лоренс Гант [2;3], Гаррисон Эмерсон [4], М. Кук [5], Дж. Кларк [5], Карл Барт [6].

Цель исследования. Выполнить теоретическое исследование научной мысли представителей научной школы управления первой половины XX века по вопросам организации управления, обоснования дефиниций «организация», «структура управления», «система управления».

Результаты исследования. Отцом первооткрывателем анализа организационных аспектов управления считается Фредерик Тейлор, который имел много последователей. Идеи и методы, вытекающие из исследований Ф. Тейлора, известны как научное управление.

Фредерик Тейлор отмечал, что: «Главнейшей задачей управления предприятием должно быть обеспечение максимальной прибыли для предпринимателя, в соединении с максимальным благосостоянием для каждого занятого в предприятии работника» [1, с. 3-4]. Этими словами он начинает свой главный труд «Принципы научного менеджмента», где ищет компромисс во взаимоотношениях между владельцами бизнеса и работниками, доказывает тот факт, что «максимальное благосостояние может быть осуществлено лишь в результате максимальной производительности» [1, с. 6].

Фредерик Тейлор акцентировал внимание на том, что важнейшей задачей, как администрации предприятия, так и самих рабочих, должно быть обучение и развитие каждого отдельного работника на предприятии с целью выявления индивидуальных способностей работника для более эффективного использования его трудового потенциала и, как следствие, достижения максимальной производительности и производства продукта наивысшего качества.

С точки зрения разработки понятийного аппарата Фредерик Тейлор подходит к описанию отдельных функций, которые обязательно должны быть в эффективно работающей организации с максимальной производительностью: 1) выработка научного фундамента всех процессов (стандартизация); 2) отбор рабочих под эти стандарты, их тренировка, обучение; 3) организация взаимодействия с рабочими, чтобы все отрасли производства предприятия отвечали научным принципам (стандартам), установленным самой организацией; 4) распределение труда (обязанностей) между администрацией организации и рабочими [1, с.86].

Мысли и идеи, высказанные Фредериком Тейлором, носили в свое время революционный характер в области управления, но не были приняты однозначно владельцами предприятий, не желающих что-то менять прежде всего в своём способе ведения управления. Тем не менее, они дали толчок в развитии науки управления. Несмотря на значительный вклад Ф. Тейлора в развитие управления как науки, автор в своих работах не раскрывает понятия «система управления» и «структура управления», что не дает возможности дать четкое определение данным дефинициям.

Одним из соратников «отца научного менеджмента» Ф. Тейлора был Генри Лоренс Гант. Работая вместе с Ф. Тейлором над количественными методами организации производства, Г. Гант предложил свою диаграмму известную в научных трудах, как «Диаграмма Ганта», которая состоит из отрезков (задач) и точек (завершающих задач или вех), составляющих средство для представления длительности и последовательности задач в проекте. У Г. Ганта насчитывается более 150 публикаций,

запатентовано больше десятка изобретений. Автор читал лекции в университетах, оставаясь одним из наиболее успешных консультантов по управлению. В работе Г. Ганта «Работа, заработная плата и прибыль: их влияние на стоимость жизни» [2, с. 137-142] автор подробно описывает планирование, особенно в сфере труда, раскрывает тему необходимости координации действий во избежание «вмешательства». Он акцентирует внимание на том, что самые элегантные расписания, создаваемые отделами планирования, бесполезны, если их игнорировать [2]. В работе по становлению менеджмента как науки «Организация труда» [3] Г. Гант раскрывает два принципа для построения предложенных диаграмм: 1) измерять деятельность количеством времени нужно для того, чтобы было понятно, когда её (деятельность) надо завершить; 2) пространство на диаграмме можно использовать для представления количества активности для понимания того, что должно было быть сделано в то время [3, с. 35]. В то же время автор захватывает уровень широких общественных проблем и раскрывает социальную ответственность бизнеса, которая только и может обеспечить его долговременную перспективу.

Несмотря на значительный вклад Г. Ганта в развитие теории организации, он так и не дал четкого определения дефиниций «организация управления» и «система управления».

Известный американский специалист по управленческому консалтингу Гаррингтон Эмерсон дополнил труды Ф. Тейлора и Г. Ганта по системе эффективности и научному управлению своими идеями, которые строились на предложении использования системы оплаты, базирующейся на «проценте эффективности» каждого сотрудника. Предложенная автором система предполагала наличие внедренных нормативов на производительность труда работника. Новаторская идея автора состояла в том, что «функциональное управление» не подразумевает под собой наличие большого количества управляющих, автор заменял его идеей «линий и сотрудников», которая подразумевает наличие единственного линейного руководителя. Суть идеи состояла в том, чтобы избежать создания слишком большого количества управляющих и при этом использовать при принятии решений советы экспертов (советников), которые отчитываются перед единым руководителем, именно этот руководитель и реализует все планы на практике с помощью прохождения команд к его «линейным» подчинённым [4, с. 121-123]. По мнению Г. Эмерсона: «Высочайшими способностями обладает тот, кто может создать и контролировать организацию, основанную на принципах использующих их для поддержания идеалов, кто затем способен собрать для использования своей организацией землю, людей и деньги (труд и капитал), здания и оборудование, методы и устройства» [4, с. 343-349]. Таким образом Г. Эмерсон выдвинул чуть ли не одно из первых рассуждений о построении структуры управления, однако недостаточно углубился в изучение данного вопроса.

Более предметно данную тему развивал Моррис Луэллин Кук – американский инженер и государственный деятель, который стал инициатором возникновения идей эффективности по управлению общественными организациями, точнее, по повышению эффективности муниципального и университетского менеджмента. Вклад М. Кука в развитие идей эффективности управления и в реальное движение за эффективность был очень значительным. Если до него единственной сферой применения менеджмента считались отрасли промышленного производства, то М. Кук применил эти же принципы к высшим учебным заведениям и правительственным учреждениям на всех уровнях. При этом Моррис Луэллин Кук был убежденным сторонником того, что практически все принципы так называемого бизнес-менеджмента применимы и ко всем областям человеческой деятельности, если эффективность становится критерием этой

деятельности [5, с. 40-41]. Однако, М. Кук, как и его современники не давал четкого определения исследуемым дефинициям.

В то время как М. Кук применял принципы научного менеджмента на другие сферы деятельности, У. Кларк распространял эти идеи на другие страны. Джон Бейтс Кларк – американский экономист, основатель американской школы маржинализма. Будучи почитателем Г. Ганта, его техники составления календарных графиков и графического планирования, Кларк пришел к мысли, что «Диаграмма Ганта» может быть применена и для контроля пятилетних планов в социалистической России [5, с. 42-45]. Заслуга Дж. Кларка заключается прежде всего в том, что он стремился расширить ареал применения идеи научного менеджмента и производственной эффективности на страны Европы. Благодаря ему «научный менеджмент» преодолел Атлантический океан, что привело к расширению круга лиц и групп, ознакомившихся с американскими системами управления. Одной из самых престижных наград, присуждаемых в наше время в области менеджмента за выдающийся вклад в разработку научных методов управления в международном масштабе, является премия Кларка.

Наиболее последовательным приверженцем идей системы научного менеджмента Ф. Тейлора был Карл Барт, который пользовался чрезвычайным доверием со стороны Ф. Тейлора, ценившего его аналитические способности и знания. К. Барт оказал значительное содействие своему учителю в реализации принципов и методов научного менеджмента на различных предприятиях [6, с.71-80]. Основная заслуга К. Барта состояла в том, что он разработал строго научную методику измерения, необходимую для целей и задач научного менеджмента.

Выводы. Анализ развития научной мысли управления организациями в первой половине XX в. показывает факт отсутствия единого понятийного аппарата относительно понятий «организация», «структура управления» и «система управления» у исследователей или наличия каких-либо существенных предпосылок возможности его формирования. Значительный вклад ученых первой половины XX в. в области управления трудно переоценить, но к исследованию понятий «организация», «структура управления» и «система управления» практически все из них относились опосредованно, что в значительной степени усложняет возможность более глубокого и обширного исследования для возможности их анализа и совершенствования в дальнейшем.

Список литературы:

1. FW Taylor, The Principles of Scientific Management [Электронный ресурс] // New York, USA: American Society of Mechanical Engineers, 1911, ch 2, p. 144.
2. Gantt, Genry. Work, wages, and profits [Электронный ресурс] // N.Y., 1919, 143 p. URL: <https://archive.org/details/workwagesprofits00gant/page/144/mode/2up>.
3. Gantt, Genry. Organizing for work [Электронный ресурс] // N.Y., 1919, 143 p. URL: <https://archive.org/details/organizingforwo00gantgoog/mode/2up>.
4. Emerson, Harrington. The twelve principles of efficiency. Engineering Magazine, 1912, 423 p.
5. Lester R. Bittel, Muriel Albers Bittel. McGraw-Hill Encyclopedia of Professional Management. N.Y., 1978, 1304 p.
6. Барт, К. Очерк догматики: Лекции, прочитанные в Университете Бонна в летний семестр 1946 года / К. Барт. – СПб.: Алетейя, 1997. – 271 с.

Сутягин В. Д., студент
Научный руководитель: Лапшина Е. А.
Донецкий государственный университет, РФ
Vladislav126.com@gmail.com

АДАПТАЦИЯ МЕНЕДЖМЕНТА К НАЦИОНАЛЬНЫМ ОСОБЕННОСТЯМ: КЛЮЧЕВЫЕ ПРИНЦИПЫ И ЭВОЛЮЦИЯ ПОДХОДОВ

Актуальность. В современном мире, где бизнес и общество становятся все более глобализированными, вопрос адаптации менеджмента к национальным особенностям приобретает критическое значение. Многокультурные команды, международное взаимодействие и глобальные бизнес-стратегии требуют от менеджеров специальных навыков, понимания и гибкости. Различия в культуре, ценностях, и стиле управления могут стать как вызовом, так и возможностью для организаций.

Эта тема актуальна в контексте поиска оптимальных стратегий, которые позволят организациям адаптироваться к многообразию национальных контекстов, сохраняя при этом свою эффективность и конкурентоспособность. Понимание ключевых принципов и эволюции подходов в адаптации менеджмента к национальным особенностям является неотъемлемой частью стратегического управления в условиях глобального бизнес-пространства.

Анализ последних исследований и публикаций. В области адаптации менеджмента к национальным особенностям важный вклад внесли выдающиеся ученые, такие как Герт Хофстеде (Geert Hofstede), Фонда Тромпенаара (Fons Trompenaars), Эдвард Холл (Edward Twitchell Hall), Фумио Кодзаки (Fumio Kodama) и Эрин Мейер (Erin Meyer). Их исследования в области культурных различий и воздействия национальных культур на методы управления стали фундаментом для понимания ключевых принципов адаптации менеджмента. Работы Хофстеде по культурным измерениям, семь измерений Тромпенаара, концепции высоко контекстных и низко контекстных культур Эдварда Холла, и исследования Фумио Кодзаки по японскому бизнесу, а также исследования Эрин Мейер в области межкультурного менеджмента. Их работы предоставляют ценные ориентиры для выработки ключевых принципов и понимания эволюции подходов в адаптации менеджмента к национальным особенностям.

Цель исследования: рассмотреть ключевые принципы и подходы адаптации менеджмента к национальным особенностям.

Результаты исследования. Исследования предоставляют практические наставления по эффективному управлению в многонациональных средах. Эти результаты могут включать в себя рекомендации по улучшению культурного понимания, разработке стратегий, способствующих локализации бизнес-практик, и насущные принципы успешного формирования и управления глобальными командами.

Существует несколько видов национальных моделей менеджмента (рис. 1) [1].

На данном этапе развития, наиболее популярными являются такие национальные культуры, как японские групповые и индивидуалистические американские. Кроме того, существует множество других. Например, клановые арабские, гуманистические европейские или же абсолютно особенные по своему типу скандинавская национальная культура и не менее неопределённый стиль управления у российской деловой культуры.

Зачастую, авторы теоретических и практических исследований по данной тематике полагают, что японский стиль управления является наиболее эффективным в мире, тем самым подходящий для большинства организаций. Такое мнение имеет

место быть, так как, благодаря политике коллективизма, которой придерживаются японские руководители – положительно влияет на коллектив и качество трудовой жизни.

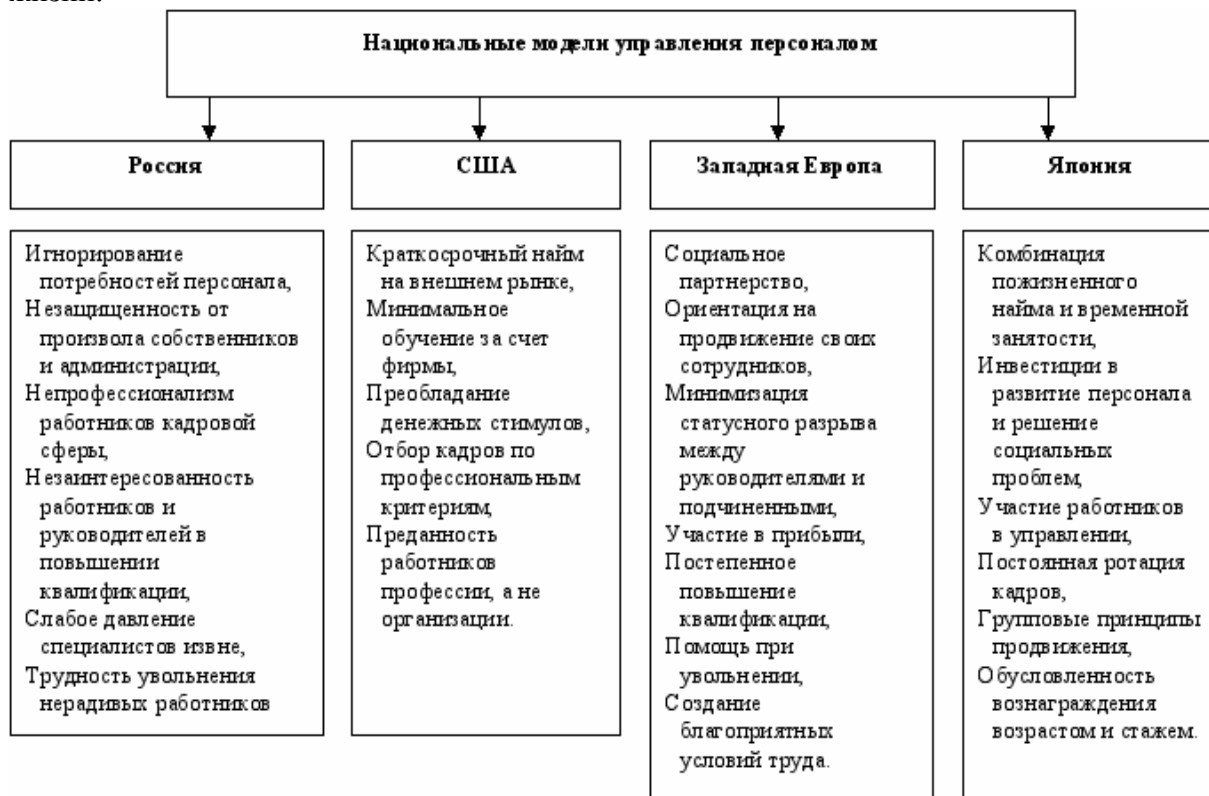


Рис. 1. Национальные модели менеджмента

Такой исследователь, как Р. Шонбергер отмечает, что важным является тот факт, что все сотрудники подразделения имеют равные права в принятии решений и несут одинаковую ответственность за их реализацию. Более того, весь коллектив настроен на помощь друг другу, и заинтересован в перевыполнении производственного плана, ведь в этом случае, заработная плата повышается для всех, а не только в карманах руководства. Исследователи описывают японскую модель управления тем, что, она основана на коллективизме, идентификации личности с группой, стремлении к достижениям и гармонии.

Значение национальных особенностей для менеджмента определяется несколькими причинами [2]:

1. Культурный контекст: национальные особенности формируют культурный фон, влияющий на ценности, нормы поведения и предпочтения, что существенно влияет на методы управления и межличностные отношения в организации.

2. Локализация стратегий: понимание национальных особенностей позволяет адаптировать стратегии бизнеса к местным потребностям, законам и культурным ожиданиям, что способствует успешному ведению бизнеса в различных регионах.

3. Эффективное управление персоналом: учет национальных особенностей необходим для эффективного управления многонациональными командами, улучшения коммуникации и установления доверительных отношений в организации.

4. Межкультурное взаимодействие: знание национальных особенностей облегчает межкультурное взаимодействие, снижает риск конфликтов и способствует построению партнерских отношений с клиентами, партнерами и поставщиками.

5. Глобальная конкурентоспособность: адаптация менеджмента к национальным особенностям повышает глобальную конкурентоспособность компании, позволяя ей эффективно оперировать в разнообразных культурных и бизнес-контекстах.

Рассмотрим существующие преимущества и недостатки национальных моделей управления человеческими ресурсами (табл. 1).

Таблица 1

Преимущества и недостатки национальных моделей управления	
Преимущества	Недостатки
Адаптация к местным условиям: Национальные модели управления человеческими ресурсами учитывают особенности культуры, законодательства и социально-экономической ситуации в каждой стране. Это позволяет компаниям адаптироваться к местным условиям и эффективно управлять персоналом.	Ограничения в глобальном контексте: Национальные модели управления человеческими ресурсами могут быть ограничены в глобальном контексте. Они могут не учитывать международные стандарты и требования, что может затруднить международное сотрудничество и конкурентоспособность компании.
Удовлетворённость сотрудников: Национальные модели управления человеческими ресурсами обеспечивают высокий уровень социальных гарантий и защиты прав работников. Это создаёт условия для удовлетворённости сотрудников и повышает их мотивацию и преданность компании.	Различия в культуре и ценностях: Национальные модели управления человеческими ресурсами могут не соответствовать культурным и ценностным особенностям сотрудников из других стран. Это может создавать проблемы в коммуникации и взаимодействии внутри компании.
Профессиональное развитие: Национальные модели управления человеческими ресурсами предоставляют возможности для профессионального развития и обучения сотрудников. Это способствует повышению квалификации и компетентности персонала, что в свою очередь положительно сказывается на результативности компании.	Ограниченные возможности для мобильности: Национальные модели управления человеческими ресурсами могут ограничивать возможности для мобильности сотрудников между различными странами и регионами. Это может затруднить переносимость навыков и опыта между различными подразделениями компании.

В заключение следует отметить, что адаптация менеджмента к национальным особенностям подчёркивает важность учёта культурных различий в деловой практике. Исследование подтверждает необходимость глубокого понимания культуры, локализации стратегий и эффективного управления глобальными командами для достижения успеха в разнообразной культурной среде.

Выводы: адаптации менеджмента к национальным особенностям подчёркивают важность учёта культурных различий в бизнес-практиках. Результаты исследования поддерживают необходимость глубокого культурного понимания, локализации стратегий и эффективного управления глобальными командами для успешного функционирования в разнообразных культурных средах.

Список литературы:

1. Тагир Национальные модели управления человеческими ресурсами: основные принципы и примеры / Тагир. – Текст: электронный // Научные Статьи.Ру: [сайт]. – URL: <https://nauchniestati.ru/spravka/nacziionalnye-modeli-upravlenie-chelovecheskimi-resursami/?ysclid=lovqd8uam3305091180> (дата обращения: 12.11.2023).
2. Шульгина, Ю.В. Национальные особенности и модели менеджмента: сравнительный анализ / Ю.В. Шульгина. – Текст: электронный // Справочник Автор24: [сайт]. – URL: https://spravochnik.ru/menedzhment/nacionalnye_osobennosti_i_modeli_menedzhmenta_sravnitelnyy_analiz/?ysclid=lovqaiy78d107393067 (дата обращения: 12.11.2023).

3. Доклад по теме национальные модели менеджмента. – Текст: электронный // Клуб советов: [сайт]. – URL: <https://club-sovetov.ru/uchebnye-materialy/doklad-po-teme-natsional-nuye-modeli-menedzhmenta/?ysclid=lovpyoytho539466252> (дата обращения: 12.11.2023).

4. Чернякова, К.Д. Особенности национальных деловых культур разных стран в системе управления организацией. – Текст: электронный / К.Д. Чернякова // Молодой учёный: [сайт]. – URL: <https://moluch.ru/archive/315/71961/?ysclid=lovp6q8b6b423433537><https://moluch.ru/archive/315/71961/?ysclid=lovp6q8b6b423433537> (дата обращения: 12.11.2023).

Телюк А. В., студент
Научный руководитель: Лапшина Е. А.
Донецкий государственный университет, РФ
alisha.telyuk@gmail.com

ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ

Актуальность. В настоящее время в условиях непрерывных изменений в экономике, а также постоянно возникающих кризисов для отечественных организаций фундаментальным становится грамотное стратегическое управление. Таким образом любая организация получает возможность выработать свою защитную стратегию и своевременно подстроится к влиянию нестабильной внешней среды.

Таким образом, рассмотрение основных аспектов стратегического управления и опыта его реализации зарубежными компаниями позволяет современным отечественным организациям повысить эффективность стратегического развития, а в совокупности с принятием эффективных управленческих решений в рамках выбранной стратегии повысить свои конкурентные возможности на отечественном рынке, а также выхода на внешний рынок.

Анализ последних исследований и публикаций. На момент последних публикаций на эту тему, имеется общая информация и обзор тенденций. Данными исследованиями занимались: Шеремет А.Д., Сайфулин Р.С., Уткин Э.А., Бинецкий А.Э., Хелферт Э. и многие другие.

Цель исследования заключается в осмыслении основных факторов формирования стратегического управления и рассмотрении практической реализации избранной стратегии развития организации.

Результаты исследования. Стратегическое управление – это процесс разработки, принятия и реализации стратегических решений, которые представляют собой стратегический выбор, основанный на сопоставлении собственного ресурсного потенциала компании с возможностями и угрозами внешней среды [3].

В современном динамичном мире бизнеса стратегическое управление играет решающую роль в обеспечении конкурентоспособности организации. Важность анализа внутренних и внешних факторов, формулирования четких целей и разработки эффективных стратегий не может быть недооценена.

В основе стратегического управления лежит система стратегий, включающая взаимосвязанные предпринимательские, организационные и кадровые стратегии.

Стратегия – это заранее спланированная реакция организации на изменения во внешней среде и курс действий, выбранный для достижения желаемого результата [5].

Стратегический план развития необходим каждой организации для достижения своих целей. Именно стратегическое планирование обеспечивает гибкость реагирования на текущие и ожидаемые изменения в окружающей среде, чтобы устранить или уменьшить негативные факторы, которые возникают, или извлечь выгоду из сложившейся ситуации.

Именно стратегическое планирование организационного развития позволяет гибко реагировать как на текущие, так и на ожидаемые изменения в окружающей среде, чтобы устранить или уменьшить негативные факторы, которые возникают, или воспользоваться ситуацией по мере ее развития.

Возможны различные варианты, но во всех случаях необходимо определить период планирования и обозначить основные финансовые цели и способы их достижения.

Не менее важным является и управление реализацией стратегии, которое позволяет оценить эффективность деятельности компании, выявить отклонения от запланированных результатов и скорректировать стратегию на следующий период.

В работах и исследованиях многих ученых, был задет план по формированию стратегии. План основывался на том, что формирование стратегии в контексте стратегического управления представляет собой сложный и гибкий процесс. Включая в себя внутренний и внешний анализ, этот процесс направлен на выявление ключевых аспектов организации, ее целей и ресурсов.

Выяснение миссии и целей является отправной точкой и служит основой для выбора наиболее подходящей стратегии. Ключевые моменты также включают в себя коммуникацию стратегии, реализацию, контроль и коррекцию на пути к достижению поставленных целей. Поиск новых возможностей и адаптация к изменениям внешней среды суть стратегического управления, подчеркивая его динамичный и эволюционный характер [3].

Также проводилась оценка стратегии. Оценка стратегии в стратегическом управлении, это непрерывный процесс, направленный на определение эффективности принятых стратегических решений. Она включает в себя анализ результатов, достижение целей, оценку использования ресурсов и реакцию на изменения внешней среды. Важными аспектами оценки стратегии являются измерение ее соответствия миссии и целям организации, а также адаптация к изменяющимся условиям рынка. Оценивается не только конечный результат, но и эффективность процесса реализации стратегии, что позволяет организации корректировать свой курс в соответствии с динамикой бизнес-среды и достигать долгосрочного успеха.

И только после этого производилась реализации стратегии. Реализация стратегии – это комплекс мероприятий, направленных на выполнение стратегического плана и достижение целей организации. Этот процесс включает в себя конкретные шаги по внедрению стратегических решений в операционную деятельность компании. Важными элементами реализации стратегии являются адаптация организационной структуры, выделение ресурсов, вовлечение персонала и создание механизмов контроля за выполнением стратегии. Реализация стратегии предполагает также способы коммуникации и мотивации сотрудников, чтобы обеспечить их поддержку и понимание стратегических целей. Все эти аспекты направлены на успешное воплощение стратегии в реальные практики организации.

Ключевой процесс стратегического управления организацией в современном мире представлен на рис. 1.



Рис. 1. Процесс стратегического управления [1]

В условиях современного мира, стратегии компаний должны учитывать новые возможности и вызовы, которые предоставляют технологии. Организации вынуждены пересматривать свои стратегические цели, сфокусироваться на инновациях, улучшении клиентского опыта и оптимизации бизнес-процессов.

Также не мало важным фактом, является устойчивость и ответственность. Организации в современном бизнесе всё чаще осознают, что устойчивость к экологическим, социальным и экономическим вызовам является ключевым компонентом их стратегического успеха.

Вывод. Стратегическое управление направлено на получение конкурентных преимуществ, реагирование на изменения в окружающей среде и обеспечение долгосрочной устойчивости организации. Этот процесс требует от руководства не только стратегического мышления, но и гибкости, инноваций и готовности к постоянному развитию.

Организации, успешно реализующие стратегическое управление, могут ожидать не только укрепления своих позиций на рынке, но и создания устойчивой основы для будущего роста. Все компоненты стратегического управления взаимосвязаны и влияют на общий успех организации, делая этот процесс необходимым элементом современного бизнес-руководства.

Список литературы:

1. Шеремет, А.Д. Теория финансового анализа / А.Д. Шеремет, Р.С. Сайфулин, Е.В. Негашев. – Текст: электронный. – М.: ИНФРА-М, 2020. – 208 с. – URL: [https://reallib.org/reader?file=630155HYPERLINK\"https://reallib.org/reader?file=630155&ysclid=lpctbvki%203396293414\"&HYPERLINK\"https://reallib.org/reader?file=630155&ysclid=lpctbvki%203396293414\"ysclid=lpctbvki%203396293414\"ysclid=lpctbvki%203396293414\"](https://reallib.org/reader?file=630155HYPERLINK\) (дата обращения 22.11.2023).
2. Хелферт, Э. Техника финансового анализа / Э. Хелферт. – М.: Аудит. Издательское объединение ЮНИТИ, 2020. – 321 с.
3. Бланк, И. А. Управление прибылью / И. А. Бланк. – Текст: электронный. – К: Ника-Центр, 2019. – 765 с. – URL: <https://search.rsl.ru/ru/record/01000906390?ysclid=lpctgciqqf474518253> (дата обращения 22.11.2023).
4. Салин, В.Н. Техника финансово-экономических расчетов / В.Н. Салин, О.Ю. Ситникова. – Текст: электронный. – М.: Финансы и статистика, 2021. – 458 с. – URL: <https://book.ru/book/939320> (дата обращения 22.11.23).
5. Теория фирмы / Под ред. В.М. Гальперина. – Текст: электронный. – СПб: Экономическая школа, 2020. – 422 с. – URL: <https://spplib.ru/en/catalog/-/books/3117048-teoria-firmy?ysclid=lpctifkib%205645689168> (дата обращения 22.11.2023).

Тимофеева Е. И., студент

Научный руководитель: Гурджиян В. Л., канд. экон. наук, доцент
ФГБОУ ВО «Чувашский государственный университет им. И.Н. Ульянова», РФ
lisunja8610@mail.ru

ИДЕНТИФИКАЦИЯ ПРИЧИН КРИЗИСА В СИСТЕМЕ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Актуальность. Идентификация причин кризиса является важным этапом в процессе антикризисного управления, так как она позволяет определить основные факторы, вызывающие проблемы, и разработать стратегию их преодоления. Выявление причин кризиса позволяет оценить риски, связанные с каждым из них, а также определить степень их влияния на деятельность предприятия. Это, в свою очередь, помогает разработать более эффективные стратегии управления рисками, направленные на снижение вероятности возникновения кризиса и минимизацию его последствий для предприятия. Тем более в действующие на предприятии кризисные ситуации идентификация причин необходима. Всё это подтверждает актуальность выбранной темы.

Анализ последних исследований и публикаций. Кризис – это период времени, когда предприятие сталкивается с серьезными проблемами и угрозами, которые могут привести к его банкротству или ликвидации. Это может быть связано с различными факторами, такими как экономические условия, технологические изменения, конкуренция или ошибки в управлении. Кризис может возникнуть по различным причинам и затронуть любую компанию. В этом состоянии инертность мышления, как правило, не позволяет открыться навстречу новым возможностям и перспективам [1]. Однако, при правильном подходе и своевременном принятии мер, предприятие может преодолеть кризис и вернуться к стабильности и росту.

Корягин Н.Д. выделяет объективные и субъективные причины возникновения кризисов. Объективные – связаны с циклическими потребностями в обновлении, реструктуризации и социализации общества. Субъективные – как результат ошибок и волюнтаризма в управлении, по мотивам извлечения политической и бюрократической ренты. Также он выделяет 2 группы причин возникновения кризисов: внутренние и внешние. Внешние причины кризиса - это факторы, которые находятся вне контроля компании и могут привести к ее финансовым трудностям. Это могут быть экономические факторы, такие как снижение спроса на продукцию, повышение конкуренции, изменение валютных курсов или процентных ставок. Социальные факторы также могут оказывать влияние, например, изменение потребительских предпочтений или законодательства. Технологические изменения могут привести к устареванию продукции или снижению ее конкурентоспособности. Внешние природные факторы, такие как стихийные бедствия, также могут вызвать кризис в компании. Внутренние причины кризиса – это факторы, связанные с деятельностью компании и ее управлением. Это могут быть ошибки в управлении, такие как неправильное принятие решений или неэффективное использование ресурсов. Также к внутренним причинам можно отнести проблемы с качеством продукции или услуг, недостаток мотивации у сотрудников, неэффективность производства и другие факторы.

Цель исследования: понять, какие могут быть причины кризиса на предприятии и как стоит изучать причины кризисной ситуации, то есть рассмотреть методы, используемые для идентификации.

Результаты исследования. Рассмотрим самые частые причины кризиса на предприятии, исходя из теоретического материала:

1. Внешние причины кризиса на предприятии:

а. Экономические факторы: изменения в налоговой системе, процентных ставках, инфляции, колебание курса валют, кризисы, спад производства и т.д.

б. Политические факторы: изменение законодательства, таможенные барьеры, политическая нестабильность.

в. Социальные факторы: демографические изменения, изменения в потребностях и предпочтениях потребителей, трудовое законодательство, уровень безработицы.

г. Технологические факторы: быстрое развитие технологий, устаревание оборудования, необходимость адаптации к новым условиям.

д. Конкуренция: появление новых конкурентов, изменение структуры рынка, изменение потребительских предпочтений.

е. Рыночные факторы: изменение спроса и предложения, изменение цен на сырье и материалы, изменение условий поставок.

ж. Экологические факторы: ужесточение экологических стандартов, изменение экологического законодательства.

2. Внутренние причины кризиса на предприятии:

а. Ошибки в управлении: неверное принятие решений, неэффективное планирование, недостаточная мотивация сотрудников.

б. Неэффективность производства: устаревшие технологии, низкая производительность труда, высокие затраты на производство.

в. Проблемы с качеством продукции: низкое качество продукции, несоответствие стандартам, потери от брака.

Для того чтобы выявить причины кризиса на предприятии необходимо сперва определить какие убытки и потери в различных сферах понесло предприятие в результате кризисной ситуации, то есть провести анализ настоящей ситуации на предприятии. На данном этапе необходимо изучить финансовую отчетность, динамику продаж и других важных показателей и коэффициентов. Всё это делается для того, чтобы затем эту информацию использовать уже для анализа причин кризиса внутри предприятия [2].

Необходимо также учесть и проанализировать зарождение и прогрессирование кризиса до настоящего момента: что стало основной предпосылкой, как реагировало предприятие, какие ошибки были сделаны (со стороны руководящих должностей). И уже на данном этапе можно предположить или выявить основные причины кризиса.

Но не менее важным является оценка внешней среды, которая непосредственно повлияла на кризис. В особенности с этого необходимо начинать при очевидных внешних причинах: стихийные бедствия, нарушение техники безопасности, забастовки сотрудников и т.д. Но не останавливаться на этом – провести всё тот же подробный анализ внутреннего состояния предприятия на данный момент [3]. В этом могут помочь такие инструменты как SWOT и PEST анализы. Они могут кратко и понятно объяснить действующее положение дел, затрагивая все основные сферы влияния внутренней и внешней среды на организацию.

В целом, исходя из анализа можно выделить примерные методы, с помощью которых можно идентифицировать причины кризиса:

1. Анализ финансовых показателей: просмотр финансовой отчетности и анализ динамики доходов, расходов, прибыли, ликвидности и других показателей может помочь выявить проблемы в работе компании.

2. Интервью с сотрудниками: беседы с работниками могут помочь понять, какие проблемы они видят в работе, и какие меры, по их мнению, могут улучшить ситуацию.

3. Опрос клиентов: проведение опроса среди клиентов может выявить их предпочтения, жалобы и предложения по улучшению продукции или услуг компании.

4. Изучение конкурентов: анализ деятельности конкурентов может помочь выявить их сильные и слабые стороны, а также определить возможности для улучшения собственной позиции на рынке.

5. SWOT-анализ: этот метод позволяет оценить сильные и слабые стороны компании, а также возможности и угрозы, связанные с внешней средой.

6. PEST-анализ: данный метод позволяет изучить политические, экономические, социальные и технологические факторы, которые могут повлиять на деятельность компании.

Безусловно существует намного больше методов выявления причин кризиса, тем не менее, используя только эти методы уже можно достаточно точно понять основные причины кризисной ситуации. Всё это помогает организации понять – как действовать дальше.

Выводы. Идентификация причин кризиса является важным этапом во время анализа того, что делать дальше для нормализации внутреннего и внешнего состояния фирмы. Предприятие может использовать огромное множество различных методов идентификации причин кризиса. Дальнейшее развитие событий внутри зависит только от самой организации и её действий. Даже сами решения по управлению кризисом могут привести к ещё более плачевному состоянию. Главное – не бездействовать, анализировать каждый возможный вариант и выбрать наиболее подходящее решение.

Список литературы:

1. Антикризисное управление : учебник и практикум для вузов / Н. Д. Корягин [и др.]; под редакцией Н. Д. Корягина. – Москва: Издательство Юрайт, 2023. – 367 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-00539-4. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/511054> (дата обращения: 30.10.2023).

2. Гурджиян, В. Л. Опережающее антикризисное управление как фактор экономической безопасности региона / В. Л. Гурджиян // Проблемы и перспективы развития социально-экономического потенциала российских регионов : материалы IV Всероссийской электронной научно-практической конференции, Чебоксары, 15 апреля – 15 2015 года / Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Чувашский государственный университет имени И.Н. Ульянова», Проблемная научно-исследовательская лаборатория «Моделирование и прогнозирование социально-экономических процессов и систем». – Чебоксары: Чувашский государственный университет им. И.Н. Ульянова, 2015. – С. 314-316. – EDN VJAUNL.

3. Гурджиян, В. Л. Стратегия восстановления платежеспособности в рамках финансового оздоровления кризисной организации / В. Л. Гурджиян // Oeconomia et Jus. – 2019. – № 2. – С. 9-16. – EDN ZSNYEH.

4. Колесова, Ю. О. Особенности исследования внешней среды организаций нефтегазовой отрасли / Ю. О. Колесова, В. Л. Гурджиян // Векторы развития экономики в условиях новых вызовов : сборник материалов Международной научно-практической конференции, Чебоксары, 20 апреля 2022 года. – Чебоксары: Чувашский государственный университет имени И.Н. Ульянова, 2022. – С. 139-143. – EDN NEWJBVJ.

Чаркова Р. В., студент
Научный руководитель: Гурджиян В. Л., канд. экон. наук, доцент
ФГБОУ ВО «Чувашский государственный университет им. И.Н. Ульянова», РФ
charkova2015@mail.ru

ИССЛЕДОВАНИЕ ТРАНСФОРМАЦИИ ПОНЯТИЯ «КРИЗИС»

Актуальность: в современном мире с «кризисом» сталкивает каждый человек в своей жизни. В зависимости от сферы жизни значение данного термина меняется. Однако с каждым годом значение «кризиса» меняется.

Цель исследования: изучить трансформацию понятия «кризис».

Результаты исследования: выявлены различные значения понятия «кризис» в разных этапах истории.

В статье обобщены и оценены мнения ученых, изучающих понятие «кризис». Предложено новое определение кризиса. Оно обосновано как с использованием теоретических подходов, так и практических примеров.

В современном мире термин "кризис" стал почти повседневным явлением. Мы постоянно слышим о финансовых кризисах, политических кризисах, экологических катастрофах. Однако, в последние годы наблюдается интересная тенденция – понятие «кризис» начинает претерпевать изменения и приобретать новые значения.

С одной стороны, это связано с развитием информационных технологий и доступностью информации. Сегодня любое происшествие или проблема может быть быстро распространена через социальные сети и новостные порталы. Это делает любую ситуацию более заметной и вызывает широкий резонанс в обществе. Таким образом, малозначительные события часто получают статус кризиса.

С другой стороны, понятие «кризис» стало использоваться для обозначения не только отрицательных явлений, но и переломных моментов в жизни или деятельности человека. В наше время многие стремятся привлечь внимание к своей личности или бизнесу, и для этого они акцентируют внимание на каком-либо "кризисном" моменте. Это может быть личная трагедия, неудача или конфликт, который в конечном итоге приводит к положительным изменениям.

Таким образом, изучение трансформации понятия «кризис» является актуальной задачей. В данной статье мы рассмотрим различные аспекты этого процесса и попытаемся выявить его основные причины и последствия. Будут проанализированы как позитивные, так и негативные аспекты нового подхода к определению «кризиса».

Слово «кризис» в наше время стало широко употребляемым и многозначным. Оно используется как в повседневной речи, так и в различных научных дисциплинах. Понятие кризиса имеет давнюю историю, и его значение постоянно эволюционирует под воздействием новых социальных, экономических и политических условий.

Истоки понимания кризиса можно найти уже в античности. В древнегреческой философии было выделяется несколько направлений, которые занимались изучением этого явления. Например, для Сократа кризис был связан с нравственными проблемами общества, а для Аристотеля – это была часть естественного развития.

Кризис как явление начал активно изучаться в XIX веке, когда появились первые социальные науки. Одним из ключевых исследователей стал Карл Маркс. В его работах было выделено несколько типов кризисов – циклические, структурные и системные.

В XX веке понятие «кризис» приобрело новое значение под воздействием развития психологии. Фрейд и его последователи предложили интерпретацию кризиса как возможность для личностного роста и преодоления душевных травм.

Начиная с середины XX века, понятие «кризис» все больше используется в экономической науке. Здесь его значение связано с резким обострением противоречий между производством и потреблением, неравномерностью развития рыночной экономики и финансовыми колебаниями.

В настоящее время понятие «кризис» стало неотъемлемой частью современной экономической и политической действительности. Однако, его трактовка и восприятие с точки зрения различных научных исследователей, экспертов и политиков может значительно отличаться. Поэтому хочется провести анализ различных подходов к пониманию «кризиса» в экономике и политике.

Первым подходом является классическая экономическая трактовка кризиса. Согласно ей, кризис – это временное явление, которое возникает из-за перегрева экономики, неравновесия между производством и потреблением. Кризис обычно связан с падением спроса на товары и услуги, ростом безработицы, ухудшением финансовых показателей предприятий. Классический подход подразумевает, что после кризиса следует период восстановления экономики.

Второй подход – структурный – считает кризис необходимым элементом процесса социально-экономического развития. Согласно этому подходу, кризис – это не только временные сдвиги в экономике, но и изменения в самой структуре общества и политической системы. Кризис может привести к перестройке экономики, изменению политик и способствовать развитию новых форм социальной организации.

Третий подход – институциональный – сосредотачивается на роли институтов в возникновении и преодолении кризисов. Согласно этому подходу, кризис происходит из-за дефектов в системе институтов, которые регулируют экономические отношения. Нарушение правил игры, коррупция или неэффективность государственных органов могут стать основными причинами возникновения кризиса.

Четвертым подходом является политический взгляд на кризис. Политическая трактовка связывает кризис с конфликтами интересов различных групп и элитных структур общества. Как правило, политический кризис возникает из-за недоверия населения к правительству, неспособности политиков решить проблемы и управлять страной. Политический кризис может привести к дестабилизации общества и изменению политической системы.

Пятый подход – психологический – сосредотачивается на реакции людей на кризисные ситуации. Согласно этому подходу, важную роль в возникновении и преодолении кризиса играют эмоции, мотивация и психологическое состояние людей. Различные стратегии поведения людей в период кризиса могут оказывать значительное влияние на его дальнейшее развитие.

Каждый из представленных подходов имеет свои особенности и акценты, которые позволяют лучше понять природу и процессы, связанные с кризисами [2, С. 43].

Одним из направлений развития понятия «кризис» является его широкое распространение и использование в научных исследованиях. Другим направлением развития понятия «кризис» является его эволюция со временем. В прошлом кризис рассматривался скорее как временное явление, возникающее в результате отдельных событий или факторов. Однако сегодня кризис становится все более системным и комплексным. Это связано с глобальными вызовами, такими как изменение климата, демографические изменения, технологические прорывы и т.д. В связи с этим понимание кризиса требует нового подхода и широкого контекста.

Третьим направлением развития понятия «кризис» является его роль в современном мире. Кризисы все чаще становятся стимулом для изменений и инноваций. Они вынуждают общество пересмотреть устаревшие модели и методы, что способствует развитию и прогрессу. Кризисы также помогают выявить слабые места в

системах управления и организации, что может привести к повышению эффективности и устойчивости общества.

Одной из ключевых ролей понятия «кризис» в современном мире является его роль предупреждения. Анализ прошлых кризисов и выявление их общих признаков позволяет предсказывать возможные кризисные ситуации и принимать меры по их предотвращению. Это особенно важно в экономике, где регулярное проявление кризисных явлений может нанести значительный ущерб.

Еще одной перспективой развития понятия «кризис» является его связь с понятием «ресурс». В условиях ограниченности ресурсов, становится все сложнее обеспечить стабильное функционирование системы. Кризисы, таким образом, могут быть рассмотрены как результат неэффективного использования или распределения ресурсов. Поэтому изучение трансформации понятия «кризис» должно быть связано с разработкой новых подходов к управлению ресурсами и повышению эффективности их использования.

Выводы: исследование трансформации понятия «кризис» имеет большое значение для анализа текущих вызовов и проблем в современном мире. Развитие этого понятия помогает предотвратить кризисные ситуации, преодолеть их последствия и обеспечить устойчивое развитие общества. Однако для достижения этой цели необходимо интегрировать различные научные дисциплины и подходы, а также активное взаимодействие между исследователями, практиками и политическими деятелями. Только тогда мы сможем успешно справляться с вызовами и кризисами, стоящими перед нами в будущем.

Список литературы:

1. Гурджиян, В. Л. Распознавание кризисных процессов в менеджменте и создание предпосылок успешной разработки и реализации антикризисных мер / В. Л. Гурджиян // Сборник научных статей докторантов, аспирантов и соискателей / Министерство образования и науки Российской Федерации, Чувашский государственный университет им. И. Н. Ульянова. – Чебоксары : Чувашский государственный университет имени И.Н. Ульянова, 2004. – С. 40-42. – EDN YONWLC.

2. Гурджиян, В. Л. Опережающее антикризисное управление как фактор экономической безопасности региона / В. Л. Гурджиян // Проблемы и перспективы развития социально-экономического потенциала российских регионов : материалы IV Всероссийской электронной научно-практической конференции, Чебоксары, 15 апреля – 15 2015 года / Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Чувашский государственный университет имени И.Н. Ульянова», Проблемная научно-исследовательская лаборатория «Моделирование и прогнозирование социально-экономических процессов и систем». – Чебоксары: Чувашский государственный университет им. И.Н. Ульянова, 2015. – С. 314-316. – EDN VJAUNL.

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

ИНСТРУМЕНТАРИЙ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Актуальность. В современном мире динамически изменяющееся внешнее окружение, рыночные условия и методы ведения конкурентной борьбы оказывают непосредственное воздействие на деятельность хозяйствующих субъектов. Такие предпосылки побуждают руководителей к поиску инструментов, направленных на совершенствование и повышение эффективности производственных, операционных процессов предприятия. Разработка новых методов и инструментов оптимизации бизнес-процессов предприятия способствует увеличению прибыли предприятия, минимизации рисков, уменьшению издержек производства, сокращению себестоимости, повышению качества товаров, привлечению клиентов и обеспечивает занятие лидирующих позиций среди конкурентов. Этими особенностями обусловлена актуальность выбранной темы.

Анализ последних исследований и публикаций. Рассмотрению вопросов связанных с изучением особенностей формирования инструментария для совершенствования деятельности предприятия посвящены работы таких ученых как О. М. Аристова, А. В. Губарев, Н. С. Пласкова и др.

Целью исследования является изучение современных инструментов, направленных на совершенствование деятельности предприятия.

Результаты исследования. В современном мире экономические, политические, социальные, демографические, экологические и научно-технические составляющие являются факторами внешней среды, которые оказывают существенное воздействие на функционирование предприятия изменяя вектор их развития. Наличие проблем, которые возникают под воздействием внешних факторов может оказывать двойственное воздействие на деятельность предприятия. С одной стороны, проблемы могут замедлить развитие предприятия, а с другой стороны могут подтолкнуть к новому витку развития. Предприятиям для выживания в конкурентной борьбе, обеспечения сбалансированного функционирования и повышения эффективности деятельности необходимо быть гибким и своевременно реагировать на трансформации, которые происходят во внешнем окружении.

Руководителям необходимо разрабатывать инструменты, которые будут обеспечивать сбалансированную работу предприятий, улучшение методов управления и повышение уровня конкурентоспособности. Разрабатываемые инструменты будут способствовать не только повышению эффективности производственных процессов, но и позволят учитывать и минимизировать риски, связанные с воздействием вышеперечисленных факторов на хозяйственную деятельность предприятия.

Одним из таких инструментов является метод самооценки. Метод самооценки представляет собой всесторонний, систематический, регулярный самоанализ, который позволяет выявить сильные и слабые стороны хозяйственной деятельности. Благодаря использованию метода самооценки можно планировать повышение показателей результативности деятельности на основе анализа достигнутых результатов в соответствии с поставленными целями и критериями. Метод самооценки позволяет предприятию охватить всю организационную структуру и функционировать как социальный организм, в котором коллектив людей объединен общей целью. По итогам

проведенной самооценки выявляются преимущества и недостатки деятельности предприятия. На основе выявленных сильных и слабых сторон хозяйственной деятельности руководитель может формировать механизм внутреннего улучшения системы качества управления предприятием и осуществлять планирование на длительную перспективу, которое является фундаментом стратегии предприятия.

Неотъемлемым инструментом совершенствования деятельности предприятия является метод самофинансирования. Метод самофинансирования представляет собой способ хозяйственной и инвестиционной деятельности, на основе которого предприятие может обеспечить за счет собственных средств финансирование расширенного воспроизводства, прежде всего – нераспределенной прибыли и амортизации [1].

Применять метод самофинансирования инвестиций и обновления основных производственных фондов целесообразно для крупных предприятий с многолетним опытом работы у которых устойчиво генерируется прибыль по результатам основной деятельности. Для новых предприятий, использование данного метода невозможно в силу отсутствия прибыли и накопленных амортизационных отчислений. Среди всех методов финансирования инвестиционной деятельности, метод самофинансирования наиболее надежный. Базовым методом оценки инвестиционной стоимости предприятия служит метод дисконтированных денежных потоков. Реализация данного метода направлена на оптимизацию структуры источников финансирования инвестиционной деятельности предприятия, исходя из критерия «доходность – риск – ликвидность».

Для собственников предприятий, которые стремятся наращивать свой потенциал ускоренными темпами необходимо применять метод изменения дивидендной политики в основе которого лежит уменьшение выплачиваемых дивидендов; метод изменения финансовой политики направленный на повышение доли привлеченного капитала в общей сумме авансированного капитала; метод повышения оборачиваемости активов предприятия обеспечивающий рост количества оборотов одного рубля активов за определенный временной период; метод увеличения рентабельности продукции в основе которого лежит сокращение издержек производства и обращения [2]. Улучшить и оптимизировать структуру источников финансирования инвестиционной деятельности предприятия можно на основе: методов привлечения источников финансирования инвестиционной деятельности предприятия, кредитного, лизингового, арендного финансирования, а также модели оптимизации собственных и заемных источников финансового обеспечения инвестиционной деятельности [1, 2]. Перечисленные методы финансирования по-разному влияют на эффективность и результативность деятельности предприятия.

Вывод. Систематические изменения и совершенствование хозяйственной деятельности предприятия является важным критерием для повышения эффективности производства, увеличения уровня конкурентоспособности и улучшения методов управления. Разработка и применение инструментов совершенствования хозяйственной деятельности позволит предприятию адаптироваться под рыночные условия, внедрять новые прогрессивные и производительные технологии, что будет способствовать улучшению основных производственных показателей.

Список литературы:

1. Аристова, О. М. Инструменты совершенствования деятельности предприятия по продвижению товаров и услуг / О. М. Аристова // Российское предпринимательство – 2014. – № 7 (253). – С. 77-81.
2. Пласкова, Н. С. Совершенствование методического инструментария бизнес-анализа эффективности деятельности предприятия / Н. С. Пласкова // Управленческие науки. – 2022. – 12(1) – С. 32-41. – DOI: 10.26794/2304-022X-2022-12-1-32-41.

Шульга Н. И., Корниенко М. А., студент
Научный руководитель: Лапшина Е. А.
Донецкий государственный университет, РФ
bvaa365@gmail.com, walhalla.kiroz@gmail.com

ДИСТАНЦИОННЫЙ (ВИРТУАЛЬНЫЙ) МЕНЕДЖМЕНТ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Актуальность. Современная глобальная экономика характеризуется увеличением скорости изменений, что можно оценить по скорости перемещения капитала, осуществляемого с помощью информационных технологий. При этом возникает ситуация обострения конкуренции, связанная с неравномерным применением информационных технологий разными предприятиями.

На данном этапе передовые предприятия активно используют «облачные» технологии, но многие другие обходятся минимумом средств. Соответственно некоторые потребители используют книжные интернет-магазины и делают покупки независимо от его нахождения и нахождения товара, тогда как другие покупают непосредственно в помещении магазина.

В настоящее время территориально распределенные компании используют интернет для синхронизации рабочего цикла от поставщика до дилера. Дальнейший путь – это создание предприятий с новой организацией – виртуальные предприятия. В какой степени каждое конкретное предприятие будет использовать интернет-технологии – зависит только от него. Современный этап применения ERP-систем фактически создает организации, имеющие виртуальные механизмы управления, которые могут быть облачными.

Анализ последних исследований и публикаций. На момент последних публикаций на эту тему, в 2023 года, общую информацию и обзор тенденций. Данными исследованиями занимались: (Жиров В. Ф., Боцура А., Гольдштейн Г. Я., Друкер П. А., Зотов В. В., Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф.)

Цель исследования: изучение современного состояния дистанционного менеджмента, выявление ключевых тенденций в его развитии, анализ эффективности применения технологий и методов управления виртуальными командами, а также выявление перспектив развития данной формы организации труда.

Результаты исследования. Дистанционный менеджмент, также известный как удаленное управление или управление виртуальными командами, становится все более актуальным в современном мире. Этот подход к управлению персоналом предполагает работу команды, члены которой находятся на расстоянии друг от друга, и взаимодействуют с использованием современных технологий связи. Цель исследований в области дистанционного менеджмента может включать в себя следующие аспекты:

эффективность дистанционного управления: изучение того, насколько эффективно дистанционное управление в сравнении с традиционными методами. Это может включать анализ производительности, уровня удовлетворенности сотрудников, а также других ключевых показателей успеха;

технологические инструменты: исследование современных технологических инструментов, используемых для дистанционного управления, таких как видеоконференции, проектные платформы, системы управления задачами и другие. Определение их эффективности и влияния на рабочий процесс;

коммуникация и сотрудничество: изучение методов и стратегий обеспечения эффективной коммуникации и сотрудничества в виртуальных командах. Это включает в себя анализ средств связи, структуры коммуникации и стратегий построения доверия;

управление производительностью: разработка методов и инструментов для управления производительностью удаленных сотрудников. Это может включать в себя разработку ключевых показателей эффективности, систем оценки производительности и других методов контроля результативности;

адаптация к изменениям: исследование способов адаптации дистанционного менеджмента к изменяющимся условиям рынка, технологическим инновациям и социокультурным изменениям;

обучение и развитие сотрудников: разработка стратегий обучения и развития для удаленных сотрудников, а также определение того, какие компетенции и навыки необходимы для успешной работы в дистанционных условиях;

безопасность данных и конфиденциальность: исследование вопросов безопасности данных при удаленной работе и разработка мер по защите конфиденциальной информации.

Также стоит отметить в исследованиях таких ученых как: Гольдштейн Г. Я., Мескон М. Х., были затеты проблемы дистанционного менеджмента, а также их решения. На основе этих данных составим таблицу 1 [4].

Таблица 1

Проблемы дистанционного менеджмента и их решения

Проблемы дистанционного менеджмента	Решения
1. Коммуникационные трудности: Отсутствие непосредственного взаимодействия может привести к неэффективной коммуникации, недопониманиям и потере контекста.	Решение: Внедрение эффективных онлайн-коммуникационных инструментов, проведение регулярных совещаний.
2. Отсутствие контроля: Менеджеры могут испытывать трудности в отслеживании работы сотрудников без физического присутствия.	Решение: Использование проектных инструментов, установка ясных целей и метрик оценки результативности.
3. Проблемы с мотивацией: у сотрудников может возникнуть чувство изоляции и потери мотивации.	Решение: Организация онлайн-мероприятий, поддержка командной культуры, обеспечение возможностей для обучения и развития.
4. Технологические проблемы: Недоступность или неэффективное использование технологий может стать преградой для эффективной работы.	Решение: Регулярное обновление программного обеспечения, обеспечение доступности технической поддержки.
5. Недостаток личного взаимодействия: Отсутствие личного общения может повлиять на формирование культуры компании и командной динамики.	Решение: Организация корпоративных мероприятий, виртуальных командных стратегических сессий.

Еще, ученый в области экономики Хедоури Ф., в одной из своих работ выделил следующие основные результаты и тенденции:

1. Увеличение роли дистанционного менеджмента: пандемия COVID-19 стала катализатором для более широкого принятия дистанционного менеджмента. Многие компании столкнулись с необходимостью пересмотра своих стратегий и внедрения инструментов удаленной работы.

2. Технологические инновации и цифровая трансформация: развитие технологий и внедрение цифровых решений усиливают возможности для эффективного виртуального управления. Инструменты для онлайн-коммуникаций, виртуальные платформы для совместной работы и системы управления задачами становятся неотъемлемой частью бизнес-процессов.

3. Гибридные модели работы: возникает тенденция к созданию гибридных моделей работы, которые сочетают в себе элементы дистанционной и офисной работы.

Это позволяет компаниям адаптироваться к различным потребностям и предпочтениям сотрудников.

4. Развитие лидерских навыков: дистанционный менеджмент требует развития специфических лидерских навыков, таких как эффективная коммуникация в виртуальной среде, управление распределенными командами и поддержка коллективной работы на расстоянии.

5. Управление производительностью и благополучием сотрудников: одним из ключевых вопросов в дистанционном менеджменте становится поддержание производительности и благополучия сотрудников. Компании активно ищут стратегии для обеспечения баланса между работой и личной жизнью.

6. Безопасность данных и конфиденциальность: с увеличением онлайн-взаимодействия возрастает важность обеспечения безопасности данных и конфиденциальности виртуальных рабочих процессов.

7. Обучение и развитие виртуальных навыков: сотрудники и руководители сталкиваются с потребностью в обучении новым виртуальным навыкам, таким как эффективное управление временем, использование онлайн-коллаборации и соблюдение виртуального профессионального этикета.

Вывод. Развитие дистанционного менеджмента обещает увеличение эффективности работы, привлечение лучших специалистов со всего мира и создание более гибких и адаптивных рабочих условий для сотрудников. Однако, важно помнить, что успешное внедрение этого подхода требует не только технологических инноваций, но и соответствующего управления, ориентированного на человека, и поддержки корпоративной культуры.

Список литературы:

1. Шароватов, Ю. Дистанционный менеджмент. Как управлять сотрудниками на удалёнке / Ю. Шароватов. – Текст: электронный. – 2020. – URL: <https://akniga.org/sharovatov-yuriy-distancionnyy-menedzhment-kak-upravlyat-sotrudnikami-na-udalenneke?ysclid=lpbfun6c30460672957> (дата обращения: 20.11.23).

2. Мезин, А. По домам. Как превратить дистанционную работу в преимущество. – Текст: электронный. – URL: <https://www.litres.ru/book/aleksandr-mezin/po-domam-kak-prevratit-udalennuu-rabotu-v-preimuschestvo-51839276/?ysclid=lpbfvsemcv671999243> (дата обращения: 20.11.23).

3. Зотов, В. В. Институциональные проблемы реализации системных функций экономики / В. В. Зотов, В. Ф. Пресняков, О. В. Розенталь. – Текст: электронный // Экономическая наука современной России. – 2021. – № 3. – С. 51–69. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/institutsionalnye-problemy-realizatsii-sistemnyh-funktsiy-ekonomiki?ysclid=lpbfx7i6kg398829934> (дата обращения 20.11.23).

4. Мескон, М. Х. Основы менеджмента = Management / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – 3-е изд. – М.: «Вильямс», 2019. – 672 с.

5. Mowshowitz, A. Virtual organization. – Greenwood Publishing Group, 2019. – 264 p.

6. Орлов, А. И. Менеджмент: учебник / А.И. Орлов. – М.: Изд-во «Изумруд», 2020. – 298 с.

Секция «Международный бизнес и GR-менеджмент»

Бондарь Е. В., студентка
Научный руководитель: Костина Т. В., канд. экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
ekaterinabondar900@gmail.com

АНАЛИЗ ПРОБЛЕМ, РИСКОВ И ВОЗМОЖНОСТЕЙ VODAFONE GROUP PLC

Актуальность темы исследования заключается в наличии ряда спорных моментов при анализе проблем и возможностей Vodafone Group PLC.

В качестве **целей** рассматриваются следующие: анализ проблем и рисков, выявление возможностей Vodafone Group PLC.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблемы рисков, а также возможностей анализируемой компании в телекоммуникационной отрасли, изучены в работах западных специалистов: Антони Р.Н., Р.Энтони, Дж. Рис, Йорт Бетге и других исследователей [2].

Результаты исследования. Результаты проведенного исследования могут быть использованы в целях совершенствования экономической и социальной политики Vodafone Group PLC. Vodafone Group – ведущая в мире компания мобильной связи со штаб-квартирой в Ньюбери, Беркшир, Англия. Vodafone имеет глобальную сеть в Европе, на Ближнем Востоке, в Африке, Азии, Тихоокеанском регионе и Соединенных Штатах. Цель компании – стать лидером в области коммуникаций. Vodafone помимо базовых телекоммуникационных услуг предлагает другие продвинутые сервисы, такие как Vodafone Office, Vodafone Passport, позволяющий клиентам пользоваться домашним тарифом за границей, Vodafone Live! и Vodafone 3G. Vodafone столкнулся со многими проблемами в процессе своего расширения и глобального охвата.

Операционные возможности Vodafone Group PLC поддерживают инновационную стратегию в области продуктов и услуг, которая, заключается в следующем:

1. Планирование проникновения на рынок: выбор подходящих сегментов рынка и разработка для них соответствующих продуктов.
2. Управление сегментом рынка: выбор целевой аудитории для максимизации прибыли и повышения прибыльности.
3. Планирование развития системы: разработка системы, которая способствовала бы эффективному процессу, способствующему увеличению инвестиций.
4. Планирование разработки продукта: жизненный цикл разработки продукта, от концепции до обслуживания, включая людей, процессы и технологии.
5. Управление альянсом: структурирование организационной структуры, необходимой для использования физических и интеллектуальных активов партнеров для получения многосторонней выгоды [2].

Возможности анализируемой компании зависят от того, насколько ее руководство успешно осуществляет приобретения, сохраняя при этом эффективную организационную структуру с низкими затратами и способность проводить исследования и разработки для внедрения передовых технологий. Vodafone способен поддерживать высокотехнологичное лидерство в системах мобильной телефонии. Эта способность также должна рассматриваться как их ключевая компетенция, поскольку эти способности дают им источник конкурентного преимущества перед конкурентами. Благодаря расширению возможностей в области исследований и разработок, платформы 3G для мобильной телефонии как для передачи голоса, так и данных

позволили Vodafone сохранить конкурентное преимущество. Группа обладает ценными, исключительными и дорогостоящими для воспроизведения возможностями; следовательно, она потенциально способна разрабатывать новые услуги, технологии и приложения.

На основании ежегодного отчета, необходимо отметить ряд факторов, оказывающих влияние на функционирование компании в телекоммуникационной отрасли:

Таблица 1

Факторы, оказывающие влияние на функционирование компании в телекоммуникационной отрасли

Факторы	Содержание
Политические	Политические факторы включают налоговую политику, трудовое законодательство, экологическое законодательство, торговые ограничения, тарифы и политическую стабильность. Vodafone ценит отношения с клиентами и, следовательно, готова изменить свой подход от ценообразования за единицу продукции и тарифов, основанных на единицах, к предложениям, которые обеспечивают гораздо большую ценность для клиентов в обмен на их лояльность.
Экономические	Экономические факторы включают экономический рост, процентные ставки, обменные курсы и уровень инфляции. Vodafone предлагает своим клиентам обоснованную цену, которая позволяет им приобретать их продукт в широком смысле.
Социальные	Социальные факторы включают демографические и психологические аспекты, а также осведомленность о состоянии здоровья, темпы роста населения, возрастную группу, перспективы карьерного роста и важность благополучия.
Технологические	Стремительное расширение индустрии мобильной связи в сочетании с увеличением числа пользователей Интернета гарантируют в ближайшем будущем множество возможностей для огромного глобального рынка, на котором сочетаются инновации и технологии, что приведет к широкому спросу на услуги беспроводной передачи данных в будущем. С точки зрения пользователя, скорость передачи данных невысока, а настройка соединения занимает много времени и является довольно сложной. Vodafone очень склонен предоставлять покрытие сети для своих клиентов по обоснованной цене. Vodafone применяет тщательный и обдуманный подход к размещению наших базовых станций, чтобы обеспечить расширенный охват и качественное обслуживание, особенно в зонах интенсивного использования
Экологические	К марту 2025 года Vodafone стремится быть признанным "зеленым" брендом как минимум на 80% развитых рынков. Ряд инициатив, предпринятых группой, включает утилизацию мобильных телефонов, внедрение универсального энергоэффективного зарядного устройства, сокращенную упаковку и электронное выставление счетов
Демографические	Группа компаний Vodafone работает на 26 рынках (вместе с партнерскими сетями еще в 14 странах), насчитывая примерно 185,8 миллиона зарегистрированных клиентов и примерно 401,5 миллиона постоянных клиентов Vodafone учитывает все демографические и психологические факторы и стремится обеспечить хорошее покрытие для наших клиентов, независимо от того, находятся ли они в сельской местности, в городах или внутри зданий
Глобальные	Vodafone – одна из самых успешных глобальных компаний, прошедшая путь от обладателя одной из первых двух лицензий на мобильную связь в Великобритании до доминирующего глобального бренда. На Группу распространяется регулирование, регулирующее функции их коммерческой деятельности. Регулирование обычно принимает форму отраслевого закона и нормативных актов, охватывающих телекоммуникационные услуги, и общего закона о конкуренции, применимого ко всем видам деятельности

Анализируя информацию, представленную в таблице 1, следует подчеркнуть чрезвычайно цифровизированный характер среды, в которой работает компания. Высокая скорость технологической эволюции и рост телекоммуникационной сферы создают основу для соответствующего роста киберпреступности и количества взломов. Таким образом, Vodafone осознает необходимость создания безопасной среды и постоянно

развивающихся систем безопасности, которые могут защитить своих клиентов от кражи данных и гарантировать им конфиденциальность.

Vodafone известна тем, что инвестирует в развитие и поддерживает устойчивые технологии, которые могут помочь компании развиваться. Одной из возможных областей финансирования является солнечная и ветроэнергетика, которые также зависят от технологий и могут извлечь выгоду из ресурсов, имеющихся в распоряжении корпорации. Таким образом, способствуя распространению экологически чистых электростанций, компания может найти дополнительную энергию для снабжения своих сетей и минимизировать вред, наносимый окружающей среде [3].

В то же время на услуги мобильной связи, предлагаемые Vodafone, приходится около 70% выручки. К ним относятся звонки, текстовые сообщения и доступ к данным с помощью смартфонов. Данное подразделение является еще одним чрезвычайно ценным ресурсом компании:

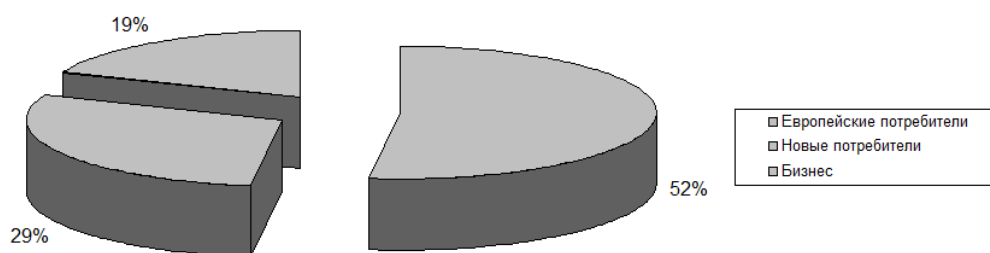


Рис. 1. Доли выручки на услуги мобильной связи, предлагаемые Vodafone [4]

Анализируя данные, представленные на рисунке 1, можно сделать следующие выводы: наибольший доход (52%) генерирует группа европейских клиентов, а продажи услуг мобильной связи являются основным, покупаемым ими продуктом. Группа Vodafone, работающая как на развивающихся, так и на зрелых рынках, приобрела очень небольшую долю на азиатских рынках. Экономика рынка мобильных телефонов может повлиять на долю Группы на рынке и в долгосрочной перспективе может столкнуться со значительными угрозами. По этой причине Vodafone удастся получить серьезное преимущество, используя данный ресурс [1].

Выводы. Таким образом, можно отметить, что основные проблемы Vodafone вытекают из уникальных особенностей телекоммуникационного сектора и проблем современного мира. Постепенное ухудшение состояния окружающей среды и вопросы, связанные с использованием энергии и возобновляемых ресурсов, влияют на работу выбранной компании и ее стратегические решения.

Список литературы:

1. Акции VOD. Цена Акции Vodafone Group PLC. Купить Акции Vodafone Group PLC. Торговля Акциями. VOD IFCM. – Текст: электронный. – URL: <https://www.ifcmarkets.com/ru/trading-conditions/stocks/vod> (дата обращения: 25.11.2023).
2. Vodafone Group Plc Strategic Analysis | Free Essay Example. – Текст: электронный. – URL: <https://studycorgi.com/vodafone-group-plc-strategic-analysis/> (дата обращения: 23.11.2023).
3. Vodafone Group Plc Strategic Analysis | Free Essay Example Vodafone Pink Sheet risk analysis – VODPF. Macroaxis. – Текст: электронный. – URL: <https://www.macroaxis.com/volatility/VODPF/Vodafone-Group-PLC> (дата обращения: 19.11.2023).
4. Vodafone issues, risks and opportunities - 4012 Words – NerdySeal – Текст: электронный. – URL: <https://nerdyseal.com/vodafone-issues-risks-and-opportunities/> (дата обращения: 20.11.2023).

Vashchenko V.V.

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education
“Priazov State Technical University”, Russian Federation
Valeriavasenko54@yandex.ru

INNOVATIVE SERVICE MANAGEMENT STRATEGY BASED ON A MARKETING APPROACH

Actuality. The modern stage of the development of a socially oriented society presupposes the formation of an industrial-service character of the economy. The transition of the economy to socially oriented market relations, aimed at the comprehensive activation of the human factor, the consistent improvement of people's living and working conditions, as well as more complete, high-quality satisfaction of their growing needs, presupposes the preferential development of the "tertiary" sector of the economy along with the industrial sector. The well-being of a person and the satisfaction of his socio-cultural needs, the growth of the service sector of the economy are the most important features of the progressive development of a socially oriented economy. With the change in the place and role of the service sector in public production, the content of modern market relations has also changed. It is necessary to develop new approaches to determining the economic aspects of the functioning of this sector.

Analysis of recent studies and publications. Both foreign and domestic scientists have paid a lot of attention to the problem of management of the service sector. Studies of theoretical and methodological problems of the development of the service sphere are of particular importance. Scientists such as S.Ya. made a significant contribution to the study of the specified problem. S.Ya. Voytovych [1], V.M. Geets [2], O.B. Morgulets [3], A.V. Sidorova [4], and others. In the works of the above authors, methodological, theoretical and practical aspects of the development of the service sector in Ukraine and the world are explored. However, insufficient attention has been paid to the development of a unified strategy for the development of the service sector and the use of a marketing approach to the implementation of this strategy.

The purpose of the research. The practical action of the mechanism for managing the development of the service sector provides for constant analysis and clarification of development goals, tasks, existing developments taking into account changes in the social and economic situation, which requires, in turn, the adjustment of previously developed means and methods of state regulation of the service sector with the transfer of the planning horizon to more promising period

Currently, the implementation of reforms in the service sector is taking place in the conditions of old management structures and methods, which developed under previous production technologies. Such a situation negatively affects the overall efficiency of the industry, that is, it slows down the development of the service sector as a whole, which means that it requires the introduction of a new development strategy. Innovation strategy is of particular importance for development in these conditions. The innovation strategy assumes the acquisition of competitive advantages through the creation of fundamentally new services or the satisfaction of existing or potential consumers with new services.

Research results. Having chosen this strategy, it is proposed to develop a number of measures to introduce innovations in each of the branches of the service sector, as well as increase the share of the service sector in the country's GDP due to a jump in sales profitability or the creation of a new consumer segment, as well as the introduction of new technologies for the production of services. Statistical analysis shows that the activity of

creating and implementing innovations is characterized, on the one hand, by a high level of risk, and on the other hand, by a high level of profitability.

The formation of a management mechanism for the development of the service sector requires a clear sequence of organized activities with the participation of specialists, analysts, professional managers, which is a necessary condition for the effective functioning of the mechanism that promotes the development of industries and enterprises in the service sector. A similar approach leads to implementation of marketing functions with multi-purpose meaning:

managing the implementation of programs for the development of industries and enterprises in the service sector;

service quality management;

cost regulation and resource management;

management improvement;

management of social development of personnel of enterprises.

Within the framework of market-oriented socio-economic management, the key function, in the presence of potential for the development of a service sector of a certain type, belongs to social and moral marketing, which represents a change in business culture that focuses not on competition, but on cooperation, eliminates sales inflation and ensures honest information from consumers of services to producers. Of particular importance in this regard is positioning decisions, which make it possible to present the characteristics of services in the socio-economic aspect.

Conclusions. Summarizing the above, we can conclude that marketing, being a coordinating function of management, ensures maintaining a balance between the interests of all consumer groups. At the same time, marketing creates and organizes an environment of balanced and stable relations between market participants. Objectively, business needs in the service sector are reflected due to the variety of marketing tasks. The work of developing a marketing system, analyzing market opportunities, and selecting target markets requires a marketing-oriented management system that performs the functions of information management, planning, organizing marketing activities and marketing control.

References:

1. Voitovich, S.Ya. The essence and content of the concept of “marketing strategy” / S.Ya. Voitovich // *Economy and region*. – 2020. – № 4. – P. 77-81.
2. Geets, V.M. Prospects for the development of the Ukrainian economy and the possible influence of innovative factors on it // *Science and science studies*. – 2020. – № 3. – P. 24-28.
3. Morgulets, O.B. Service sector of Ukraine: current realities / Mite // *Bulletin of KNUTD*. – 2021. – № 3. – P. 154-159.
4. Sidorova, A.V. The service sector in a transitive economy / A.V. Sidorova // *Bulletin of Donetsk National University, series “Economics and Law”*. – 2002. – Vol. 2/1. – pp. 371-375.

Коваленко А. А., аспирант,
Максутова Л. В., ассистент

Научный руководитель: Ходова Я. А., канд. экон. наук, доцент
ФГБОУ ВО «Приазовский государственный технический университет», РФ
anastacia.skudar@yandex.ru, Iv.maksutova.@mail.ru

СОВРЕМЕННЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПРИНЯТИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

Актуальность. Мировая экономика третьего тысячелетия отмечается чрезвычайно быстрыми темпами роста, основным фактором которого является распространение управленческих процессов и внедрение их во все сферы хозяйственной деятельности. При таких условиях использование современных концепций менеджмента в управлении процессами на предприятии является необходимым условием обеспечения его устойчивого инновационного развития в долгосрочной перспективе. Необходимо сосредоточить внимание на контроллинге как интегрированной системе управления предприятием, которое должно обеспечить информационно-аналитическую поддержку принятия управленческих решений.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросам, связанным с процессом разработки и принятия управленческих решений, посвящен целый ряд работ таких ученых, как М.Г. Зайцев, Б.Г. Бусов, В. И. Фирсова, А.А. Рубчинский, В.Л. Сендеров, С.П. Кирильчук, М.В. Мельник, С.Ш. Левина и другие.

Целью исследования является изучение особенностей процесса принятия управленческих решений в современных условиях развития экономики.

Результаты исследования. Успешная реализация управленческого решения базируется на четком плане действий, в котором жестко прописаны содержание работ, последовательность их выполнения, необходимое время и ресурсы, требования к качеству, исполнителям, общие и промежуточные результаты решения. Как свидетельствует практика, этап реализации управленческих решений на предприятиях является наиболее слабым звеном процесса принятия управленческих решений, что обусловлено:

недооценкой значимости организационного обеспечения процесса реализации решения;

отсутствие у лица, принимающего решения опыта и базы знаний реализации решений;

непонимание и неумение использовать в своей деятельности методы и способы работы с решениями; тенденция культивирования «успешными владельцами и практиками» пренебрежительного отношения к теории и советам ученых;

невысокий уровень ответственности за качество собственных решений, обусловленный отсутствием обратных связей и реальной безнаказанностью в случае неблагоприятных последствий решения [4].

Реализация решения состоит в организованное выполнения решения, анализе и контроле процесса выполнения, осуществлении обратной связи (рис. 1) [1].

Выполнение решения предполагает координацию усилий многих людей. Поэтому данный этап должен состоять, как правило, из нескольких шагов: план мероприятий; распределение полномочий и обязанностей среди участников, реализующих решение и т.п.

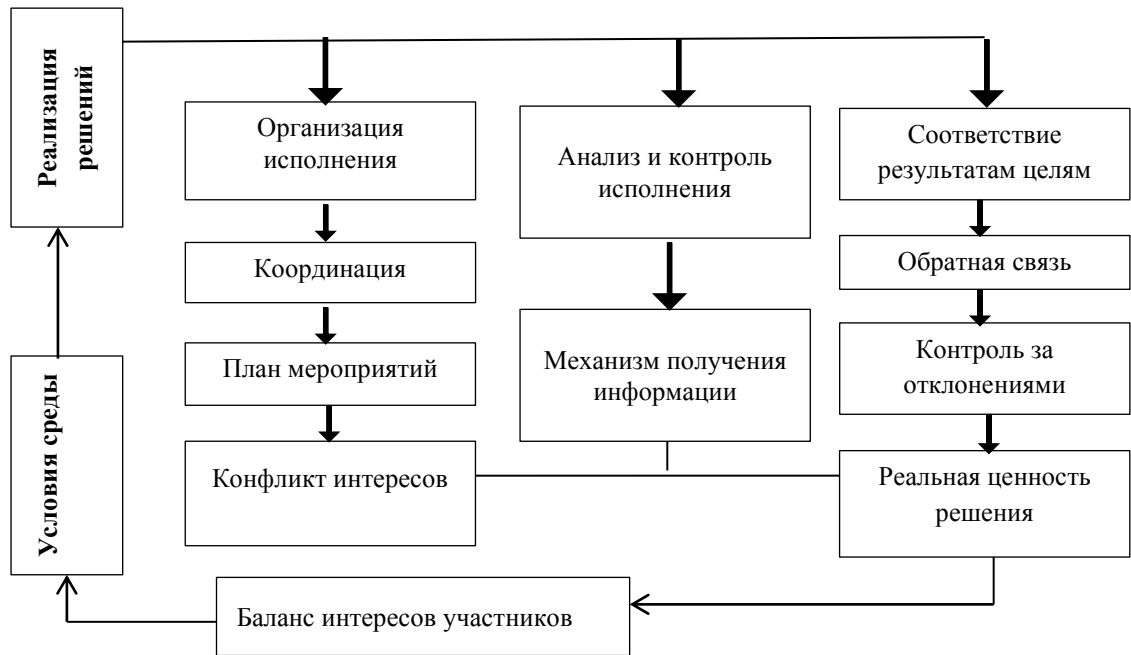


Рис. 1. Алгоритм реализации управленческого решения

Кроме того, процесс реализации решения должен содержать механизм получения информации о ходе выполнения и, в случае необходимости, – корректировку выполнения решения (табл. 1) [3].

Таблица 1

Реализация управленческого решения

Процесс	Характер реакции
Принятие решения	ЛПР – оптимальное сочетание опыта, знаний, креативности; использование специальных методов открытого обсуждения; дополнительный обмен информацией; согласование противоположных взглядов; поиск компромисса.
Разработка плана действий	разработка четкого состава, последовательности действий; сроков выполнения; виды и объем задействованных ресурсов, ответственных лиц.
Контроль реализации плана	мониторинг реализации запланированных мер; использование автоматизированных средств контроллинга; корректировка планов в соответствии с выявленными отклонениями.
Анализ и оценка результатов управленческого решения	выявление сильных и слабых сторон процесса принятия управленческого решения; фиксирование опыта решения аналогичных проблем (ситуаций)

При такой системе мониторинга и управления проблемы появления отклонений в процессе реализации решения может быть спрогнозировано и предотвращено. Реализация управленческих решений на предприятии может организовываться индивидуально и коллективно.

Индивидуальное исполнение решений: ролевое исполнение – функции определенные должностными инструкциями, а вознаграждение осуществляется в рамках формальной организационной системы оплаты труда; исполнение, выходящее за пределы роли, – функции, не входящие в должностные обязанности и не предусматривающие гарантированное вознаграждение.

Коллективное исполнение решений предполагает формирование группы исполнения решения, в состав которой включаются наиболее квалифицированные специалисты по данной проблеме. Коллективное сотрудничество, специалистов и экспертов улучшает процесс принятия решений посредством интеграции знаний, опыта

и различных толкований перспектив. Коллективные усилия позволяют группе принятия управленческого решения лучше понять содержание проблемы, создавать микроклимат для творческого поиска, своевременно определять ошибки в процессе принятия решений.

Поскольку к процессу принятия решений вовлечен коллектив специалистов, именно они обуславливают более жесткие обязательства по коллективным решениям, и поэтому ожидается меньшее сопротивление в процессе их реализации. Следовательно, имеет место ряд очевидных факторов усиления принятия решений, создаваемых коллективным органом, а не индивидуумом. Коллективное исполнение решения предусматривает издание распорядительного документа о формировании группы, в котором назначается руководитель группы и четко прописываются полномочия и ответственность каждого члена группы; определяется система вознаграждения и формы контроля и отчетности.

Каждая организация имеет право выбирать методологию и процедуры реализации управленческих решений в соответствии со спецификой своей деятельности и организацией.

Выводы. Для успешной реализации решений необходимо соблюдение некоторых общих правил: отбирать работников, наиболее подготовленных для решения проблемных ситуаций данного типа, и доводить решения до конкретных исполнителей; следить за тем, чтобы коммуникационные сети выполняли надлежащие функции своевременно и в полном объеме, избегая фильтрации или искажения информации в процессе передачи; наблюдать и оперативно контролировать в режиме реального времени ход выполнения решения, предотвращать возможные ошибки и оказывать своевременную помощь в форме дополнительного инструктажа для выполнения тех или иных процедур.

Список литературы:

1. Левина, С. Ш. Управленческие решения: моногр. / С.Ш. Левина, Р.Ю. Турчаева. – М.: Феникс, 2019. – 224 с.
2. Тебекин, А. В. Методы принятия управленческих решений: учебник для академического бакалавриата / А. В. Тебекин. – М. : Издательство Юрайт, 2018. – 431 с.
3. Учитель, Ю.Г. SWOT-анализ и синтез – основа формирования корпоративной стратегии / Ю.Г. Учитель, М.Ю. Учитель. – Москва: Высшая школа, 2019. – 763 с.
4. Фирсова, И. А. Методы принятия управленческих решений. Учебник и практикум / И.А. Фирсова, М.В. Мельник. – М.: Юрайт, 2018. – 418 с.
5. Юкаева, В. С. Принятие управленческих решений / В.С. Юкаева, Е.В. Зубарева, В.В. Чувикина. – М.: Дашков и Ко, 2019. – 324 с.
6. Постников, В.М. Анализ подходов к формированию экспертной группы, ориентированной на подготовку и принятие управленческих решений / В.М. Постников // Наука и образование. – 2020. – № 5. – С. 333-347.
7. Бусов, В. И. Управленческие решения: учебник для бакалавров / В. И. Бусов. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 254 с.

Мазно К. Э., студент
Научный руководитель: Забавина Е. Ю., канд. экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
maznokarina80@gmail.com

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ОРИЕНТИРЫ РАЗВИТИЯ ПАО «МТС»

Актуальность. Вопросы эффективного функционирования компаний в условиях санкционного давления активно обсуждаются в научном и бизнес-сообществах, а также на государственном уровне. Поскольку компании, обладающие финансовыми, организационно-технологическими, интеллектуальными возможностями и ресурсным потенциалом, являются важными и дееспособными элементами экономики страны, очевидна не только комплексная теоретическая, но и практическая значимость выработки механизма формирования их конкурентных преимуществ в условиях санкционной политики.

Анализ последних исследований и публикаций. К числу зарубежных и отечественных ученых, занимающихся исследованием конкурентных преимуществ относятся: М. Портер, В.Алдерсон, Г. Хамел, К. Прахалад, Д. Дэй, Д. Барни, Г.Л. Азоев, Г.А. Медведев, О.С. Виханский, Э.М. Коротков, З.П. Румянцева, А.В. Тихомирова и др.

Целью исследования является определение стратегических ориентиров развития компании «МТС» с учетом текущих и перспективных рисков.

Результаты исследования. На российском рынке действует большое количество компаний, включая те, которые занимаются телекоммуникационной деятельностью. Одной из ведущих компаний в этой области является ПАО «МТС». Она предлагает широкий спектр услуг, включающих в себя мобильную и фиксированную связь, доступ в интернет, кабельное и спутниковое телевидение, финансовые услуги и электронную коммерцию, цифровые сервисы и мобильные приложения. Кроме того, компания предлагает интегрированные IT-решения в области системной интеграции, интернета вещей, мониторинга, обработки данных и облачных вычислений. Благодаря предоставлению инновационных услуг и решений, МТС вносит ощутимый вклад в экономический рост, обеспечивая повышение качества жизни людей в странах своего присутствия [1].

Для определения стратегических ориентиров развития компании «МТС» был проведен SWOT-анализ (табл. 1). Из полученных результатов сделаны выводы, что «МТС» на сегодняшний день входит в число лидеров IT-рынка и является лидером рынка сотовой связи, но, при имеющихся значительных преимуществах компании, её преследует ряд угроз.

В настоящий момент два события требуют особого внимания и контроля компании в части управления рисками. Вспышка пандемического штамма SARS-CoV-2 оказала негативное воздействие на мировую экономику, привела к нарушению цепей поставок и созданию значительной неустойчивости на финансовых рынках. Новые вспышки коронавирусной инфекции могут привести к ряду негативных последствий: к повышению цен со стороны поставщиков и возможному отказу финансирования закупок; к задержкам в поставках оборудования и абонентских устройств; к сокращению выпуска продукции и предоставления услуг; к снижению спроса на продукты и услуги компании «МТС», включая услуги международного роуминга [2].

Кроме того, в 2022 г. ряд стран ввели новые санкции и экспортный контроль в отношении Российской Федерации, определенных секторов ее экономики, а также физических и юридических лиц. Возможное расширение или продление таких ограничений, а также неопределенность, связанная с изменением регуляторной среды в

России, могут поставить перед компанией дополнительные задачи в области соблюдения норм и процедур и негативно отразиться на ее бизнесе.

Таблица 1

SWOT-анализ ПАО «МТС»

Сильные стороны компании	Слабые стороны компании
<ol style="list-style-type: none"> 1. Лидер рынка. 2. Наличие всем известного бренда, «МТС» - один из самых популярных операторов. 3. Высокое качество услуг, по сравнению с конкурентами. 4. Большая зона покрытия связи и множество вышек передачи сигнала («МТС» покрывает территорию, на которой проживает 92% населения РФ). 5. Квалифицированное руководство и персонал. 6. Наличие большого числа салонов в шаговой доступности. 7. Рост мобильной выручки в России, связанный с ростом потребления интернет-трафика и услуг связи. 8. Рост потребления сервисов экосистемных направлений, в частности – финтех и медиа. 9. Регулярное внедрение новых технологий, продуктов и услуг. 10. Развитая экосистема цифровых продуктов на платформе сильного телекома. 11. Функционирование крупной сети розничных магазинов. 12. Управленческий опыт и внедрение лучших отраслевых практик. 13. Значительные инвестиции в инфраструктуру и развитие персонала. 14. Рост розничного кредитного портфеля и комиссионных доходов МТС-Банка. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Высокая себестоимость оказываемых услуг. 2. Высокие издержки, связанные с обслуживанием сети. 3. Однородность рекламных акций. 4. Нехватка зарубежных дилеров. 5. Высокая цена за роуминг. 6. Падении роуминговой выручки в период пандемии. 7. Возросшая амортизация ввиду усиленных капитальных вложений. 8. Отрицательные курсовые разницы в связи с ослаблением курса рубля. 9. Дополнительные расходы на санитарные меры в период пандемии. 10. Снижение продаж телефонов и аксессуаров ввиду введенных импортных ограничений значительно ограничило рост выручки. 11. Повышение финансовых расходов на фоне более высоких процентных ставок.
Возможности	Угрозы
<ol style="list-style-type: none"> 1. Снижение затрат на продвижение услуг компании благодаря силе бренда. 2. Расширение сферы деятельности компании и ускоренный выход на новые рынки. 3. Расширение спектра инновационных востребованных услуг. 4. Увеличение прибыли за счёт привлечения новых лояльных клиентов. 5. Компенсация снижения телеком-выручки за счет запуска платформы для крупного бизнеса. 6. Повышение качества услуг за счёт внедрения новых технологий и участия в новых проектах. 7. Взаимовыгодный обмен практиками управления с партнерами. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Экономическая и социальная нестабильность. 2. Новые всплески пандемического штамма и снижение уровня доходности населения. 3. Обострение конкуренции. 4. Повышение себестоимости продуктов и услуг. 5. Распространение негативного отношения населения к мобильной связи. 6. Появление альтернативных услуг связи на рынке. 7. Невостребованность предоставляемых компанией услуг и снижение конкурентоспособности. 8. Налоговые риски.

Кроме того, ряд западных компаний и бирж приостановили, прекратили или ограничили свою деятельность в России не в силу требований применимых к ним законов, а по собственной инициативе. 28 февраля 2022 г. были приостановлены торги на Московской бирже всеми эмиссионными ценными бумагами, в том числе обыкновенными акциями компании, до частичного восстановления торгов акциями 24 марта 2022 г. и полного восстановления торгов на Московской бирже 28 марта 2022 г. [3]. Также 28 февраля Нью-Йоркская фондовая биржа приостановила торги американскими депозитарными расписками («АДР») МТС и некоторых других российских компаний [4].

Дальнейшее развитие упомянутых выше процессов прогнозировать трудно. Целесообразно обратить внимание на риски, связанные с ограничением или полным закрытием доступа к рынкам капитала, возможные барьеры для получения финансирования по коммерчески обоснованным условиям, а также риск ограничений на импорт необходимого оборудования и программного обеспечения. Следует также учитывать вероятность внесения в санкционные списки партнеров либо топ-менеджмент Группы МТС.

На способность сохранять долю рынка и абонентскую базу компании «МТС» может оказать негативное влияние обострение конкуренции с уже действующими телекоммуникационными компаниями и появление новых операторов (виртуальной сети, мобильной связи, альтернативных операторов фиксированной связи и спутникового телевидения), обусловленное динамичным развитием технологий и появлением новых продуктов. Очевидно, в сложившихся условиях компании «МТС» необходим комплексный подход к развитию сети. Учитывая рассмотренные риски, компания ищет пути для укрепления своих позиций. На наш взгляд, участие в инновационных проектах в сфере цифровой экономики предоставит широкие возможности в создании новых продуктов и услуг и позволит расширить рынки присутствия ПАО «МТС». Кроме того, необходимо осуществление дальнейших инвестиций в инфраструктуру 3G и 4G и эксплуатация тестовых зон 5G, что обеспечит возможность эволюции сети.

Выводы. В текущем 2023 г. компания разработала стратегию, согласно которой минимум 50% доходов рассчитывает зарабатывать не на телеком-услугах. Например, МТС собирается запустить платформу для крупного бизнеса - МТС Ads, на которой можно организовать кампании по модели full-service и self-service.

В среднесрочной перспективе формируемый портфель высокоуровневых цифровых сервисов ПАО «МТС» будет актуальным инструментом сохранения лояльности потребителей и повышения среднего уровня дохода от клиента. К формированию и развитию такой цифровой среды целесообразно привлечь не только собственные разработки, но и инновационные партнерские продукты. Кроме того, в подтверждение долгосрочных лидерских амбиций, в марте 2023 г. компания «МТС» провела долгожданный ребрендинг. Такой гибридный подход позволит компании расти на рынке быстрее.

Список литературы:

1. Информация о МТС. – Текст: электронный. – URL: <https://moskva.mts.ru/about/informaciya-o-mts/mts-v-rossii-i-v-mire/okompanii/informaciya-o-mts> (дата обращения: 11.10.2023).
2. Система управления рисками ПАО «МТС» – Текст: электронный. – URL: <https://ar2020.mts.ru/ru/corporate-governance/structure-management/risk-management/> (дата обращения: 11.10.2023).
3. ЦБ объявил о приостановке торгов ценными бумагами на Мосбирже 28 февраля. Ведомости – Текст: электронный. – URL: <https://www.vedomosti.ru/finance/news/2022/02/28/911248-o-priostanovke-torgov-tsennimi-bumagami-na-mosbirzhe?ysclid=loit3gist6910921844> (дата обращения: 21.10.2023).
4. Принудительный делистинг АДР и ГДР российских эмитентов. Что это значит и как действовать инвесторам? – Текст: электронный // Banki.ru [сайт]. – URL: <https://www.banki.ru/news/daytheme/?id=10964553&ysclid=loit83vxro374983311> (дата обращения: 21.10.2023).
5. Годовой отчет ПАО «МТС» за 2022 год. – Текст: электронный. – URL: https://mts.ru/upload/contents/537/MTS%20Annual%20Report_2022.pdf (дата обращения: 21.10.2023).

Попов Я. В., студент

Научный руководитель: Костина Т. В., канд. экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
yaros.popov@gmail.com

АНАЛИЗ ОСОБЕННОСТЕЙ НАЦИОНАЛЬНОЙ И РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Актуальность темы. Сегодня в мире происходит как глобализация мировой экономики, так и региональная интеграция и создание экономических союзов.

В условиях растущей взаимозависимости национальных экономик друг от друга, знание специфики и особенностей каждой из них позволяет лучше понимать их влияние на мировой рынок и определять потенциальные возможности для сотрудничества и торговли. Региональная интеграция и создание экономических союзов между странами требуют понимания особенностей и различий в экономических системах, чтобы обеспечить эффективность и взаимовыгодность таких объединений.

Понимание специфики и особенностей экономики страны позволит разработать эффективную экономическую политику, определить факторы, влияющие на ее развитие, и разработать меры для стабилизации и улучшения экономической ситуации. Эти факторы и определили актуальность исследования.

Анализ последних исследований и публикаций. Теоретические аспекты специфики функционирования национальной и региональной экономики рассмотрены такими зарубежными учеными как У. Айзард, В. Кристаллер, А. Леш, Й. Тюнен и др., а также отечественными учёными: В.Г. Анненковой, И.А. Антипиным, В.С. Антонюк, Н.Н. Баранский, А.Г. Гранбергом, Н.Н. Колосовским, Т.Г. Морозовой, Н.Н. Некрасовым, Н.В. Седовой, А.Е. Суглобовым, А.И. Татаркиным, А.Г. Шеломенцевой и др.

Цель исследования – анализ особенностей национальной и региональной экономики в современном мире.

Результаты исследования. Анализ исследований Уолтера Айзарда региональной и Фридриха Листа национальной экономик подчеркивает необходимость учета специфических особенностей каждого региона при разработке экономической политики и создании условий для равномерного экономического развития [4, 5].

Роль национальной экономики в современном мире очень важна, так как она определяет не только экономическое развитие страны в целом, но и различных регионов внутри страны. Национальная экономика влияет на уровень жизни населения, на уровень безработицы, инфляции, уровень доходов и многие другие аспекты экономической жизни. Фридрих Лист, как один из основателей теории национальной экономики своих работах он утверждал, что каждая нация имеет свои уникальные ресурсы, которые могут быть использованы для экономического роста и развития.

Он также выступал за протекционистскую политику, считая, что она может помочь странам защитить свою промышленность от иностранной конкуренции и стимулировать ее развитие.

Уолтер Айзард создал ряд моделей для изучения региональных систем, разработал концепцию пространственного взаимодействия, которая описывает, как различные регионы взаимодействуют друг с другом и как это влияет на их развитие. Он также предложил модель «центр-периферия», которая объясняет, как происходит развитие регионов и какие факторы на это влияют.

Основываясь на анализе работ данного ученого, можно выделить основные функции региональной экономики в современном мире, такие как:

развитие территорий – региональная экономика способствует развитию отдельных территорий, повышая уровень жизни населения, создавая новые рабочие места, развивая инфраструктуру и привлекая инвестиции;

распределение ресурсов – различные регионы обладают различными природными и человеческими ресурсами, и региональная экономика помогает эффективно распределять эти ресурсы для максимальной выгоды;

сотрудничество и интеграция – региональные экономики способствуют развитию межрегионального сотрудничества и интеграции, что способствует обмену опытом, технологиями и ресурсами;

устойчивое развитие – региональная экономика играет важную роль в обеспечении устойчивого развития, так как различные регионы могут специализироваться в производстве определенных товаров или услуг, что способствует диверсификации экономики и снижению зависимости от отдельных отраслей.

Если анализировать функции национальной экономики (которые одновременно выступают и функциями государства, то можно выделить среди них общие и специфические. К общим относятся три: становление, сохранение и развитие, а к основным специфическим – социальная и производственная. Социальная отвечает за духовно-ориентированное воспроизводство материальной жизни человека и всего общества, а производственная – за создание необходимых жизненных средств (продуктов). Взятые вместе, они образуют единый социально-экономический процесс.

Основные специфические функции разветвляются в ряд специфических подфункций. Так, социальная реализуется через такие направления как создание условий для роста численности и благосостояния населения, борьба с бедностью, достижение социального равенства и др. Производственная осуществляется через различные виды промышленной политики, развитие агропромышленного комплекса, транспорта, информационных технологий и т. д.

Выполняемые функции порождают и ряд особенностей национальной и региональной экономики в современном мире.

В современном мире национальные экономики становятся все более взаимозависимыми и глобализированными. Это означает, что экономические решения, принятые в одной стране, могут иметь влияние на другие страны и на мировую экономику в целом. Также современная национальная экономика сталкивается с вызовами, такими как изменение климата, технологические инновации, демографические изменения и т.д. Эти вызовы требуют новых подходов к управлению экономикой и развитию стратегий для устойчивого развития. Еще одной спецификой современной национальной экономики является роль информационных технологий и цифровизации. Они меняют способы производства, потребления, коммуникации и торговли, что требует адаптации экономической политики и инструментов управления.

Современные региональные экономики также становятся все более взаимозависимыми и интегрированными в глобальную экономику. Это означает, что решения, принятые на уровне региона, могут иметь влияние не только на этот регион, но и на другие регионы и на мировую экономику. Также важную роль в региональной экономике играют местные культурные, социальные и политические особенности, которые могут оказывать влияние на экономическое развитие региона. Информационные технологии и цифровизация также оказывают влияние на региональную экономику, изменяя способы ведения бизнеса, образования, здравоохранения и других сфер жизни.

Региональная экономика и национальная экономика имеют некоторые сходства и различия.

Национальная экономика относится к экономике страны в целом, включая все отрасли производства, распределения, обмена и потребления товаров и услуг. Региональная экономика, с другой стороны, относится к экономике конкретного географического региона внутри страны. Сходства между национальной и региональной экономикой включают общие принципы работы экономики, такие как спрос и предложение, производство, потребление, инвестиции, занятость и т.д.

Различия между ними заключаются в масштабе и уровне анализа. Национальная экономика охватывает всю страну, в то время как региональная экономика фокусируется на конкретном регионе и его специфических особенностях. Кроме того, национальная экономика может иметь более сложную структуру и большее разнообразие отраслей и секторов, чем региональная экономика.

Выводы. В современном мире национальная и региональная экономика сталкиваются с различными вызовами и возможностями. Национальные экономики сталкиваются с глобальными проблемами, такими как изменение климата, международная торговля, миграция и технологические инновации. В то время как региональные экономики могут сталкиваться с уникальными проблемами, такими как демографические изменения, доступ к ресурсам, инфраструктура и развитие местных отраслей. Однако, региональные экономики также могут представлять значительные возможности для национальной экономики. Например, развитие инновационных центров, туристических зон или производственных зон в различных регионах может способствовать росту национальной экономики в целом.

Таким образом, важно учитывать как национальные, так и региональные особенности при разработке экономической политики и стратегий развития. Обе формы экономики играют важную роль в обеспечении устойчивого и устойчивого развития страны.

Список литературы:

1. Пронина, Л. И. Роль и место региональной экономики в современном обществе / Л.И. Пронина. – Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-i-mesto-regionalnoy-ekonomiki-v-sovremennom-obschestve/viewer> (дата обращения: 18.11.2023).
2. Татаринев, В. С. Особенности национальной экономики / В.С. Татаринев. – Текст: электронный. – URL: https://studopedia.ru/3_172743_osobennosti-natsionalnoy-ekonomiki.html?ysclid=lp5dfh97dl33598688 (дата обращения: 18.11.2023).
3. Васильев, А. Г. Особенности региональной экономики / А.Г. Васильев. – Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-regionalnoy-ekonomiki/viewer> (дата обращения: 18.11.2023).
4. Концепция национальной экономики Ф. Листа. – Текст: электронный. – URL: <https://econ.wikireading.ru/31471?ysclid=lp9vwmr755179321521> (дата обращения: 18.11.2023).
5. Региональная наука У.Айзарда Листа – Текст: электронный. – URL: <https://works.doklad.ru/view/cuTdDdsR2cw.html?ysclid=lp9vs07fl4687514761> (дата обращения: 18.11.2023).

Пузырев М. И., студент
Научный руководитель: Костина Т. В., канд. экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
tkostina20@gmail.com

ИНФЛЯЦИЯ: ЕЕ СУЩНОСТЬ И ТИПЫ, ОСОБЕННОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Актуальность. В наше время, кажется, нельзя прожить и дня, не услышав этого коварного и интригующего слова. О ней говорят, с ней борются, ее боятся. Инфляция является одной из наиболее актуальных экономических проблем в современном мире. Она оказывает значительное влияние на жизнь каждого человека, так как приводит к снижению уровня жизни и увеличению безработицы. Поэтому изучение инфляции и ее влияния на экономику является важной задачей для правительств и центральных банков.

Анализ последних исследований и публикаций. Развитие теории инфляции и антиинфляционного регулирования является предметом исследования как отечественных, так и зарубежных ученых. Первые работы, в которых затрагивается феномен инфляции в контексте общей теории денег появились в рамках классической школы политэкономии, включая работы А.Смита, У.Петти. Особая связь сущности инфляции с государством и денежной властью рассматривалась в работах Г.Ф. Кнаппа, Ф. Хайека, К. Маркса, Ч. Гудхарда, Х.Ф. Мински, В.Смит, М. Форстатера. Особого внимания в данном контексте заслуживают работы Дж.М.Кейнса, которые лежали в основе формирования денежно-кредитной политики в 40-70 гг. XX века. Вопросам о связи инфляции с уровнем независимости центрбанка посвящены работы зарубежных экономистов А. Алезини, А. Цукермана, М. Бейда Р. Паркина, В. Грилли, Д. Маскиандро, Г. Табеллини, Ф. Мишкина, М. Арно. Изучением вопросов инфляции в российской науке занимались такие ученые как А. Аганбегян, А.Г. Алтунян, А.В. Аникин, Д.Н. Ахудзянова, Ю.В. Базулин, Ю.Л. Батичева, С.В. Барулин, И. Березин, А.Г. Бракто, П.Н. Брусов, В.И. Букато, В.К.Бурлачков, Л.А. Васин, В.А. Гамза, С.Ю. Глазьев, О.Дж. Говтвань, Ю.С. Голикова, О.А. Дроздов, А.Н. Дубянский, В.С. Жуделева, Н.И. Зысман, А.Н. Илларионов, Н.Н. Исаенко, М.А. Капустина, Т.В. Коцофана, М.А. Котляров, Л.Н. Красавина, А.Л. Кудрин, Е.Н. Леонтьева, М.Ю. Малкина, С.Р. Моисеев, А.В. Навой.

Цель исследования. Целью данного исследования является анализ сущности и типов инфляции, и ее особенностей в Российской Федерации.

Результаты исследования. Остановимся на инфляции как на предмете исследования и выясним, что за феномен, каковы его корни, столь ли он опасен для экономики, почему и как с ним борется государство. Прежде чем говорить о многочисленных противоядиях, необходимо выяснить, что же это за яд, с которым так усердно многие годы борются правительства всех стран.

Инфляция – это долговременное повышение цен на товары и услуги, которое приводит к снижению покупательной способности денег. Это происходит, когда объем денег в экономике растет быстрее, чем объем товаров и услуг.

Инфляция может быть вызвана различными факторами, такими как увеличение спроса на товары и услуги, снижение производства, изменение цен на сырьевые товары и другие. Она может иметь как положительные, так и отрицательные последствия для экономики и потребителей.

Для борьбы с инфляцией центральные банки могут использовать различные инструменты, такие как изменение процентных ставок, регулирование денежной массы

и другие меры. Однако, слишком низкая инфляция также может быть проблемой, так как она может привести к снижению экономического роста и увеличению безработицы. Инфляция находится под воздействием различных факторов, таких как:

1. Изменение спроса и предложения товаров и услуг на рынке.
2. Изменение стоимости производства товаров и услуг, включая затраты на сырье, энергию, заработную плату работников и т.д.
3. Политические и экономические решения правительства, такие как налоги, регулирование цен, денежная политика и т.д.
4. Внешние факторы, такие как мировые цены на сырье, курсы валют, международные торговые соглашения и т.д.
5. Технологические изменения, которые могут влиять на стоимость товаров и услуг или изменять спрос на них.
6. Социальные и культурные факторы, такие как изменения в потребностях и предпочтениях потребителей, демографические изменения и т.д.

Еще одним видом инфляции, является стагфляция. Стагфляция – это экономический термин, который описывает ситуацию, когда инфляция высока, а экономический рост низкий или отрицательный. Это сочетание стагнации (низкого или отрицательного экономического роста) и инфляции. Стагфляция может возникнуть, когда цены на некоторые товары и услуги растут быстрее, чем общий уровень инфляции, в то время как производство и занятость падают. Это может быть вызвано различными факторами, такими как снижение инвестиций, увеличение государственного долга, изменение мировых цен на нефть и другими.

Существует несколько типов инфляции: административная инфляция – возникает из-за государственного регулирования цен; инфляция издержек – возникает из-за увеличения затрат на производство товаров и услуг; инфляционное ожидание – возникает из-за того, что люди ожидают дальнейшего роста цен; кредитная инфляция – возникает из-за избыточного кредитования экономики; непредвиденная инфляция – возникает, когда цены растут быстрее, чем ожидалось; открытая инфляция – проявляется в росте цен, который виден потребителям; подавленная инфляция – проявляется в снижении качества товаров без изменения цен.

Среди основных причин проявления инфляции можно выделить следующие: увеличение спроса на товары и услуги; снижение производства; изменения в ценах на сырьевые товары; избыточная денежная масса; политические факторы, такие как война или изменение налогов; технологические изменения; экономические циклы.

Как и любое явление, инфляция имеет последствия, социальные и экономические.

Социальные последствия: снижение уровня жизни, особенно для тех, кто получает фиксированный доход, такой как пенсионеры или работники с фиксированной зарплатой; увеличение неравенства, поскольку инфляция может бить по бедным слоям населения сильнее, чем по богатым; снижение спроса на кредиты, так как инфляция снижает реальную стоимость кредитов; изменения в структуре потребления, так как люди могут начать выбирать более дешевые товары и услуги.

Среди экономических последствий можно выделить: снижение инвестиций, так как инвесторы могут предпочесть держать свои деньги в более стабильных активах, таких как золото или недвижимость; снижение экспорта, так как иностранные товары становятся более дорогими для потребителей; изменения в денежно-кредитной политике, так как центральные банки могут пытаться контролировать инфляцию путем изменения процентных ставок или других мер.

Инфляция в России имеет свои особенности.

Годовая инфляция на 6 февраля 2023 г. замедлилась до 11,8%, но текущие темпы прироста цен, в том числе за счет устойчивых компонентов, увеличиваются. В последние

месяцы на общий рост цен также повлияли индексация тарифов ЖКХ, рост издержек производителей овощей, ослабление рубля. Инфляционные ожидания немного снизились, но остаются повышенными. По прогнозу Банка России, в целом за текущий год цены вырастут на 5-7%. Инфляция вернется к 4% в 2024 году [1].

С учетом данных за второе полугодие и оперативной статистики за январь 2023 г Банк России обновил среднесрочный макроэкономический прогноз. Оценка снижения ВВП в 2022 году улучшена до – 2,5%, прогноз ВВП на 2023 год повышен до (–1,0)-(+1,0)%. Более высокая траектория ВВП связана как с меньшим, чем ожидалось, снижением экспорта, так и с большим вкладом госрасходов в совокупный спрос. В частности, расширение государственных инвестиций замещает сокращение инвестиционной активности частного сектора. Потребительский спрос в конце 2022 года оставался сдержанным, но с начала 2023 года появляются признаки его восстановления на фоне улучшения потребительских настроений [2].

Баланс рисков для инфляции смещен в сторону проинфляционных. Проинфляционные риски связаны с сохранением повышенных инфляционных ожиданий, возможностью быстрого восстановления склонности к потреблению, ограничениями со стороны рынка труда, а также воздействием на совокупный спрос роста и ускоренного исполнения бюджетных расходов. Для возвращения инфляции к цели вблизи 4% может потребоваться более высокая траектория ключевой ставки, чем предполагалось в октябрьском прогнозе Банка России. В соответствии с базовым прогнозом средняя за год ключевая ставка в 2023 году составит 7,0-9,0% годовых, в 2024 году – 6,5-7,5% годовых и в 2025 году – 5,0-6,0% годовых.

Выводы. Основную работу по управлению инфляционными факторами делает Центробанк. Уже достаточно давно регулятор перешел на принципы инфляционного таргетирования – когда основной целью ставится определенный уровень инфляции, а уже курс рубля, процентные ставки и прочие индикаторы регулируются ради достижения цели. Денежно-кредитная политика Банка России направлена на обеспечение стабильности рубля [3]. Она работает по таким принципам: достижение заявленной цели по уровню инфляции; подстройка ключевой ставки для достижения цели по инфляции; плавающий валютный курс; информационная открытость о причинах изменения процентной ставки по новой прогнозной траектории; принятие решений на основании макроэкономических прогнозов и оценке инфляционных рисков. На следующие годы показатели инфляции будут зависеть от общего состояния экономики в 2023 году и далее. В зависимости от того, как быстро экономика адаптируется и сумеет справиться с новыми вызовами, определятся и контуры дальнейшего социально-экономического развития страны.

Список литературы:

1. Экономическая активность возрастает. Доклад о денежно-кредитной политике. – Текст: электронный. – URL: https://cbr.ru/about_br/publ/ddkp/longread_1_41/ (дата обращения: 22.10.2023).
2. Инфляция в 2023 году: уровень инфляции в России, официальные данные и прогнозы. – Текст: электронный. – URL: <https://www.vbr.ru/sovety/help/people-and-economic/inflyaciya-2023-v-rossii-prognozi/?ysclid=lo1k91zm9x520301306> (дата обращения: 22.10.2023).
3. Инфляция в России в 2023 году: прогнозы и реальный рост уровня цен. – Текст: электронный. – URL: <https://bankstoday.net/last-articles/inflyatsiya-v-rossii-2023> (дата обращения: 22.10.2023).

Романенко А. С., студент
 Научный руководитель: Козаченко Ж. Н.
 Донецкий государственный университет, РФ
 lesha.romanenko.03@mail.ru

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ КОМПАНИИ КАК ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КАТЕГОРИЯ

Актуальность. На сегодняшний день проблема конкурентоспособности и ее достижения остается одной из наиболее актуальных в условиях рыночных отношений, так как в современном мире изучение конкурентоспособности фирмы является одним из ключевых факторов, определяющих место той или иной компании в общей структуре бизнеса, иметь возможность определять длительность времени оставаться на рынке и достигать поставленных целей.

Анализ последних публикаций. Теорией конкурентоспособности и конкурентных преимуществ фирм отображается в трудах таких ученых и экономистов, как: Адам Смит, Давид Рикардо, Эли Хекшер и Бертиль Охлин. Так же имеются исследования проблем конкурентоспособности в научных трудах российских ученых-экономистов. Заметный вклад в развитие теоретических и практических вопросов конкурентоспособности внесли отечественные ученые-экономисты: Бубнов Ю.Т., Андрианов В.В., Гельвановский М.И., Гранберг А.Г., Калюжнова Н.Я., Рябцев В.М., Селезнев А.З., Трофимова И.Н., Фаминский И., Фасхутдинов Р., и др., а также зарубежные ученые: Кругман П., Мартин Р., Портер М.

Цель работы – проанализировать существующий понятийный аппарат термина «конкурентоспособность фирмы» и факторы, влияющие на нее.

Результаты исследования. Чтобы прояснить эконометрическую сущность понятия «конкурентоспособность», проанализируем его определение, приведенное в табл. 1.

Таблица 1

Определение понятия «конкурентоспособность»

Автор	Определение
Портер М.	Конкурентоспособность – обладание объектом товаров, услуг и рыночных отношений характеристиками, позволяющими ему функционировать на рынке наравне с имеющимися на рынке конкурирующими объектами аналогичных товаров, услуг и рыночных отношений [7].
Гельвановский М.И.	В самом общем смысле – обладание характеристикой, создающей преимущество для объекта экономической конкуренции [2].
Мескон М. Альберт А. Хедоури Ф.	Выраженная конкуренция – это делать что-то лучше, чем конкуренты, то есть поддерживать конкурентное преимущество, позволяющее предприятию привлекать и удерживать клиентов [4].
Фатхутдинов Р.Ф.	Свойство вещи, характеризующееся степенью реального или потенциального удовлетворения конкретной потребности на данном рынке по сравнению с аналогичными вещами [9].
Млоток Е.	Относительное преимущество перед другими предприятиями в каком-либо секторе внутри и вне национальной экономики [5].
Ожегов С.И.	Конкурентоспособность – это способность противостоять конкуренции и соперничать с конкурентами [6].
Яшин Н.С.	Конкурентоспособность предприятия – это возможность и динамика адаптации к условиям рыночной конкуренции [3].

Проведенное исследование показывает, что в трактовке понятия конкурентоспособности компаний существует неоднозначность, и в зависимости от круга затрагиваемых вопросов даются различные толкования.

Анализ определений конкурентоспособности различными авторами позволил нам выделить ее наиболее важные признаки:

1) конкурентоспособность – это многомерная характеристика, обусловленная многомерностью конкуренции. Компании не могут концентрировать свои усилия на каком-то одном факторе конкурентоспособности. Необходимо также учитывать взаимозависимость и время.

2) под конкурентоспособностью понимается наличие характеристик, создающих преимущество для субъекта экономической конкуренции (конкурентное преимущество).

3) также не последнюю роль играет относительность в конкурентоспособности компании. Это проявляется в том, что, сравнивая компанию с ее конкурентами, можно говорить о конкурентном преимуществе.

4) сегмент рынка или конкретные потребители товара или услуги так же показывают конкурентоспособность компании и определяют действия по стратегии компании в будущем.

5) динамический характер конкурентоспособности обуславливает ее постоянную неэффективность. Спокойствие в отношении конкурентоспособности часто приводит к низкой эффективности. Со временем новаторство или другие преимущества рано или поздно, будут скопированы или превзойдены конкурентами. Устойчивое конкурентное преимущество – это постоянный прогресс.

Согласно исследованиям в обобщенном виде, конкурентоспособность компании включает в себя ряд факторов, характеризующих эффективность и результативность ее деятельности, а также свойства качества продукции (рис. 1) [1].

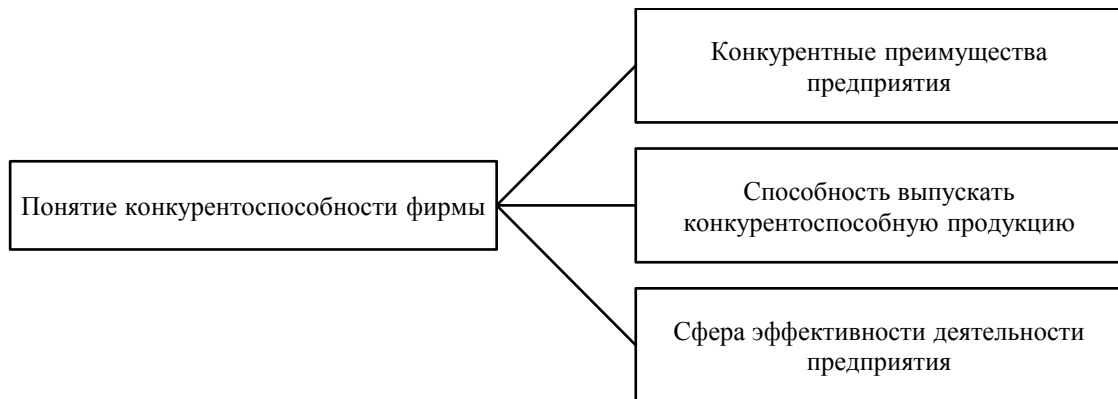


Рис. 1. Элементы понятия «конкурентоспособность фирмы»

Здесь следует уточнить, что под конкурентным преимуществом понимается превосходство и высокая компетентность в любой сфере деятельности компании. Факторы конкурентного преимущества – это как правило компоненты косвенных или внутренних факторов, в которых компания превосходит своих конкурентов.

Конкурентоспособность товара зависит от ряда факторов, определяющих его качество, цену, доставку товара до потребителя, продвижение товара и т.д.

Результаты исследования сущности и понятия конкурентоспособности как фактора, обеспечивающего экономическую устойчивость компании, можно охарактеризовать как ее потенциальные качества, к которым относятся следующие:

1) способность компаний определять реальные ожидания целевых групп потребителей и точно выявлять тенденции в их поведении.

2) способность компаний организовать производство таким образом, чтобы удовлетворить ожидания потребителей по цене и качеству (при этом следует учитывать не только потребительские качества продукта, но и маркетинговые характеристики, такие как гарантия, цена и т.д.).

3) эффективная маркетинговая политика.

4) умение искать и создавать условия для снижения затрат на такие факторы производства, как труд, капитал, энергия и сырье.

5) умение создавать и поддерживать техническое производство в соответствии с конкурентами в отрасли. Именно необходимость постоянного и своевременного технологического совершенствования продукции является основной целью компании.

6) маркетинговые и производственные стратегии, основанные на инновациях способны показывать эффективные преимущества компании на рынке.

7) грамотный подбор кадров и умение реализации высокого кадрового потенциала на исполнительном и управленческом уровнях ведет к повышению конкурентоспособности [8].

Данные действия должны оказывать возможности к расширению предприятия, повышению его конкурентоспособности, повышать экономическую безопасность за счет снижения удельных затрат, и грамотному персоналу, что в свою очередь должно отразиться на ценовой политике и прибыли предоставляемой продукции.

Выводы. Таким образом, конкурентоспособность является важной экономической и рыночной категорией и отражает наличие конкуренции – одной из важнейших характеристик рынка. Компании, обладающие сильными конкурентными преимуществами и способные эффективно конкурировать на рынке, имеют больше шансов преуспеть и достичь высоких результатов.

Список литературы:

1. Абаева, Н. П. Конкурентоспособность организации / Н.П. Абаева, Т.Г. Старостина – Ульяновск: УлГТУ, 2018. – 259 с.

2. Гельвановский, М.И. Роль и границы конкуренции в решении задач повышения конкурентоспособности национальной экономики. – Текст: электронный. – URL: <https://litportal.ru/avtory/m-i-gelvanovskiy/kniga-rol-i-granicy-konkurencii-v-reshenii-zadach-povysheniya-konkurentosposobnosti-nacionalnoy-ekonomiki--714600.html> (дата обращения 20.11.2023).

3. Корпоративные финансы: уч. пос. / А.С. Кокин, Н.И. Яшин, С.Н. Яшин [и др.]. – М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 369 с.

4. Мескон, А. Хедоури: Основы менеджмента. Классическое издание. – Текст: электронный. – URL: <https://testcenter.kz/upload/iblock/208/Osnovy-menedzhmenta.-M.-Meskon.pdf> (дата обращения 20.11.2023).

5. Млоток, Е. Принципы маркетингового исследования конкуренции на рынке / Е. Млоток. – Текст: электронный. – URL: <https://pandia.ru/text/77/196/44049.php> (дата обращения 20.11.2023).

6. Ожегов, С.И. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений / С.И. Ожегов, Н.Ю. Швецова. – 4-е изд. – М.: Азбуковник, 1999. – 944 с.

7. Портер, М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов / М. Портер. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 454 с.

8. Розанова, Н.М. Конкурентные стратегии современной фирмы: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н.М. Розанова. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 343 с.

9. Фатхутдинов, Р.А. Производственный менеджмент. – 4-е издание. – Текст: электронный. – URL: <https://studfile.net/preview/595463/> (дата обращения 20.11.2023).

Салистая А. Р., студент
Научный руководитель: Забавина Е. Ю., канд. экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
a.r@akarnaukh.ru

БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ КОМПАНИЙ: СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПОДХОД

Актуальность исследования. Современные потребители становятся все более осведомленными и требовательными. Они стремятся покупать не только продукт или услугу, но и историю, ценности и образ жизни, связанные с брендом. Поэтому, эффективность бренд-менеджмента включает в себя не только управление предложением, но и формирование уникального бренд-образа, который будет соответствовать ожиданиям и потребностям потребителей.

Таким образом, разработка рекомендаций по развитию бренд-менеджмента является актуальной темой в современном мире бизнеса. Она позволит компаниям эффективно конкурировать на рынке, привлекать и удерживать клиентов, а также создавать уникальный бренд-образ, который будет совмещать потребности и ожидания потребителей.

Анализ последних исследований и публикаций. Изучение проблем бренд-менеджмента представлено в трудах: С. Дэвиса, Ф. Котлера, И. А. Аренкова, В. Д. Герчикова, О. Я. Генделинской, М. М. Смирновой, Н. В. Заславской, С. А. Старова, А. М. Чернышевой, Т. Н. Якубовой и др.

Целью работы является исследование стратегической роли сильного бренда в деятельности современной компании.

Результаты исследования. Бренд-менеджмент – это стратегический подход к управлению брендом компании или продукта с целью создания, укрепления и управления его имиджем и стоимостью. Он включает в себя планирование, развитие и управление всеми аспектами бренда, включая его позиционирование на рынке, коммуникации с потребителями, управление восприятием бренда и поддержание его ценности на протяжении времени. Бренд-менеджмент также занимается мониторингом и анализом реакции аудитории, чтобы адаптировать стратегии в соответствии с изменяющимися потребностями и требованиями рынка.

Значение бренда для компании может быть огромным и включать в себя несколько ключевых аспектов:

Узнаваемость и доверие: бренд является визуальным и эмоциональным символом компании, который позволяет потребителям легко узнать продукты или услуги этой компании и вызвать у них доверие. Это особенно важно в конкурентной среде.

Дифференциация: бренд может помочь компании выделиться среди конкурентов. Эффективный бренд может обеспечить уникальное позиционирование на рынке и привлечь клиентов, которые разделяют ценности и идентичность бренда.

Ценность: успешный бренд может добавить стоимости продукту или услуге, позволяя компании устанавливать более высокие цены и повышать доходы.

Лояльность клиентов: сильный бренд способствует формированию лояльности клиентов. Клиенты, удовлетворенные опытом, связанным с брендом, будут чаще возвращаться и рекомендовать продукты или услуги друзьям и семье.

Расширение ассортимента: успешный бренд облегчит расширение ассортимента. Когда бренд известен и вызывает доверие, новые продукты или услуги под этим брендом более легко будут приняты на рынке.

Очевидно, что бренд имеет стратегическое значение для компании, помогая создавать долгосрочную ценность, привлекать клиентов и развивать бизнес. Однако, как и любая другая практика, бренд-менеджмент также имеет свои недостатки:

1. Сложность измерения эффективности: одним из основных недостатков бренд-менеджмента является сложность измерения конкретных результатов и влияния стратегий на финансовые показатели компании. Бренд-эффекты трудно измерить в числах, что делает сложным определение возврата инвестиций.

2. Изменчивость потребительских предпочтений: потребительские предпочтения и требования постоянно меняются. Это создает вызовы для бренд-менеджеров, которые должны постоянно адаптировать стратегии, чтобы соответствовать изменяющимся потребностям рынка.

3. Конкуренция и насыщенность рынка: на многих рынках конкуренция сильна, и множество брендов соревнуются за внимание потребителей. Это усложняет создание уникального и запоминающегося бренда, особенно для новых игроков.

4. Опасность для репутации: несчастные случаи, скандалы или негативные отзывы в социальных сетях могут быстро повлиять на репутацию бренда. Социальные медиа и интернет мгновенно распространяют информацию, что делает бренд уязвимым к негативным воздействиям.

5. Сложности в управлении многоканальностью: с развитием цифровых технологий компании сталкиваются с множеством каналов коммуникации с потребителями (социальные сети, блоги, онлайн-реклама и др.). Управление всеми этими каналами и поддержание консистентности бренда является сложной задачей.

6. Проблемы с поддержанием брендовой ценности: со временем бренды теряют свою первоначальную ценность из-за различных факторов, таких как изменения в руководстве компании, изменения в рыночных условиях или неправильное управление брендом.

Управление брендом – это сложный и долгосрочный процесс, который требует внимания к деталям, постоянного мониторинга и адаптации к изменяющимся условиям рынка и потребительским требованиям. Чтобы успешно справиться с вызовами, связанными с изменением потребительского поведения, бизнес-администраторы должны быть гибкими, инновационными и эффективно управлять своими ресурсами. Они должны также тесно сотрудничать с отделом маркетинга, проводить исследования рынка и регулярно анализировать данные, чтобы максимально удовлетворить потребности и ожидания своих клиентов.

По данным рейтинга консалтинговой компании Brand Finance в 2023 г. наиболее сильные бренды представлены в сфере высоких технологий, розничной торговли, финансовых услуг и медиа. Лидерами по количеству брендов в 2023 г. стало банковское дело, розничная торговля и технологии [4].

Среди российских брендов, которые в 2023 г. попали в рейтинг консалтинговой компании Brand Finance Europe 500, компании в сфере торговли, связи и коммуникаций. Среди них – Пятерочка (239 место), Smirnoff (240), Магнит (243), МТС (271), Яндекс (350) и др. Среди нефтегазовых российских компаний – Газпром – на 105 месте, Лукойл – на 115, Роснефть – на 222, Татнефть – на 368 [5].

Развитие сильного бренда – это многоэтапный процесс. Общими рекомендациями при разработке бренд-менеджмента могут стать: 1) определение стратегической цели бренда; 2) понимание своей аудитории; 3) обеспечение последовательности бренда: бренд должен идентифицироваться с определенными ценностями, миссией и образом. Все элементы брендинга, включая дизайн, сообщения и взаимодействия, должны соответствовать этой концепции; 4) обратная связь: активно слушать отзывы и мнения

клиентов, чтобы понимать их потребности и жалобы; 5) использование цифровых технологий и аналитики; 6) измерение результатов и корректировка стратегии.

Выводы. Очевидно, что успешное продвижение бренда в современных условиях требует комплексного подхода, консолидации усилий коллектива и нетривиальных управленческих решений. На наш взгляд, системные решения и искусственный интеллект становятся главными инструментами эффективного бренд-менеджмента и должны активно использоваться в развитии сильного бренда:

1. Социальные медиа и онлайн-присутствие: социальные медиа предоставляют компаниям мощный инструмент для управления своим брендом. Они позволяют компаниям взаимодействовать с аудиторией, распространять контент, проводить мониторинг лояльности клиентов. Онлайн-присутствие также включает в себя веб-сайты, блоги и другие онлайн-каналы, которые помогают бренду формировать свой имидж и взаимодействовать с потребителями.

2. Аналитика данных: технологические инструменты аналитики позволяют компаниям более точно измерять эффективность своих брендовых кампаний. Это включает в себя мониторинг ключевых показателей производительности, анализ данных о потребителях и определение эффективности маркетинговых стратегий.

3. Искусственный интеллект может быть использован для персонализации взаимодействия с потребителями, что помогает укрепить связь с брендом. Он также может использоваться для анализа больших объемов данных и прогноза тенденций в поведении потребителей.

4. Электронная коммерция: онлайн-торговля и электронные платформы позволяют брендам расширить свою аудиторию и увеличить продажи. Они также предоставляют возможность собирать данные о покупателях и расширять пользовательский опыт.

5. Мобильные технологии: с развитием мобильных приложений и устройств, бренды могут легко достигать своей целевой аудитории в любое время и в любом месте. Мобильные технологии также предоставляют новые возможности для создания интерактивных и многомерных брендов.

6. Виртуальная и дополненная реальность предоставляют брендам возможность создавать уникальный и интерактивный опыт для потребителей.

Все эти технологические изменения существенно влияют на способы взаимодействия с потребителями, формирование имиджа бренда и анализ результатов бренд-кампаний. Бренд-менеджеры должны следить за этими тенденциями, адаптировать и использовать их в своих стратегиях для укрепления бренда и достижения успеха в современном цифровом мире.

Список литературы:

1. Основы брендинга: учебник. – Эл. изд. – Электрон. текстовые дан. (1 файл pdf: 106 с.). – Григорьев Н.Ю. 2023. – URL: <http://scipro.ru/conf/branding23.pdf> (дата обращения: 01.11.2023).

2. Музыкант, В.Л. Брендинг. Управление брендом: учебное пособие / В.Л. Музыкант. – М.: РИОР: ИНФРА-М, 2021. – 316 с.

3. Каленская, Н.В. Брендинг: учебное пособие / Н.В. Каленская, Н.Г. Антонченко. – Казань: «Абзац», 2019. – 125 с.

4. Рейтинг Global 500 2023. – Текст: электронный // Официальный сайт компании Brand Finance [сайт]. – URL: <https://brandirectory.com/rankings/global/table> (дата обращения: 01.11.2023).

5. Рейтинг Europe 500 2023. Текст: электронный // Официальный сайт компании Brand Finance [сайт]. – URL: <https://brandirectory.com/rankings/europe/table> (дата обращения: 01.11.2023).

Усатюк А. Ю., студент
Научный руководитель: Костина Т. В., канд. экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
albina.usatyuk@bk.ru

ПРОБЛЕМЫ ПРОЦЕССА ФИНАНСОВОГО ПРОГНОЗИРОВАНИЯ КОМПАНИЙ

Актуальность. Постоянно изменяющаяся внешняя среда компании требует внесения изменений в процесс построения прогнозов. Именно эта проблема является причиной отказа многих компаний от построения прогнозов.

Анализ последних исследований и публикаций. Анализ проблем, связанных с проблемой построения прогнозов, посвящены труды таких зарубежных ученых как Demodaran A., Tennent J. Среди отечественных ученых этими проблемами занимаются – Л.И. Абалкин, А.И. Анчишкина, А.Р. Белоусов, С.М. Вишнев, А.С. Вартанов.

Цель исследования – выявить основные проблемы построения прогнозов в России и обосновать необходимость использования прогнозов на предприятии посредством выделения их перспектив.

Результаты исследования. Рыночная экономика, несмотря на высокую степень саморегулируемости, целенаправленно воздействует извне на механизм собственного функционирования всех субъектов рыночных экономических взаимоотношений, которыми могут выступать отдельный индивид, компания и государство.

В свою очередь, целенаправленное воздействие предполагает применение научно построенной системы прогнозирования и планирования на всех уровнях рыночной экономики.

На данный момент актуальным является вопрос о необходимости в общегосударственном масштабе внедрения системы планов и прогнозов развития и функционирования всех видов экономических систем. При этом должно соблюдаться оптимальное соотношение государственного регулирования и саморегулирования субъектов рыночных отношений.

Существует два основных уровня принятия и реализации экономических решений [1].

Первый уровень – микроэкономический, который реализуется хозяйствующим субъектом или компанией. Управляют на этом уровне в качестве решений.

Второй уровень – макроэкономический (регион, страна, мировая экономика). Здесь определяются пропорции: нормы накопления, уровень агрегированного спроса, темпы роста и т.д.

В настоящее время в России существует ряд факторов, ограничивающих использование финансового прогнозирования (см. рис. 1) [2].

Большой проблемой для компаний является постоянно изменяющейся окружающей среда. Это самый нестабильный показатель, который тяжело считать и прогнозировать. Поэтому при прогнозе финансовой деятельности компании всегда необходимо закладывать риск изменяющейся внешней среды.

Практика доказывает факт, что прогнозирование – достаточно сложный процесс. Иногда прогноз основывается на хорошо изученных закономерностях и осуществляется наверняка. Однако в социально-экономической области обычно не удается дать однозначный обоснованный прогноз. Причины этому – неопределённости в различных аспектах производственной и экономической ситуации [3].

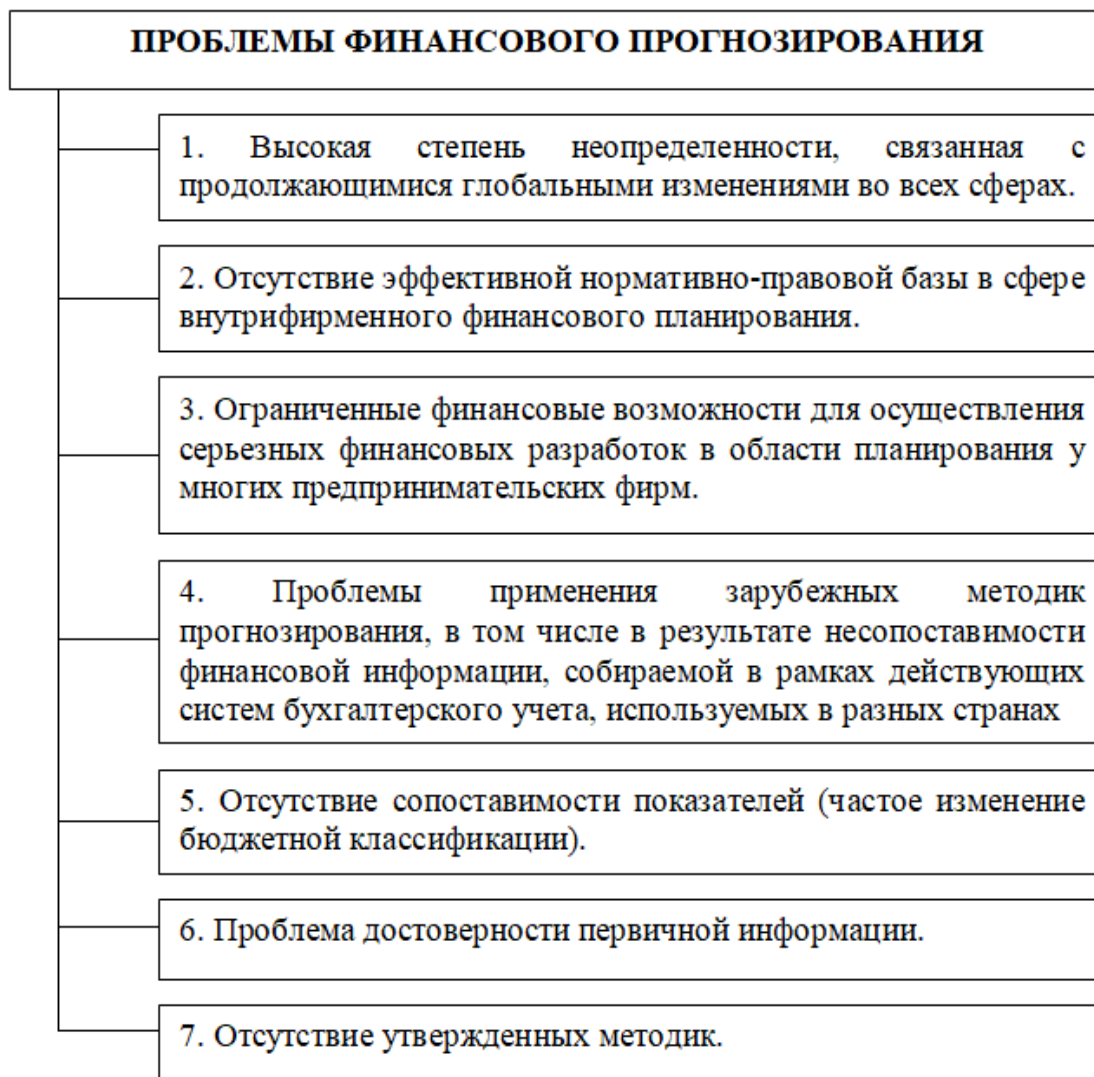


Рис. 1. Проблемы финансового прогнозирования

Часть неопределенностей связана с недостаточностью знаний о природных явлениях и процессах, с ближайшим окружением компании, менеджер которого занимается прогнозированием, на уровне страны, неопределенности, связанные с производством, экологические неопределенности и социальные.

Большая часть неопределенностей приходится на ближайшее окружение компании:

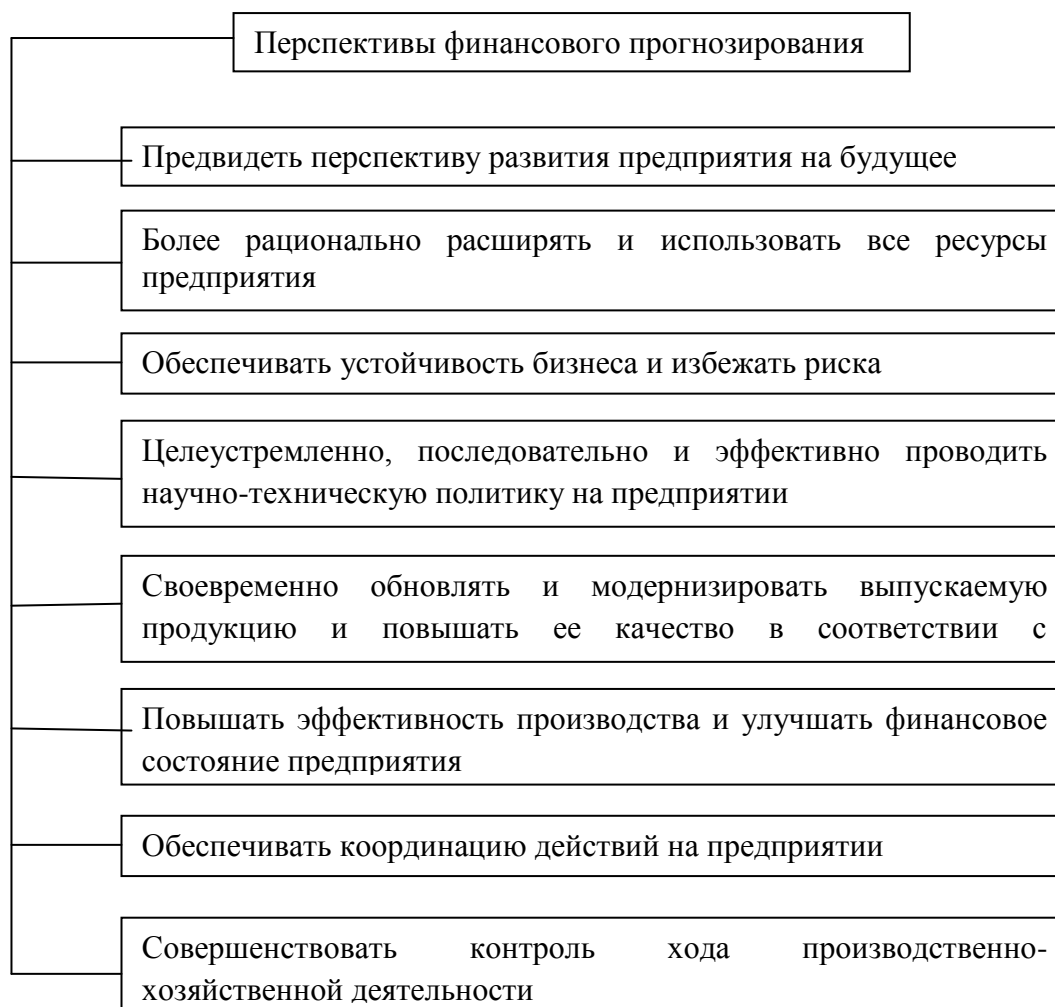
неопределенности, относящиеся к деятельности партнеров компании (их деловая активность, финансовое положение, соблюдение обязательств);

неопределенности, связанные с социальными и административными факторами в конкретных регионах, где работает или по деловым вопросам касается компания;

неопределенности, затрагивающие будущие действия поставщиков в связи с меняющимися предпочтениями рынка;

неопределенности, зависящие от конкурентов (коммерческие тайны, промышленный шпионаж).

На основе вышеизложенных данных можно выделить ряд перспектив, которые дает финансовое прогнозирование компании (см. рис. 2) [4].



Выводы. В заключение можно сказать, что перечисленные перспективы составления прогнозов помогут смотреть компании в будущее с большей уверенностью и определенным вектором движения деятельности.

Список литературы:

1. Tennent J. The economist guide to financial management / J. Tennent. – London: Profile books Ltd., 2017. – 308 p. – Текст: электронный. – URL: http://cdn.static-economist.com/sites/default/files/store/pdfs/Guide_to_Financial_Management.pdf (дата обращения 23.10.2023).
2. Факторы, ограничивающие использование финансового прогнозирования. – Текст: электронный. – URL: <https://novainfo.ru/article/9179> (дата обращения: 23.10.2023).
3. Проблемы построения прогнозов. – Текст: электронный. – URL: <https://subscribe.ru/archive/science.humanity.econometrika/200504/25030511.html> (дата обращения: 23.10.2023).
4. Demodaran, A. Applied corporate finance / A. Demodaran. – N.Y.: John Wiley and Sons, Ltd, 2018. – 752 p.

Харченко Д. С., студент
Научный руководитель: Костина Т. В., канд. экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
gvbnzw@gmail.com

ФИНТЕХ В КАТАРЕ: ПЛАТФОРМА ДЛЯ МИРОВОЙ ЭКСПАНСИИ

Актуальность. Несмотря на незначительные размеры страны (население всего 2,7 млн. чел., большая часть из которых – мигранты) Катар является одной из самых богатых стран в мире и имеет амбиции стать одним из глобальных хабов для финансовых технологий (финтех).

Анализ последних исследований и публикаций. Теоретические аспекты создания и внедрения современных финансовых технологий и примеры их практического применения представлены в работах таких зарубежных ученых как: Ф.Аллен, Ван дер Квак, В. Гупта, М. Кастилио, И. Кластчер, Х. Колм, Дж. Кордеро, П.Ниппа, В. Усман, М. Фриман, Дж. Хан, Д. Чуен и др.

Результаты исследования. Катар, вероятно, не предоставляет широких возможностей для роста финтех-компаний на своем внутреннем рынке. Однако катарский рынок может служить плацдармом для выхода на региональный рынок, в частности на рынки ОАЭ и Саудовской Аравии, которые являются более привлекательными. Кроме того, меньшие масштабы рынка в Катаре могут означать меньшую конкуренцию за финансирование и привлечь иностранные финтех-компании, которые стремятся войти на рынок MENA или не могут реализоваться на своих домашних рынках.

Рынок венчурного капитала в Катаре отличается невысокими размерами по сравнению с мировыми показателями, и раунды финансирования редко превышают 1 миллион долларов, за исключением некоторых случаев. Однако финтех является самым активным сектором, привлекающим финансирование. Объем сделок в финтехе в Катаре превышает количество сделок в секторах информационных технологий, медицины и электронной коммерции.

Показатели рынка венчурного капитала в Катаре за 2022 год представлены на рисунках 1, 2.

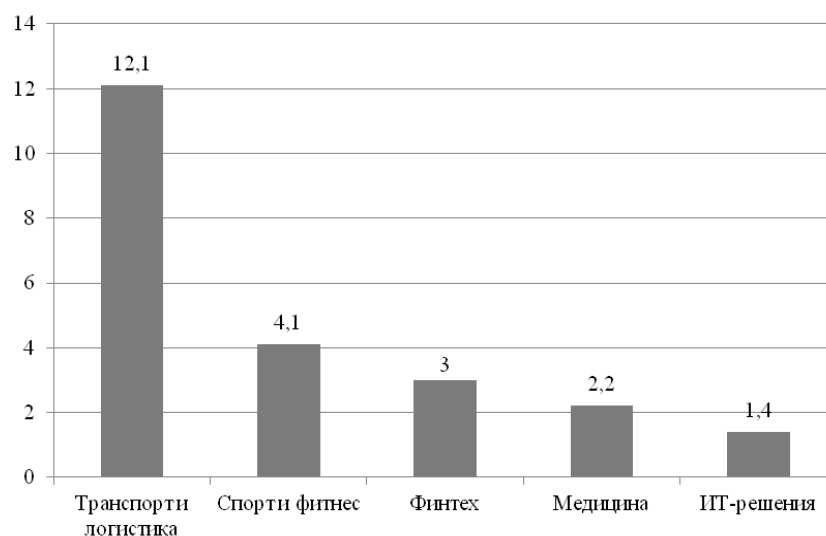


Рис. 1. Объем финансирования (\$ млн.) (составлено автором на основе данных платформы MAGNITT)

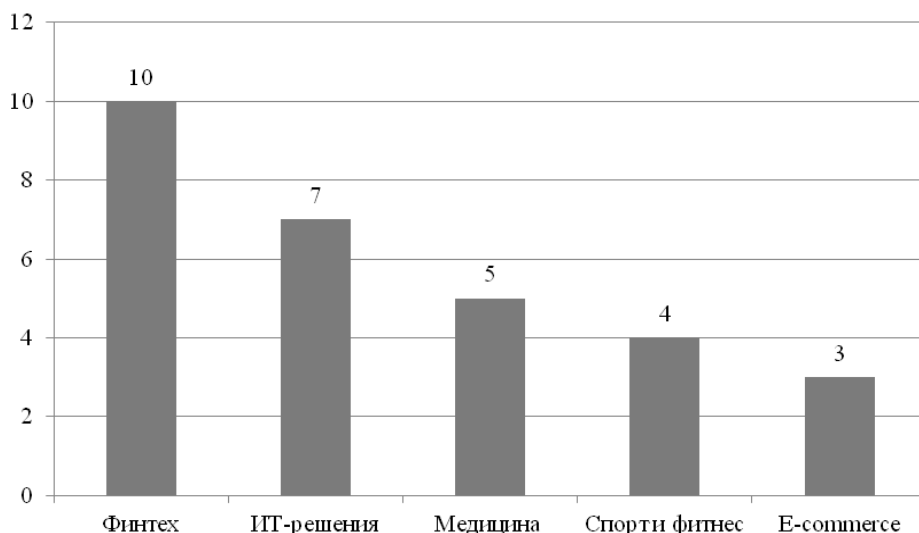


Рис. 2. Количество сделок (ед.) (составлено автором на основе данных платформы MAGNITT)

Катар применяет схожие инструменты и механизмы для развития и поддержки финтеха, как и ОАЭ и Саудовская Аравия. Это включает упрощение законодательства, создание регуляторных песочниц, прямое финансирование и сотрудничество с традиционными финансовыми учреждениями, крупными технологическими компаниями и телекоммуникационными операторами.

В марте 2023 года Центральный банк Катара и QFCRA (Qatar Financial Centre Regulatory Authority) объявили о своих стратегиях развития финтеха. Основные цели этих стратегий включают:

- стимулирование роста финтеха;
- содействие сотрудничеству между финтехами и традиционными финансовыми учреждениями;
- привлечение талантов и развитие экосистемы финтеха через образовательные программы.

За последние 10 лет в Катаре значительно улучшился бизнес-климат для инновационных проектов. Появились акселерационные программы и инкубаторы, которые поддерживают развитие молодых компаний из различных сфер. Основные направления развития в Катаре включают мобильные платежи и кошельки, особенно востребованные для удобных и безопасных транзакций, включая международные переводы мигрантов, проживающих в стране.

В Катаре существует несколько финтех компаний, включая:

- CWallet (мобильный кошелек для переводов и управления личными финансами);
- iPay от Vodafone Qatar (платформа для мобильных платежей);
- Karty (сервис для управления личными финансами);
- Dibsy (сервис приема платежей для бизнеса);
- Spendwisor (мобильный кошелек, встроенные программы лояльности для ритейла);
- SkipCash (платежный шлюз);
- Fatora (сервис для приема и обработки платежей для бизнеса).

Одной из ключевых организаций, поддерживающих финтех стартапы в Катаре, является Катарский финтех-хаб (Qatar FinTech Hub, QFTH), который находится в подчинении Банка развития Катара (Qatar Development Bank, QDB). QFTH также сотрудничает с другими участниками экосистемы, включая Центральный банк Катара,

Финансовый центр Катара (Qatar Financial Center, QFC) и Microsoft, чтобы предоставить поддержку финтех-стартапам.

QFTH совместно с ЕУ предлагает программы поддержки, включающие хакатоны, инкубаторы и акселераторы для финтех-стартапов. Участники программы получают доступ к капиталу для развития своих проектов.

За все время через программы поддержки QFTH прошли более 50 финтех-стартапов, включая компании из США, Индии, Бангладеш, Великобритании и других стран. Кумулятивная оценка поддержанных QFTH стартапов превышает 1,8 миллиарда катарских риалов (~500 миллионов долларов).

В Катаре также внедряется глобальная инициатива компании Visa под названием Visa Everywhere Initiative, которая позволяет стартапам демонстрировать свои проекты и технологии ключевым участникам из финансовой, торговой, венчурной и государственной сфер.

Выводы. Катарская финтех-экосистема не самая развитая в мире, не стоит ожидать здесь появления прорывных стартапов с потенциалом стать единорогами. Однако преимущества Катара – географическое расположение (близость к более привлекательным рынкам ОАЭ и Саудовской Аравии), доступ к венчурному капиталу, присутствие глобальных игроков (Visa, Mastercard, Microsoft), заинтересованных во взаимодействии с финтехами. Поэтому Катар может быть интересен финтехам из развивающихся стран, стремящихся выйти на новые рынки, получить финансирование и дополнительные компетенции и полезные контакты. В настоящее время Катар стремится расширить свою систему, развивая отношения с зарубежными инвесторами и продолжая искать возможности сотрудничества по всему миру. Учитывая привлекательные условия для реализации проектов и большой опыт в работе с представителями зарубежных компаний, предполагается, что развитие Катара в секторе финтеха будет крайне стремительным.

Список литературы:

1. Катарский финтех: плацдарм для глобальной экспансии. – Текст: электронный. – URL: <https://monocle.ru/2023/11/23/katarskiy-fintekh-platsdarm-dlya-globalnoy-ekspansii/?ysclid=lpbd8crnuy859022663> (дата обращения 23.11.2023).
2. Катар. Пересечение возможностей. – Текст: электронный. – URL: <https://qatar.tass.ru/?ysclid=lpbd9851sv742795486> (дата обращения 23.11.2023).
3. В центре возможностей. Катар как стартовая площадка для развития бизнеса. – Текст: электронный. – URL: <https://roscongress.org/materials/v-tsentre-vozmozhnostey-katar-kak-startovaya-ploshchadka-dlya-razvitiya-biznesa/?ysclid=lpbdan6ucd340834851> (дата обращения 23.11.2023).
4. Финансовые технологии Катара: перспектива американо-катарского сотрудничества и лидерство в регионе. – Текст: электронный. – URL: <https://icba.su/news/novosti-mira/finansovye-tekhnologii-katara-perspektiva-amerikano-katarskogo-sotrudnichestva-i-liderstvo-v-regione/?ysclid=lpbdb8lpsq736870346> (дата обращения 23.11.2023).
5. Стартап-революция: топ-3 технологичных отрасли в Катаре. – Текст: электронный. – URL: <https://rb.ru/story/qatar-startup-ecosystem/?ysclid=lpbdh8zo8d294338070> (дата обращения 23.11.2023).

Шабанов М. А., студент
Научный руководитель: Воробьева Ю. С.
Донецкий государственный университет, РФ
Maksimshabanov66@gmail.com

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ ЗА РУБЕЖОМ

Актуальность: в нынешних реалиях РФ находится под множеством санкционных мер со стороны многих стран, а российский бизнес продолжает развиваться и расширять свою деятельность в дружественных странах

Анализ последних исследований: ввиду постоянных перемен на «мировой арене», многие ученые и экономисты оценивают шансы на деятельность российского бизнеса за рубежом

Цель исследования: выявить факторы, влияющие на бизнес российской компании за рубежом и проанализировать их; отталкиваясь от факторов выделить страну, в которой можно начать бизнес и определить какие действия для этого нужно сделать

Результаты исследования. Одной из главных проблем для российского бизнеса являются санкции, которые были введены рядом западных стран после аннексии Крыма в 2014 году и ухудшили экономические условия для российских компаний, особенно из секторов энергетики, финансов, обороны и строительства. Это ограничения на доступ к международным финансовым рынкам, негативные последствия для внешнеэкономической деятельности и потеря репутации на мировой арене.

Ввиду существующих санкций, российским компаниям может быть затруднительно выйти на международный рынок. Однако, есть несколько стратегий, которые могут помочь компаниям справиться с этими ограничениями:

1. Расширение географии.
2. Развитие новых продуктов и услуг.
3. Партнерство с иностранными компаниями.
4. Развитие цифровых технологий.
5. Диверсификация продуктов и рынков сбыта.

Санкции также создали некоторые возможности для российского бизнеса. Российские компании начали активнее развивать внутренний рынок, совершенствовать технологии и усиливать инновационную активность. Также наблюдается рост интереса к российским товарам и услугам на международном рынке, особенно в странах БРИКС и других развивающихся экономиках.

Также стоит отметить, что Россия активно работает над диверсификацией экономики и снижением зависимости от сырьевого сектора. Государство предпринимает шаги для содействия развитию высокотехнологичных отраслей, инноваций и цифровой экономики.

В целом, нынешняя ситуация на мировой арене для российского бизнеса сложная и требует адаптации к новым реалиям и поиска новых возможностей на внутреннем и международном рынках.

В 2023 году ситуация в мире международного бизнеса для российских компаний подвержена таким факторам, как:

увеличение протекционистских мер. В свете усиления торговых споров между США и Китаем, другие страны также могут начать принимать протекционистские меры, что может затронуть российские компании;

на доступ компаний к иностранным рынкам;

рост международного сотрудничества. Возможно, появление новых торговых блоков или соглашений о свободной торговле между различными регионами мира. Это может создать новые возможности для российских компаний для расширения своего импорта и экспорта;

технологический прогресс. Быстрое развитие новых технологий, таких как искусственный интеллект, интернет вещей и блокчейн, может предоставить российским компаниям новые возможности для инноваций и повышения эффективности своих бизнес-процессов;

развитие цифровой экономики. Цифровая экономика продолжает расти, и российские компании могут найти новые способы использования цифровых технологий для улучшения своих продуктов и услуг;

изменения климатической политики. Усиление международных усилий по борьбе с изменением климата может привести к появлению новых требований и стандартов, которым российские компании должны соответствовать.

Для подготовки выхода на международный бизнес российская компания должна выполнить следующие шаги:

исследование рынков: Оценить потенциальные рынки, анализировать их размер, рост, сегментацию и потребительские предпочтения. Исследование конкурентов и анализ их стратегий также очень важны;

адаптация продукта или услуги: проанализировать, какой продукт или услуга может быть востребованы на международном рынке. Возможно потребуются адаптировать продукт или услугу под международные требования и предпочтения;

развитие международных связей: установить контакты с международными партнерами, поставщиками и дистрибьюторами. Это может включать участие в международных выставках и конференциях, поиск партнеров через международные деловые сети и использование международными брокерами;

налаживание логистики: разработать эффективную логистическую сеть для доставки товаров или услуг на международные рынки. Это может включать выбор транспортных решений, упаковку и маркировку товаров, а также контроль качества и соблюдение международных норм и стандартов;

правовое и финансовое планирование: изучить правовые требования и регуляции, связанные с выходом на международный рынок, включая лицензирование, сертификацию и таможенные процедуры. Также рассмотреть финансовые аспекты, такие как финансирование экспорта, валютные вопросы и налогообложение;

маркетинг и продвижение: разработать маркетинговую стратегию для продвижения продукта или услуги на международном рынке. Это может включать рекламные кампании, участие в выставках и конференциях, создание веб-сайта на английском языке и использование онлайн-маркетинговых инструментов;

найм и обучение персонала: подготовить персонал к работе на международном рынке, включая найм и обучение сотрудников, знакомство с международными бизнес-стандартами и культурными различиями;

риск-менеджмент: разработать стратегию управления рисками, связанными с международным бизнесом. Это может включать анализ политических, экономических и юридических рисков, страхование и диверсификацию рынков и поставщиков.

В целом, подготовка к выходу на международный бизнес требует систематического исследования, планирования и разработки стратегии, чтобы обеспечить успех и устойчивость компании на международном рынке

После анализа факторов, которые нужно учесть для начала деятельности российской компании за рубежом, следует привести сравнительную характеристику

стран, на которые можно ориентироваться для старта ведения бизнеса за рубежом, которая будет представлена в таблице 1.

Таблица 1

Сравнительная характеристика стран для начала деятельности рос. компании за рубежом

Китай	-Крупный и развивающийся рынок с огромным потенциалом для российских компаний. -Тесное сотрудничество между Россией и Китаем в экономической сфере, что облегчает вход на этот рынок. -Наличие мощного производственного сектора позволяет российским компаниям находить партнеров для совместной работы.
Индия	-Быстро растущий рынок с огромным числом потребителей. -Наличие молодого и дешевого трудового ресурса. -Политическая и экономическая стабильность способствуют развитию международного бизнеса.
Бразилия	-Крупный рынок с высоким спросом на различные товары и услуги. -Наличие природных ресурсов, таких как нефть, газ и др. -Развитая инфраструктура и транспортная сеть облегчают поставку товаров и услуг.
Беларусь	Беларусь имеет близкие исторические и культурные связи с Россией. Она также является членом Евразийского экономического союза, что обеспечивает облегчение торговли и инвестиций между двумя странами. Беларусь предлагает выгодные условия для российских компаний, особенно в сфере производства и ИТ-технологий.

Исходя из данных таблицы, следует рассмотреть некоторые аспекты каждой страны и их потенциальную привлекательность для российской компании:

1. Китай: Китай является одним из крупнейших мировых рынков с высоким потенциалом роста. Кроме того, Китай имеет развитую производственную базу, низкие затраты на рабочую силу и широкий доступ к мировым рынкам. Однако, Китай может быть сложным рынком для иностранных компаний из-за культурных, языковых и регулятивных различий.

2. Бразилия: Бразилия является крупнейшей экономикой в Латинской Америке и имеет огромный рынок с высокими возможностями для роста. Бразилия также имеет ряд программ поддержки бизнеса и инвестиций. Однако, бразильский рынок может быть сложным для новых компаний из-за высокой конкуренции, сложной бюрократии и непредсказуемой экономической ситуации.

3. Беларусь: Беларусь предлагает низкие налоги, доступ к таможенному союзу ЕАЭС и устойчивую экономику. Кроме того, правительство Беларуси активно привлекает иностранные инвестиции и поддерживает технологические инновации. Однако, малый размер рынка и наличие конкуренции с близлежащими странами могут ограничить бизнес-возможности.

4. Индия: Индия является одним из самых быстрорастущих рынков в мире и предлагает огромные возможности для экспансии бизнеса. Индия также имеет сильную ИТ-инфраструктуру и низкие затраты на работу. Однако, Индия также может представлять вызовы, связанные с бюрократией, инфраструктурой и культурными различиями.

В завершении исследования, хотелось бы отметить, что, несмотря на все санкции которые действуют на данный момент на РФ, потенциал развития международного бизнеса был и продолжает оставаться, но направлен уже не на все страны, а только на дружелюбные.

Список литературы:

1. Перспективы развития внешней торговли России в условиях снижения мировых цен на нефть / Д.С. Веселов, Р.А. Мовчан // В сборнике: Россия и Европа:

связь культуры и экономики. Материалы XI международной научнопрактической конференции: в 2-х частях. Ответственный редактор: Уварина Н.В. – 2015. – С. 44-46.

2. Зуб, А.Т. Стратегический менеджмент: учебник / А.Т. Зуб. – Издательство «Юрайт», 2013. – 414 с.

3. Кучер, М.О. Тенденции и анализ развития внешней торговли России И Китая / М.О. Кучер, В.Ю. Подгорная // Сфера услуг: инновации и качество. – 2012. – № 10. – С. 9-14.

Эккерт У. С., студентка

Научный руководитель: Козаченко Ж. Н.
Донецкий государственный университет, РФ
uekkert@gmail.com

ВЛИЯНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА КОМПАНИИ

Актуальность. С развитием информационных технологий и интернета, международные компании получают новые возможности для оптимизации своих бизнес-процессов, сотрудничества с партнерами и обслуживания клиентов. Информационные технологии позволяют улучшить коммуникацию, управление данными, аналитику, маркетинг, а также оптимизацию логистики и цепочек поставок. Технологии облачных вычислений, интернет вещей, больших данных, машинного обучения и блокчейн имеют потенциал изменить способы работы международных компаний. Кроме того, информационные технологии могут повлиять на безопасность данных и кибербезопасность международных компаний, что является важным аспектом в мире, где цифровые угрозы становятся все более распространенными.

Анализ последних исследований и публикаций. Среди российских ученых, следует отметить Е.Ф. Авдокушина, Л.Г. Белову, А.Н. Авдулова, Г.М. Гукасьяна, В.И. Дрожжинова, В.И. Иноземцева, В.П. Колесова, М.В. Кулакова, В.К. Ломакина, Л.П. Малкова, С.М. Мельникова, Л.А. Мясникову, М.Н. Осьмову, А.А. Пороховского, И.А. Стрельца, И.П. Фаминского и др.

Дальнейшая разработка этой тематики осуществляется влиятельными в исследованиях об использовании информационных технологий в международном бизнесе: Ричард Л. Нолан, Буллен, Кристин В. и Джон Ф. Рокарт, Питер Вейл, Майкл Портер.

Целью такого исследования может быть выявление ключевых трендов, преимуществ и вызовов, связанных с использованием информационных технологий в международном бизнесе, а также разработка рекомендаций для компаний, желающих улучшить свою эффективность в глобальной среде с помощью технологических инноваций.

Результаты исследования. Технологии долгое время играли важную роль в изменении торговых практик. Они помогли модернизировать традиционные бизнес-модели и концепции, позволяя рассматривать вещи с новой точки зрения. Благодаря технологиям, компании стали более эффективными в ведении своего бизнеса. Быстрая и точная передача информации является основой современного международного бизнеса. Развитие информационных технологий оказало значительное влияние на эффективность предприятий, занимающихся международной деятельностью. Информационное обеспечение предприятия строится на основе информационной модели, которая использует

различные методы и инструменты анализа. Принципом построения информационной системы является получение максимального количества производной информации при минимальном количестве исходных данных.

За последние несколько лет многие узнали об искусственном интеллекте или хотя бы слышали что-то про него. Внедрение ИИ в бизнес-процессы позволяет увеличить эффективность принятия решения и снизить риск человеческого фактора. ИИ очень комплексная тема и её обсуждение будет занимать лучшие умы человечества ещё много лет, но неоспоримым остаётся тот факт, что практически все крупные международные компании стремятся создать свой ИИ или хотя бы откусить часть пирога в предстоящей четвертой промышленной революции.

Улучшение планирования и прогнозирования: ИИ может анализировать данные о продажах, производственных процессах и других факторах, чтобы предсказать будущие тренды и потребности. Это помогает бизнесу принимать более обоснованные решения и оптимизировать свои процессы.

Использование ИИ позволяет компаниям значительно улучшить качество обслуживания клиентов. Автоматизация процессов обработки запросов и предоставление персонализированных рекомендаций помогает сократить время ответа на запросы и повысить уровень удовлетворенности клиентов.

Одним из крупнейших бенефициаров внедрения искусственного интеллекта в международные корпорации является компания NVIDIA, которая занимается выпуском полупроводниковой продукции. Дело в том, что для внедрения нейронных сетей в производственные процессы, необходимо для начала их создать и обучить, а это возможно только при наличии высококачественной технической базы – графических процессоров, которые как раз и создает вышеупомянутая компания. Бурный рост инвестиций в исследования искусственного интеллекта со стороны большого бизнеса привел к репрофилированию данной компании. Всего несколько лет назад основная часть выручки генерировалась за счёт продажи своей продукции широкому кругу потребителей (в основном в игровой индустрии), сейчас же дела обстоят иначе – основными покупателями являются BigTech компании, которые вкладывают миллиарды долларов в развитие своих ИИ. Например, компания Microsoft инвестировала в компанию OpenAI, которая занимается разработкой всеми известного ChatGPT, более 10 миллиардов долларов. Это можно сравнить с золотой лихорадкой, а самые лучшие кирки только у NVIDIA, это также подтверждается ростом капитализации компании. В 2023 году рыночная стоимость компании превысила 1 трлн долларов. На рисунке 1 можно пронаблюдать бурный рост цен акций данной компании.

В России разработкой искусственного интеллекта занимаются всего несколько компаний, среди которых Сбер и Яндекс. Необходимо отметить тот факт, что отечественные компании добились значительных успехов в данной области и могут смело конкурировать с международными создателями генеративных ИИ. Сбер уже предлагает крупным клиентам прикладные решения своего GigaChat в коммерческих продуктах. В 2023 году планируются инвестиции в размере 1 млрд. долларов в данное направление от главного игрока в финансовой сфере РФ.

Не следует забывать и о влиянии информационных технологий на снижение издержек. Современные технологии позволяют компаниям сократить затраты на коммуникации, автоматизировать бизнес-процессы, избежать избыточных расходов на складирование и доставку товаров в разных регионах мира, а также улучшить оперативность производства и обслуживания клиентов. Это позволяет компаниям быть более конкурентоспособными на международном рынке и увеличивает их прибыльность.

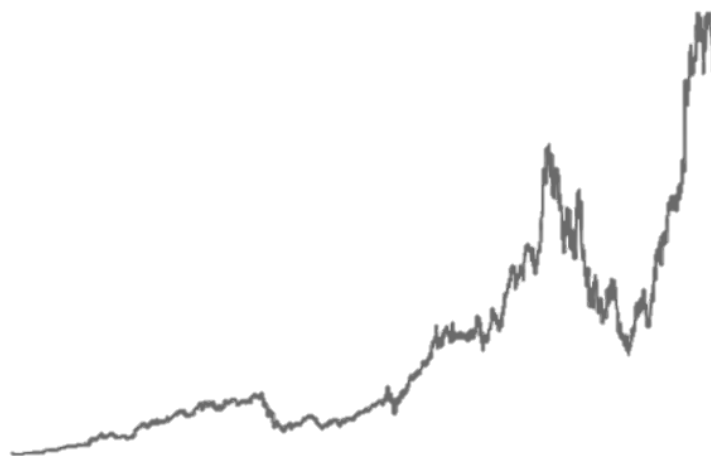


Рис. 1. График изменения цены акции NVIDIA за 2016-2023 гг.

Выводы. Информационные технологии играют важную роль в повышении эффективности международного бизнеса компаний. Они позволяют улучшить коммуникацию, автоматизировать бизнес-процессы, получать более точные данные для управления и снизить затраты. Однако, чтобы воспользоваться всеми преимуществами информационных технологий, компании должны инвестировать в обучение своих сотрудников и следить за новыми технологическими разработками.

Список литературы:

1. Зенкина, Е. В. Информационные технологии как современный канал влияния на устойчивое экономическое развитие стран / Е.В Зенкина. – Текст: электронный // Известия ВУЗов ЭФиУП. – 2021. – №3 (41). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnye-tehnologii-kak-sovremennyy-kanal-vliyaniya-na-ustoychivoe-ekonomicheskoe-razvitie-stran> (дата обращения: 25.11.2023).
2. Погорлецкий, А.И. Международный бизнес. Теория и практика : учебник для бакалавров / А. И. Погорлецкий [и др.] ; под редакцией А. И. Погорлецкого, С. Ф. Сутырина. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 733 с. – (Бакалавр. Академический курс). – ISBN 978-5-9916-3256-0. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/426103> (дата обращения: 25.11.2023).
3. Знаменская, Е. А. Роль информационных технологий в международном бизнесе / Е.А. Знаменская. – Текст: электронный // Международный журнал экспериментального образования, 2013. – № 11-1. – С. 146-147. – URL: <https://expeducation.ru/ru/article/view?id=4458> (дата обращения: 25.11.2023).
4. Скворцова, Н. А. Влияние информационных технологий на развитие бизнеса // Теоретическая и прикладная экономика / Н.А. Скворцова. – Текст: электронный. – 2022. – №1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-informatsionnyh-tehnologiy-na-razvitie-biznesa> (дата обращения: 25.11.2023).

Секция «Государственное и муниципальное управление»

Билязе А. Ю., студентка

Научный руководитель: Капыльцова В. В., канд. экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
a.bilyaze@yandex.com

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ И ДОСУГА

Актуальность. Культура как самостоятельная сфера культурного строительства общества затрагивает деятельность широкого круга государственных, муниципальных и общественных органов, а также предприятий, организаций, учреждений различных форм собственности и хозяйствования. В современных условиях устойчивость развития культурной сферы жизнедеятельности общества во многом зависит от качества принимаемых решений на разных уровнях управления – национальном, региональном, муниципальном. Однако, на местном уровне разработка, принятие и реализация управленческих решений, касающихся данной сферы, сопровождается высокой степенью субъективизма. Это, в частности, относится к методам финансирования культуры на региональном и муниципальном уровнях. Сегодня сфера культуры в Российской Федерации требует не только увеличения объемов бюджетного финансирования, но и существенного повышения эффективности процесса управления.

При этом следует понимать, что в силу специфики функционирования и развития сферы культуры многие процессы в ней протекают стихийно. В то же время, некоторые аспекты культурной деятельности полностью подлежат государственному управлению и требуют эффективного внешнего (со стороны государства) стимулирования.

Как показывает общественная практика, муниципальным учреждениям сферы культуры свойствен высокий уровень концентрации ресурсов на территориальном уровне, управление которыми, в свою очередь, осуществляется через районные организационные структуры, обеспечивающие процессы финансирования, материального, финансового и информационного обеспечения, а также координацию творческой деятельности населения на территории того либо иного муниципального образования. Именно на муниципальном уровне управления объединены все основные учреждения, способные оказывать качественные услуги в сфере культуры и досуга.

Анализ последних исследований и публикаций. Теоретико-методологические основы и определения отдельных аспектов муниципального регулирования сферы культуры, содержащиеся в трудах отечественных и зарубежных ученых: В. Андрущенко, В. Бакуменко, А. Батищева, И. Воронова, Л. Вострякова, А. Гриценко, Л. Губерский, Д. Дзвинчук, В. Дзоз, И. Дзюба, С. Дрожжина, А. Задыхайло, С. Здиорук, В. Карлова, М. Кирюшка, С. Киндзерский, А. Лазора, П. Надолишный, П. Петровский, М. Поплавский, М. Проскурина, А. Свидзинский, В. Тертицкий, С. Чукут и другие [1].

Цель исследования – разработка рекомендаций и мероприятий по совершенствованию и повышению эффективности управления в сфере культуры и досуга.

Результаты исследования. Сфера культуры и досуга – важный аспект в жизни муниципалитета, отражающий его уровень развития и духовного состояния населения. Наибольший импульс развитию культуры в регионах Российской Федерации придал 2014 год, который стал годом культуры в России. Мероприятия, проводимые в рамках года культуры, позволили модернизировать инфраструктуру культурных объектов,

повысить эффективность охраны памятников археологического наследия, а также увеличить интерес со стороны населения и туристов.

Управление учреждениями, которые предоставляют культурно-досуговые услуги, становится важным аспектом социальной политики муниципальных образований, часто влияющим на уровень комфорта жизни жителей на данной территории.

Деятельность органов муниципального управления в сфере культуры досуга должна быть направлена на обеспечение всеобщей доступности культурно-досуговой деятельности и культурных ценностей [2].

На рис. 1 продемонстрированы основополагающие функции муниципальных органов управления культурно-досуговой сферы.



Рис. 1. Основные функции муниципальных органов управления

Важным направлением деятельности органов местного самоуправления является популяризация народного творчества, региональной и местной этнокультурной автономии, а также изучение национальных языков и других этнокультурных тем. Для этого местные органы власти могут сдавать в аренду или передавать в собственность муниципальную собственность некоммерческим организациям, имеющим национально-культурную автономию [3].

В рамках Тельмановского района, вопросы развития культуры и досуга осуществляются отделом культуры, который решает такие приоритетные задачи: обеспечение полноценной деятельности муниципальных учреждений; организация мероприятий, способствующих развитию культуры и искусства района.

Многие года отдел культуры Администрации Тельмановского района тесно сотрудничает с поселковыми, сельскими советами, отделом образования, отделом социальной защиты населения, а также с руководителями различных предприятий, организаций, учреждений.

Основной целью деятельности отдела культуры Администрации Тельмановского района является разработка и реализация комплекса программных мероприятий,

сохранение культурного наследия местного сообщества, поддержка различных учреждений и деятелей культуры, а также талантливой молодежи.

Предоставление качественных услуг населению, прежде всего, зависит от уровня обеспеченности специалистами сферы культуры и уровня их профессиональной подготовки [4]. Кадры являются важным фактором обеспечения стабильности сферы культуры, формирования креативных идей и прогрессивного развития данной отрасли.

Результаты исследования показывают, что достаточно проблематичным является вопрос кадрового обеспечения сферы культуры. Несмотря на реализуемые меры, свободные вакансии сохраняются (наибольшее их количество приходится на сельскую местность), что обусловлено отсутствием жилья и низким уровнем оплаты труда работников сферы культуры и досуга.

В связи с этим, следует обратить внимание на такие основные аспекты:

во-первых, привлечение молодых специалистов сферы культуры, создание системы гарантий и компенсаций, способствующих привлечь кадры;

во-вторых, расширение сферы услуг, создание новых творческих коллективов, кружков по интересам – за счет привлечения молодых специалистов;

в-третьих, обновление материально-технической базы учреждений культуры и досуг, закупка в сельские клубы элементов интерьера, сценического реквизита, костюмов, а также транспорта для передвижения творческих коллективов по району с концертными программами;

в-четвертых, создание электронных сайтов культурно-досуговых учреждений, содержащие информацию об основных услугах, а также контактную информацию.

Выводы. Таким образом, решение существующих проблем в сфере культуры возможно только при содействии органов местного самоуправления. В связи с этим, органы государственного и муниципального управления обязаны совершенствовать систему социальных, организационных, правовых и экономических гарантий развития культуры и досуга, формировать благоприятные условия для приобщения населения к национальному и местному культурному наследию, а также выделять необходимые финансовые средства, обеспечивающие проведение научных исследований и разработку научных проектов в сфере культуры и досуга, готовить квалифицированные кадры, создавать стимулы для художественного творчества и сохранения культурных традиций. Модернизация деятельности отдела культуры Администрации Тельмановского района должна быть направлена на привлечение молодых специалистов. На наш взгляд, сфера культуры – это многоуровневая система, способная стать надежной платформой для эффективного взаимодействия населения с органами власти и управления, бизнес-структурами, общественными организациями, творческими объединениями. Управление сферой культуры и досуга должно быть направлено на сохранение и приумножение культурного потенциала Российской Федерации, укрепление нравственных и духовных ценностей населения.

Список литературы:

1. Каменец, А. В. Основы культурно-досуговой деятельности учреждений культуры / А. В. Каменец, И.А. Урмина. – М.: Юрайт, 2017. – 316 с.
2. Смирнов, А. Ю. Совершенствование системы управления сферой культуры / А. Ю. Смирнов. – СПб.: СПбГУКиТ, 2018. – 24 с.
3. Васильковская, М. И. Современные тенденции в организации культурно-досуговой деятельности молодежи / М. И. Васильковская, В. С. Лукьянчикова. – М.: Академия, 2019. – 21 с.
4. Официальный сайт отдела культуры Тельмановского района. – Текст: электронный. – URL: <https://telkat/public173263221.com/> (дата обращения 07.11.2023).

Гаврилко А. М., студент
Научный руководитель: Дурнева Л. А.
ФГБОУ ВО «Мелитопольский государственный университет», РФ
gavrilro.artur@metsau.org

РОЛЬ И ФУНКЦИИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК В ЭКОНОМИКЕ РОССИИ

Актуальность. В сложившейся ситуации Российская Федерация активно стремится привлечь инвестиционные вливания для формирования институциональной базы, развития передовых инноваций и технологий, содействие малому и среднему бизнесу с помощью оформления государственных закупок, концентрации материальных, финансовых и научно-технических резервов с целью создания социально-экономической системы, способной максимально эффективно функционировать во внешней экономике. Поэтому система государственных закупок является одним из наиболее эффективных инструментов реализации научно-технических, инновационных и социально-экономических программ, поддержания малого и среднего предпринимательства.

Анализ последних исследований и публикаций. В последние годы роль государства стало иметь ключевое значение. Особенно в экономическом и социальном плане государства, значительные масштабы государственного имущества, как движимого, так и недвижимого, и государственных расходов в соотношении с валовым внутренним продуктом. Одним из путей государственного воздействия на экономику является система государственных закупок. Государственные закупки играют важную роль в выполнении государством различных функций, способствуя снижению издержек и эффективному использованию ресурсов. При положительной динамике доходов федерального бюджета он может одновременно увеличивать свою расходную часть. Однако в то же время увеличение финансовых ресурсов выявляет проблему их перераспределения и эффективности использования. Важнейшей проблемой формирования рыночных механизмов государственных закупок является переход от политики максимизации результатов, к концепции максимизации эффективности закупок в целом. Государственные закупки осуществляются на основе государственного заказа и определяется под влиянием государственных потребностей. Во-первых, они основаны на честной конкуренции, что позволяет оптимизировать расход бюджетных средств, а также стимулировать развитие российских малых и средних предприятий; во-вторых, они компенсируют дефицит определенных товаров; в-третьих, государственные закупки поддерживают отечественных производителей, с помощью государственных заказов предприятия получают дополнительный объем производства, следовательно, увеличивает штат сотрудников, уменьшая при этом процент безработицы. Кроме того, государственные закупки – это инструмент, позволяющий наиболее эффективным и честным способом реализовать потенциал частных компаний, малого и среднего бизнеса, при проведении государственных закупок. Государственные закупки также способствуют решению различных социальных проблем, например, снижению диспропорций в уровне жизни в различных регионах [1].

Цель исследования. В условиях нынешней нестабильности во внешней и внутренней экономике государственные закупки представляют собой один из наиболее доступных инструментов поддержки бизнеса, включая поддержку, малого и среднего предпринимательства. Расширение границ государственных закупок является регулирующим фактором роста совокупного спроса, национальной и региональной

экономики. В ходе развития системы государственных закупок на отечественную экономику оказываются как стимулирующие, так и синергетические эффекты. Основными функциями государственных закупок с точки зрения государства являются: Стимулирующая, социальная и воспроизводственная. Суть воспроизводственной функции государственных заказов заключается в удовлетворении потребностей государства в товарах, работах и услугах, крайне важных для обеспечения экономических отношений, обеспечивающих его функционирование. Государственные заказы косвенно влияют на колебания цен. Развитие государственных закупок является фактором повышения совокупного спроса, который поддерживает и стимулирует государственное производство. С помощью государственных закупок государство раскрывает потенциал частного предпринимательства, при наличии грамотной государственной поддержки предприятие становится конкурентоспособным не только на национальном уровне, но и на мировом. Социальная функция государственных закупок заключается в реализации социально-экономических функций государства, например, через вовлечение в трудовой процесс незащищенных слоев населения. При формировании государственного заказа учитываются потребности органов исполнительной власти, государственных учреждений и общества в целом. Государственные закупки также используются для формирования долгосрочных целевых программ. С государственно-экономической точки зрения государственные закупки позволяют повысить платежеспособный спрос, что, в свою очередь, создает необходимые условия для развития отечественных производителей [2].

Результат исследования. Благодаря государственному заказу формируется конкуренция и, как правило, производится более качественная продукция; в процессе повышения инновационной составляющей стратегии развития страны, предусмотренной концепцией социально-экономического развития страны до 2020 года, инновационная функция в формировании экономических определяется и приобретает особую роль в формировании предпосылок. Для повышения эффективности государственных закупок и использования их в качестве антикризисного мероприятия необходимо проработать и пересмотреть текущую парадигму трансформации системы государственных закупок в российской экономике. Кроме того, государственные закупки могут служить инструментом решения таких задач, как обеспечение продовольственной безопасности сельского хозяйства, защита оборонно-промышленного комплекса и улучшение социальной сферы [3].

Выводы. Государственные закупки играют важную роль в экономике России, способствуя развитию инноваций, поддержке малого и среднего бизнеса, укреплению социальной сферы и повышению эффективности использования ресурсов. Этот инструмент также способствует развитию отечественных производителей и содействует устойчивому экономическому развитию страны.

Список литературы:

1. О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд: Федеральный закон от 05.04.2013 № 44-ФЗ.
2. Аверкиева, Е. С. Модернизация и экономическое развитие: институциональные факторы роста общественного благосостояния / Е.С. Аверкиева // Журнал институциональных исследований. – Т.6. – № 3. – С. 81–93.
3. Аверкиева, Е. С. Институциональные факторы, совершенствования системы государственных закупок в России / Е. С. Аверкиева, Р.С. Ивойлов // Институциональный механизм преодоления рецессии: Материалы XII Международной научно–практической интернет-конференции (22–30 ноября 2014 г. Ростов–на–Дону).

Заболотная А. Е., студент
Научный руководитель: Кошелева Е. Г., канд. экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
arinazabolotnaya0@mail.ru

БЮРОКРАТИЯ В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ

Актуальность. Исследования проблемы бюрократизма с течением времени не только не снижается, а, наоборот, постоянно возрастает. На сегодняшний день практически каждое развитое государство обладает такой структурой, как бюрократия. В каждом государстве эта проблема существует со своими особенностями, со своими положительными и отрицательными чертами. Особенно остро этот вопрос стоит в Российской Федерации.

Целью исследования служит анализ проблемы бюрократизма и рассмотрение наиболее эффективных механизмов преодоления данного явления.

Объектом исследования является сама бюрократическая система, функционирующая в рамках государственного управления.

Предмет исследования – теоретические аспекты проявления бюрократии в государственном управлении.

Результаты исследования. Бюрократия играет ключевую роль в эффективном функционировании системы государственного управления и имеет свои достоинства и недостатки. Нередко она становится излишне сложной и затрудняющей. Тем не менее, несмотря на свои сложности она остается неотъемлемой частью современного государственного аппарата и является важным инструментом, обеспечивающим стабильность и порядок в системе государственного управления.

Бюрократия – система управления, основанная на вертикальной иерархии и призванная эффективно выполнять поставленные задачи. «Бюрократией» также называют и сам аппарат управления. Термин «бюрократия» может использоваться в негативном смысле для обозначения неэффективной, чрезмерно формализованной системы [4, с. 173].

Функции бюрократии в муниципальном управлении имеют все шансы колебаться в связи с определенной государством, а также концепции управления. Но, в совокупном значении, главные функции бюрократии служат для:

– регулирование и контроль соблюдения законов, а также общественно политических заключений. Государственная политика гарантирует реализацию законов, общественно-политических директив, а также заключений, установленных верховными органами правительству. Именно она гарантирует осуществление их утверждений, а также реализовывает контролирование за их соблюдением.

– осуществление политической деятельности. Бюрократия представляет высокую значимость в исследовании и осуществлении общегосударственной политической деятельности. Именно она пригодна для осуществления функции изучения, консультирования, предписания граней с целью совершения.

– обеспечение муниципальных услуг. Государственная политика осуществляет функцию предоставления муниципальных услуг общественности иным причастным граням. Данная функция способна содержать предоставление врачебной поддержки, просветительных услуг, выдачу лицензий, позволений, общественную помощь и прочие разновидности общегосударственной работы.

– урегулирование и контролирование. Бюрократия реализовывает урегулирование, а также контролирование разными областями социального существования. Данное урегулирование подобно содержать экономическое

контролирование, контроль соотношения эталонам и нормативам, наблюдение соблюдения законов и еще санкцию из-за патологии [3, с. 417].

Цель оценивания бюрократии заключается в определении ее эффективности, а также эффективности ее функций и процессов, которое включает анализ достижения поставленных целей, выполнение задач в установленные сроки и в соответствии с установленными стандартами.

Оценка также может включать анализ использования ресурсов, таких как время, финансы и персонал, и определение оптимального их использования [1, с. 82].

Кроме того, анализ бюрократии принимает во внимание мнение пользователей услуг и общественности в целом. Уровень удовлетворенности клиентов, доступность и качество услуг, а также уровень доверия и прозрачности играют важную роль при оценивании эффективности бюрократической системы.

Оценка эффективности бюрократии является основой для разработки и внедрения улучшений в работу системы, а ее результаты могут помочь выявить слабые места и проблемы, а также разработать стратегии и меры для повышения эффективности и качества работы бюрократической системы.

Современное общество требует функционирования бюрократии в рамках демократического политического режима, который гарантирует основные демократические принципы формирования и работы государственного аппарата.

Согласно Аристотелю, значимость выборности в государственном управлении очень высока. Идея выборности всех государственных служащих всегда имела свое обоснование в контексте борьбы с произволом государства и его представителей. В России есть все основания, чтобы этот принцип не только имел теоретическое обоснование, но и получил максимальное практическое применение в деятельности российской бюрократии. При этом необходимо учитывать пределы необходимого и возможного в зависимости от характера полномочий бюрократии, поскольку обобщенное применение этого принципа для всех государственных служащих было бы ошибочным. Этот принцип следует применять в отношении руководителей низших и средних уровней бюрократии, от которых зависит качество всей бюрократии в целом [2, с. 127].

Однако, следует понимать, что полностью уничтожить бюрократизм невозможно, так как, по утверждению Аристотеля, любые правильные формы правления имеют склонность к вырождению и искажению [2, с. 103].

Фундаментальные и коренные преобразования общественной жизни являются одними из важнейших условий для ликвидации бюрократии в системе власти. Это включает в себя совмещение общих, групповых и личных интересов людей, полную устранение форм отчуждения трудящихся в период перестройки общества и создание политической структуры, где общественная жизнь становится все более самоорганизующейся и самостоятельной.

Важным шагом в установлении прозрачного гражданского контроля над властью является доступность и открытость для проверки деятельности государственных органов и органов местного самоуправления. Необходимо реализовать следующие принципы:

- не должно быть никакой монополии на информацию;
- информация должна быть полной, исчерпывающей и постоянно обновляемой.

Соблюдение этих норм создаст благоприятную среду для взаимодействия между личностью, обществом и государственной властью. Суть законопроекта заключается в том, что органы власти и органы самоуправления обязаны предоставлять информацию о своей деятельности для всеобщего сведения. Еще одним важным фактором в борьбе с

бюрократией являются свободные и честные выборы. Они служат основой для ответственности, подотчетности и эффективности власти [4, с. 84].

Бюрократия и ее социальное воздействие создают негативные последствия для общественного развития и представляют серьезную угрозу. Это требует комплексного подхода и рационализации бюрократической деятельности, а также противодействия бюрократии. Из нашего опыта можно утверждать, что наиболее важными мерами являются те, которые непосредственно связаны с причинами возникновения бюрократии в государственно-управленческой системе.

Бюрократия играет ключевую роль в эффективном функционировании системы государственного управления. Она неотъемлема от стабильности, предсказуемости и системности, обеспечивая надлежащее исполнение законов и регулирование общественных отношений. Создание рационального и эффективного бюрократического аппарата в системе государственного управления возможно преодоления бюрократических и взаимосвязанных с ними тенденций. Оно должно опираться на научные концепции и теории, учитывающие исторические, национальные и другие особенности развития России, опыт построения государственных систем управления в развитых демократических государствах, использующих в том числе и элементы рациональной бюрократии [5, с. 89].

Имеет смысл отметить, что бюрократия в государственном управлении развивается по-разному в разных странах и культурах. Некоторые страны привержены мощной и иерархической бюрократии, тогда как другие предпочитают более гибкие и децентрализованные подходы [6, с. 48].

Тем не менее, современные технологии и информационные системы играют все большую роль в уменьшении бюрократических процедур и оптимизации государственного управления. Автоматизация процессов, использование электронного правительства и цифровизация административных процедур позволяют ускорить принятие решений и избежать излишней бумажной волокиты.

Исследования показали, что, несмотря на свои сложности, бюрократия остается неотъемлемой частью современного государственного аппарата. Она является важным инструментом, обеспечивающим стабильность и порядок в системе государственного управления. Однако, для более эффективной и отзывчивой системы государственного управления необходимо постоянно работать над усовершенствованием бюрократической системы, учитывая потребности и ожидания граждан.

Список литературы:

1. Бюрократия в современном мире. Теория и реалии жизни / Рос. акад. наук; Ин-т философии; Отв. ред. В. П. Шевченко. – М. : ИФРАН, 2008. – 196 с.
2. Кабашов, С. Ю. Бюрократия. Теоретические концепции. Учебное пособие: моногр. / С. Ю. Кабашов. – М. : Флинта, 2017. – 443 с.
3. Масловский, М. В. Теория бюрократии Макса Вебера и современная политическая социология : монография / М. В. Масловский; Нижегород. гос. ун-т им. Н. И. Лобачевского. – Н. Новгород : Изд-во Нижегород. гос. ун-та, 1997. – 87 с.
4. Павлов, И. 1920-е. Революция и бюрократия. Записки оппозиционера / И. Павлов. – М. : Петербург – XXI век, 2019. – 128 с.
5. Козлова, И. А. Феномен современной российской бюрократии / И. А. Козлова // Сравнительная политика. – 2011. – №2. – С. 77-89
6. Спиридонова, В. И. Бюрократия и реформа (анализ концепции М. Крозье) / В. И. Спиридонова. – Москва : ИНФРА-М, 1997. – 203 с.

Лохманова Е. Н., студент
Научный руководитель: Зайцева А. М., канд. экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
lohmanovakaterina1@gmail.com

КАДРОВЫЙ РЕЗЕРВ КАК ПЕРСПЕКТИВНЫЙ РЕСУРС ОРГАНИЗАЦИИ

Актуальность. Совершенствование системы формирования кадрового резерва является одной из важных задач, находящейся на ключевых позициях в развитии любой организации. В современных организациях формирование и управление кадровым резервом становятся все более значимым и сложным процессом. Оценка потенциала сотрудников, определение их развития, а также эффективное использование их трудового потенциала – частые проблемы, с которыми сталкиваются руководители. Вся эта проблематика становится основой для исследований и детального анализа.

Компетентные сотрудники являются важной стратегической ценностью и конкурентным преимуществом для компаний. В настоящее время большинство организаций сталкиваются с проблемой нехватки профессиональных кадров, поэтому они инвестируют в обучение и развитие своих сотрудников.

Анализ последних публикаций и исследований. Учитывая растущую конкуренцию на рынке труда и постоянные изменения в экономике и социальной сфере, организации стремятся создать сильные команды специалистов, способных занять ключевые позиции в будущем. Поэтому вопрос совершенствования системы формирования кадрового резерва становится особенно важным.

Проведенный анализ последних публикаций, а именно авторов исследований в данной области, таких как Сысоева Е.В., Шебураков И.Б., Михайловна А. В., позволяет выделить несколько ключевых аспектов, на которые следует обратить внимание. Во-первых, главной задачей является отбор кандидатов. Для формирования кадрового резерва эффективными критериями считаются профессиональные компетенции, лидерский потенциал и адаптивность к изменениям. Также важно уметь адекватно оценивать потребности организации в будущих кадрах.

Во-вторых, необходимо постоянно совершенствовать методы обучения и развития кадров. Традиционные программы обучения не отвечают быстро меняющимся требованиям. Поэтому рекомендуется активно использовать и развивать современные методы, такие как электронное обучение или обучение на рабочем месте, а также применять индивидуальные подходы к каждому сотруднику.

В-третьих, руководители имеют неоспоримое значение в формировании кадрового резерва. В их ведении лежит активное участие в выявлении потенциально талантливых сотрудников, оценка их развития и тщательная подготовка к включению в кадровый резерв. Кроме того, руководители должны эффективно координировать программы развития будущего потенциала в рамках своих обязанностей.

Принимая во внимание требования рынка труда и изменения в организационной среде, компании смогут создать сильные команды профессионалов, способных эффективно решать возникающие проблемы.

Цель исследования. Формирование кадрового резерва играет важную роль в устойчивом развитии организаций, поэтому эффективное его формирование и управление является ключевым фактором успеха. Целью исследования является изучение существующих подходов и методов формирования кадрового резерва в организациях и разработка рекомендаций по их совершенствованию.

Результаты исследований. Вопрос формирования кадрового резерва являлся актуальным уже во времена Советской России, где основное внимание уделялось формированию управленческих кадров (табл. 1).

С того времени работа с кадровыми резервами велась одновременно в двух направлениях – на государственной службе и в управленческих резервах.

Таблица 1

Основные направления формирования кадровых резервов в Российской Федерации

Год	Описание
1993	С целью обеспечения кадровых потребностей в органах исполнительной власти начато формирование резерва квалифицированных кадров.
1997	Начало реализации программы формирования квалифицированных специалистов для организаций народного хозяйства, стало важным импульсом для начала составления кадрового резерва в сфере управления
1998	Впервые была запущена реализация программы «Золотой кадровый резерв России XXI века», которая предусматривает проведение открытого конкурса для отбора талантливых руководителей в масштабах страны
2003	В результате введения закона № 58-ФЗ «О системе государственной службы Российской Федерации» были созданы 4 типа резервов, включая федеральный кадровый резерв, кадровый резерв в федеральных органах власти, кадровый резерв на уровне субъектов РФ и кадровый резерв на уровне органов власти субъектов РФ
2005	Законодательство Российской Федерации в лице Федерального закона № 79-ФЗ и Указа Президента № 112 устанавливают порядок проведения конкурсов на замещение свободных должностей в государственной гражданской службе. Эти документы помечают начало реализации механизмов отбора и включения высококвалифицированных специалистов в кадровые резервы гражданской службы.
2006	В рамках проекта под названием «Кадровый резерв – профессиональная команда страны» были предприняты значительные усилия для систематической оценки и отбора перспективных руководителей.
2008	Формирование управленческих кадровых резервов в государственной сфере начинается как отдельная и особая форма создания резервов для будущих руководителей и специалистов
2010	Старт программы Федерального резерва управленческих кадров включает в себя высший, базовый и перспективный уровни резерва, что является новаторским шагом. По всей стране теперь ежегодно реализуется программа подготовки лидеров для управления государственными структурами, включенных в состав резерва
2012	Создание федерального резерва кадров, предназначенных для управления деятельностью государственных органов, прямо подконтрольных Президенту России.
2014	Создание запаса высококвалифицированных руководителей, защищаемого президентом Российской Федерации, осуществляется с помощью комплексных методов оценки личностных и профессиональных качеств, предложенных Российской академией народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, на основе ресурсного подхода.
2017	В процессе разработки и осуществления «Общей концепции создания и использования кадрового резерва в Российской Федерации» было решено провести первые конкурсы, целью которых является формирование региональных кадровых резервов.
2018	Начало программы «Управленческий кадровый резерв» на базе ВШГУ РАНХиГС привела к разработке уникальной методики, специально предназначенной для проведения конкурсов на замещение открытых должностей в государственной гражданской службе Российской Федерации. Ее основная цель - отбор квалифицированных кандидатов и их включение в кадровый резерв государственных органов.
2020	В последние годы современность активно внедряет новшества в область управления резервом федеральных кадров. Одно из главных изменений заключается в тщательной организации и систематизации процессов, связанных с управлением резервом, а также его непрерывной подготовкой и расширением.

После существенных реформ в кадровой сфере, которые последовали за распадом СССР, Россия столкнулась с необходимостью нахождения инновационных путей для улучшения уровня профессионализма в управленческих кругах. Именно это привело к

появлению института кадровых резервов, который продолжает существовать в настоящее время.

Вывод. Оптимизация системы формирования кадрового резерва является важным направлением развития организаций. Развитие организаций в значительной степени зависит от грамотного улучшения процесса формирования кадрового резерва. Если система оптимизирована и эффективна, она гарантирует организации наличие квалифицированных сотрудников и своевременное реагирование на возможные потери кадров. Также при формировании кадрового резерва следует обратить на следующие моменты:

1. Необходимо разработать четкую стратегию формирования кадрового резерва, которая будет соответствовать целям и потребностям организации. Эта стратегия должна быть обоснованной, гибкой и проработанной на долгосрочную перспективу.

2. Активное участие руководства в процессе формирования кадрового резерва является ключевым фактором успеха. Руководство должно активно поддерживать и развивать потенциал своих сотрудников и создавать условия для их роста и развития.

3. Определение критериев для отбора сотрудников в кадровый резерв должно быть основано на объективных данных, таких как профессиональные навыки, лидерский потенциал и показатели работы. Это поможет сформировать сильный и конкурентоспособный кадровый резерв.

4. Программы развития и обучения для сотрудников, входящих в кадровый резерв, должны быть разнообразными и актуальными. Они должны включать в себя как традиционные методы обучения, так и инновационные подходы, чтобы обеспечить максимальный эффект.

5. Оценка и контроль процесса формирования кадрового резерва являются неотъемлемыми частями его совершенствования. Организация должна регулярно оценивать результаты своей работы и корректировать стратегию, если это необходимо.

В целом, совершенствование системы формирования кадрового резерва требует системного подхода и усиленного внимания со стороны руководства организации. Это позволит создать сильный и конкурентоспособный кадровый резерв, который будет обеспечивать надежное и эффективное функционирование организации в будущем.

Список литературы:

1. Сысоева Е. В. Основы подготовки кадрового резерва в организации / Е.В. Сысоева. – Текст: электронный // «Инновации и инвестиции». – 2018. – №1. – С. 237-240. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovy-podgotovki-kadrovogo-rezerva-v-organizatsii> (дата обращения: 27.10.2023).

2. Глотова, И. А. Направления совершенствования формирования кадрового резерва в системе государственной гражданской службы / И. А. Глотова, А. В. Михайлова. – Текст: электронный // Молодой ученый. – 2020. – № 41 (331). – С. 93-95. – URL: <https://moluch.ru/archive/331/74037/> (дата обращения: 27.10.2023).

3. Шебураков И. Б. Резервы управленческих кадров в Российской Федерации как инструмент развития кадрового состава сферы государственного управления // И.Б. Шебураков. – Текст: электронный // Вестник Российского университета дружбы народов. – 2019. – №2. – С. 148-154. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rezervy-upravlencheskih-kadrov-v-rossiyskoy-federatsii-kak-instrument-razvitiya-kadrovogo-sostava-sfery-gosudarstvennogo-upravleniya> (дата обращения: 27.10.2023).

Малохатка Е. С., студентка

Научный руководитель: Андреева Л. А., канд. экон. наук, доцент
ФГБОУ ВО «Мелитопольский государственный университет», РФ
kate.malokhatka@gmail.com

ПРОЕКТНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ОРГАНАХ ВЛАСТИ: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

Актуальность. В 2016 года было принято Постановление «Об организации проектной деятельности в Правительстве России», суть которого заключается в организации проектной деятельности на региональном уровне органами государственной власти субъектов Федерации. Актуальность данной темы исследования обусловлена задачами, поставленными президентом Российской Федерации перед всеми уровнями публичных органов власти, по повышению национальной и региональной экономики, укреплению ее конкурентоспособности и результативности государственного управления. Стоит также отметить, что вопросы, связанные с проектной деятельностью в наше время, стремительно набирают актуальность на новоприсоединенных территориях. Совершенствование государственного управления с целью повышения его эффективности, нуждается в разработке современных методологий управления на основе введения проектного подхода.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросы проектной деятельности в своих работах рассматривали как отечественные, так и зарубежные ученые. Способы ее реализации в органах государственной власти исследовали такие деятели науки: Э.Р. Тагиров [3], З.Б. Лукьяненко, Е.С. Чаркина, Н.В. Митрохина, К.Ф. Грей и Э.У. Ларсон. Тему внедрения проектного управления в деятельность органов власти региона раскрывали представители Северо-Кавказского института, филиала РАНХиГС, А.Б. Тлисов и Н.Н. Киселева [1].

Цель исследования: анализ базовых особенностей управления проектами в органах государственной власти на региональном уровне, а также идентификация современного состояния проектной деятельности в Российской Федерации.

Результаты исследования. Проектная деятельность и ее методы в наше время находят все более широкое распространение в государственном управлении по всему миру. Она позволяет достигнуть поставленных целей в кратчайшие сроки в пределах выделенного бюджета, обеспечить эффективное использование ресурсов, а также дает возможность налаживать эффективное взаимодействие между ведомствами и реализацию приоритетных проектов.

Проект представляет собой сформированный по определённому алгоритму документ с описанием имеющейся проблемы, и решением данной проблемы, непосредственно с помощью проекта. По своей сути – это метод действий, позволяющий достичь запланированных результатов, как в отдельно взятой организации, так и в обществе. У проектной деятельности есть этап инициирования, подготовки, реализации, и ее завершения. Проект – совместная или индивидуальная деятельность его участников, которые имеют единую цель и согласованные способы деятельности, направленные на достижение обоснованного в проекте итогового результата.

К базовым особенностям управления проектами в государственном секторе относятся:

- 1) осуществление деятельности в жестких рамках права;
- 2) отчетность перед вышестоящими органами власти;

- 3) финансирование проектов за счет бюджетных ресурсов;
- 4) доступная публичная отчетность и контроль общества;
- 5) наличие амбиций у целей проектов;
- 6) многогранность, важность и объем государственных проектов;
- 7) направленность на социальный эффект [3].

Российское правительство создало почву для развития проектной деятельности в государственных органах после образования бюджетного процесса по программному принципу, а также после утверждения основного положения о проектной деятельности дало продвижение и самим проектам. Вне зависимости от вида, государственная программа включает в себя перечень планируемых и взаимосвязанных мероприятий – проектов. Программно-целевой подход – инструмент, с чьей помощью выстраивают стратегию развития страны путем составления перечня исполняемых государственных программ, охватывающих все стороны жизни общества и государства в целом.

Проектная деятельность в Российской Федерации в настоящее время регулируется Постановлением Правительства РФ от 31 октября 2018 г. № 1288 «Об организации проектной деятельности в Правительстве Российской Федерации». Данным постановлением установлена функциональная структура управления проектной деятельностью.

Для избегания проведения «туманных» и неэффективных мероприятий нужно проектное управление, которое расставит все процессы в нужном порядке, позволит определить суть конечного продукта, задаст чёткие сроки и предусмотрит необходимое финансирование. Внедрение проектного управления на государственном уровне позволяет соединить и направить весь финансовый, управленческий и ресурсный потенциал в целом на благо граждан России и устойчивое, долгосрочное развитие социально-экономической ситуации страны. Основной пользой проектного подхода является помощь в конкретизации планирования финансовых затрат, достижении поставленных целей, минимизации рисков.

В 2018 году были разработаны проекты на период с 2019 по 2024 года в трех направлениях: «Экономический рост», «Комфортная среда для жизни» и «Человеческий капитал». После вступления на должность президента, Владимир Путин подписал указ о национальных проектах. В период с октября по декабрь 2018 года проходили Заседания Совета при Президенте России по стратегическому развитию и национальным проектам.

В декабре 2018 года Владимир Владимирович Путин поручил председателю Правительства Российской Федерации Дмитрию Медведеву контролировать исполнение национальных проектов лично, а во время рабочей встречи они обсудили методы эффективного финансирования основных направлений развития России. В это же время Российское Правительство завершило работу над формированием новых национальных проектов и комплексного плана по развитию инфраструктуры. Были определены цели и задачи на период до 2024 года по 13 стратегическим направлениям, предусмотренным Указом о национальных проектах.

В начале 2023 года Владимир Путин объявил о создании нового национального проекта правительства по беспилотным системам с учётом максимальной локализации будущих производств, а в сентябре того же года президент дал поручение кабинету министров утвердить новый национальный проект по созданию экономики данных, реализация которого запланирована до 2030 года. Министерство науки и высшего образования России разработало единый национальный проект на 2021-2030 годы - «Наука и университеты». В единый национальный проект войдут четыре федеральных проекта: «Интеграция», «Исследовательское лидерство», «Инфраструктура», «Кадры».

В июле 2023 года премьер-министр России Михаил Мишустин сделал заявление, что средний уровень реализации всех национальных проектов составил 98,95 процентов. Глава Министерства экономического развития России Максим Решетников в августе 2023 года предложил продлить использование инструментов национальных проектов после 2024 года, нацелив будущие проекты на структурную трансформацию экономики, обеспечение технологической независимости и развитие экономики.

Наряду с этим, президент России, Владимир Путин, напомнил о необходимости постоянного аудита нацпроектов для определения эффективности происходящих работ, наличия возможности оперативного внесения управленческих корректив и, помимо прочего, выделения дополнительных ресурсов, чтобы в целом соблюсти уже существующие долгосрочные планы [2].

Выводы. В государственном секторе проекты всегда несут дополнительную потребность в ресурсах: управление проектом и его документирование, дополнительные работы вне рамок технического задания, а также необходимость вовлечения достаточно большой команды, для реализации задачи в срок. Преимущества проектного подхода к управлению проектами сделали его одним из самых востребованных способов управленческой деятельности. Основанием для введения проектного управления в деятельность органов власти является стремление адаптировать накопленный за длительный период успешный опыт крупных компаний по реализации стратегических приоритетов и управлению изменениями на основе проектного менеджмента.

Таким образом, методы проектного управления могут и должны быть применены в проектной деятельности государственных органов. Для реального получения пользы от запланированных проектных мероприятий, проекты регионального значения должны быть органично вписаны в стратегии и программы развития данного регионального округа. Регионы России показывают высокую заинтересованность в реализации проектных мероприятий. И сейчас стороны регионального управления направляют свои силы на решение общенациональных стратегических задач, показывая примеры применения передовых управленческих технологий, которые указывают путь к дальнейшему совершенствованию проектной работы в сфере государственного управления.

Список литературы:

1. Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, 2016. Северо-Западный институт управления – филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, 2016. Редколлегия журнала «Управленческое консультирование» (составитель), Санкт-Петербург, 2016, Ежемес. ISSN 1726-1139. URL: https://spb.ranepa.ru/wp-content/uploads/2021/01/abstr.12_16_rus.pdf (дата обращения: 12.11.2023). – Текст : электронный.
2. Википедия. Свободная энциклопедия. – Текст: электронный // [сайт]. – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Национальные_проекты_России_2019-2024#cite_note-24 (дата обращения: 12.11.2023).
3. Тагиров, Э. Р. Проектное управление в органах государственной власти и бизнес-организациях: сравнительный анализ, основные проблемы и пути решения / Э. Р. Тагиров. – Текст: электронный // Молодой ученый, 2023. – № 5 (452). – С. 200-202. – URL: <https://moluch.ru/archive/452/99633/> (дата обращения: 12.11.2023). Режим доступа: открытый.

Печкина А. А., студент
Научный руководитель: Оленичева Ю. А., канд. экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
Anna.Pechkina.1.7@yandex.ru

РЕГИОНАЛЬНАЯ ДЕМОГРАФИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА: ОСОБЕННОСТИ ЕЕ РЕАЛИЗАЦИИ В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

Актуальность. В современном мире демографическая политика является одним из важнейших инструментов государства для достижения устойчивого развития региона. Она направлена на контроль и регулирование демографических процессов с целью обеспечения благоприятного социально-экономического климата. В данной статье мы рассмотрим особенности реализации демографической политики в ДНР.

Регион характеризуется первым типом воспроизводства населения, то есть отрицательным естественным приростом, возрастающим количеством людей пожилого возраста и снижением числа детей и подростков. Так, по словам экс-министра здравоохранения Ольги Долгошапко в ДНР фиксировалась еще в 2020 году катастрофическая демографическая ситуация: рождаемость по итогам 2020 года в Республике составляла 3,8, а смертность выросла до 15,7 на 1000 человек [1]. В 2023 году группа пожилых людей от 60 лет занимает 2-е место по своему количеству (492 181 чел.), что на 29 701 человека больше, чем суммируемые группа детей и группа подростков (212 147 и 250 333 человек соответственно) [2]. В связи с этим, разработка и реализация эффективной демографической политики в ДНР является актуальной задачей.

Анализ последних исследований и публикаций в области демографической политики (Кузнецова А., Козлова С. А., Вакуленко Е. С., Макарова М. Р. и т. д.) позволяет оценить эффективность существующих механизмов реализации такой политики, а также выявить проблемы и потенциал для улучшения результатов. Одним из ключевых аспектов, которые освещаются в демографических исследованиях, является рождаемость и смертность. Их анализ позволяет определить тренды и факторы, влияющие на данные показатели, а также прогнозировать их изменения в будущем. Например, растущая урбанизация и экономические изменения могут привести к снижению рождаемости, что имеет долгосрочные последствия для общей численности населения. Однако, проблемы старения населения, снижения рождаемости остаются нерешенными и требуют к себе особого внимания.

Цель исследования состоит в том, чтобы проанализировать особенности реализации региональной демографической политики в ДНР и предложить рекомендации для улучшения ее показателей.

Результаты исследования. Низкие показатели демографической ситуации региона всецело влияют на его социально-экономическое развитие. В свою очередь, негативные аспекты второго являются причинами первого, а именно: помимо политической неопределенности (до 04.10.2022 года, когда ДНР вступила в состав Российской Федерации), военного положения и связанного с ним миграционного оттока людей, коронавирусной инфекции и экономической нестабильности, порождающей трудовую миграцию, территория характеризуется проблемами экологической обстановки и сферы здравоохранения (по итогам 2021 года «в целом по городу среднегодовые концентрации превышали ПДК (предельно-допустимую концентрацию) по диоксиду азота, пыли) [3], дефицитом врачей и медсестер (в 2019 г. дефицит медработников в Республике составлял около 6 000 врачей всех

специальностей, в то время как было выпущено Донецким государственным медицинским университетом имени М. Горького всего 215) [4].

Демографическая политика, проводимая в Республике, направлена на ликвидацию, сдерживание и уменьшение вышеперечисленных проблем путем разработки и реализации специальных программ и меры по их стабилизации. Так, программа социально-экономического развития региона до 2030 года ориентирована на создание комфортной инфраструктуры, повышение качества жизни населения и качество предоставляемых услуг. Она включает в себя планы строительных и восстановительных работ (в том числе в коммунальной и промышленной инфраструктуре), динамичное развитие транспортной системы, дорожного хозяйства, создание новых рабочих мест и т. д. [5]. Таким образом, данная программа направлена на улучшение условий проживания и адаптации приезжающих граждан в ДНР, а также, в целом, стимулирование миграции в регион, что положительно повлияет на показатель естественного прироста населения.

Важным приоритетом демографической политики в ДНР является государственная поддержка семей с детьми, включающая материальную помощь, льготы и компенсации, а также программы по обеспечению доступа к образованию и здравоохранению. К тому же в рамках федерального проекта «Содействие занятости» национального проекта «Демография» осуществляется профессиональное обучение и дополнительное профессиональное образование (от 3 недель до 3 месяцев) для отдельных категорий граждан, среди которых в том числе женщины в отпуске по уходу за ребёнком до 3-х лет; неработающие мамы детей дошкольного возраста (до 7 лет); безработные граждане, зарегистрированные в центрах занятости [6]. Таким образом формируются условия обеспечения уверенности в финансовой безопасности как у будущей матери, позволяющие ей адаптироваться в случае выхода на работу, так и в целом жителя ДНР – в поиске и обеспечении себя доходом.

Меры органов власти в области здравоохранения включают в себя формирование выездных бригад и полевых многофункциональных госпиталей, внедрение обязательного медицинского страхования, льготное лекарственное обеспечение населения региона, продолжение кампании профилактических медосмотров детей, льготное лекарственное обеспечение населения, информатизацию деятельности медработников [4], а также ремонт зданий медицинских организаций, их оснащение необходимым оборудованием «при поддержке регионов-шефов».

Однако проблема состояния здоровья молодежи, обременённых соматическими патологиями сердечно-сосудистой, эндокринной и репродуктивной систем, продолжает являться следствием среднего уровня развития медицины в регионе, неправильного образа жизни, популяризированного в масс-медиа, негативного психологического климата из-за военных действий, а также экологической обстановкой региона.

Из рекомендаций можно предложить создание специальных выгодных предпринимателям условий для открытия экобанков либо направить бюджетные средства в проект их формирования. А также при активно внедряемых учебными заведениями, молодежными движениями программ «за ЗОЖ» следует уделить особое внимание глубинной проработке внутренней мотивации через периодическое написание сочинений на тему «Почему ЗОЖ – это плохо и почему хорошо», способствующих более осознанному пониманию отношения к этому вопросу собственного и навязанного извне, упражнений, например, поиска 5 последовательных причин, почему студент воспроизводит ту или иную вредную привычку и какой истинный смысл потребности в нем заложен и т. д. Таким образом, внедрение психологических приемов и методик в деятельности учащихся любых специальностей будет способствовать их рефлексии и направлять на бережное отношение к своему

здоровью (при правильном подходе – с интересом, а не отвержением в ответ на насильственное навязывание). Кроме того, безусловно повышающим фактором (после окончания военных действий) станет обновление инфраструктуры ЗОЖ, включающей в себя работающие в университетах столовые, предлагающие блюда вкусного правильного питания, сладости без сахара и глютена, недалеко от учебного заведения расположенные фитнес-клубы, тренажерные залы, площадки с турниками (тем более что это предполагает проект «Спорт – норма жизнь» из национального проекта «Демография»), сады или парки, массажные салоны как места для расслабления, заменяющие кальянные и алкоголь.

Стоит отметить, что во время военных действий востребованность в получении образования в вузах ДНР может усилиться за счет активного позиционирования региона, являющегося единственным в РФ, где действует дистанционный формат обучения на очной программе. Вузы приспособились к нему после эпидемиологических ограничений коронавируса Covid-19, и сейчас он может стать «фишкой» для желающих получить очное образование в домашних условиях, стабильно участвуя в вебинарах, экономя финансовые и временные ресурсы на дорогу и т. д. Следствием внедрения вышеперечисленных рекомендаций является создание еще более здоровой среды для обучения студентов по качественным программам высшего образования, что может стать катализатором «образовательного туризма» на территории Республики, и, в итоге, увеличит количество абитуриентов из других регионов и даже стран. В перспективе, получая сейчас дистанционное образование, затем, после окончания или перенесения военных действий на отдаленные расстояния, студенты могут переехать в ДНР, обучившись востребованным профессиям местного рынка труда, и тем самым увеличить численность проживаемого и трудоспособного населения.

Выводы. Реализация региональной демографической политики в Донецкой Народной Республике является сложной задачей, но при этом органы власти активно работают над ее решением, внедряя меры и программы для стабилизации демографической ситуации. Предложенные рекомендации в данной работе дадут дополнительный стимул в ускоренном устранении негативных тенденций и сделают регион еще более привлекательным для проживания.

Список литературы:

1. Кузнецова, А. Смертность выше рождаемости. В ДНР зафиксированы самые худшие демографические показатели. – Текст: электронный / А. Кузнецова. – 25.10.21. – URL: <https://newsua.ru/news/61966-smertnost-vyshehttps://newsua.ru/news/61966-smertnost-vyshe-rozh> (дата обращения: 10.11.2023).
2. Население Донецкой Народной Республики. – Текст: электронный. – 2020-2023. – URL: <https://awdb.ru/doneckaya-narod/> (дата обращения: 10.11.2023).
3. Информация о состоянии окружающей среды и выполнении природоохранных мероприятий в г. Донецке по итогам 2021 года. – Текст: электронный // Администраций города Донецка [сайт]. – 31.05.2022. – URL: <https://gorod-donetsk.com/novosti/21506-informatsiya-osos> (дата обращения: 10.11.2023).
4. Побережнюк, Р. Как в ДНР восстанавливают и развивают медицину / Р. Побережнюк. – Текст: электронный // Лента: [сайт]. – 12.05.2023. – URL: <https://www.donetsk.kp.ru/daily/27476.5/4732361/> (дата обращения: 29.04.2023).
5. Экспертное интервью с главой Департамента по демографии ДНР, Петровым В. С. – Текст: электронный // Россия – страна возможностей: [сайт]. – 2023. – URL: <https://rsv.ru/news/1/5129/> (дата обращения: 10.11.2023).
6. Республиканский центр занятости ДНР: [официальный сайт]. – 2015-2023. – URL: <https://rcz-dnr.ru/demografiya.html> (дата обращения: 10.11.2023).

Резниченко Л. А., студентка
Научный руководитель: Орлова Л. В.
Донецкий государственный университет, РФ
linarezniченко8@gmail.com

ЦИФРОВИЗАЦИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ВАЛЮТЫ

Актуальность. Современные вызовы, с которыми сталкивается мировой финансовый рынок, привлекают всеобщее исследовательское и общественное внимание к созданию цифровой валюты как дополнительной формы денег. В рамках валютной политики РФ предлагается совершенствовать национальную валюту путем интеграции инновационных технологий. В октябре 2020 года Центральным банком РФ был представлен проект цифрового рубля, который представляет собой новую форму национальной валюты [1, 2]. Эта новая форма валюты представляет собой концепцию, которая имеет огромное значение для бизнес-сообщества, включая участников внешнеэкономической деятельности, а также для самого государства и его граждан в целом. Внедрение инновационных финансовых технологий стало важным показателем конкурентоспособности страны и отражает ее экономическое развитие.

Анализ последних исследований и публикаций. Тема цифровизации национальных валют пока еще не получила должного внимания исследователей, поскольку ее новаторство до сих пор остается непознанным. Эта тема рассматривается как в отечественной, так и зарубежной научной литературе, а также в публицистических изданиях.

М. Бордо и А. Левин обращают внимание на проблему возможного доминирования криптовалют в денежном обращении. Решением этой проблемы является выпуск Центральными банками собственной цифровой валюты, которая гарантирует ценовую и финансовую стабильность для граждан [5].

С. А. Андрушина в своей работе отмечает, что инфраструктура денежного рынка меняется под влиянием цифровизации глобальной экономики и развития финансовых технологий. Для соответствия условиям современной цифровой экономической системы необходимо ввести новую форму денег. Согласно отчету Банка международных расчетов 2022 года, 80% из 60 Центральные банки, принявшие участие в опросе, разрабатывают собственную цифровую валюту. Пандемия коронавируса также ускорила процесс выпуска нового денежного средства [2].

Появление возможности создания цифровой национальной валюты стало следствием внедрения криптовалюты в денежное обращение как альтернативной формы денег. Однако это явление может привести к неконтролируемой эмиссии виртуальных валют, что требует внимания со стороны Центральные банки по всему миру. В своей статье А.А. Ситник отмечает, что данная ситуация способствовала появлению возможности создания цифровой национальной валюты, и сейчас Центральные банки проводят анализ этого нового явления [1].

Цель исследования. Исследование направлено на изучение феномена цифровизации валют в различных странах и анализ проекта цифрового рубля в России. Основная цель состоит в определении потенциальных преимуществ и недостатков внедрения нового платежного средства.

Результаты исследования. Цифровая валюта Центрального банка представляет собой совокупность электронных данных, включающих цифровой код или обозначение, которые обладают высокой степенью защиты и хранятся в информационной системе. Такая валюта, в качестве обязательства Центрального Банка, может успешно применяться для осуществления платежей или накопления средств.

Очень важно понимать различия между «криптовалютой» и «цифровой валютой». В ходе анализа учебных материалов и публикаций в СМИ, стоит обратить особое внимание на проблему смешения этих двух понятий. Основные различия между цифровой валютой и криптовалютой заключаются в следующем:

1. Принцип организации: цифровая валюта основана на принципе централизации, то есть её работа осуществляется через центральный банк, в то время как криптовалюта оперирует на принципе децентрализации, без участия центральных органов.

2. Официальность: цифровая валюта имеет законодательно установленного эмитента, тогда как криптовалюта – саморегулирующаяся.

3. Конфиденциальность данных: при использовании цифровой валюты данные доступны Центральному банку, в то время как использование криптовалюты обеспечивает анонимность её пользователей благодаря технологиям блокчейна и распределенному реестру, которые обеспечивают безопасный обмен данными.

Мировая экономика все больше стремится к диджитализации денежных средств. В настоящее время над проектами создания цифровых валют работают различные страны, включая Соединенные Штаты Америки, Австралию, страны Западной Европы, Россию, Японию, Тайланд, Сингапур, Бразилию, а также другие [3].

Китайская Народная Республика занимает передовое место в области валютной цифровизации, активно развивая свою цифровую валюту - юань.

С учетом процессов глобализации и цифровизации, происходящих в мировой экономике, а также в связи с тесным торгово-экономическим сотрудничеством России и Китая, Центральный банк Российской Федерации объявил о своем намерении внедрить цифровой рубль в национальную денежную систему. Цифровой рубль представляет собой цифровое средство платежа, выпуск которого будет осуществляться Центральным банком РФ, способное свободно конвертироваться в существующие формы денег и полностью их эквивалентен [4]. В отличие от наличных и безналичных денег, цифровой рубль будет представлен уникальным цифровым кодом, который будет храниться в специальном электронном кошельке.

Рассмотрим потенциальные риски и преимущества введения цифрового рубля при принятии окончательного решения о его выпуске в денежную систему России.

Потенциальные преимущества:

1. Сокращение расходов на эмиссию.
2. Повышение прозрачности финансовой системы.
3. Сокращение доли теневой экономики.
4. Оптимизация экономических транзакций снижает затраты на реализацию внешнеэкономических сделок.

5. Появление новых финансовых инструментов. Реализация цифрового рубля открывает широкие возможности для бизнес-сообщества, позволяя автоматизировать процессы, связанные с расчетами и контролем за сделками. С использованием смарт-контрактов становится возможным проводить операции безопасно и эффективно. Основными преимуществами данного финансового инструмента являются беспристрастность и объективность исполнений условий сделок [4].

6. Эффективное обеспечение адресной помощи. У государства появляются новые возможности для контроля целевого расходования средств. Автоматическое отслеживание движения денежных средств препятствует их расходованию не по назначению.

7. Повышение эффективности денежно-кредитной политики.

Потенциальные риски:

1. Единство контроля как угроза. На данный момент в Российской Федерации информационная безопасность сталкивается с множеством рисков, включая

кибератаки. Например, если злоумышленникам удастся взломать систему одного коммерческого банка, это повлечет последствия только для этого конкретного банка. Однако, если будут осуществлены взломы в единой системе взаиморасчетов Центрального Банка Российской Федерации, тогда финансовая система нашей страны окажется под угрозой.

2. Отсутствие целесообразности.
3. Отток средств с клиентских счетов частных банков.
4. Монополизация банковского сектора.
5. Риск инфляции.
6. Доступность использования цифрового рубля.

7. Необходимость создания новой платежной инфраструктуры. Новая платежная инфраструктура должна быть интегрирована с уже существующей, а также должна иметь функцию трансграничного взаимодействия с платформами цифровых валют ЦБ других стран [4].

Выводы. Исследование преимуществ и рисков проекта ЦБ РФ «Цифровой рубль» позволяет сделать вывод, что решение о выпуске цифровой валюты вызывает разногласия в российской экономике. Цифровой рубль имеет множество потенциальных преимуществ и рисков, что приводит к активной дискуссии среди граждан, представителей бизнес-сообщества и экспертов различных сфер. Успешное внедрение цифровых технологий в различные сферы общественной жизни существенно влияет на уровень экономического развития стран. В 2024 году развитые страны планируют провести массовые испытания цифровых валют, и Россия тоже участвует в развитии этой области. Однако широкое распространение цифрового рубля в мире должно быть основано на сбалансированной денежно-кредитной политике, обеспечивающей устойчивость финансовой системы России и стабильность национальной валюты [1]. Сможет ли цифровой рубль оправдать ожидания и стать новой формой денег в условиях развития современной экономической системы России, покажет время.

Список литературы:

1. Ситник, А.А. Цифровые валюты Централных банков / А.А. Ситник // Вестник Университета имени О.Е. Кутафина. – 2020. – № 9. – С. 180–184.
2. Андрушин, С.А. Цифровая валюта Центрального банка как третья форма денег государства / С.А. Андрушин // Актуальные проблемы экономики и права. – 2021. – Т. 15. – № 1. – С. 54–76.
3. Рубль превращается в цифру // Газета «Коммерсантъ». – 2020. – № 22. – Текст: электронный. – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4593801> (дата обращения: 25.11.2023).
4. О цифровых финансовых активах, цифровой валюте и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации: Федеральный закон от 31.07.2020 № 259-ФЗ // СПС «Консультант Плюс». – Текст: электронный. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_358753 (дата обращения: 25.11.2023).
5. Бордо, М. Цифровая валюта Центрального банка и будущее денежно-кредитной политики / М. Бордо, А. Левин // Рабочий документ NBER. – 2017. – № 23711. – Текст: электронный. – URL: <https://doi.org/10.3386/w23711> (дата обращения: 25.11.2023).

Рыбачук Т. П., студентка
Научный руководитель: Хромов Н. И., д-р экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
tanya06.rybachuk@gmail.com

ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ ЧРЕЗВЫЧАЙНЫМИ СИТУАЦИЯМИ

Актуальность. Важность данной темы еще более актуальна в современном мире из-за увеличения частоты и масштаба чрезвычайных ситуаций, вызванных изменением климата, террористическими угрозами и другими глобальными вызовами. Государственное управление в чрезвычайных ситуациях включает в себя разработку планов мероприятий, координацию действий разных органов государственной власти, информирование и мобилизацию населения, обеспечение безопасности и оказание помощи пострадавшим. Правильная подготовка и реагирование государства на чрезвычайные ситуации играют важную роль в спасении множества жизней, снижении экономических потерь и поддержании стабильности общества.

Анализ последних публикаций и исследований. В Российской Федерации исследованиями в области государственного управления чрезвычайными ситуациями занимаются различные ученые и исследователи. Среди них можно выделить таких ученых как: Горбушина Инобат [4], Василькевич Леонид [1], Александр Чупрынин и многие другие. В России также существуют научные и исследовательские учреждения и центры, которые занимаются изучением государственного управления чрезвычайными ситуациями. К ним относятся, например, Институт государственного управления и региональной экономики РАН, НИУ ВШЭ, Институт проблем государственного управления РАН и другие.

Целью исследования является изучение механизмов, подходов и инструментов, которые государство использует для реагирования на чрезвычайные ситуации и роли государства в предотвращении чрезвычайных ситуаций.

Результаты исследования. Чрезвычайная ситуация – это событие или обстоятельства, которые представляют угрозу для жизни, здоровья, собственности или окружающей среды субъектов, а также нормального функционирования общественных систем и требует незамедлительного вмешательства или реагирования.

В. Маршалл под чрезвычайной ситуацией он понимает комплекс событий, протекание или результат которых приводит к реализации в чрезвычайном районе, нормального жизнеобеспечения, функционирования систем управления и связи, а также экологического равновесия, обуславливает необходимость привлечения внешних по отношению к району чрезвычайных ситуаций сил и средств [3].

Л. И. Василькевич также дает ему определение, которое заслуживает внимание. По его описанию чрезвычайную ситуацию он видит, как обстановку на объекте или определенной части территории, сложившуюся в результате происшествий и бедствий природного, экологического, техногенного, социального и иного характера, которая привела, либо может привести к значительному ущербу, человеческим жертвам и нарушению условий жизнедеятельности [1].

Административно-политическая деятельность органов государственного управления распространяется на оборону, государственную безопасность, иностранные и внутренние дела, чрезвычайные ситуации, юстицию, надзор за законностью. Непосредственное управление большинством этих отраслей относится к исключительной компетенции государства и осуществляется центральными органами управления непосредственно через свои территориальные управления и отделы [2].

Важной частью деятельности органов государственного управления является работа по реабилитации и восстановлению после возникновения чрезвычайных ситуаций.

Государство выполняет важную роль в предотвращении и управлении чрезвычайными ситуациями. Его основные функции в этой области включают:

1. Законодательство (государство разрабатывает и принимает законы и нормативные акты, которые регулируют деятельность в области предотвращения и управления чрезвычайными ситуациями.).

2. Превентивные меры (государство предпринимает шаги для предотвращения возникновения чрезвычайных ситуаций).

3. Система предупреждения (государство создает системы предупреждения, которые позволяют оперативно реагировать на возможные угрозы и оповещать население о приближающихся опасностях).

4. Управление и координация (в случае возникновения чрезвычайной ситуации, государство отвечает за организацию и координацию деятельности различных государственных структур и организаций, задействованных в реагировании на ЧС).

5. Помощь и поддержка (государство предоставляет помощь и поддержку пострадавшим от чрезвычайных ситуаций).

В 2022 г. на территории Российской Федерации произошли 242 чрезвычайных ситуаций, в том числе [5]:

федерального характера – 2;

межрегионального характера – 2;

регионального характера – 19;

межмуниципального характера – 9;

муниципального характера – 150;

локального характера – 60.

В своей структуре от общего числа чрезвычайных ситуаций пришлось:

техногенных ЧС – 67,8%;

природных ЧС – 32,2%.

Следовательно, можно прийти к выводу, что техногенные чрезвычайные ситуации происходят чаще, чем природные, это обусловлено по нескольким причинам:

1. Человеческий фактор – некорректное использование или несоблюдение технологических норм и правил может приводить к авариям и инцидентам.

2. Быстрое развитие технологий – современные технологии становятся все более сложными и интенсивными, что повышает вероятность возникновения техногенных аварий.

3. Развитие индустриализации – количество производственных предприятий сопряжено с увеличением риска возникновения аварий или чрезвычайных ситуаций.

Единая государственная система предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций (РСЧ) – предназначена для предупреждения чрезвычайных ситуаций в мирное время, а в случае их возникновения – для ликвидации их последствий, обеспечения безопасности населения, защиты окружающей среды и уменьшения ущерба объектам экономики.

Для ликвидации чрезвычайных ситуаций создаются и используются:

1. Резервный фонд Правительства РФ по предупреждению и ликвидации чрезвычайных ситуаций.

2. Запасы материальных ценностей для обеспечения неотложных работ по ликвидации чрезвычайных ситуаций.

3. Резервы материальных ресурсов федеральных органов исполнительной власти.

5. Резервы финансовых и материальных ресурсов субъектов РФ, органов местного самоуправления и организаций.

Выводы. Таким образом, исследование показало, что государственное управление чрезвычайными ситуациями является крайне важным компонентом общего функционирования государства. В случае возникновения чрезвычайной ситуации, такой как стихийное бедствие, пандемия или промышленная авария, террористическая атака, государство должно действовать эффективно и оперативно. Для успешного управления такими ситуациями необходимы четкие механизмы и структуры, чтобы правительство могло предотвратить угрозу, реагировать на кризисную ситуацию.

В целом, государственное управление чрезвычайными ситуациями требует на высоком уровне организованной системы, гибкости для реагирования на различные угрозы и высокой профессиональной компетенции.

Государственное управление в чрезвычайных ситуациях включает в себя разработку планов мероприятий, координацию действий разных органов государственной власти, обеспечение безопасности и оказание помощи пострадавшим, информирование и мобилизацию населения.

А также, важным фактором является необходимость уделить внимание предупреждению и предотвращению возникновения чрезвычайных ситуаций.

Основные пути решения проблем государственного управления чрезвычайными ситуациями:

1. Улучшение системы предупреждения и реагирования на ЧС.
2. Усиление координации и сотрудничества между государственными органами.
3. Развитие кризисных планов и стратегий.
4. Международное сотрудничество.
5. Вовлечение общественности.
6. Улучшение технической инфраструктуры и оборудования
7. Обучение и подготовка персонала

Государство играет ключевую роль в предотвращении чрезвычайных ситуаций и обеспечении безопасности граждан и их имущества. Его задача – создать условия для снижения рисков и эффективного реагирования на угрозы, а также оказывать помощь и поддержку населению в случае кризиса.

Список литературы:

1. Василькевич, Л. И. Чрезвычайная ситуация: определение и сущность / Л.И. Василькович // Проблемы безопасности при чрезвычайных ситуациях. – 1991. Вып. 6. – С. 50.
2. Хромов, Н.И. Основы государственного и муниципального управления. Часть I. Теоретико-методологические основы и функционирование системы государственного управления: учебное пособие / Н.И. Хромов, Ю.А. Оленичева, Н.В. Романова. – Донецк: ДонНУ, 2018. – 209 с.
3. Хрестоматия. Психология социальных ситуаций / сост. и общая редакция Н. В. Гришиной. СПб.: Питер, 2001. – 416 с.
4. Горбушина, И.А. Чрезвычайные ситуации: теоретический анализ в отечественной и зарубежной науке / И.А. Горбушина // Вестник Северо-Кавказского федерального университета. – 2014;(4):272-275.
5. О состоянии защиты населения и территорий Российской Федерации от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера в 2022 году: Государственный доклад. – МЧС России.

Сенькин В. А., студент
Научный руководитель: Адаменко Е. А.
БУ ВО «Сургутский государственный университет», РФ
senykin_va@edu.surgu.ru

АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ФЕДЕРАЛЬНОЙ СЛУЖБЫ ИСПОЛНЕНИЯ НАКАЗАНИЙ ПО ХАНТЫ- МАНСИЙСКОМУ АВТОНОМНОМУ ОКРУГУ – ЮГРЕ ПО ПРОФИЛАКТИКЕ ПОВТОРНОЙ ПРЕСТУПНОСТИ

С учетом изменений внешней и внутренней политики Российской Федерации, не останавливается процесс преобразования Федеральной службы исполнения наказаний (далее – ФСИН России). Уголовно-исполнительной системой внедряется опыт зарубежных стран по использованию международных стандартов обращения с осужденными.

Наряду с введением новых видов наказаний, изменениями в порядке исполнения отдельных их видов, большое внимание ФСИН России уделяется созданию стимулов законопослушного поведения осужденных, а так же функционированию системы по оказанию помощи в социальной адаптации осужденным после освобождения.

Среди осужденных, содержащихся в исправительных учреждениях ФСИН России, есть не только осужденные за преступления небольшой и средней тяжести, но и лица, совершившие тяжкие и особо тяжкие преступления, которым назначаются большие сроки отбывания наказания. Именно для таких осужденных, содержащихся в исправительных учреждениях длительное время, актуальным представляется вопрос адаптации к нормальной жизни после освобождения [4].

На всем протяжении исполнения уголовных наказаний перед уголовно-исполнительной системой стояла задача по планомерному совершенствованию взаимодействия учреждений и органов ФСИН России с институтами гражданского общества и иными государственными органами, по снижению повторной преступности со стороны лиц, освобождающихся из мест лишения свободы, за счет повышения эффективности социальной, воспитательной и психологической работы в местах лишения свободы и развития мероприятий по адаптации таких лиц к жизни после освобождения [3].

Формирование у осужденных правопослушного поведения, решение вопроса о месте жительства, наличие у осужденного достойного заработка – являются основными факторами снижения повторной преступности. Ведь при обеспеченности постоянным местом проживания, достойной работой, позволяющей удовлетворить все потребности лица, освободившегося из мест лишения свободы, оно не пойдет на совершение еще одного преступления.

К мероприятиям, проводимым ФСИН России, по ресоциализации осужденных относятся: проведение воспитательно-профилактических мероприятий по повышению правовой сознательности осужденных; создание жилищно-бытовых условий для осужденных после освобождения, в том числе через некоммерческие организации; организация взаимодействия с центрами занятости в целях решения вопроса трудоустройства.

Рассмотрим эффективность подготовки осужденных к освобождению на примере Управления Федеральной службы исполнения наказаний по Ханты-Мансийскому автономному округу – Югре (далее УФСИН по ХМАО).

Одним из факторов, дающих возможность сделать вывод об эффективности подготовки осужденных к освобождению, является уровень повторной преступности

осужденных, которые были освобождены из мест лишения свободы. То есть количество лиц совершивших преступления, после освобождения из мест лишения свободы.

Так, по итогам 2022 года уровень повторной преступности в УФСИН по ХМАО составил 2,88% и вырос в сравнении с итогами 2021 года на 0,2% (2021 год – 2,67%).

Таким образом, приходится констатировать, что принимаемые УФСИН по ХМАО меры оказались недостаточны.

Основными причинами увеличения данного показателя стали: ненадлежащая работа сотрудников УФСИН по профилактике повторной преступности; низкий уровень правосознания у осужденных; отсутствие четкого механизма профилактических мер, направленных на снижение повторной преступности.

На примере УФСИН по ХМАО мы пришли к выводу, что имеющаяся система подготовки осужденных к освобождению, а также профилактических мер после освобождения, зачастую не позволяет снизить уровень рецидивной преступности.

Одним из решений, направленных на снижение уровня рецидивной преступности стало принятие 6 февраля 2023 г. Федерального закона № 10-ФЗ «О пробации в Российской Федерации». Данным Федеральным законом с 1 января 2024 года внедряется институт пробации [2].

Задачи пробации предусматривают мероприятия по социальной реабилитации, социальной адаптации и ресоциализации осужденных, освободившихся из учреждений, исполняющих наказания в виде лишения свободы или принудительных работ, которые оказались в трудной жизненной ситуации.

Однако, принятие данного закона лишь возложило на имеющиеся учреждения и органы ФСИН России дополнительные функции, которые так же были предусмотрены положениями Уголовно-исполнительного кодекса Российской Федерации [1].

По нашему мнению для более действенных мер, по снижению повторной преступности необходимы следующие мероприятия: создание в органах и учреждениях уголовно-исполнительной системы обособленных подразделений, на которые будут возложены предусмотренные законом задачи пробации; привлечение большего числа некоммерческих организаций, оказывающих содействие в ресоциализации осужденных; заключение соглашений с территориальными центрами занятости населения, для обеспечения освободившихся лиц достойной работой; улучшение уровня межведомственного взаимодействия ФСИН России с МВД России по профилактике и предупреждению преступлений совершения лицами, состоящими на учете в уголовно-исполнительной системе.

Указанные меры способны повлиять на эффективность деятельности УФСИН по снижению уровня рецидивной преступности в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре.

Список литературы:

1. Уголовно-исполнительный кодекс Российской Федерации от 08.01.1997 № 1-ФЗ (ред. от 13.07.2015) // СЗ РФ. – 1997. – № 2. – Ст. 8.
2. О пробации в Российской Федерации: Федеральный закон от 6 февраля 2023 г. № 10-ФЗ.
3. Концепция развития уголовно-исполнительной системы Российской Федерации до 2020 года: утверждена Распоряжением Правительства Российской Федерации от 14 октября 2010 года № 1772-р.
4. Аминов, И. И. Организационно-правовые механизмы реализации технологий «социальных лифтов» в исправительных учреждениях УИС России: проблемы и решения / И. И. Аминов, В. Е. Эминов // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2015. – № 10. – С. 101-105. – EDN UMJLQB.

Старкова Е. Н., студент
Научный руководитель: Хромов Н. И., д-р экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
elizavetastakova@gmail.com

ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ ОТРАСЛЯМИ СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ

Актуальность. В настоящее время социальная сфера является одной из ключевых отраслей государственного управления. Ее развитие напрямую влияет на качество жизни граждан и уровень социальной защищенности населения. В связи с этим, актуальность государственного управления отраслями социальной сферы заключается в необходимости обеспечения доступности и качества социальных услуг, таких как здравоохранение, образование, культура, спорт, социальная защита и другие. Кроме того, важным аспектом является эффективность использования бюджетных средств и ресурсов, а также обеспечение социальной стабильности и развития общества в целом.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблему государственного управления отраслями социальной сферы рассматривали Н.П. Гуляева [1], А. А. Адаменко [2], А.А. Лопухова [3] и другие ученые.

Цель исследования – изучение механизмов и инструментов государственного управления в социальной сфере с целью разработки рекомендаций по повышению эффективности социальной политики.

Результаты исследования. Понятие "социальная сфера" может быть определено различными способами. Один из подходов рассматривает ее как совокупность крупных социальных групп, таких как классы и нации. Этот подход учитывает структуру общества, но не учитывает функциональные признаки социальной сферы, такие как обеспечение воспроизводства общества. Другой подход, основанный на экономическом анализе, сводит социальную сферу к непроектирующей сфере и сфере услуг, которые удовлетворяют социальные потребности граждан. В этом случае социальная сфера рассматривается как инфраструктура, не учитывая деятельность социальных субъектов и их отношений.

Многие авторы считают, что социальная сфера занимает промежуточное положение между экономической и политической системами и выступает своеобразным передаточным звеном между ними. Социальная сфера является частью других сфер общества и не представляет собой самостоятельную подсистему общества. Это связано с тем, что только социальная сфера служит для обеспечения социального развития и благополучия общества в целом, что отличает ее от других сфер общества. В основе социальной сферы лежит воспроизводственная деятельность населения и отношения, складывающиеся в процессе воспроизводства.

Социальная сфера представляет собой целостную и постоянно меняющуюся подсистему общества, которая возникает из необходимости непрерывного воспроизводства социальных процессов. Это устойчивая область человеческой деятельности, где осуществляются социальные функции общества и защищаются гражданские права человека.

Социальная сфера – характерное, сложно организованное и упорядоченное целое, единое по своей сущности, качеству и назначению, но в то же время многофункциональное в силу сложности и многозначности процесса воспроизводства дифференцированных социальных субъектов с многообразием способностей, потребностей и интересов. Процессы функционирования и развития социальной сферы обусловлены объективными закономерностями и базируются на определенных принципах социального управления.

В современных условиях развития, социальная политика занимает ключевое место в государственной политике и является неотъемлемой частью государственного управления. Она направлена на прогрессивное развитие социальной сферы, улучшение условий жизни граждан, предоставление социальной поддержки, помощи и защиты [1].

В Указе Президента РФ «О государственных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» отмечается, что для достижения прорывного научно-технического и социально-экономического развития необходимо увеличить численность населения, продолжительность жизни, обеспечить устойчивый рост реальных доходов населения и снизить уровень бедности [2].

Наша страна – социальное государство, и реализация социальной политики должна быть конечной и главной целью всех государственных структур. Представители муниципальных органов власти лучше других понимают потребности населения и поэтому имеют больше возможностей для адресного решения проблем на местах. Финансы социальной сферы являются основным показателем социального благополучия. Финансирование социальной сферы является основным показателем благополучия общества. Она включает в себя здравоохранение, образование, ЖКХ, культуру, пенсионное и социальное обеспечение, молодежную политику.

Сегодня нашей главной целью является переход на новый уровень социально-экономического развития. Эффективность местной социальной сферы напрямую влияет на благосостояние и удовлетворенность граждан. Рост благосостояния населения и технологическое развитие приводят к увеличению потребляемых услуг, что увеличивает роль частных финансов. Однако статистические данные показывают, что доля децентрализованных фондов снижается, несмотря на их значимость [3].

Сегодня в современном обществе социальная политика играет ключевую роль в управлении государством и является неотъемлемой частью его деятельности. Она направлена на развитие социальной сферы, улучшение условий жизни граждан и предоставление им необходимой поддержки и защиты.

Социальная политика Российской Федерации ориентирована на улучшение социального климата, снижение уровня безработицы и бедности, а также на увеличение доходов граждан. В целях борьбы с бедностью и повышения благосостояния населения, в будущем будут созданы новые рабочие места и увеличен рост заработной платы. Улучшение доступа к медицинским и образовательным учреждениям также должно положительно сказаться на уровне жизни населения. В связи с тяжелой эпидемиологической ситуацией в стране и мире и введением жестких карантинных мер не все запланированные мероприятия удалось реализовать [4, с. 303].

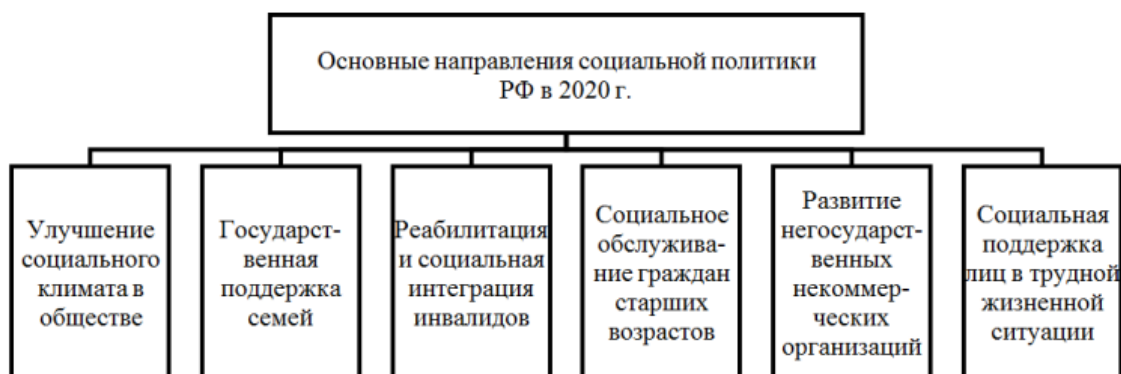


Рис. 1. Основные направления социальной политики Российской Федерации в 2020 г.

Основной целью существования и функционирования социальной сферы государства на современном этапе является обеспечение благополучия и

удовлетворения потребностей граждан, а также развитие социальной инфраструктуры и социальной защиты. Это стратегическая и высшая цель развития любого цивилизованного государства. Национальная социальная программа – это комплекс мер и действий, направленных на решение социальных проблем в обществе. Она может включать в себя различные программы и проекты, направленные на борьбу с бедностью, безработицей, социальной и экономической неравенством, обеспечение доступа к здравоохранению, образованию и жилью, укрепление семейных ценностей и т.д. Национальная социальная программа разрабатывается государством или другими общественными организациями с участием экспертов и специалистов в различных областях. Целью такой программы является создание благоприятных условий для жизни и развития каждого гражданина страны [5, с. 78].

Выводы. На основе проведенного анализа можно сделать вывод о том, что государственное управление отраслями социальной сферы является важным инструментом для обеспечения эффективного функционирования и развития социальных услуг в обществе. Оно направлено на достижение предусмотренных целей и решение задач, связанных с обеспечением доступности и качества социальных услуг, защитой прав и интересов граждан, а также содействием социальной справедливости и равенству возможностей.

Проблемы государственного управления отраслями социальной сферы требуют решения путем улучшения механизмов государственного управления, повышения эффективности использования ресурсов и укрепления партнерства между государством и общественными организациями.

Список литературы:

1. Гуляева, Н.П. Социальная сфера как объект управления и социальное развитие / Н.П. Гуляева. – Текст: электронный. – URL: http://samlib.ru/n/natalxja_p_g/tema3-1.shtml (дата обращения: 25.11.2023).
2. Указ Президента Российской Федерации от 07.05.2018 г. № 204. – Текст: электронный. –URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/43027> (дата обращения: 25.11.2023).
3. Социально-экономическое положение России. 2020 год / Росстат. – М., 2020. – С. 106-108.
4. Адаменко, А. А. Вестник академии знаний / под ред. А. А. Адаменко, Т. Е. Хорольская, Е. Н. Клочко // Всероссийский журнал. – 2021. – № 44. – С. 310.
5. Лопухова, А.А. Особенности государственного управления социальной сферы / А.А. Лопухова // Мировая наука. – №11(56). – 2021. – С. 77-79.

Третьякова М. О., студент
 Научный руководитель: Белова И. В.
 ФГБОУ ВО «Северо-Западный институт управления
 Российская академия народного хозяйства и государственной службы
 при Президенте Российской Федерации», РФ
 mtretyakova-21@edu.ranepa.ru

ПРОБЛЕМА СНИЖЕНИЯ ПРЕСТИЖА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ГРАЖДАНСКОЙ СЛУЖБЫ И НЕХВАТКА КВАЛИФИЦИРОВАННЫХ КАДРОВ

Актуальность. Система государственной службы не раз претерпевала различные реформирования и изменения за историю России [2]. Здесь можно отметить и реформы в период Российской Империи, а в особенности при Петре I, и в советский период, и ряд административных реформ государственной службы, происходивших в постсоветской России. В настоящее время проблема престижа государственной службы не только не утратила своей значимости, но и напротив, в условиях современных геополитических вызовов приобрело новое важное значение.

Анализ последних исследований и публикаций. Всероссийским центром изучения общественного мнения (ВЦИОМ) был проведен опрос, где респондентам предлагалось ответить на вопрос «Какие профессии Вы считаете в настоящее время наиболее престижными? Назовите три самые престижные профессии». Ниже в таблице представлены результаты опроса с наиболее и наименее популярными профессиями, а также положение государственной службы в данном опросе [1].

Таблица 1

Результаты опроса ВЦИОМ о престижности профессий

	2006	2009	2012	2018	2021	2023
Специалист в области компьютерных технологий, IT-технологий	7	6	5	12	16	31
Работник медицинской сферы	11	12	12	26	31	30
Военнослужащий (в т.ч. полиция, МЧС, ВПК и др.)	3	3	4	10	9	19
Работник сферы образования	4	4	4	16	19	16
...						
Государственный служащий	7	6	6	5	3	2
Научный работник / сфера культуры	1	1	2	3	2	2
Творческие профессии	5	4	3	2	2	2
Бухгалтер	5	3	2	3	2	1

Как видно из результатов опроса, большинство респондентов на 2023 год в качестве наиболее престижных профессий считают профессии, связанные с IT-технологиями, медицинской сферой и военной службой. Наименее престижными профессиями респонденты отметили научных работников, творческие профессии и профессию бухгалтер. При этом государственная служба находится на четвертой позиции наименее престижных профессий, на 2023 год всего 2% респондентов отметили престиж государственной службы.

Исследования показывают, что чаще всего низкий престиж государственной службы связан с неудовлетворенностью заработной платой в силу того, что должности на начальном этапе построения карьеры на государственной службе оплачиваются значительно ниже. Иначе говоря, повышение заработной платы на должностях государственной службы зависит от группы и категории должности, выслуги лет и ряда других факторов. В данном случае молодые люди больше предпочитают уходить в сферу бизнеса, где существует большая вероятность получения желаемой заработной платы. Второй причиной можно назвать отрицательный образ государственного служащего ввиду высокой коррумпированности и личностных качеств. Также немало важно отметить распространенный стереотип о том, что на государственную службу невозможно поступить без связей, то есть не имея уже имеющихся знакомых, занимающих должности государственной службы [3]. Наконец, хотелось бы также отметить специфику самой государственной службы. Безусловно она подразумевает собой ряд ограничений, особую ответственность за принимаемые управленческие решения, требует от государственных служащих особых социально-психологических качеств.

Цель исследования. Целью исследования является нахождение причин низкого престижа государственной службы и возможных путей их решения. В связи с тем, что от наличия квалифицированных кадров в области государственного и муниципального управления без преувеличения зависит судьба государства, понимание причин и разработка рекомендаций для повышения престижа государственной службы имеет важное значение.

Результаты исследования. В настоящий момент в Российской Федерации действительно существует низкий престиж государственной службы. Связан он с различными социальными, политическими, экономическими и иными факторами.

В качестве предлагаемого решения проблемы, связанной с низким престижем государственной службы предлагаются следующие рекомендации.

Во-первых, установление приемлемой заработной платы. В том числе и для должностей, на которые могут быть назначены впервые поступившие на государственную службу. С вопросом, касающимся низкой заработной платы, к слову, связана ещё одна проблема. Она заключается в том, что неудовлетворенность низкой заработной платой способна побудить к взяточничеству и, как следствие, распространению коррупции. Безусловно, здесь не стоит исключать такой психологический фактор как возрастание и неограниченность финансовых потребностей человека, но существует ряд примеров, когда риски потери должности (в том числе и ныне имеющейся заработной платы) и последующая ответственность за коррупционные противоправные деяния побуждали людей не совершать правонарушение.

Во-вторых, необходимо формировать образ государственной службы как почетной управленческой деятельности, направленной на служение государству и людям. К данному пункту можно также отнести и формирование положительного образа государственного служащего. В настоящий момент всё чаще можно увидеть в средствах массовой информации формирование негативного образа государственного служащего. Здесь необходимо понимать, что речь идёт не об умалчивании о недобросовестных поступках государственных служащих, а в первую очередь о демонстрации положительных черт, занимающих государственные должности.

В-третьих, необходимо уделить особое внимание подготовке кадров для будущей государственной службы. В качестве примера здесь можно указать прохождение практики в государственных органах студентов высших учебных заведений. Знакомство со сферой государственной службы в период обучения в высших учебных

заведениях позволит сформировать представление о государственной службе в целом. В качестве примера высшего учебного заведения, направленного на подготовку государственных служащих, можно привести Российскую академию народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (РАНХиГС). Уже на протяжении многих лет академия занимает лидирующие позиции по выпускникам, занимающим государственные должности, а также награждается за внесённый вклад в сферу образования Российской Федерации.

На состоявшейся в сентябре 2023 года встрече с ректором Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (РАНХиГС) Алексеем Комиссаровым, председатель Правительства Российской Федерации Михаил Мишустин заявил о повышении престижа государственной службы.

Однако несмотря на заявления председателя правительства и, основываясь на статистике, отражающей нехватку кадров на государственном и муниципальном уровнях, считаем, что хоть ситуация и имеет положительное развитие событий и тенденцию к улучшению, в настоящий момент всё же проблема низкого престижа государственной службы является актуальной.

Выводы. Вопрос нехватки кадров и/или их недостаточной квалификации является действительно значимой проблемой государственного масштаба. Современные реалии и геополитические вызовы диктуют адаптацию под новые условия. Подготовка государственных служащих является важной задачей, способной обеспечить государству развитие даже в условиях нестабильности. Таким образом основными проблемами, вынуждающими низкий престиж государственной службы, и их возможными решениями можно отметить:

1. Низкий уровень заработной платы, который можно решить установлением приемлемой заработной платы в том числе и для должностей, на которые могут претендовать впервые поступившие на государственную службу;

2. Сформировавшийся негативный образ и дискредитация образа государственного служащего, который можно изменить за счёт публикации в средствах массовой информации примеров добросовестности государственных служащих и престижности государственной службы за счёт искреннего служения во благо страны;

3. Недостаточная подготовка государственных служащих, которую можно решить путём привлечения в высшие учебные заведения студентов на направления, связанные с государственным и муниципальным управлением, а также организация прохождения практики в государственных органах.

Перечень перечисленных проблем и возможных путей их решения не является исчерпывающим, однако на наш взгляд, наиболее полно отражает проблему, связанную с низким престижем государственной службы.

Список литературы:

1. Профессии в России: престиж, доходность, востребованность. – Текст: электронный // ВЦИОМ. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/professii-v-rossii-prestizh-dokhodnost-vostrebovannost> (дата обращения 12.09.2023).

2. Ребрищев, Н. М. Этапы реформирования и проблемы развития института государственной службы в Российской Федерации / Н.М. Ребрищев // *Вестник Тамбовского государственного университета имени Г.Р. Державина. Серия «Юридические науки»*. – 2022. – №1. – С. 13-18.

3. Толстов, М.Р. Проблема низкого престижа государственной службы в российской федерации / М.Р. Толстов // *Ученые записки Тамбовского отделения РСОМУ*. – 2020. – №20. – С. 251-256.

Хаймахан Е. А., студент
Научный руководитель: Хромов Н. И., д-р экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
evahaymahan806@gmail.com

БОРЬБА С КОРРУПЦИЕЙ В ГОСУДАРСТВЕННОМ УПРАВЛЕНИИ

Актуальность. В современном мире, актуальными остаются вопросы о том, эффективны ли современные методы и механизмы борьбы с коррупцией, что может стать качественной мерой противодействия коррупции и снизить ее уровень. Коррупция является одним из распространенных преступлений, требующих эффективных мер по профилактике и предотвращению. Данный феномен остается важной проблемой, в том числе и в Российской Федерации. Коррупция оказывает непосредственное негативное воздействие на качество государственного управления в нашей стране, замедляя развитие государства и общества.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблемы коррупции нашли свое отражения в работах таких ученых, как: Н. С. Соменкова [1], А. И. Фурсова [2], Н. А. Константинова [2] и других.

Цель исследования – анализ статистики проявления коррупции с целью совершенствования антикоррупционной политики государства.

Результаты исследования. Коррупция оказывает значительное влияние на конкурентные механизмы рынка, в результате чего часто триумфирует не конкурентоспособный субъект, а тот, кто приобретает незаконные преимущества путем коррупционных сделок. В итоге, наблюдается деградация эффективности рынка. Проведя анализ состояния дел в данной сфере в России за прошедшие годы, возможно выявить ряд причин, способствующие возникновению данных преступлений. В списке индекса восприятия коррупции, по которым Россия набрала 28 баллов из 100 и заняла 137-е место из 180, что характеризует очень высокий уровень восприятия коррупции [2, с. 167-168].

Таблица 1
Сведения о зарегистрированных преступлениях по ст. 290 УК РФ (получение взятки)
в России за 2018-2022 годы

Место/годы	2018	2019	2020	2021	2022
Города ФЗ	300	322	354	542	546
Области	1675	1780	1893	2030	2391
Республики	641	649	731	805	895
Края	401	629	559	760	855
Автономные округа	76	80	92	158	96
Итого	3093	3460	3629	4295	4783

На основе анализа таблицы отмечается рост тенденции к нарушению статьи 290 УК РФ (получение взятки) в течение пятилетнего периода на 54%. Наибольшее количество нарушений было зафиксировано в 2022 году. Самое большое количество нарушений в 2022 зарегистрировано в городе Москва (394 случая). В городе Москва в 2022 году было зарегистрировано наибольшее количество нарушений (394 случая). В течение пяти лет наблюдалось увеличение количества нарушений в областях на 82%, в республиках – на 39%, в краях – на 113%, а в автономных округах – на 107%. Однако, к 2021 году в автономных округах отмечается снижение показателя на 39%.

На сегодняшний день, несмотря на повышенное внимание к проблеме и активные действия государства в данной сфере, механизм антикоррупционного регулирования не достигает оптимальной эффективности и требует дальнейшего совершенствования.

Эффективность мер в области противодействия коррупции снижается из-за существующих проблем. В связи с этим, нами были рассмотрены основные из них.

Первая проблема подразумевает противоречие между расширением масштабов коррупции и повышенным уровнем неверного представления в общественном сознании об этом явлении. Зачастую люди не видят границу между благодарностью и началом коррупционных действий. Большинство считает, что коррупция – это лишь расхищение бюджетных средств и смутно представляют, что такое конфликт интересов.

Решение обозначенной проблемы осуществляется путем систематической работы по формированию правовой культуры и правового сознания общества. Данное решение включает в себя два аспекта: развитие знаний граждан о законах своего государства и обеспечение неукоснительного действия этих законов.

Второй значимой проблемой является механизм формирования общественно-политического и административного слоя общества, участвующих в управлении государством.

Одним из наиболее явных препятствий на пути формирования правовой системы предупреждения и пресечения коррупции в органах власти и управления является несоблюдение со стороны ряда государственных служащих этических стандартов служебного поведения, что, в конечном итоге, приводит к разного рода должностным злоупотреблениям. Решение данной проблемы требует создания доступного и прозрачного механизма отбора кадров на руководящие должности всех уровней. Важно сформировать и наладить работу государственной системы обучения, подготовки и развития будущих руководителей в области государственного и муниципального управления [1, с. 112-116].

Важно отметить, что перечень существующих проблем в анализируемой сфере намного шире и объемнее. Тем не менее, мы выделили лишь наиболее значимые и ключевые из них.

В настоящее время в России активно формируется система антикоррупционного законодательства. Базовыми актами в данной сфере являются федеральные законы «О государственной гражданской службе Российской Федерации» и «О противодействии коррупции», в которых определены обязанности, запреты и ограничения, связанные с прохождением гражданской службы. Существенная часть установленных в данных законах ограничений и запретов направлена на предотвращение преступлений коррупционной направленности.

Однако, в антикоррупционном законодательстве не предусмотрены критерии оценки эффективности и результативности осуществляемых мер по противодействию коррупции, что в свою очередь говорит о формальном подходе.

Результаты проведенного исследования показывают, что в самом общем виде можно выделить такие методы борьбы с коррупцией:

- проведение единой государственной политики в области противодействия коррупции;
- создание механизма взаимодействия правоохранительных и иных государственных органов с общественными и парламентскими комиссиями по вопросам противодействия коррупции, а также с гражданами и институтами гражданского общества;
- принятие законодательных, административных и иных мер, направленных на привлечение государственных и муниципальных служащих, а также граждан к более активному участию в противодействии коррупции, на формирование в обществе негативного отношения к коррупционному поведению;
- совершенствование системы и структуры государственных органов, создание механизмов общественного контроля за их деятельностью;

- введение антикоррупционных стандартов, т.е. установление для соответствующей области деятельности единой системы запретов, ограничений и дозволений, обеспечивающих предупреждение коррупции в данной области;
- унификация прав и ограничений, запретов и обязанностей, установленных для государственных служащих, а также для лиц, замещающих государственные должности Российской Федерации;
- обеспечение независимости средств массовой информации, с целью распространения как можно больше правдивой информации и мерах пресечения преступления;
- неукоснительное соблюдение принципов независимости судей и невмешательства в судебную деятельность, что также может вызывать случаи возникновения коррупции;
- совершенствование организации деятельности правоохранительных и контролирующих органов по противодействию коррупции;
- совершенствование порядка прохождения государственной и муниципальной службы;
- совершенствование порядка использования государственного и муниципального имущества, государственных и муниципальных ресурсов (в том числе при предоставлении государственной и муниципальной помощи);
- повышение уровня оплаты труда и социальной защищенности государственных и муниципальных служащих, что было рассмотрено в качестве подробного примера выше [3];
- использование прогрессивного зарубежного опыта борьбы с коррупцией.

Выводы. На основе проведенного анализа можно сделать вывод о том, что эффективное функционирование государственных органов в Российской Федерации зависит от противодействия коррупции на государственной службе. Несмотря на наличие обширной нормативно-правовой базы в данной области, механизм антикоррупционного регулирования нуждается в доработке.

Стоит отметить, что проблемы коррупции требуют системного решения путем осуществления комплекса мероприятий, включающих в себя организационные, социальные, экономические и правовые аспекты на основе специальных нормативных правовых актов, в том числе общегосударственных, направленных не только на выявление уже совершенных коррупционных преступлений, но и на предотвращение условий для их возникновения. На наш взгляд, реализация предложенных антикоррупционных мер и мероприятий будет способствовать повышению эффективности методов борьбы с разными проявлениями современной коррупции.

Список литературы:

1. Соменкова, Н.С. Проблемы противодействия коррупции на государственной гражданской службе в Российской Федерации / Н.С. Соменкова // Изд-во Нижегородский институт управления. – 2022. – С. 112-116.
2. Фурсова, А.И. Анализ статистики преступлений коррупционной направленности Российской Федерации / А.И. Фурсова, Н.А. Константинова // п. Молодежный. – 2023. – Т.2. – С. 167-168.
3. О противодействии коррупции: Федеральный закон от 25.12.2008 № 273-ФЗ (последняя редакция). – Текст: электронный. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_82959/ (дата обращения: 19.10.2023).

Хачиков Г. И., студент

Научный руководитель: Решетняк С. Р.

Северо-Кавказский институт-филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», РФ

Okhagi0@gmail.com

ФОРМИРОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ В НОВЫХ СУБЪЕКТАХ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Актуальность. 4 октября 2022 года Президент Российской Федерации Владимир Путин подписал федеральные конституционные закон о вхождении новых субъектов в состав Российской Федерации: Донецкой Народной Республики (ДНР), Луганской Народной Республики (ЛНР), Запорожской и Херсонской областей.

Данное решение стало следствием самоопределения жителей данных регионов, которые провозгласили свой национальный суверенитет, и изъявили желание войти в состав России. С 23-27 сентября 2022 года прошли референдумы о вхождении в состав России во всех четырёх освобождённых регионах, где подавляющее число избирателей проголосовали за вхождение в состав Российской Федерации на правах её субъектов.

Однако, данное событие потребовало формирование новой системы органов управления в новых регионах РФ, уже на основании норм российского законодательства.

Анализ последних исследований и публикаций. Обозначенной тематике посвящено пока её незначительное количество научных работ. В большей степени вопрос изучается средствами массовой информации. Наиболее интересные информационные и научные статьи составили основу исследования. Среди них можно выделить статью Л. Лежнёвой и А. Нефедовой в Известиях [3], экспертное мнение С.Р. Решетняка в «Грозный-Информ» [5], и научные статьи И.С. Смирновой [4], а также А.Г. Дружинина [1]. Отмеченные материалы содержат анализ ситуации и причины её возникновения, а также предложения по интеграции новых субъектов РФ в единое государственное пространство России, а также способов достижения лучших результатов в развитии, и управлении новыми субъектами Российской Федерации.

Целью работы является анализ предпринятых российским руководством действий, направленных на формирование регионального управления в новых субъектах РФ, рассмотрение возникающих при этом проблем и предполагаемых путей решения данных проблем в сфере интеграции новых субъектов в российскую правовую систему. Что было окончательно закреплено не только подписанием федеральных конституционных законов о вхождении новых регионов в состав России, но и принятием региональных конституций и уставов новых субъектов [5].

Результаты исследования. Все четыре субъекта до 2014 (ДНР и ЛНР) и 2022 (Запорожская и Херсонская области) годов входили в состав унитарного государства Украина, и не обладали ни системой управления, ни полномочиями, которыми обладает регион в составе федеративного государства. Вследствие чего им пришлось выстраивать совершенно новую архитектуру регионального управления. В этом плане республики Донбасса имели определенные преимущества, поскольку с 2014 фактически существовали в статусе суверенных государств и выстраивали самостоятельную систему государственного управления. При этом, поскольку изначально был заявлен курс на интеграцию с Россией, данная модель государственного управления формировалась по принципам организации государственного управления республики в составе РФ, а законодательство в большей

степени было ориентировано на российское. Данная модель управления имела скорее региональные черты, нежели государственные.

Региональное управление призвано организовывать и руководить деятельностью органов власти на уровне субъектов государства, повышать воздействие органов управления на жизнедеятельность населения, повышая качество жизни граждан в пределах определённой территориально-административной единицы. [1]

Эффективная работа региональных властей помогает повысить уровень и качество жизни населения, укрепить экономическую базу, а также развитие инфраструктуры внутри регионов. Для формирования управления в новых субъектах необходима интеграция областей и республик в правовую, экономическую, финансовую и кредитную системы России.

Структура органов власти формируются в соответствии с организацией власти в других регионах РФ. Созданы органы прокуратуры, полиции, и иные органы федеральной власти, осуществляющие свои функции в регионах. Также субъекты официально интегрированы в судебную систему РФ. Сформированы органы региональной власти уже на основании российского законодательства. Военно-гражданские администрации реорганизованы в областные и республиканские.

При этом, при формировании регионального управления в новых субъектах необходимо ориентироваться на опыт интеграции полуострова Крым, о чём лично заявил Владимир Путин в ходе встречи со спикером Госдумы Вячеславом Володиным 2 октября 2022 года: «У нас есть опыт, действительно, Севастополя и Крыма, поэтому есть наработки, эти наработки, конечно, нужно использовать. Хотя есть специфика, и она очень существенная. Люди на Донбассе, например, начиная с 2014 года живут в условиях, практически военных действий, да и сейчас трагические события происходят на этих территориях, связанные с боевыми действиями, поэтому всё это, безусловно, мы должны учитывать, когда выстраиваем наши действия на этом направлении».

Также в новых субъектах развивают свою деятельность политические партии. Одной из них является Единая Россия. Партия ведёт свою деятельность на территории Донбасса с 2014 года, помогает новым субъектам в развитии экономики и народного хозяйства, и положительно влияет на интеграцию в российское законодательство [2].

Ситуация в регионах остаётся нестабильной, в силу продолжающегося конфликта с Украиной. Не вся территория новых регионов до конца контролируется федеральными властями. Существует реальная угроза террористических актов в отношении государственных служащих в новых регионах. А сами регионы ещё находятся в зоне досягаемости средств поражения вооружённых формирований Украины. Однако, данные факты не мешают продолжать планомерно выстраивать систему регионального управления.

Также стоит отметить, что для новых территорий актуальны и общероссийские проблемы в сфере регионального управления. Чаще именно они становятся ключевыми проблемами, мешающими формированию регионального управления. Среди таких проблем можно выделить:

1. Недостаточность финансовых средств. Однако, данная проблема находит своё проявление скорее на муниципальном уровне, поскольку муниципалитеты новых регионов столкнулись с значительными задолженностями по судебным решениям и неисполненным предписаниям контрольно-надзорных органов.

В связи с этим заместитель председателя Правительства РФ Дмитрий Григоренко подтвердил несовершенство нашего законодательства в данной сфере и предложил идею подсчитывать всю сумму долгов муниципальных образований. В свою очередь, министр финансов Антон Силуанов предупредил, что списание по долгам может стать негативным прецедентом и перед таким шагом необходимо всё тщательно обдумать.

2. Кадровый голод. Для эффективной работы государственных органов необходимы грамотные, компетентные специалисты. Находить таких людей достаточно тяжело. В связи с этим перед государством стоит задача подбора и подготовки способных государственных работников. На работу в муниципальные службы необходимо привлекать молодёжь, только так можно найти людей энергичных и знающих особенности современной жизни изнутри. В этом нам помогают существующие программы, к примеру «Росстат» [3]. Также эффективными становятся программы по подготовке и переподготовке служащих, а также по формированию у них новых компетенций. Например, конкурс управленцев «Лидеры России».

Одним из способов улучшения процесса интеграции и формирования регионального управления в новых субъектах РФ вижу возможность перенимания опыта Крыма. Создание единого федерального окружного центра, в который войдут все 4 региона, с общим руководителем процесса интеграции позволит систематизировать все процессы, которые необходимо пройти для достижения лучших результатов в плане развития, объединения и управления новопривывшими в состав Российской Федерации субъектами.

Выводы. Анализ интеграционных процессов в новых регионах позволил увидеть, что изначально регионы находились не в равных условиях, поскольку модель государственного управления донбасских республик, была максимально близка модели российского регионального управления, в то время как на Запорожье и Херсонщине, данная система только формируется.

Процесс формирования региональных органов управления отягощается пока ещё идущими боевыми действиями, которые несут угрозу для служащих, несмотря на высокий профессионализм российских правоохранительных органов, а также всё ещё причиняют материальный ущерб регионам, что вынуждает тратить финансовые ресурсы на восстановление разрушенных объектов инфраструктуры. Чаще всего вызывающие финансовые сложности, которые также могут оказывать влияние на формирование системы органов региональной власти. Не менее значимыми являются и общероссийские проблемы, связанные с нехваткой квалифицированных кадров, способных занять должности служащих, в том числе связанный с недостаточным уровнем знания российского законодательства.

Однако, для формирования эффективного управления в новых регионах необходимо проводить решительную политику, но в то же время все решения должны основываться на доброты и заботе о людях, проживающих на новых территориях.

Список литературы:

1. Дружинин, А.Г. Новые субъекты Российской Федерации: специфика, тренды, потенциал развития / А.Г. Дружинин // Научная мысль Кавказа. – 2022. – № 4 (112). – С. 62-74.
2. «Единая Россия» открыла региональные отделения в ДНР и ЛНР. Статья. – Текст: электронный. – URL: <https://er.ru/activity/news/edinaya-rossiya-otkryla-regionalnye-otdeleniya-v-dnr-i-lnr?ysclid=lpbukougfs449982144>.
3. Лежнева Л., Нефедова А. Система укрепления. Статья. – Текст: электронный. – URL: <https://iz.ru/1501619/liubov-lezhneva-alena-nefedova/sistema-ukrepleniia-putin-otmetil-problemy-s-upravleniem-v-novykh-regionakh>.
4. Смирнова, И.С. Региональное управление. Статья. –Текст: электронный. –URL: https://spravochnick.ru/gosudarstvennoe_i_municipalnoe_upravlenie/regionalnoe_upravlenie/
5. Сергей Решетняк прокомментировал принятие новой Конституции в ЛДНР / Информационное агентство «Грозный-Информ» (grozny-inform.ru). – Текст: электронный. – URL: <https://www.grozny-inform.ru/news/society/147285/?ysclid=lpegfcp2a2345766665>.

Школярская Д. И., студент
Научный руководитель: Капыльцова В. В., канд. экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
dishkolyarskaya@inbox.ru

ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КАДРОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ В ОРГАНАХ МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Актуальность. В современных условиях эффективность деятельности органов местного самоуправления зависит от уровня профессионализма муниципальной службы. На данный момент вопрос подбора высококвалифицированных муниципальных служащих является одной из наиболее сложных проблем любой государственной системы.

Анализ последних исследований и публикаций. Содержание, проблемы и пути их решения кадрового обеспечения в органах муниципального управления рассматриваются в работах Булгакова С.Н. [1], Василевского М.А. [2], Гагановой Е.В. [3], которые приходят к выводу, что главной проблемой является недостаток квалифицированных кадров в органах муниципального управления, недостаточное соответствие уровня образования требованиям профессиональных должностей в муниципальной службе.

Цель исследования – проведение анализа и разработка рекомендаций по совершенствованию кадрового обеспечения органов муниципального управления.

Результаты исследования. Администрация Калининского района города Донецка – исполнительно-распорядительный орган города Донецк. В администрации Калининского района города Донецка кадровый штат состоит из 160 сотрудников, включая 120 муниципальных служащих, 20 руководителей муниципальных предприятий и учреждений [4].

Анализируя возрастную структуру, мы видим, категория специалистов в возрасте от 40 до 50 лет имеет наивысшее значение, более половины муниципальных служащих находятся в возрасте 40 лет и старше [4] (табл. 1).

Таблица 1

Возрастная структура муниципальных служащих
Администрации Калининского района города Донецка

Возраст	Численность, чел.
До 30 лет	10
30-40 лет	50
40-50 лет	30
50-60 лет	29

Большинство должностей в муниципалитете занимают сотрудники старше 40 лет. Их образование основано на устаревших программах и методиках, что затрудняет адаптацию к новым законодательным, социально-экономическим, административным и политическим условиям.

В связи с этим, необходимо выделить специфические проблемы, существующие в Администрации Калининского района города Донецка, а именно:

недостаточное количество квалифицированных сотрудников в администрации Калининского района города Донецка;

значительное количество сотрудников пенсионного возраста;

несовершенная система повышения квалификации муниципальных работников, связанная с устаревшими образовательными программами.

Таким образом, для совершенствования кадрового обеспечения Администрации Калининского района города Донецка целесообразно выполнение предложенных нами рекомендаций.

1. Принимать на муниципальную службу только специалистов, получивших образование, которое соответствует требованиям, предъявляемым к конкретной муниципальной должности.

2. Внедрение системы кадрового маркетинга, позволяющей эффективно заполнять вакансии и привлекать высококвалифицированных специалистов.

3. Повышение престижа и авторитета муниципальной службы для привлечения перспективной молодежи через внедрение кадрового маркетинга.

В рамках реализации этой задачи нами предлагается система таких мероприятий: организация проведения пресс-конференций, брифингов, радио- и телепередач по актуальным вопросам развития муниципальной службы; формирование молодежного кадрового резерва муниципальной службы.

4. Развитие дополнительного профессионального образования муниципальных служащих. В рамках реализации этой задачи мы предлагаем выполнение таких мероприятий:

проведение курсов повышения квалификации для муниципальных служащих; разработка и внедрение системы мониторинга и анализа эффективности повышения квалификации муниципальных служащих в виде аттестации.

По результатам аттестации, комиссия имеет возможность поощрить и повысить в должности или предложить рекомендации по улучшению деятельности аттестуемых и снижению их должностного положения.

Выводы. Итак, для совершенствования кадрового обеспечения муниципального управления мы предлагаем ряд рекомендаций, в частности:

повышение престижа и авторитета муниципальной службы для привлечения перспективной молодежи через внедрение кадрового маркетинга;

улучшение системы подготовки кадров муниципальной службы и предоставление дополнительного профессионального образования муниципальным служащим;

мотивировать молодежь к поступлению на работу в органы муниципального управления.

Таким образом, для совершенствования кадрового обеспечения Администрации Калининского района города Донецка целесообразно выполнение предложенных нами рекомендаций.

Список литературы:

1. Булгаков, С. Н. Значимость процедуры аттестации государственных гражданских служащих / С. Н. Булгаков // Правовая наука и реформа юридического образования. – 2018. – № 2 (25). – С. 158–161.

2. Василевский, М. А. О современных проблемах государственной и муниципальной службы в области кадровой политики / М. А. Василевский // Самоуправление. – 2019. – № 11. – С. 28–30.

3. Гаганова, Е. В. Основные проблемы и направления совершенствования кадровой политики в государственных органах власти субъектов РФ / Е. В. Гаганова // Вестник Университета (Государственный университет управления). – 2019. – № 7. – С. 112–114.

4. Официальный сайт Администрации Калининского района г. Донецка [Электронный ресурс]. – URL: <http://калиновкадонецк.рф/> (дата обращения 19.11.2023).

Секция «Маркетинг и логистика: теория и практика»

Акиншина А. Н., студентка

Научный руководитель: Ибрагимхалилова Т. В., д-р экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
akinshinaanna1990@gmail.com

СПЕЦИФИКА МЕРЧЕНДАЙЗИНГА В ТОРГОВОЙ СЕТИ

Актуальность. Эффективное функционирование торговых сетей обуславливается применением различных маркетинговых инструментов, среди которых важное место отводится мерчендайзингу – эффективной демонстрации продукции покупателям. Сегодня эффективность мерчендайзинга определяется стимулированием продаж и минимизацией OOS (отсутствие товара на полке), выстраиванием диалога с сетью по изменению ассортимента, увеличению страхового запаса и т.д.

Анализ последних исследований и публикаций. Изучением вопросов инструментария определения уровня сервиса в организациях торговли с использованием методов мерчендайзинга, занимались такие ученые как Б. Берман, Н. В. Вакурова, К. А. Голубева, Р. Джоэл, С. В. Иванов, Д. А. Каспарова, Т. Н. Парамонова, И. А. Рамазанов, Дж. Эванс и другие.

Цель исследования заключается в изучении специфики мерчендайзинга в торговой сети.

Результаты исследований. Искусство торговать в английском языке называется мерчендайзинг. Современное понимание данного понятия означает комплекс мероприятий, осуществляемых в торговом зале с целью продвижения товара без помощи продавца.

Кроме этого, авторы отмечают, что это «способ создания оптимальных условий для контакта потребителя с продвигаемым товаром, привлечение внимания к товару путем визуальных и иных способов, вызывающее у потребителя желание приобрести товар» [1].

Б. Берман, Дж. Эванс и Р. Джоэл акцентируют внимание на том, что «...мерчендайзинг включает виды деятельности по приобретению конкретных товаров или услуг и предложению их в тех местах, в то время, по тем ценам и в тех количествах (объемах), которые позволяют розничной фирме достигать своих целей» [2, с. 731].

Для управления поведением потребителя в мерчендайзинге применяются «...сочетание методов управленческого воздействия с природной системой самого человека и ее составляющими – рефлексам, вниманием, ощущением, восприятием и другими» [3].

Согласно исследованиям:

7 из 10 покупателей, приходя в магазин за покупками, не окончательно сформировали свое решения о том, что они приобретут (какую модель);

2/3 решений о покупке потребитель принимает, находясь непосредственно перед товаром; безупречная выкладка товара на полках на 25 % повышает желание приобрести товар и на 15% увеличивает выручку в магазине;

при перемещении продукции с нижних полок на уровень глаз происходит увеличение продаж на 80%.

Технологии играют важную роль в развитии и оптимизации стратегий мерчендайзинга в современных торговых сетях. Вот несколько ключевых технологических решений, которые часто используются в мерчендайзинге:

Системы управления товарным ассортиментом (TMS):

TMS помогают эффективно управлять ассортиментом, отслеживать изменения в предпочтениях потребителей и быстро адаптироваться к рыночным трендам. Эти системы обеспечивают автоматизированный процесс принятия решений при выборе товаров для предложения в магазине.

Системы управления пространством и размещением (Space Planning Systems):

Эти системы помогают оптимизировать распределение товаров на полках и в магазине в целом, учитывая параметры эффективности использования пространства и психологии покупок.

RFID-технологии (Radio-Frequency Identification):

RFID-метки могут использоваться для отслеживания товаров в реальном времени. Это позволяет управлять запасами, предотвращать кражи, а также улучшать процессы инвентаризации и пополнения.

Аналитика и бизнес-интеллект (BI):

Использование аналитики данных и BI-инструментов позволяет анализировать покупательское поведение, оценивать эффективность стратегий мерчендайзинга и принимать обоснованные решения на основе данных.

Мобильные технологии:

Мобильные приложения для персонала и потребителей могут улучшить взаимодействие в магазине. Например, персонал может использовать мобильные устройства для доступа к информации о товарах, проверки наличия товаров, а также для проведения оперативных изменений в макете магазина.

Виртуальная и дополненная реальность:

VR и AR могут использоваться для создания виртуальных магазинов или визуализации новых дизайнерских концепций перед их внедрением. Это помогает улучшить процессы планирования и создать привлекательные визуальные представления для потребителей.

Электронные ценники:

Электронные ценники позволяют мгновенно обновлять цены и информацию о товарах без необходимости физической замены бумажных ярлыков. Это облегчает администрирование и повышает гибкость в изменении цен и акций.

Интернет вещей (IoT): сенсоры и устройства IoT могут быть использованы для мониторинга условий хранения товаров, контроля температуры, а также для сбора данных о перемещении покупателей внутри магазина.

Мерчендайзинг в торговой сети представляет собой стратегический подход к управлению представлением товаров в магазине с целью максимизации их привлекательности для потребителей и увеличения продаж. Этот процесс включает в себя различные элементы, которые специфичны для торговой сети.

Что касается технологии мерчендайзинга, то она начинает действовать с входной зоны магазина (наружная витрина и вход в магазин). Входная зона – это начальная область, которая обособливается непосредственно внутри магазина. Каждый сантиметр этого пространства ценится дорого, как правило, в ней на дверях, и на стенах располагаются плакаты и стикеры, которые используются производителями для напоминания о своей продукции до того, как перед взглядом покупателя предстанет множество сходных по типу товаров. Данные плакаты и стикеры доносят клиентам информацию о проводимых рекламных акциях и ориентируют покупателя к месту выкладки товара.

Наиболее часто применяются рекламные указатели: стикеры, вымпелы, напольная графика, wobлеры, а также POS-материалы, которые размещаются рядом с местом выкладки товара и акцентирует внимание посетителя именно на нем (мобайлы

(рекламные изображения большого формата), джумби (объемные конструкции, формой повторяющие товар, увеличенный в несколько раз) и пр.

Торговый зал делится на три зоны, так называемые, области «адаптации», «покупки» и «возвращения».

В области «адаптации» следует размещать продукцию, которая хорошо знакома потребителю, это могут быть необходимые товары, решение о покупке которых обдуманно заранее и выбор которых не требует большой концентрации внимания.

«Зона покупок» – это место, где технологии мерчендайзинга побуждают покупателя приобрести тот или иной товар. Тут следует размещать товары повседневного спроса. Рекламные материалы, размещаемые в этой части зала, а также расположение стеллажей должны побуждать покупателя обойти весь торговый зал и предположительно положить в корзину как можно больше товаров для покупки. Но следует помнить, что человеческая психика устроена таким образом, что наиболее удобным путем кажется прямая дорога. Доказано, что потребитель-визитер ограничивается прогулкой по периметру магазина и подойдет к стеллажам в центре торгового зала, только с необходимыми продуктами, которые ему надо купить.

В «зоне возвращения» размещаются товары импульсного спроса, недорогие продукты, покупка которых не связана с финансовым риском. Обычно в продовольственных магазинах здесь размещают кондитерские изделия, стеллажи с чаем и кофе, а также отделы алкогольных и безалкогольных напитков. А в прикассовой зоне часто размещают мобильные стеллажи с продукцией разного типа, которые усиливают вероятность импульсной покупки.

Одним из главных инструментов мерчендайзинга, который помогает оптимизировать расположение товаров в магазине, является «золотой треугольник». Как раз внутри этого треугольника наблюдается наибольшая покупательная активность в торговом зале. «Золотой треугольник» – это пространство, ограниченное тремя точками: вход, расчетно-кассовый узел и отдел планируемых закупок. Основная выкладка продукции должна располагаться внутри этой зоны. Еще одним приемом в мерчендайзинге является так называемая «золотая полка». Она находится на уровне взгляда покупателя (на высоте от 1,2 м до 1,7 м). Благодаря рефлексам потребителей удалось выяснить, что при движении вдоль стеллажей покупатель уделяет 70 % внимания стеллажам справа от себя и 30 % – стеллажам слева по ходу движения [5].

Вывод. Применение мерчендайзинга это направление, позволяющее продавцам воздействовать на поведение потребителей, при помощи планирования пространства и визуального представления товара (правильной выкладки товара), рекламы, профессионализма торговых представителей, повышения качества обслуживания в магазине, обучения персонала и т. д. Общий успех мерчендайзинга в торговой сети зависит от совокупности этих факторов, а также от способности адаптироваться к изменяющимся требованиям рынка и потребителей.

Список литературы:

1. Вакурова, Н. В. Мерчендайзинг как особая технология маркетинга / Н.В. Вакурова, К.А. Голубева, Д.А. Каспарова. – Текст: электронный // Вестник ГУУ. – 2017. – №1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/merchendayzing-kak-osobaya-tehnologiya-marketinga> (дата обращения: 15.11.2023).
2. Берман, Б. Розничная торговля: стратегический подход / Б. Берман, Дж. Эванс, Р. Джоэл. – М.: Вильямс, 2003. – 1184 с.
3. Умный мерчендайзинг. – Текст: электронный. – URL: <http://polza-biysk.ru/main/790-neupravlyaemye-telezhki.html> (дата обращения: 15.11.2023).
4. Парамонова, Т.Н. Мерчендайзинг: учебное пособие / Т.Н. Парамонова, И.А. Рамазанов. – М.: ид фбк-пресс, 2004.– 144 с.

Балабанов А. И., студент
Научный руководитель: Чижова Н. Е., канд. экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ,
andreibalabanov219@gmail.com

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ОРГАНИЗАЦИИ

Актуальность. Имидж является одним из основных элементов управления, который помогает повысить эффективность организации. Кроме того, это инструмент воздействия на общественное и индивидуальное сознание, требующий постоянного контроля. Однако имидж служит не только средством контроля, но и объектом контроля. Поэтому с момента создания необходимо вести целенаправленную постоянную работу над имиджем, учитывая особенности каждой целевой аудитории.

Анализ последних исследований и публикаций. Методологическая база исследования основана на идеях, изложенных в работах: А. Ю. Панасюк, А. Н. Чумикова, Е. М. Бортника, Т. А. Воробьева, А. С. Грачева, Л. В. Даниленко, М. Л. Разу и ряда других специалистов. Приемы и методы эффективного управления имиджем описали Питере Т. и Уотермен Р. в книге «В поисках эффективного управления» [5]. Теоретические взгляды на сущность имиджа можно встретить в трудах Грюнинга Д., Друкера П., Котлера Ф., Коно Т. и других зарубежных ученых.

Цель исследования: изучить проблемы формирования имиджа организации и рассмотреть пути их преодоления.

Результаты исследования. В настоящее время хозяйствования существует такое понятие, как организационный имидж, под которым понимается концепция, которая объединяет организационную коммуникацию, корпоративную коммуникацию, корпоративный брендинг, связи с общественностью (PR) и организационные исследования и привлекает внимание исследователей из этих различных научных школ из-за ее центральной важности для связи организаций с их аудиторией.

Таким образом, имидж – это также концепция, которая стирает внешние/внутренние границы организации и бросает вызов самому нашему представлению о том, что такое «организация» [1].

Имидж организации часто рассматривается как когнитивная конструкция, обозначающая восприятие организации и определяемая как впечатление, создаваемое в сознании аудитории.

Очень часто обозначается имидж организации как «корпоративный имидж» и определяется как «то, кем нас считают другие», то есть то, как организация воспринимается в первую очередь внешними участниками. Такой внешний имидж организации считается жизненно важным для построения отношений с заинтересованными сторонами и управления ими, а положительный имидж, как утверждается, обеспечивает легитимность организации и уникальную позицию бренда, что делает организацию привлекательной и «предпочтительным выбором» для всех заинтересованных сторон [4].

Однако авторы обычно рассматривают организационный имидж как находящийся внутри организации. С этой внутренней точки зрения организационный имидж определяется как «то, кем, по нашему мнению, нас считают другие», часто обозначаемый как «интерпретированный внешний имидж». Другими словами, это восприятие членами организации того, как посторонние воспринимают организацию. Исследование интерпретируемых внешних образов дало представление о том, как такие изображения влияют на проблему интерпретации и организационную идентификацию и могут рассматриваться как угроза организационной идентичности [3].

Очень важно, чтобы каждый элемент структуры имиджа был, информационно заполнен самой организацией. В противном случае, массовое сознание, в силу определенных стереотипов, наполнит содержанием недостающий элемент самостоятельно, что не всегда может пойти на пользу организации: в последующем, внедряя в массовое сознание новую информацию, придется преодолевать барьер уже существующей установки.

Процесс управления имиджем организации строится на четком представлении о его структуре и особенностях психологических процессов формирования имиджа в сознании общественности. Корпоративный имидж – это целостное восприятие предприятия разными группами общественности, которое формируется, в основном, на сохраненной в памяти информации о различных сторонах деятельности организации [2].

Формирование положительного имиджа организации в целом – довольно сложный и длительный процесс, требующий больших усилий и внимания. Но результат оправдывает затраты: сначала организация работает на имидж, затем имидж на организацию, повышая ее конкурентоспособность, доверие к ней клиентов, партнеров, инвесторов и СМИ [3].

Весь процесс создания образа можно разделить на четыре этапа.

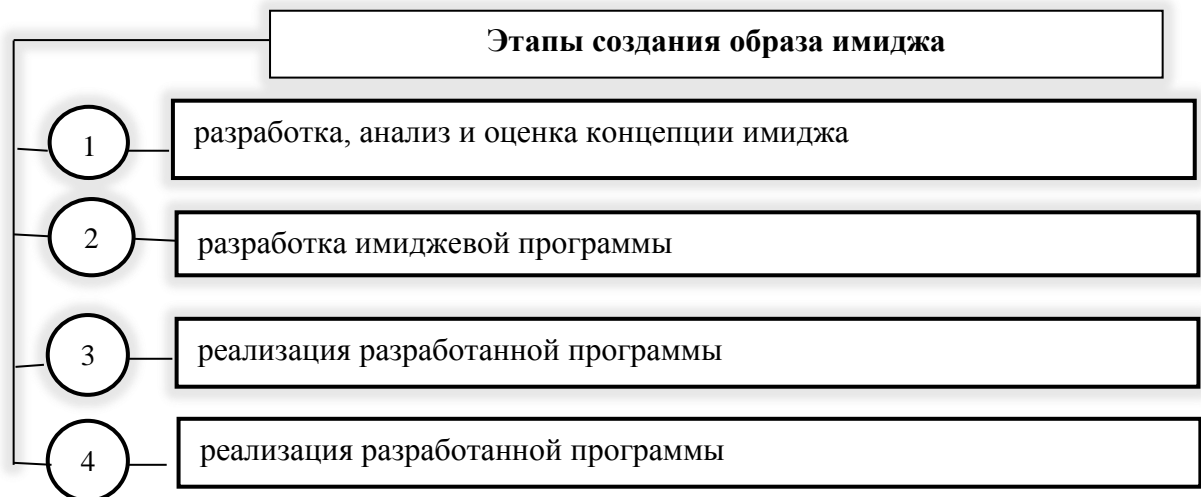


Рис. 1. Этапы создания образа имиджа

Первый этап – разработка, анализ и оценка концепции имиджа. На этом этапе определяются целевые группы. Каждая из которых должна быть тщательно изучена. Очень важно правильно собирать информацию для этого.

Второй этап – разработка имиджевой программы. Этот этап является самым сложным и дорогостоящим. На основе данных о целевой аудитории компания разрабатывает стратегию развития, которая включает миссию, цели, принципы, конкурентные преимущества, сегменты рынка и многое другое. Разрабатывается план, который включает в себя ряд приемов и методик формирования имиджа организации. Самый известный метод – это фирменный стиль [3].

Третий этап – реализация разработанной программы. Успех этого плана зависит от того, насколько успешен предыдущий. Для реализации программы создается специальная команда, обладающая необходимыми навыками и опытом.

Четвертый этап – это оценка созданного образа, его поддержание и закрепление. После того, как вы создали образ организации, вам необходимо оценить его с помощью специальных методов и инструментов. Постоянно контролируйте все источники информации об организации и ваших отношениях с ней (средства массовой

информации, книга отзывов и предложений и т.д.) [4].

Более современные исследования влияния имиджа организации на индивидуальную и организационную идентичность, проводимые в рамках исследований организационных коммуникаций, оспаривают эту точку зрения и предполагают, что влияние негативного или опозоренного имиджа организации может быть не «линейным» или «проблематичным», как предполагается в литературе по теории социальной идентичности. Эти исследования отходят от когнитивного подхода к имиджу организации и вместо этого рассматривают его как доминирующий, сконструированный извне дискурс идентичности организации. Как таковой, интерес заключается не в «пробелах восприятия», а скорее в том, как внешние дискурсы мобилизуются, корректируются, искажаются или описываются членами организации в связи с их индивидуальной работой по идентификации.

Правильно сформированный имидж должен обеспечить организации Внешние и внутренние аспекты имиджа организации размывают понимание того, кто или что его «производит». Восприятие организации может в значительной степени формироваться отдельными лицами на основе ассоциаций, событий, опыта, взаимодействий и истории с организацией, однако ученые, интересующиеся организационными коммуникациями, менеджментом, управлением репутацией и бренд-менеджментом, в основном утверждают, что организация может управлять этими восприятиями с помощью прогнозируемого, предполагаемого, и желаемый имидж организации.

Выводы. Таким образом, существуют разногласия относительно того, можно ли контролировать организационные образы или манипулировать ими, или же их следует рассматривать как ментальные конструкции, создаваемые только отдельным заинтересованным лицом. Возможно, можно понимать организационный имидж как существующий между отправителем и получателем и, таким образом, являющийся продуктом как «передаваемого образа», так и «воспринимаемого образа».

Список литературы:

1. Горчакова, Р. Р. Основные тенденции, сдерживающие формирование и развитие имиджа организаций / Р. Р. Горчакова // Актуальные вопросы экономических наук: материалы II междунар. науч. конф. (г. Уфа, апрель 2018 г.). – Уфа: Лето, 2018. – С. 87–90.
2. Дручевская, И. А. Особенности формирования имиджа организации. – Текст: электронный. – URL: <http://sjes.esrae.ru/pdf/2013/2/92.pdf> (дата обращения: 25.11.2023).
3. Nekmat, E., Gower, K. K., & Ye, L.. Status of image management research in public relations: A cross-discipline content analysis of studies published between 1991 and 2011. *International Journal of Strategic Communication*. – 8(4). – 2020. – P. 276–293.
4. Gioia, D. A., Hamilton, A. L., & Patvardhan, S. D. (2019). Image is everything. *Reflections on the dominance of image in modern organizational life. Research in Organizational Behaviour*, 34, 129–154. doi:10.1016/j.riob.2014.01.001 5
5. В поисках эффективного управления [Текст]: (опыт лучших компаний): пер. с англ. / Т. Питерс, Р. Уотермен ; общ. ред. и вступ. ст., с. 5-27, Л. И. Евенко. – Москва: Прогресс, 1986. – 418 с.

Бондаренко М. А., студент
 Научный руководитель: Ибрагимхалилова Т. В., д-р экон. наук, доцент
 Донецкий государственный университет, РФ
 bondarenko.mih@yandex.com

МУЛЬТИАТРИБУТИВНАЯ МОДЕЛЬ В КОНТЕКСТЕ РАЗРАБОТКИ ИННОВАЦИОННОГО ПРОДУКТА

Актуальность. Потребности как основная предпосылка формирования потребительского рынка обуславливают процесс разработки инновационных продуктов. В маркетинге основой для принятия решений по разработке и совершенствованию функциональных и эмоциональных составляющих продукта / товара / услуги (в том числе и инновационного) является мультиатрибутивная модель.

Анализ последних исследований и публикаций. Изучением вопросов сущности и разработки продуктов занимались такие ученые как: В. Быковский, А. Вебб, В. Кахн, С. Кей, Ф. Котлер, Р. Купер, Р. Дж. Столеграфф, С. Харт, и другие.

Цель исследования заключается в исследовании значимости мультиатрибутивной модели в контексте разработки инновационного продукта.

Результаты исследований. Согласно теории маркетинга, продукт представляет собой товар или услугу, которая предлагается на рынке своей целевой аудитории и удовлетворяет ее потребности.

Продукт должен соответствовать потребностям и ожиданиям потребителей, а также быть конкурентноспособным.

Фундаментальные исследования в области восприятия продукта принадлежат Ф. Котлеру, который обосновал наличие в продуктах следующих элементов:

- набора функциональных характеристик товара – товар по замыслу;
- внешнего вида, эргономики, эстетики – товар в реальном исполнении;
- гарантии, сервиса, доставки – товар с расширением [1].

Данные положения Ф. Котлера были заложены в теорию мультиатрибутивной модели продукта Ж-Ж Ламбена, суть которой заключается в «...объединении представления о товаре как о совокупности благ, приобретаемых для удовлетворения нужд и потребностей» [2].

Автор считает, что «...покупатель осуществляет поиск не товара, а поиск решения проблемы. Если товар не обеспечивает решение проблемы, он не рассматривается как альтернатива для покупки».

В таблице 1 представлена базовая мультиатрибутивная модель.

Таблица 1

Мультиатрибутивная модель

Элементы модели	Данные	Что отражают	Как могут быть определены
Объективные свойства		Реальность	Техническое описание
Атрибуты		Потребительское восприятие	Исследование потребителя
Оценка атрибутов	Важность	Индивидуальные приоритеты	
	Присутствие	Индивидуальное восприятие	
Частные полезности	x	Ценность потребителя	Интегральная модель
Полная полезность	Σ		

Понимание значимости атрибутов важен для разработки и производства инновационного продукта, т.к. способствует:

выделению первостепенных направлений модификации и улучшения продукта / товара / услуги;

является базой для применения одного из наиболее действенных инструментов сегментации рынка (сегментация по выгодам);

предоставляет возможность определить текущее позиционирование марки на рынке, наряду с данными об оценке марки по атрибутам;

позволяет разработать стратегию позиционирования новой либо репозиционирования существующей марки товара или услуги;

способствует построению индекса удовлетворенности потребителей или рейтинга марки, что, кроме прочего, может быть использовано при оценке эффективности работы персонала предприятия [3].

Инновационный продукт – это новый или улучшенный продукт, который содержит новые технологии, подходы или идеи. Он может предложить новые функции, повысить эффективность, удобство использования, безопасность или просто улучшить существующий продукт.

Инновационные продукты часто являются результатом исследований и разработок, вкладывающих средства и ресурсы в создание уникальной, конкурентоспособной продукции.

Согласно Постановлению Правительства Москвы от 07.09.2010 №784-ПП «О реестре инновационной продукции субъектов малого и среднего предпринимательства Москвы» под инновационной продукцией (инновацией) понимается «...внедрённые результаты научно-технической деятельности в виде продуктов и услуг, имеющие качественной характеристикой абсолютную или относительную научно-техническую новизну, выходящую за пределы усвоенных традиций в прикладной области использования, и имеющие экономическую эффективность реализации, превышающие среднерыночный уровень. Основными признаками инновации в условиях рыночного хозяйствования выступает новизна её потребительских свойств...» [4].

Как отмечает С.К. Швец, инновационный продукт – это «...результат внедрения продуктовых инноваций, новые (вновь внедренные) или подвергнувшиеся усовершенствованию изделия, а также изделия, производства которых основано на новых или значительно усовершенствованы методах» [5].

Показателями инновационности продукции являются:

новые потребительские свойства продукции (товаров, работ, услуг), улучшенные эксплуатационные, технические и другие потребительские характеристики;

наличие патентов или ноу-хау, относящихся как к объекту техники в целом, так и к его составным частям, или к технологии его производства (создания, строительства) – для товаров, работ, услуг;

принадлежность продукции (товаров, работ, услуг) к новому виду или поколению техники;

наличие акта приемки результатов разработки продукции, оформленного в соответствии с требованиями ГОСТ Р15.201-2000, содержащего результаты оценки технического уровня и конкурентоспособности продукции, в том числе в патентно-правовом аспекте (для вновь разработанной продукции, работ);

наличие сведений о патентах, относящихся к закупаемой готовой продукции, уже присутствовавшей ранее на рынке, в рекламном описании, в технических инструкциях, инструкциях по эксплуатации и других документах, раскрывающих существо предлагаемой к продаже продукции (для товаров и услуг);

срок появления продукции на рынке, составляющий не более трех лет (для товаров и услуг) [6].

На рисунке 1 представлены основные типовые этапы развития инновационного продукта от задумки до его продажи.

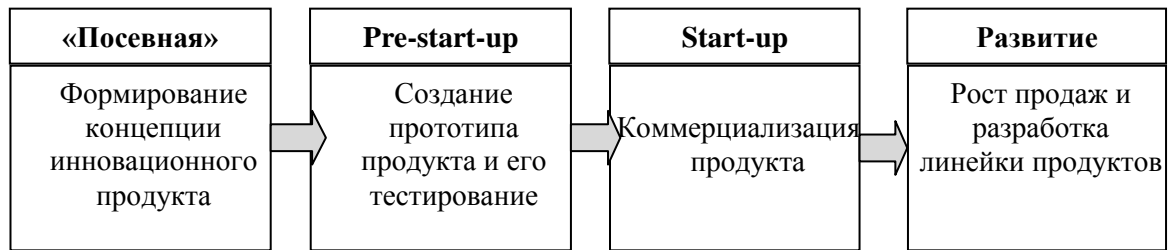


Рис. 1. Этапы разработки инновационного продукта и содержание основных работ

Инновационные продукты обычно отличаются от традиционных и предлагают новые подходы или решения для удовлетворения потребностей потребителей.

Кроме этого инновационный продукт может сочетать в себе технологические и экологические решения для создания уникального предложения на рынке.

Вывод. Таким образом, в работе на основе изучения сущности продукта определено, что важной его особенностью является соответствие потребностям потребителей. Данное свойство актуализирует исследование в области восприятия продукта на основе мультиатрибутивной модели.

Разработка инновационных продуктов должна строиться на исследовании атрибутов, которые позволяют определить направления модификации и улучшения товара или услуги.

Разработка инновационных продуктов для компании является залогом привлекательности и удержания клиентов, увеличения прибыльности и расширения своего бизнеса.

Она является ключевым фактором успеха в современных условиях быстрого развития технологий и изменяющихся потребностях рынка.

Список литературы:

1. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф, Котлер; общая редакция, вступительная статья Е. М. Пеньковой; перевод с английского В. Б. Боброва. – Москва: Прогресс, 1992. – 736 с.
2. Ламбен, Ж.-Ж. Менеджмент, ориентируемый на рынок / перев. с англ. под ред. В.Б. Колчанова. – СПб.: Питер, 2008. – 800 с.
3. Цысарь, А.В. Обзор существующих методик измерения значимости атрибутов товара/услуги / А.В. Цысарь // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2001. – № 5. – С. 14-18.
4. О реестре инновационной продукции субъектов малого и среднего предпринимательства Москвы: Постановление Правительства Москвы от 07.09.2010 № 784-П. – Текст: электронный. – URL: [http:// base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=MLAW;n=119009](http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=MLAW;n=119009).
5. Швец, С.К. Научные статьи Евразийского научного форума «Наука и образование современной Евразии: традиции и инновации» / С.К. Швец. – СПб.: МИЭП, 2011. – 268 с.
6. Иванова, В, О. Понятие инновационной продукции и особенности ее закупки / В. О. Иванова // Экономика : вчера, сегодня, завтра. – 2013 – № 5-6. – С. 10-24.

Боса Е.Ч.Н.Ч., студент

Научный руководитель: Авакова Э. Б., канд. соц. наук, доцент
 ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский политехнический университет
 Петра Великого», РФ
 lisabosa7@gmail.com

THE IMPACT OF GLOBALIZATION ON MARKETING AND LOGISTICS STRATEGIES

Relevance. The phenomenon of globalization has instigated notable transformations in business operations, particularly within the realms of marketing and logistics. The emergence of digital technologies coupled with the surge in worldwide trade has empowered businesses to tap into a wider customer base across various markets. Nonetheless, this has simultaneously escalated competition and necessitated the development of more advanced marketing and logistics tactics.

Analysis of the latest research and publications. The significance of adjusting to diverse cultural and regulatory contexts has been emphasized in recent studies and publications as a means of achieving success in international markets. For instance, according to Leanna Seah, content marketing coordinator in the company Airswift, in a constantly evolving world, the act of going global must be accompanied by the ability to conduct business in a manner that is efficient, but also sensitive and respectful to the unique differences that are weaved into the intercultural communication.[1] That means, businesses need to be adept at navigating complicated legal and regulatory frameworks and possess a thorough understanding of regional customs and practices. Successful businesses in this area are able to forge solid bonds with partners and clients across several markets, which can provide them a substantial competitive edge.

An additional significant facet of globalization is the growth of electronic commerce and virtual marketplaces. The Figure 1 shows revenue and forecasted revenue development of the eCommerce market worldwide for each year from 2012 till 2028 by different segments.

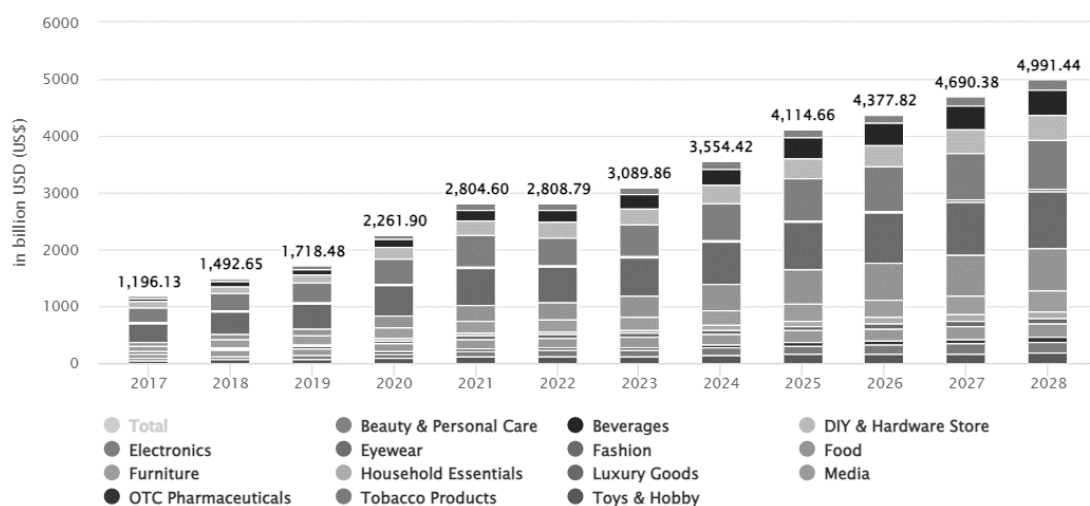


Fig. 1. Revenue of electronic commerce worldwide [2]

The team of Statista Market Insights has conducted research based on the sale of physical goods via a digital channel to a private end consumer. This definition encompasses purchases via desktop computers, including notebooks and laptops, as well as purchases via mobile devices (e.g., smartphones and tablets). We can see that the largest segments are

electronics and fashion items, in other words clothes. These two spheres will be popular among society despite any possible force-majores. And via research we have the ability to outline the fact that in 2022 the revenue in electronic commerce was \$2,808 billion, and is expected to grow by 1.1%, and is probably going to be \$3,089 billion. After the world faced logistics problems due to the Coronavirus disease COVID-19, people understood how it is convenient to shop online, and because of that, electronic commerce has a tendency to grow, as we can see in research of the Statista team. So, without the requirement for physical stores or distribution centers, all these segments have allowed businesses to reach customers in new markets. As a result, businesses are now investing in new technology and procedures to manage the complexity of online sales and distribution, which has caused a dramatic shift in logistics strategies.

Globalization has, nevertheless, also raised the pressure on businesses to cut expenses and boost productivity. Offshoring and outsourcing have increased as a result, giving businesses access to new markets and cheaper labor costs. In business process outsourcing, a global market value of USD 350 billion is expected for 2023. By 2027, Statista forecasts a further increase to \$450 billion, representing a compound annual growth rate of 6.48% between 2023 and 2027. [3] However, there are risks associated with these strategies as well, such as problems with supply chain disruption and quality control.

Purpose of the study. This article's primary objective is to examine how globalization has affected marketing and logistics strategies. The study examines the difficulties businesses encounter when functioning in various regulatory and cultural contexts, as well as the advantages that come with e-commerce. It also looks at the dangers of offshoring and outsourcing.

Research results. As we can see, globalization has changed how companies run and communicate with partners and clients around the globe. For businesses to succeed in the long run, they must be able to adjust to these changes. This necessitates both an awareness of and proficiency with the cultural and regulatory variations across various markets. The growth of e-commerce is one of the biggest effects of globalization on businesses. Companies can now more easily than ever reach customers around the globe thanks to the development of online sales and distribution. As a result, companies now have more chances to grow both their clientele and profits. E-commerce does, however, also bring with it new difficulties for companies. To manage the complexity of online sales and distribution, businesses need to make investments in new technologies and procedures. They also need to be aware of the risks connected to offshoring and outsourcing, like problems with supply chain disruption and quality control. In today's globalized world, businesses also have to navigate various regulatory and cultural contexts. Businesses need to be aware of and capable of adhering to international laws and regulations. Moreover, they need to be aware of cultural variations and modify their marketing plans accordingly. Despite these obstacles, businesses that are able to adjust to globalization have a greater chance of forging enduring bonds with clients and partners across borders. They may be able to gain a competitive edge and help them succeed in the long term.

Conclusion. To sum up, the aforementioned data suggests that a company's capacity for long-term success in the face of globalization is essential. This calls for an awareness of and skill in navigating the cultural and legal variances across various markets. Businesses that are able to do this have a greater chance of forging solid bonds with partners and clients across various markets, which may provide them with a competitive edge. Additionally, to manage the complexity of online sales and distribution, businesses need to make investments in new technologies and procedures. But businesses also need to be mindful of the risks that come with offshoring and outsourcing, like problems with supply chain disruption and quality

control. In general, the ability of businesses to adjust to the opportunities and challenges posed by globalization will determine the direction of international business in the future.

Bibliography:

1. Seah, L The importance of cultural awareness in international business / L. Seah. – Text: electronic // airswift.com : [website]. – 2021. – 2 July. – URL: <https://www.airswift.com/blog/importance-of-cultural-awareness> (access date: 24.11.2023).
2. Worldwide revenue of electronic commerce : electronic journal. – URL: <https://www.statista.com/outlook/emo/ecommerce/worldwide#revenue> - Date of publication: October 2023. – Text: electronic.
3. John, A. The global outsourcing sector in 2023 / A. John. – Text: electronic // kruschecompany.com : [website]. – 2023. – 5 July. – URL: <https://kruschecompany.com/global-outsourcing-sector-statistics-facts/> (access date: 24.11.2023).

Бочарова Е. М., студент
Научный руководитель: Беспятая М. Н., канд. экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
oksana.b.2004@mail.ru

ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГА В СФЕРЕ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

Актуальность. В современном мире люди всё чаще начинают задумываться о своём здоровье, ищут способы его поддержать и улучшить. В таких ситуациях им на помощь приходит спорт. Рост спроса на услуги спортивно-оздоровительных комплексов связан с рядом причин: сидячая работа, малоподвижный образ жизни, ухудшение экологии. Все эти факторы негативно воздействуют на здоровье человека. Рынок предлагает потребителю множество спортивных учреждений. Каждое учреждение старается привлечь людей именно к себе. Поэтому тема маркетинга в сфере спортивно-оздоровительных услуг является актуальной в настоящее время.

Целью данной работы является определение и анализ особенностей маркетинга в сфере спортивно-оздоровительных услуг.

Маркетинг спортивно-оздоровительных услуг – это процесс планирования, создания, продвижения и продажи спортивно-оздоровительных услуг с целью привлечения клиентов и увеличения прибыли. Маркетинг спортивно-оздоровительных услуг включает в себя анализ рынка, определение целевой аудитории, разработку маркетинговой стратегии, создание привлекательного и уникального предложения, проведение рекламных и маркетинговых акций, а также оценку эффективности маркетинговых мероприятий. Основная цель – привлечение новых клиентов, удержание уже существующих и увеличение объемов продаж [3].

Спортивно-оздоровительный продукт довольно специфичен. Поэтому эффективность маркетинга зависит от адекватной оценки конкретной ситуации и от программы действий, учитывающей эту специфику. Концепция маркетинга не принесет успеха, если в ней не будут учтены традиционные ценности фитнеса, а ориентация на рынок и прибыль не будет приведена в соответствие с хозяйственными, социальными и педагогическими целями. Поскольку спортивно-оздоровительные услуги выполняют не только экономические, но и социальные функции, то концепция чисто коммерческого

маркетинга для спортивных организаций в целом непригодна. Для достижения баланса экономических и социальных интересов необходимо идти на компромиссы и находить такие решения, которые позволяют свести к минимуму противоречия. Этим условиям соответствует социально-этичный маркетинг, концепция которого базируется на установлении нужд, потребностей и интересов целевых рынков и обеспечении их удовлетворенности более эффективными, чем у конкурентов, способами с одновременным сохранением благополучия потребителя и общества в целом [1].

Социально-этичный маркетинг предполагает, что работающая по его концепции фирма должна принимать решения с учетом запросов потребителей, интересов общества и своих собственных потребностей. Пренебрегая интересами потребителей и общества, стремясь получить коммерческий эффект, спортивная фирма рискует вызвать социальный конфликт, нанести ущерб социальному и культурно-нравственному развитию общества [1].

Маркетинг в сфере спортивно-оздоровительных услуг имеет свои особенности, которые отличают его от маркетинга других сфер деятельности. Во-первых, спортивно-оздоровительные услуги обычно предлагаются конечным потребителям, то есть людям, которые являются клиентами этих услуг. Поэтому основной задачей маркетинга в этой сфере является привлечение и удержание клиентов. Для этого необходимо разработать маркетинговую стратегию, которая включает в себя определение целевой аудитории, разработку уникального предложения, определение каналов продвижения и т.д. [2].

Во-вторых, спортивно-оздоровительные услуги являются неотъемлемой частью здорового образа жизни. Поэтому в маркетинге в этой сфере часто используется концепция «продажи здоровья». Рекламные кампании могут включать в себя обещания о заметном улучшении физического состояния, повышении энергии и жизненного тонуса, а также остроте ума. Важно помнить, что эти обещания должны быть аргументированы и соответствовать действительности.

В-третьих, в спортивно-оздоровительной сфере широко применяются лояльность клиентов и реферральные программы. Поскольку в этой сфере покупатели часто общаются между собой и делятся опытом, привлечение новых клиентов через рекомендации старых является эффективным инструментом маркетинга. Поэтому маркетинговые программы могут предусматривать бонусы и скидки для клиентов, которые приводят новых покупателей [4].

В-четвертых, в маркетинге спортивно-оздоровительных услуг важно учитывать сезонность спроса. В разных временах года спрос на услуги может меняться, например, в летний период спрос на пляжный отдых и водные виды спорта может быть выше, в то время как зимой больший спрос на горнолыжные курорты и зимние виды спорта. Поэтому маркетинговые стратегии должны быть гибкими и учитывать сезонные изменения в спросе [1].

Хорошим примером для рассмотрения особенностей маркетинга спортивно-оздоровительных услуг является Донецкий спортивный комплекс «SportMAX».

Данное предприятие учитывает специфику своих услуг и подстраивается под своих клиентов. Спортивно-оздоровительный комплекс предоставляет возможность потребителю попробовать себя в различных видах спорта: от аквааэробики до бокса.

Так же, «SportMAX» предоставляет абонементы в различных ценовых категориях. Вы можете приобрести абонемент на месяц, полгода, год. При чем, чем длительнее ваш абонемент, тем дешевле стоит одно занятие в спортивном-комплексе. Данная стратегия приманивает потенциального потребителя приобрести абонемент на более длительный срок, ибо так клиент экономит свои денежные средства, а спорт-зал получит лояльную аудиторию, которая будет пользоваться его услугами как можно дольше.

Следует отметить, что комплекс позаботился и о возрастных категориях услуг. В залах можно заниматься с 5 лет, при чем, для каждой возрастной группы выделены отдельные тренировки, учитывая особенности каждого из возрастов. Для детей отведены специальные детские секции для занятия футболом, плаванием и единоборствами. Каждая из этих секций работает под лозунгом: «Растим будущих чемпионов».

Если говорить о взрослой возрастной категории, то тут спектр услуг ещё более обширный. Настольный теннис, пляжный волейбол, сквош, персональные тренировки в тренажёрном зале – это лишь небольшая часть всего того, что можно опробовать в спортивно-оздоровительном комплексе «SportMAX».

Также, «SportMAX» активно использует социальные сети в своей маркетинговой стратегии. Официальные страницы комплекса в социальных сетях регулярно обновляются актуальной информацией о предстоящих мероприятиях, новых тренировках, успехах клиентов и специальных предложениях. Это позволяет поддерживать активное взаимодействие с аудиторией, удерживать интерес клиентов и привлекать новых. Кроме того, комплекс проводит регулярные мероприятия и акции, которые стимулируют участие и привлекают внимание новых клиентов. Например, тематические соревнования, дни открытых дверей, скидки на абонементы к определенным событиям – все это создает дополнительный интерес к услугам комплекса. Особый акцент стоит делать на образовательные программы, предоставляемые комплексом. Организация мастер-классов, тренингов и лекций по вопросам здорового образа жизни, питания, правильной тренировки не только привлекает новых клиентов, но и создает образ комплекса, как места, где не только тренируют тело, но и развивают ум.

Маркетинг в сфере спортивно-оздоровительных услуг несет в себе ответственность за формирование положительного образа бренда. В случае «SportMAX», они акцентируют внимание не только на физическом здоровье, но и на социальной ответственности, предоставляя услуги для разных возрастных групп и активно взаимодействуя с обществом.

Еще одной важной стратегией является постоянное обновление услуг и внедрение инноваций. Введение новых видов тренировок, использование современного оборудования, следование последним тенденциям в фитнесе – все это помогает удерживать внимание клиентов и привлекать новых, ищущих что-то новое и эффективное [5].

Выводы. В заключении, мы можем сказать, что маркетинг спортивно-оздоровительных услуг играет ключевую роль в успешном продвижении и развитии данной отрасли. Основные принципы включают в себя понимание целевой аудитории, разработку уникального предложения, активное онлайн-продвижение, установление партнерств, предоставление качественного сервиса и здоровую конкуренцию.

В целом, эффективный маркетинг спортивно-оздоровительных услуг способствует созданию здорового, активного общества и обеспечивает стабильный рост бизнеса в данной области. Следуя принципам успешного маркетинга, предприятия в этом секторе могут не только привлекать новых клиентов, но и укреплять свою репутацию в качестве провайдеров услуг по заботе о здоровье и физической активности.

Список литературы:

1. Исаков, Т. Б. Маркетинговая деятельность в сфере спортивно-оздоровительных услуг / Т. Б. Исаков // Тенденции развития науки и образования. – 2018. – № 36-4. – С. 67–70.

2. Шуманская, А. Б. Становление и развитие инфраструктурных объектов, обеспечивающих функционирование спортивно-оздоровительных комплексов / А. Б. Шуманская // Наука и образование: сохраняя прошлое, создаем будущее : сб. ст. XXIII Междунар. науч.-практ. конф., Пенза, 20 августа 2019 года. – Пенза, 2019. – С. 79–81.

3. Ерошенко, И. А. Маркетинговые стратегии в сфере спортивно-оздоровительных услуг / И. А. Ерошенко, Ю. Я. Низовцева // Физическая культура. Спорт. Туризм. Двигательная рекреация. – 2021. – Т. 7, № 2. – С. 78–85.

4. Филин, С. А. Влияние пандемии COVID-19 на рынок спортивных услуг в России / С. А. Филин, И. А. Иванюк // Молодежь и наука: шаг к успеху : сб. науч. ст. 5-й Всерос. науч. конф. перспективных разработок молодых ученых. Курск : Поступила в редакцию 10 июля 2021 г. Западный государственный университет, 2021. – С. 371–374.

5. Официальный сайт сети спортивных клубов «SportMAX». – Текст: электронный. – URL: <https://www.sport-max.com.ua/sport-max-artema/services/>.

Валиулина Е. Н., студент

Научный руководитель: Кусков А. Е.

ФГБОУ ВО «Донецкая академия управления и государственной службы», РФ
evgeniavaliulina82@gmail.com

ОПТИМИЗАЦИЯ СКЛАДСКОЙ ЛОГИСТИКИ: СОВРЕМЕННЫЕ СТРАТЕГИИ И ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Актуальность. Склад – это неотъемлемая часть логистической цепочки поставок. Учитывая, что большая часть расходов предприятия приходится на логистику, точнее складирование, как основную статью затрат, оптимизация транспорт, но - складских процессов это первый шаг на пути и компании к снижению издержек, увеличению прибыли и своей конкурентоспособности на рынке. Повсеместное использование информационных технологий в настоящее время, привело к необходимости их внедрения в процессы складирования и управления запасам и в том числе. Поэтому довольно-таки актуальным является изучение и анализ перспектив развития складского хозяйства [2].

Анализ последних исследований и публикаций. В целом, последние исследования подтверждают, что современные стратегии и технологии управления складской логистикой включают в себя автоматизацию, анализ данных, концепцию «умного» склада, робототехнику, оптимизацию маршрутов и складских планировок. Эти подходы способствуют повышению эффективности и оптимизации процессов на предприятии.

Цель исследования. Одной из основных целей исследования данной темы является проведение анализа и изучение последних тенденций в области управления складской логистикой с целью оптимизации процессов складирования, управления запасами, сбыта и выполнения операций на складе. Исследование направлено на выявление современных стратегий, методологий и технологий, которые способствуют улучшению эффективности, снижению издержек, повышению пропускной способности и качества обслуживания, а также уменьшению влияния человеческого фактора на складские операции. Также целью является разработка рекомендаций и практических рекомендаций для усовершенствования процессов складской логистики, что в свою

очередь поможет повысить конкурентоспособность предприятия и улучшить уровень обслуживания клиентов.

Результаты исследования. Основная доля преимуществ склада приходится на уменьшение времени доставки груза до конечного клиента, тем самым сокращая время ожидания клиента, увеличивая его удовлетворенность и непосредственно конкурентоспособность самого продукта. Вторым основным преимуществом является уменьшение разрывности между поставками от производителя до потребителя, что позволяет дезинтегрировать взаимосвязанные функции и способствует более эффективному управлению цепочкой поставок в целом. С точки зрения управления запасам и, склад – это инструмент, который служит защитой от непредвиденных и незапланированных ситуаций, как «пустые полки» или гиперсток, которые влекут за собой дополнительные и непредвиденные расходы. «Опираясь на статистику и полностью учитывая все затраты, связанные с хранением запасов за год, реальная стоимость хранения запасов может составлять, до 25% от балансовой стоимости запасов».

Автоматизация является важным компонентом научно-технического прогресса и обеспечивает автоматическое выполнение различных задач с помощью саморегулирующихся технических средств и математических методов. Она позволяет освободить человека от рутинных и монотонных задач, связанных с получением, преобразованием, передачей и использованием энергии, материалов, изделий и информации. В том случае, если полное освобождения человека не предоставляется возможным, то можно существенно уменьшить степень участия или сложность выполняемых операций. Автоматизация складской деятельности приводит к множеству преимуществ, таких как экономия времени сотрудников, ускорение процесса выпуска заказов, повышение качества обслуживания, увеличение товарооборота и сохранность товаров. На основе международного опыта, одним из наиболее эффективных средств оптимизации является автоматизированная система управления складом, такая как Warehouse Management System (WMS). Эта система разработана для быстрого и автоматического распределения и перемещения товаров в складских помещениях. Основное отличие WMS от других программ заключается в том, что она не только контролирует учет товаров, но и управляет, анализирует и информирует сотрудников склада о важных заданиях. Программа оптимизирует движение погрузочных средств, определяет оптимальные маршруты перемещения и назначает задачи сотрудникам склада. Однако внедрение такой системы требует опытных специалистов и серьезных финансовых затрат. Чтобы обеспечить успешное внедрение WMS, рекомендуется обратиться к профессионалам, которые имеют опыт в этой области.

Договорные отношения с серьезной организацией по оказанию квалифицированных консультационных услуг – залог быстрого внедрения системы, исключающего простои и издержки.

Исходя из этого, WMS-системы управляют запасами, работой персонала, оборудованием и площадью. Внедрение цифровых технологий на складе позволяет достичь следующих результатов: уменьшение запасов на 50%, сокращение числа сотрудников на 10-20%, снижение административных расходов на 15-25%, повышение эффективности использования складского пространства на 10-20%, уменьшение затрат на инвентаризацию на 75% и увеличение пропускной способности склада на 5-20%.

Дополнительно, увеличение использования технологий на складе может позволить перевести его в полностью автоматизированный режим, включая автоматическое перемещение и хранение грузов. Контроль в такой системе осуществляется с помощью цифровых моделей, которые требуют вмешательства оператора только в случае необходимости. Однако следует отметить, что некоторые

технологии могут быть достаточно дорогостоящими, что делает их недоступными или неэкономически выгодными для небольших компаний. Использование цифровых технологий на складе способствует значительному повышению производительности труда, снижению затрат на рабочую силу, эффективному использованию складского пространства и улучшению отслеживания товаров в режиме реального времени. Также цифровизация может значительно уменьшить процент влияния человеческого фактора и сократить повторяющиеся операции. Конечному потребителю будет предоставлена максимальная точность и доступность информации о наличии товаров на складе, их количестве, стоимости, точном времени доставки и возможности отслеживания перемещения товара.

Таблица 1

Результаты автоматизации склада

Показатели работы склада	До внедрения WMS	После внедрения WMS
Объем хранимого товара, число паллет	2500	4000
Ежедневные объемы сборных заказов, количество заказов	30 (100-150 паллет)	70
Штат рабочих, человек	32	12
Режим работы	Круглосуточный посменный, без выходных	Двухсменный, с 8.00 до 20.00
Качество услуг	Частые жалобы клиентов	Жалобы прекратились
Выставление счетов	Постоянные задержки	Регулярное с детальной калькуляцией
Финансовые претензии	Постоянные (по найденным товарам)	Претензий нет, клиент получает ежедневный отчет

Внедрение современных технологий, таких как автоматизация процессов с помощью роботизированных систем и использование систем управления складом (WMS), способствует повышению эффективности операций на складе, сокращению времени обработки заказов и снижению риска ошибок. Оптимизация управления запасами и применение методов прогнозирования спроса позволяют сократить запасы, минимизировать риски недостатка товаров и повысить оборачиваемость запасов. Эффективное планирование складских процессов, включая оптимизацию маршрутов, размещение товаров на складе и управление пространством, способствует снижению затрат и повышению пропускной способности склада. Внедрение систем отслеживания и мониторинга товаров позволяет повысить прозрачность процессов и улучшить уровень обслуживания клиентов [3]. Оптимизация процессов комплектации и упаковки заказов способствует сокращению времени подготовки к отправке и улучшению точности выполнения заказов. В целом, исследования в области управления складской логистикой подтверждают, что внедрение современных стратегий и технологий способно значительно улучшить эффективность складских операций, повысить уровень обслуживания и снизить издержки предприятия.

Вывод. В окончании хотелось бы отметить современную востребованность предприятий в модернизации своих процессов посредством инноваций. Так как прогресс не стоит на месте, оцифровка данных это первый шаг на пути к полной автоматизации производства и складских процессов в том числе. Использование благ современных технологий способствует повышению конкурентоспособности компании, так как чем лояльнее компания относится к нововведению и чем более оперативно она их принимает, тем больше у компании шансов на успех в условиях современной реальности, где каждый день происходит новое технологически революционное открытие.

Список литературы:

1. Бекмурзаев, И.Д. Значение инноваций в повышении эффективности логистического бизнеса / И.Д. Бекмурзаев // ФГУ Science. Научно-аналитический

журнал. – 2021. – № 1 (21). – С. 5–9. – Текст: непосредственный (дата обращения 10.11.2023).

2. Калитина, И. А. Язык склада / А. И. Калитина. – Из-во «ЛитРес: Главное Самиздат», 2019. – 66 с. – Текст: непосредственный (дата обращения 10.11.2023).

3. Digital Transformation of the Warehouse. – Текст: электронный. – URL: <https://www.hopstack.io/blog/warehouse-digital-transformation> – Текст: электронный (дата обращения 10.11.2023).

Вошиков Д., студент

Научный руководитель: Левкин Г. Г., канд. вет. наук, доцент
ФГБОУ ВО «Омский государственный университет путей сообщения», РФ
t7pro@yandex.ru

ОРГАНИЗАЦИЯ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ МАЛОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ПРИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ МАРКЕТПЛЕЙСОВ

Актуальность. Изучение особенностей взаимодействия маркетплейса с участниками рынка показывает, что сотрудничество позволяет малым предприятиям заполучить свою долю на рынке в условиях конкуренции, также маркетплейс принимает на себя услуги по хранению, организации доставки заказа до конечного потребителя, а также по продвижении товаров на рынке.

Деятельность малого предприятия имеет ряд ограничений. Это связано с масштабом деятельности, барьерами выхода на рынок, отсутствием свободных финансовых средств для проведения маркетинговых мероприятий, слабым развитием логистической инфраструктуры, которая включает в себя складские помещения и транспортные средства. Все это приводит к повышенному уровню коммерческих и логистических рисков. Статический характер рисков определяет неминуемый ущерб при наступлении неблагоприятных событий. Все это требует от предпринимателя поиска возможностей нивелирования этих проблем.

Цель исследования: изучить особенности организации логистических процессов малого предприятия.

Задачи исследования: дать характеристику логистических процессов малого предприятия; разработать план действий по размещению товаров малого предприятия на площадке маркетплейса.

Научная новизна заключается в описании механизма размещения товаров малого предприятия на площадке маркетплейса и определении преимуществ канала распределения с участием несетевого оператора оптово-розничной торговли.

Анализ последних исследований и публикаций. Изучение доступной литературы показывает, что в научной периодике происходит постоянное увеличение интереса к научным и практическим вопросам организации деятельности маркетплейсов. В то же время в имеющихся публикациях не описывается порядок взаимодействия малого предприятия с маркетплейсом [1].

В соответствии с задачами исследования можно дать следующую характеристику логистических процессов малого предприятия, который занимается разработкой проекта изделия, размещением заказа на производство в КНР, организацией доставки в Россию и заключение договора на размещение товаров на электронной площадке.

Вышеперечисленные этапы коммерческого процесса можно декомпозировать на отдельные процессы, что позволит идентифицировать «узкие места» в движении материальных потоков, формализовать процедуры. Все это приведет выявлению рисков

и разработке эффективные меры предупреждения и снижения потерь, за счет устранения логистических издержек.

Рассмотрим особенности логистических процессов при заказе доставки и комплектации трехкомпонентного изделия.

На начальном этапе происходит прогнозирование потенциальных продаж и формирование заказа производителям комплектующих. После составления заказа необходимо организовать поиск транспортной компании, которая будет заниматься доставкой комплектующих из страны производителя в страну заказчика.

Далее следует этап оплаты заказа и доставки комплектующих от производителей в Россию. После доставки заказа и проведения таможенных операций, комплектующие необходимо разместить на складе предприятия.

В последующем предпринимателю необходимо соединить трехкомпонентное изделие в готовую продукцию, сформировать товарные карты своей продукции и передать её на склад маркетплейса.

Маркетплейс занимается организацией доставки готовой продукции малого предприятия на свой центральный склад, выполняет функции складирования и занимается маркетинговым продвижением продукции предприятия конечным потребителям.

После получения заказа маркетплейс занимается логистическим продвижением заказанного товара к конечному потребителю и выдачей в точке выдачи заказов.

В своей работе А. К. Табышева [1] определяет понятие маркетплейс как онлайн-платформа, которая предоставляет информацию о продукте для своих пользователей, а также является оператором заказами покупателей.

Маркетплейсы позволяют малым предприятиям получить возможность войти на рынок с минимальными вложениями, также дает доступ к сформированным каналам распределения, снизить затраты на логистику, а также оказывает услуги по хранению и продвижению товаров. Все это позволяет малому предприятию реализовывать свою продукцию, получить долю на рынке, а также сосредоточиться на выпуске качественного товара или разрабатывать проекты новых моделей продукции.

Онлайн площадка объединяет в себе множество потребителей и продавцов, вследствие чего для каждого товара находится свой потребитель и наоборот, каждый потребитель в условиях большого многообразия товаров может найти именно тот товар, который полностью удовлетворит его потребности. Также продавцу заранее необходимо выполнить ряд обязательных действий до размещения товара на площадке, к ним относятся: полное фирменное название, назначение товара, его технические характеристики, кратко описать товар и приложить несколько фотографий и видео о товаре [2].

Для малого предприятия единственным вариантом обхода рыночных барьеров рынка является использование услуг маркетплейсов, таким образом предприятие и маркетплейс получают выгоду, которая для предприятия заключается в отсутствии больших капитальных вложений по организации каналов распределения, а также в доступе к современным технологиям по продвижению товара, контролю результатов деятельности и необходимости налаживания каналов обратной связи с реальными потребителями своей продукции. Все это позволяет предприятию заниматься своим развитием, совершенствовать технологический процесс.

Одновременно с этим выгода маркетплейса заключается в снижении удельной стоимости перевозок товаров из-за полной загрузки транспортных средств и возможности дозагрузки дальних маршрутов. Увеличение числа продавцов на такой площадке позволяет получать дополнительные проценты за пользование услугами маркетплейса, так как растет число новых продавцов.

Выводы. Маркетплейсы на современном этапе развития торговли являются быстроразвивающимся способом обхода рыночных барьеров для малого предпринимательства. Они позволяют предприятию переложить функции хранения, доставки и продвижения товаров на себя за небольшую плату.

Взаимодействие малого предприятия и маркетплейса обусловлены обоюдными выгодами, предприятие получает возможность фокусировки на выпуске качественного продукта пока маркетплейс занимается логистикой. Маркетплейс же в свою очередь максимально загружает свои транспортные средства, тем самым снижая удельную стоимость транспортировки, а также получает новых продавцов на своей платформе, с которых берет проценты за пользование услугами площадки.

Список литературы:

1. Гапаралиева, С. К. Потенциал развития малого и среднего бизнеса в кыргызстане через электронную коммерцию / С. К. Гапаралиева // М. Рыскулбеков атындагы Кыргыз экономикалык университетинин кабарлары. – 2023. – № 2 (59). – С. 76-78.

2. Кочелаевский, В. А. Маркетплейс как площадка для ведения предпринимательской деятельности / В. А. Кочелаевский, Е. А. Виноградов // Обществознание и социальная психология. – 2022. – № 6(36). – С. 123-128.

3. Табышова, А. К. Маркетплейс (онлайн платформа электронной коммерции) как эффективная бизнес-модель торговли в условиях пандемии / А. К. Табышова // Известия ВУЗов Кыргызстана. – 2020. – № 5. – С. 113-117.

Крмаджян К. А., студентка
Научный руководитель: Кужелева А. А., канд. экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
personal-2018@rambler.ru

ДЕСЯТЬ ТРЕНДОВ МАРКЕТИНГА 2024 ГОДА

Актуальность. Маркетинг, в т. ч. и в B2B, постоянно эволюционирует, и современные тенденции отражают не только использование передовых технологий, но и изменения в способах взаимодействия с клиентами. Маркетолог всегда должен опираться на тренды, если маркетолог работает какими-то прошлыми трендами, соответственно он отстает. Если маркетолог отстает, то и компания отстает, зарплата маркетолога, кейсы маркетолога и так далее и так далее. Поэтому чтобы оставаться на гребне волны нужно следовать за трендами, которые обязательно нужно будет использовать в 2024 году.

Анализ последних исследований и публикаций. Исследование трендов маркетинга были рассмотрены в работах О. Кондаковой, А. Хайруллиновой, Н. Позяевой, А. Батуркина-Виноградовой, Ю. Трусовой. В исследованиях данных авторов были рассмотрены тренды маркетинга, которые помогут быть более конкурентоспособной компанией. Для развития компании важно уметь адаптироваться под меняющиеся условия рынка и его тенденций, и не только в технологиях производства и сбыта, но и продвижении.

Цель исследования – анализ современного состояния маркетинга и перспективы его развития.

Результаты исследования. *Тренд № 1. Это работа с инфлюенсерами.* Компании продолжают наращивать интеграции в каналах блогеров всех масштабов. По некоторым прогнозам, рост инвестиций в инфлюенс-маркетинг в следующем году составит не менее 20%. Ряды инфлюенсеров активно пополняют, в первую очередь, зумеры, до 60% из которых готовы бросить свою работу для начала карьеры инфлюенсеров, при этом большинство из них уверено, что с этой работой справится.

При этом больше половины представителей Gen-Z, лакомого сегмента покупателей для большинства брендов, сами приобретают товары исключительно по рекомендации инфлюенсеров. Однако по мере приближения 2024 года мы видим все больше историй, когда бренды хотят, чтобы их интеграции у лидеров мнений выглядели максимально нативно. Именно поэтому все больше компаний «воспитывают» своих собственных блогеров, «карманных амбассадоров» которые являются пользователями и демонстрируют преданность только одной марке и работают с ней на эксклюзиве.

Впереди планеты всей по этой части маркетплейсы. Один из ярких кейсов – блогер «Aliexpress» Виктория Рон. В первую очередь, такое «лицо бренда» делает визуальный лайфстайл контент в запрещенной сети и на Youtube, появляясь в разных луках с соответствующего маркетплейса.

Тренд № 2. Диалоговый маркетинг. Диалоговый маркетинг (conversational marketing) – это подход, который помогает компаниям обеспечить более высокий уровень обслуживания клиентов. В нем для общения с существующими или потенциальными клиентами используются чат-боты и онлайн-чаты. Эти инструменты дают возможность вовлекать аудиторию и выстраивать с ней отношения. Также диалоговый подход позволяет маркетологам собирать отзывы клиентов и планировать коммуникацию на основе инсайтов.

Тренд № 3. Социальный маркетинг. Социальный маркетинг – бизнес- и PR-инструмент, который помогает улучшить имидж компании и создать образ «человечного бренда». С помощью социальных проектов компании рассказывают о важных проблемах и показывают обществу, что живут с ним в одном мире, и его проблемы – это и их проблемы тоже. Социальная ответственность бизнеса – это еще и важное условие для выхода на международные рынки, а также привлечения крупных инвестиций.

Тренд № 4. Обеспечение правильной клиентской политики. Забота о сохранности данных пользователей и предотвращение утечек их персональных данных пользователей, повышение стандартов кибербезопасности – еще одна новая грань ответственного маркетинга. Есть все основания полагать, что компании будут все больше внимания уделять этой точке роста конкурентного преимущества.

2023 год запомнился учетом персональных данных и даже практикой наложения многомиллионных штрафов за нарушение стандартов инфобезопасности GDPR.

В России крупнейшие бренды и компании регулярно становятся жертвами подобных утечек, и это бьет по их репутации.

Несмотря на то, что многие утечки остаются вне поля зрения простых смертных, пользователи с каждым годом становятся более информированными и легко могут сопоставить, к примеру, получение спам-звонков сразу после регистрации на том или ином ресурсе крупного бренда.

Тренд № 5. Очеловечивание бренда. Бренды постоянно борются за внимание аудитории. Чаще всего такая борьба заключается в бесконечных публикациях различных рекламных постов. Многие люди их просто не читают. В большинстве случаев пользователи социальных сетей пролистывают подобный контент, не заостряя на нем никакого внимания. Именно поэтому нужно понять, что для раскрутки

компаниям следует приложить больше усилий. Важный фактор успеха - очеловечивание бренда. Наделение предметов, животных, автомобилей и брендов признаками живого человека – естественный интеллектуальный процесс, называемый антропоморфизацией. В рекламных постах необходимо постараться передать свое отношение к конечному потребителю. Нужно отказаться от принятых механических шаблонов. Традиционная реклама в социальных сетях скоро перестанет действовать в принципе. Нужно наладить коммуникации с клиентами на понятном им языке.

Тренд № 6. AR и VR в маркетинге. Маркетинг в дополненной и виртуальной реальности помогает фирмам создавать уникальные впечатления, привлекать клиентов и увеличивать конверсии. Сегодня маркетинг как никогда зависит от желаний и требований заказчика. Вы поймете, что ваши потенциальные клиенты хотят, чтобы бренды предоставляли услуги, использующие преимущества новых технологий по мере их появления. Это означает, что маркетологи должны быть в курсе новых разработок, чтобы соответствовать ожиданиям клиентов и предоставлять наилучший возможный опыт. Учитывая, что эти технологии уже оказывают влияние на отрасли, вам необходимо уделять внимание их использованию, чтобы не отстать от своих конкурентов.

Тренд № 7. Использование искусственного интеллекта. В уходящем году генеративный ИИ стал дизраптором на многих рынках, и вызванные им перемены уже не остановить. Согласно свежему тренд-репорту от команды аналитиков TrendHunter, к началу 2024 года AI останется лидирующим глобальным трендом.

Сегодня ИИ в клиентском сервисе абсолютно необходим большинству компаний и способен повысить их конкурентоспособность. Доступность и распространение этой технологии диктует новые скорости клиентского сервиса и необходимость быть «всегда на связи». Наиболее дальновидные компании уже запустили умные чат-боты, которые берут на себя задачи по первичной обработке а, иногда, и квалификации лидов, принимают обратную связь, улучшают клиентский опыт.

В течение последнего года за счет AI-ассистентов расширили свой функционал многие зарубежные и отечественные MarTech сервисы. Например, сервис Buffer AI и его отечественный «коллега» SMMplanner, который пишет тексты за сммщиков и делает рерайт в соответствии с ToV бренда. В этом же ряду стоит упомянуть цифрового маркетолога Demis Group, который помогает создавать стратегии. Сейчас ИИ-фичи внедряются в продукты не ради хайпа, как это было еще в начале 2023 года, они их действительно совершенствуют и дополняют.

Тренд № 8. Использование социальных сетей. Активное присутствие в социальных сетях и участие в профессиональных сообществах позволяют поддерживать связь с клиентами, обмениваться опытом и расширять свой профессиональный круг. Обращайте внимание не только на популярные площадки, но и профессиональные сообщества. Учитывайте, что социальные сети – один из каналов коммуникации, поэтому выбирайте место своего онлайн-присутствия исходя из присутствия на площадках вашей ЦА. Многоканальность упрощает и совершенствует онлайн-коммуникацию потому что на разных площадках могут находиться разные сегменты вашей ЦА.

Тренд № 9. Тренд на короткие видео продолжит набирать обороты. Это связано с тем, что сейчас люди более склонны потреблять контент на ходу, между делом, предпочитая короткие видеоролики длинным статьям. По некоторым данным, до 72% пользователей выбирают видео, а не текст при изучении новой темы. Это изменение вынудило маркетологов адаптировать свои стратегии и создавать вовлекающий видеоконтент, который находит отклик у их аудитории.

Тренд № 10. Открытость как ценность. «Успешный успех» уже почти никому не интересен. Компании все чаще рассказывают про себя реальные живые истории. Кейсы описываются в деталях, и главным в них становится не вау-результат, а полезные выводы и опыт. Это же относится и к интеграциям с блогерами: аудитории и брендам важен опыт личного использования с настоящими плюсами и минусами.

Выводы. Чтобы оставаться конкурентоспособной, компании необходимо учитывать актуальные тренды в маркетинге при разработке своих стратегий. Важно следить за предпочтениями потребителей и изменениями в их поведении, использовать возможности автоматизации и искусственного интеллекта. Персонализация в маркетинге в целом и в контенте в частности становится элементом успешного продвижения. В условиях огромной конкуренции во всех сферах клиенты становятся более требовательными и хотят получать то, что им действительно полезно. Поэтому компаниям стоит уделять особое внимание индивидуальному подходу и учету потребностей потребителей.

Список литературы:

1. Дитинич, Д. В. Интернет-маркетинг как эффективный инструмент продвижения / Д. В. Дитинич, М. Н. Поддубная // International Journal of Humanities and Natural Sciences. – 2022. – vol. 6-3 (69). – С. 145-147. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-marketing-kak-effektivnyy-instrument-prodvizheniya/viewer> (дата обращения: 25.11.2023).

Манько А. А., студентка

Научный руководитель: Дудник В. В., канд. экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
anstasiamanko@mail.ru

РОЛЬ МАРКЕТИНГА В СОЗДАНИИ УЗНАВАЕМОГО БРЕНДА СТРАХОВОЙ КОМПАНИИ

Актуальность. В современных условиях каждая страховая компания сталкивается с острой конкуренцией, ключевым элементом решения этой проблемы может быть создание сильного бренда.

Важную роль в формировании восприятия потенциальными клиентами страховой компании играет маркетинг. Каждая деталь, от выбора логотипа и дизайна до использования рекламы в социальных сетях, оказывает влияние на то, как общественность воспримет компанию.

Анализ последних исследований и публикаций. Рассматриваемой теме посвящены научные труды, как зарубежных, так и отечественных авторов Братухина О.А., Жилкина М. С., Пеппард Дж. и Вард Дж. Но эта область развивается, поэтому требует постоянного совершенствования в современных рыночных условиях.

Целью исследования является анализ теоретических и практических аспектов создания и развития узнаваемости бренда страховой компании.

Результаты исследования. В настоящее время отношение к страхованию у большинства населения не всегда положительное. Многие страховщики сталкиваются с такой проблемой, как негативное отношение к страховой сфере в целом, и отдельно взятым страховым компаниям в частности. Такая проблема возникает из-за того, что страхование, как услуга финансового характера, не имеет вещественной формы. Клиент

страховой компании, заключивший договор, может лишь верить в полезность сделки, так как ключевой особенностью данного вида услуг является ее отсрочка во времени. В связи с этим страховая компания должна думать о том, как убедить потребителей в своей надежности, в том, что им можно доверять. Хорошим помощником в решении этой проблемы может стать брендинг.

Брендинг играет большую роль в общей эффективности бизнеса, он формирует и совершенствует общественный имидж компании, который усиливается или ослабевает при каждом взаимодействии с клиентами.

По мнению Кевина Келлера, брендинг – это процесс создания и управления уникальным идентификатором продукта или компании, который позволяет ему выделиться на рынке и установить долгосрочные отношения с потребителями.

Успешный страховой маркетинг требует, чтобы у общественности складывалось впечатление надежной и заслуживающей доверия компании. Задача успешного брендинга состоит в том, чтобы пробиться через беспорядочный выбор, предлагаемый потребителям.

Для создания успешного узнаваемого бренда следует помнить, что потребители будут обращать внимание не только на красивый логотип или слоган, но и на ценности, которые несет компания. Эти ценности включают в себя доверие, стабильность, надежность и сочувствие. Несмотря на то, что страховые компании существуют для того, чтобы зарабатывать деньги, потенциальные клиенты не хотят, чтобы им напоминали об этом факте.

Страховой брендинг – многоструктурный, обоснованный, выверенный и контролируемый комплекс мероприятий по созданию страховых продуктов, их рекламной аргументации, проведению акций по стимулированию продаж.

Также компании стоит помнить, что помимо их целевой аудитории есть еще и те, кто только узнает о бренде, им также нужно рассказать, что представляет собой компания и почему стоит довериться именно им.

Согласно рейтинга страховых компаний за 2023 год в России 1-е место занимает компания «Ренессанс Страхование». Однако, несмотря на общий рейтинг в 4.4, народный рейтинг данной компании, составляющийся на основе отзывов клиентов и голосования через социальные сети, составляет всего лишь 2.85 из 5, что является не очень хорошим результатом. Если же смотреть не по общему рейтингу, а по народному, то самый высокий показатель, в 4.59, получила компания «Астро-Волга», но по уровню выплат и общему рейтингу они отстают от лидера рынка «Ренессанс Страхование» на 32 позиции.

Это связано с тем, что конкуренция на рынке страховых услуг в России довольно таки высока, уровень осведомленности населения о необходимости страхования постоянно растет и каждая компания пытается увеличить свою долю на рынке, однако стать лидером по всем позициям не всегда удается. Одна компания имеет хороший имидж, лояльное отношение клиентов, но по сравнению с другими отстает по надежности, другая же, наоборот, считается надежной, но в народном рейтинге получает низкую позицию.

В целом, рынок страховых услуг в России представляет собой конкурентную среду, где каждая компания стремится занять свою нишу и привлечь максимальное количество клиентов. При правильной стратегии развития бизнеса компании имеют возможность успешно конкурировать на этом рынке и добиваться высоких результатов.

Выводы. Маркетинг играет важную роль в формировании узнаваемого бренда страховой компании. Эффективные маркетинговые стратегии помогают привлечь внимание потенциальных клиентов и создать позитивное восприятие бренда.

Постоянное поддержание и развитие бренда через маркетинговые мероприятия

также способствует укреплению позиций страховой компании на рынке. Это позволяет удерживать текущих клиентов и привлекать новых, что в конечном итоге способствует росту компании.

Список литературы:

1. Артемьев, А. А. Брендинг: значимость и эволюция развития / А. А. Артемьев, И. А. Лепехин, В. Н. Зайковский // Проблемы управления социально-экономическими системами: теория и практика: материалы VIII Международной научно-практической конференции, Тверь, 23 мая 2020 года. – Тверь: Тверской государственный университет, 2020.
2. Брендинг – процесс комплексного управления страховыми услугами. – Текст: электронный. – URL: https://studref.com/521311/marketing/brending_protssess_kompleksnogo_upravleniya_strahovymi_uslugami (дата обращения: 25.11.2023).
3. Келлер, К.Л. Стратегический брэнд-менеджмент. Создание, оценка и управление марочным капиталом. – 2-е изд. – Пер. с англ. – К.; М.; СПб.: Вильямс, 2016.
4. Особенности продвижения страховых компаний. – Текст: электронный. – URL: <http://www.advlab.ru/articles/article325.htm> (дата обращения: 25.11.2023).
5. Пономарёва, Е. А. Бренд-менеджмент: учебник и практикум для вузов / Е. А. Пономарёва. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 341 с.
6. Рейтинги страховых компаний. – Текст: электронный. – URL: https://finuslugi.ru/strahovanie_reitingi (дата обращения: 25.11.2023).

Папий В. Г., студент
Научный руководитель: Беспятая М. Н., канд. экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
pappiiveronika2@mail.ru

СПЕЦИФИКА МАРКЕТИНГА ПРЕДПРИЯТИЯ АВТОПРОМА

Актуальность. Маркетинг в автомобилестроении весьма актуален. В современном мире автомобили стали неотъемлемой частью нашей жизни. Из-за сильной конкуренции необходимо постоянно внедрять самые новые технологии, инновационные разработки, новые способы рекламы и стимулирования продаж, чтобы создать условия для успешного выхода на рынок и закрепить и расширить позиции компании. Они представляют собой средство передвижения с мощным двигателем, улучшенным дизайном, комфортом и оригинальностью. Больше половины человечества не представляет себе существования без четырёхколёсного «друга».

Цель данной работы – проанализировать и изучить специфические особенности маркетинга предприятия автопрома.

Маркетинг промышленного предприятия – это комплекс мероприятий, направленных на повышение уровня продаж и конкурентоспособности предприятия на рынке промышленных товаров и услуг. Данный вид маркетинга отличается от маркетинга потребительских товаров и услуг, так как промышленные товары и услуги часто используются в производственных процессах и приобретаются предприятиями, а не конечными потребителями. Основной целью маркетинга промышленного

предприятия является продвижение и реализация продукции или услуг данного предприятия на рынке [2].

Современная отрасль машиностроения включает в себя свыше 350 подотраслей и различных производств, в том числе автомобилестроение, станкостроение, тяжелое, энергетическое и транспортное машиностроение; электротехническую промышленность; химическое и нефтяное машиностроение; приборостроение; тракторное и сельскохозяйственное машиностроение; машиностроение для легкой и пищевой промышленности, оборонную промышленность и т. д. [1].

Одной из основных задач машиностроения является обеспечение других отраслей народного хозяйства современной продукцией, в том числе машинами, оборудованием и инструментами. Современное машиностроение проникло практически во все сферы деятельности людей и превратилось в технологическую базу промышленности, которая определяет уровень технического развития страны.

На данный момент машиностроительное производство адаптируется к потребностям покупателей, учитывая требования рынка. Благодаря изменчивым запросам общества, появляются новые разнообразные машиностроительные изделия, которые можно применять в широком спектре областей.

Для успешного конкурентного производства машиностроительной продукции необходимо постоянно улучшать технологические процессы и средства производства.

Современные машиностроительные предприятия должны быстро адаптироваться к новым требованиям и выпускать новую продукцию, а также внедрять инновационные технологии и технику для улучшения качества изделий и снижения производственных затрат [1].

Особенности автомобильного маркетинга включают:

1. Широкий и разнообразный рынок: автомобильная индустрия охватывает множество сегментов, от экономически доступных моделей до роскошных автомобилей. Каждый из них имеет свои характеристики и нуждается в индивидуальном подходе.

2. Инновационность: автомобильная промышленность активно внедряет новые технологии, такие как электрические и автономные автомобили. Маркетологам приходится адаптироваться к постоянным изменениям и предлагать инновационные решения.

3. Высокая конкуренция: автомобильный сектор является одним из самых конкурентных, где существует множество компаний, борющихся за долю рынка. Маркетологи должны проявлять креативность и эффективность в своей работе, чтобы выделиться на фоне конкурентов.

4. Долгосрочный жизненный цикл товаров: автомобили обычно служат своим владельцам в течение нескольких лет. Это требует от маркетологов создания долгосрочных стратегий для удержания и привлечения клиентов.

5. Необходимость учета региональных и культурных особенностей: автомобильные предпочтения и требования покупателей могут различаться в зависимости от региона и культурных особенностей. Маркетологи должны учитывать эти различия при разработке маркетинговых кампаний.

6. Большое значение брендинга: бренд имеет особую роль в автомобильной индустрии. Покупатели очень привязаны к брендам и принимают решение о покупке, исходя из их представления о качестве и надежности данного бренда.

7. Продвижение: автомобильные компании используют разнообразные каналы промоушна, включая телевидение, интернет, прямую рекламу и др. Маркетологам необходимо создавать комплексные кампании, чтобы достичь широкой аудитории покупателей [3].

Для примера рассмотрим деятельность предприятия автопрома «Группа компаний АВТОВАЗ».

«Группа компаний АВТОВАЗ» включает АО «АВТОВАЗ», ООО «Лада Санкт-Петербург» и АО «ПСА ВИС АВТО». «Группа компаний АВТОВАЗ» является крупнейшим в России автопроизводителем, выпускающим продукцию под брендом LADA – культовым брендом России.

Для увеличения экспортных поставок и сохранения лидерства на российском рынке автопрома «Группа компаний АВТОВАЗ» стремится к повышению привлекательности своей продукции, полному соответствию потребностям потребителя, достижению высокого уровня качества. Всего этого можно достичь, применив маркетинговую стратегию, основанную на внедрении инновационных методов, используемых при разработке технологических процессов изготовления продукции, реализации новых проектов, применении системы менеджмента качества, расширении продуктового портфеля.

Маркетинговый анализ предприятия, которое мы исследуем, отличается своей спецификой и особенностями, которые связаны с особенностями автомобильной индустрии и особенностями данной компании. «АВТОВАЗ» активно работает над укреплением и развитием своего бренда LADA, что включает использование различных маркетинговых инструментов, таких как реклама, партнерские программы. «АВТОВАЗ» стремится удовлетворить потребности и ожидания своих клиентов, предлагая качественные и надежные автомобили, а также обширный ассортимент по доступным ценам. Качество продаж и обслуживания после продажи является одним из самых важных аспектов удовлетворенности клиентов и их восприятия бренда LADA. Процесс развития фирменной сети продолжается и видно, что он охватывает все три основных направления внутреннего рынка.

Во-первых, была оптимизирована организация торговли автомобилями путем приближения товара к покупателям. АО «АвтоВАЗ» внедрил унифицированные цены на продукцию и бесплатную доставку в регионы.

Во-вторых, АО «АвтоВАЗ» повысил требования к предприятиям сервисно-сбытовой сети и приблизил их к современным стандартам.

В-третьих, улучшается работа с клиентами путем предоставления полного спектра услуг. Развиваются новые формы продаж, включая кредитование, расширяются услуги, например, предоставление автомобилей в аренду и оформление страховки непосредственно при покупке автомобиля. Также в последние годы активно развивается онлайн-продажа автомобилей.

Во времена тотальной цифровизации этот тренд может закрепиться.

В своей деятельности АО «АВТОВАЗ» применяет системы экологического менеджмента (СЭМ), область применения которых распространяется на процессы разного уровня, связанные с воздействием на окружающую среду. Так же руководство АО «АВТОВАЗ» постоянно совершенствует систему управления промышленной безопасностью путем организации безопасной эксплуатации опасных производственных объектов, внедрения современного оборудования и технологий, систем контроля и противоаварийной защиты.

АО «АВТОВАЗ» продолжает наращивать объемы производства автомобилей LADA. Новое поколение Lada Vesta было успешно запущено на рынок, и множество потенциальных покупателей проявляют интерес к этой модели, что привело к увеличению продаж. Кроме того, и другие модели Lada, такие как Lada Granta, Niva Legend и Niva Travel, показывают стабильный рост продаж. Автоваз планирует увеличить производство новых автомобилей в ближайшие месяцы и ожидает выпустить более 400 тыс. машин к концу 2023 года [4].

Выводы: на сегодняшний день маркетинг играет очень важную роль в работе любого предприятия. От правильно разработанной маркетинговой стратегии зависят ключевые показатели успеха, такие как уровень продаж, рентабельность и прибыльность. Определение четкой стратегии компании и ее исполнение с последующим контролем помогают достичь высоких результатов в деятельности организации.

Список литературы:

1. Дивина, Т. В. Маркетинг в машиностроении: учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. В. Дивина, Л. М. Демина. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 194 с. – (Профессиональное образование). – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – С. 79–81.
2. Попова, К. Маркетинг в автобизнесе и не только / Сборник для среднего профессионального образования / Попова, К. 1-е изд. – 2020. – 216 с. (Профессиональное образование). – № 1. – С. 5–6.
3. Бачурин, А. А. Маркетинг на автомобильном транспорте : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. А. Бачурин. – 3-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 208 с. – (Профессиональное образование). – № 2. – С. 78–85.
4. Официальный сайт «АВТОВАЗ». – Текст: электронный. – URL: <http://info.avtovaz.ru/> (дата обращения: 25.11.2023).

Раевская У. В., студентка

Научный руководитель: Божко Е. В., канд. экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
ulaularae@mail.ru

ТРЕНДЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

Актуальность. Стратегическое маркетинговое планирование – в чем его отличие от обычного маркетинга? Под «обычным» маркетингом обыватели подразумевают некий план активностей по привлечению потенциальных покупателей. Так или иначе, большинство маркетинговых планов сводятся к «продвижению» компании.

Задачи стратегического маркетинга сводятся не к плану активностей, а к поиску новых возможностей для развития компании: новых ниш, новых неохваченных аудиторий, новых методов позиционирования и защиты от конкурентной среды организации. В основном это, безусловно, вопрос стратегического позиционирования, так как все остальные вопросы стратегического маркетинга сводятся к тому, как мы должны показаться перед клиентом и как донести это позиционирование до наших клиентов.

Обзор и анализ источников. Стратегический маркетинг сам по себе не гарантирует успеха, и предприятие, использующее стратегический маркетинг, может потерпеть неудачу из-за ошибок в управлении. По Н. Кумару, стратегический маркетинг ищет ответы на следующие вопросы: в чем ценность нашего предложения, кому эта ценность нужна и как (через какие каналы) мы донесем эту ценность до наших клиентов?

Цель исследования – проанализировать тренды стратегического маркетингового планирования, выявить их особенности, позволяющие применять их на практике действующих предприятий.

Результаты исследований. Стратегия – это общий план действий, который определяет долгосрочные цели компании и пути их достижения. В контексте стратегического маркетинга, стратегия определяет, как компания будет достигать своих маркетинговых целей в долгосрочной перспективе.

Выделяют следующие типы стратегических сессий:

1. Достижение взаимопонимания между сотрудниками. Этот тип стратегической сессии направлен на улучшение коммуникации и взаимопонимания внутри организации. В ходе такой сессии участники могут учиться слушать друг друга, разрешать конфликты, строить доверие и укреплять отношения между сотрудниками. Цель состоит в том, чтобы создать благоприятную атмосферу для более эффективной работы в команде.

2. Выявление альтернатив развития компании. Этот тип стратегической сессии ориентирован на исследование и анализ различных направлений развития компании. Участники могут обсуждать различные стратегические варианты, возможности роста, новые рынки или инновационные подходы, чтобы определить наиболее перспективные направления развития. Цель – создать понимание различных возможностей и альтернативных путей для достижения целей компании.

3. Принятие решения. Этот тип стратегической сессии направлен на конкретное принятие решений относительно стратегических вопросов или задач. Участники собираются, чтобы обсудить варианты действий, взвесить плюсы и минусы, и принять решение по определенному направлению или плану действий. Цель состоит в том, чтобы прийти к консенсусу и принять обоснованное решение для дальнейшего движения вперед.

Разница между стратегией и тактикой. Проиллюстрируем разницу между стратегией и тактикой на примере.

Стратегия. Представьте, что играете в шахматы. Стратегия – это общий план, как собираетесь выиграть всю партию. Например, стратегия может заключаться в контроле центра доски, защите своих фигур и постепенном обмене фигур соперника для создания выигрышной позиции. Это общий план, который определяет основные шаги для достижения победы.

Тактика в этом же примере шахмат – это конкретные ходы, которые нужно делать для реализации своей стратегии. Например, одной из тактик может быть развитие пешек в центр доски, выведение коня на активное поле или обмен фигурами для улучшения своей позиции. Тактика – это конкретные действия в рамках стратегии, которые помогают достичь целей. Итак, стратегия – это общий план для достижения цели, в то время как тактика – это конкретные шаги или действия, которые используются для реализации этого плана.

Для более понятного примера, можно представить бизнес. Если стратегия – это план развития бизнеса на рынке через инновации и качественный сервис, то тактика может быть, например, использование рекламы в социальных сетях, запуск акций или улучшение обслуживания клиентов. Стратегия – это выбор направления движения, а тактика – это план действий.

Экосистема Яндекса – это пример маркетинговой стратегии, которая охватывает широкий спектр продуктов и услуг компании, предлагаемых пользователям, чтобы удовлетворить их потребности в различных сферах жизни.

Ключевые элементы маркетинговой стратегии экосистемы Яндекс. Разнообразие услуг и продуктов: Яндекс предлагает множество продуктов и услуг,

включая поисковую систему, карты, почту, мессенджер, музыкальный сервис, видеоплатформу, такси, доставку еды и многое другое. Это создает уникальную экосистему, объединяющую множество аспектов жизни пользователей.

Интеграция услуг. Продукты и услуги Яндекса интегрированы между собой, что облегчает пользователям переходить с одного сервиса на другой, обеспечивая безшовный опыт использования. Например, с помощью Яндекс.Карт можно заказать такси через Яндекс.Такси или использовать интегрированные функции поиска в различных приложениях.

Лояльность и удержание клиентов. Яндекс стремится удерживать пользователей в своей экосистеме, предлагая им разнообразные и удобные услуги. Возможность использования множества сервисов Яндекса на единой платформе создает привязанность клиентов и повышает их лояльность к бренду.

Персонализация и адаптация. Яндекс собирает данные о предпочтениях пользователей, чтобы предоставлять персонализированный контент и услуги, соответствующие их интересам и запросам.

Экосистема Яндекса – это пример эффективной маркетинговой стратегии, которая не только предоставляет широкий спектр продуктов и услуг, но и создает целостный опыт для пользователей, обеспечивая им удобство, интеграцию и персонализацию в использовании различных сервисов на одной платформе.

Вот несколько примеров успешных стратегий российских компаний, которые не всегда требуют больших инвестиций или сложных решений:

Fix Price и стратегия фиксированных цен. Fix Price, сеть магазинов, предлагает широкий ассортимент товаров по фиксированным ценам. Их стратегия основана на простоте и доступности для потребителей, а также на строгом контроле стоимости товаров. Это позволяет компании привлекать клиентов, ценящих предсказуемость цен и доступность товаров.

«Магнит» – фокус на формате «гипермаркета близкого расположения». Сеть супермаркетов «Магнит» активно развивается в формате магазинов близкого расположения. Это позволяет им привлекать покупателей благодаря удобному расположению магазинов рядом с домами клиентов и разнообразию предлагаемых товаров.

Yandex.Taxi – фокус на удобстве и технологиях. Yandex.Taxi успешно развивает свою стратегию, основанную на технологиях и удобстве для клиентов. Они предлагают быструю и удобную услугу заказа такси через мобильное приложение с прозрачными ценами. Это позволило им завоевать лояльность клиентов и занять значительную долю рынка.

Ашан – фокус на низких ценах и широком ассортименте. Сеть гипермаркетов Ашан успешно реализует стратегию с низкими ценами и широким ассортиментом товаров. Они предлагают большой выбор товаров по доступным ценам, привлекая клиентов, ценящих сочетание низкой стоимости и широкого выбора.

Эти примеры демонстрируют, что успешные стратегии в российском бизнесе могут быть основаны на простых, но эффективных принципах, таких как фокус на ценности клиента, удобство, технологические инновации или диверсификация бизнеса.

Стратегия и операционная эффективность. Операционная эффективность – это способность выполнять процессы или задачи наилучшим и наиболее экономичным образом. Это важно для любой компании, чтобы быть конкурентоспособной и успешной. Однако, стратегия – это более глубокий и долгосрочный план, который определяет, как вы будете добиваться своего успеха на рынке, отличая вас от конкурентов.

Операционная эффективность, хоть и важна, не является чем-то уникальным или устойчивым на долгосрочной основе. Другие компании могут легко копировать эффективные методы работы, используемые вашей компанией, что делает эффективность временной и не обеспечивает долгосрочного конкурентного преимущества.

Следовательно, для достижения и поддержания успеха на рынке необходимо иметь нечто большее, чем просто операционную эффективность. Стратегия должна включать в себя уникальные идеи, инновации, уникальные преимущества или особенности, которые позволяют вашей компании выделяться и быть успешной на долгосрочной основе, не просто на основе хорошо настроенных процессов.

Стратегии и их связь с будущим стратегии не связаны с будущим, а формируют его. Представьте стратегию как план действий, который компания создает на основе своих целей и видения. Этот план определяет, как они будут использовать свои ресурсы, какие решения принимать и как развиваться, чтобы достичь желаемых результатов в будущем. Однако сама стратегия не является будущим - она скорее определяет то, как компания намеревается создать себе будущее.

Рассмотрим пример сектора информационных технологий в России.

Развитие цифровизации и IT-сферы в России. Стратегия ряда российских IT-компаний и государственных органов включает в себя фокус на развитие цифровых технологий и IT-сферы. Компании, такие как Яндекс, Касперский Лаб, Mail.ru Group, активно инвестируют в разработку программного обеспечения, искусственный интеллект, интернет вещей и другие передовые технологии.

Эти компании не просто ожидают развития IT-сферы в будущем; они активно работают, чтобы сделать это развитие возможным. Они создают и реализуют стратегии, которые формируют новые технологические решения, разрабатывают продукты и услуги, которые могут изменить облик будущего, и вносят вклад в развитие индустрии, повышая ее конкурентоспособность и влияние.

Выводы. Таким образом, стратегии этих компаний формируют будущее IT-сектора в России, определяя направление развития, внедрение инноваций и создание новых возможностей, которые впоследствии определяют ландшафт индустрии.

Компании, которые систематически устанавливают четкие цели и разрабатывают стратегии на основе своего видения, часто достигают успеха в своей деятельности. Это свидетельствует о важности определения конкретных целей и их выражения через последовательную стратегию для достижения желаемых результатов.

Рябинина О. А., ассистент,
Соловьева А. Ю., ассистент,
Подшибякин М. Е., студент

Научный руководитель: Левин Д. Ю.

ФГБОУ ВО «Воронежский государственный технический университет», РФ
ryabinina_olya@mail.ru

ИНФОГРАФИКА КАК МЕТОД ЭФФЕКТИВНОГО ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ В МАРКЕТИНГЕ

Актуальность. В современном мире люди ежесекундно подвержены колоссальному потоку информации – информационной перегрузке [1]. В условиях массового распространения данных и существующих возможностях бесконтрольного и

неограниченного доступа к различным источникам все острее проявляется проблема поиска нужных и отвечающих требованиям запросов сведениям, проблема восприятия и запоминания информации, а также проблема решения творческих и иных задач с помощью формальных, логических методов [2]. Решением данных проблем стала необходимость использования образного мышления – визуализации. Человек легче воспринимает информацию через образы и ассоциации. Одним из средств визуальной коммуникации является инфографика. Инфографика – это графический способ подачи информации, данных и знаний; фактически способ передачи информации с помощью рисунка. Ее целью является быстрое и четкое преподнесение сложной или неинтересной информации [3].

Анализ последних исследований и публикаций. Историю развития инфографики можно представить, как ряд относительно самостоятельных этапов, на каждом из которых мы сталкиваемся с ее новыми элементами: от примитивных рисунков, воспроизводящих быт древних людей, первых географических карт, до современных видов цифровой инфографики, насыщенной значительными объемами информации, «упакованной» в небольшом виртуальном «рабочем окне» весьма разнообразными способами [4].

Истоки инфографики можно проследить еще в древние времена. Наскальные рисунки, египетские фрески, иконы и тибетскую танку можно считать не только первыми произведениями искусства, но и праинфографикой [5]. В дальнейшем появление первых письменных текстов внесло противоречие между теми, кто их читает и теми, кто верит нарисованным образам, которых могла отсутствовать ценность как таковая.

С началом XIX века с распространением печатных машин и созданием новых технологий распечатки изображений (иллюстраций), инфографика пошла в рост. Это дало возможность создавать более сложные графические иллюстрации различной степени детализации.

Одним из ранних представителей современной инфографики является Эдвард Тафти. Он создал теорию визуальной аргументации инфографики, как части информационного дизайна, пригодную для самых различных областей – от работы с диаграммами и графиками в научных исследованиях до инструкций при обучении фокусам [6]. Именно Э. Тафти положил начало использованию инфографики в различной практике как одного из действенных инструментов информирования.

С развитием компьютерной графики в 1990-е годы инфографика получила новый импульс. Стали доступны специальные программы, которые позволили дизайнерам и журналистам создавать интерактивные представления материала с высокой степенью детализации и анимации.

Трансформации инфографики и вариантов ее применения в любом случае не затрагивают базового свойства – представляемая информация всегда структурирована, состоит из блоков и категорий [5].

Цель исследования: рассмотреть виды и аспекты эффективной инфографики и способы ее применения для более эффективного донесения информации в маркетинге.

Результаты исследования. Инфографика, с одной стороны, является достаточно простым средством передачи информации, однако само понятие достаточно разностороннее и трактовать его как «средство передачи информации через картинки» нельзя. Чтобы изучить подробнее данное понятие можно обратиться к работам и исследованиям Сергея Викторовича Острикова. В своем исследовании С. В. Остриков разделяет инфографику на такие группы как:

- автоматическая – изображения генерируются программными средствами;

– стандартизированная – изображение формируется пользователем на основе шаблона или типовой формы представления данных;

– дизайнерская – графическое произведение как результат художественно-проектной деятельности [7].

Инфографика как продукт информационной деятельности состоит из нескольких уровней функционирования, так называемых аспектов. Данные аспекты позволяют целесообразно проводить описание любого продукта инфографики и процесса его создания. Различают 3 основных аспекта:

1. Информационно-коммуникационный аспект – функционирование, назначение и сфера применения, информационное содержание, коммуникативная направленность, лингвистическая составляющая терминологического аппарата;

2. Проектный аспект – технико-технологические особенности, средства, методы, приемы проектирования;

3. Эстетический аспект – творческие инфографические методы, художественные средства и приемы придания инфографике образности, стили и стилевые направления.

Приведенные аспекты закладываются в процессе разработки инфографики и в свою очередь подразделяются на этапы.

На первом этапе осуществляется выбор темы. Основными критериями выбора темы являются: актуальность и востребованность предоставляемой информации; определение целевой аудитории; постановка цели и задач коммуникации.

Следующим этапом является сбор и проверка информации. Результатом работы проделанной на данном этапе является упорядоченность, логичность и полнота собранных данных в соответствии с выбранной темой.

Третий этап – сортировка и систематизация данных. На этом этапе осуществляется выбор типа инфографики и формирование ее структуры. Сложная информация должна быть разбита на модули, в которых требуется соблюдать относительную автономность передаваемой информации.

Далее следует этап создания эскиза и его сборка. На данном этапе происходит поиск инструментов визуализации. Результатом работы является общая компоновка информации. Инфографика при компоновке должна быть достаточно лаконична и содержать лишь ту информацию, которую необходимо донести целевой аудитории для точного понимания ее значения.

Как можно заметить инфографика представляет собой мощное средство визуализации информации. Поэтому она активно используется в маркетинге, приобретая все большую популярность.

В современном мире, насыщенном информацией, успешное продвижение продукции и услуг требует не только качественного контента, но и умения представить его таким образом, чтобы привлечь внимание аудитории. В этом контексте инфографика становится неотъемлемым инструментом в арсенале маркетологов.

Маркетологи часто сталкиваются с необходимостью объяснения сложных концепций или процессов своим клиентам. Инфографика позволяет сделать этот процесс более наглядным и понятным. С использованием схем, графиков и иллюстраций можно эффективно донести до аудитории ключевые аспекты продукции или услуги, даже если они изначально кажутся сложными.

Социальные сети играют важную роль в маркетинговых стратегиях, и инфографика является отличным способом привлечения внимания в этом пространстве. Краткие, информативные графические изображения легко распространяются, вызывая интерес и вовлекая пользователей. Высокая популярность инфографики способствует распространению ключевых сообщений, что делает ее мощным инструментом для создания вирусного эффекта в онлайн-средах.

Выводы. Проведенный анализ позволяет сделать вывод о том, что современная инфографика является мощным инструментом визуализации и донесения необходимой сложной информации человеку. Для эффективной коммуникации с широкой аудиторией необходимо создавать высококачественную инфографику с использованием разнообразных инструментов и программных средств. Качественная инфографика должна быть наглядной и привлекательной, чтобы привлечь внимание зрителей и обеспечить легкое усвоение представленной информации. Качественная инфографика помогает улучшить понимание данных, увеличить уровень вовлеченности аудитории и сократить время, затрачиваемое на получение информации. Поэтому, создание эффективной инфографики является важным аспектом работы с данными и информацией в различных сферах жизни, включая журналистику, образование, научные исследования, маркетинг и рекламу.

Список литературы:

1. Крамская, Н. В. Инфографика в современном информационном обществе / Н. В. Крамская // Наука в современном информационном обществе: Материалы X международной научно-практической конференции: в 3-х томах, North Charleston, USA, 28–29 ноября 2016 года / Научно-издательский центр «Академический». Том 2. – North Charleston, USA: CreateSpace, 2016. – С. 60-61. – EDN XHSXRL.
2. Шелудивченко, Б. А. Виды и типы инфографики / Б. А. Шелудивченко, О. Н. Ткаченко // Творчество молодых: дизайн, реклама, информационные технологии : сборник трудов XIV Международной научно-практической конференции студентов и аспирантов, Омск, 22–24 апреля 2015 года / Научный редактор Л. М. Дмитриева. – Омск: федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Омский государственный технический университет», 2015. – С. 125-128. – EDN VYNJOX.
3. Лаптев, В.В. Изобразительная статистика. Введение в инфографику / Владимир Лаптев. – СПб.: Эйдос, 2012. – 180 с.
4. Фролова, М. А. История возникновения и развития инфографики / М. А. Фролова // Вестник Пермского государственного гуманитарно-педагогического университета. Серия: Информационные компьютерные технологии в образовании. – 2014. – № 10. – С. 135-145. – EDN TEIALR.
5. Никулова, Г. А. Средства визуальной коммуникации – инфографика и метадизайн / Г. А. Никулова, А. В. Подобных // Образовательные технологии и общество. – 2010. – Т. 13, № 2. – С. 369-387. – EDN MNHVDD.
6. Tufte E.R. Visual Explanations: Images and Quantities, Evidence and Narrative. – Cheshire, CT: Graphics Press, 1997. – 157 p.
7. Остриков, С.В. От стандартизированной инфографики к дизайнерской: опыт многоаспектного классификационного описания // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА им. С.Г. Строганова. – 2013. – № 4. – С. 319-327.

Савенков А. А., студент
 Научный руководитель: Чижова Н. Е., канд. экон. наук, доцент
 Донецкий государственный университет, РФ
 andrey.savenkow@mail.ru

МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ ГОСКОРПОРАЦИИ «РОСАТОМ»

Актуальность. Энергетика и связанные с ней элементы хозяйственной жизни демонстрируют фундаментальное значение для современного мира. Рынок энергии глобален и полон гигантов своих направлений, одним из которых является Росатом. Маркетинговый анализ способен, в широком его смысле, необходим в современной хозяйственной действительности, так как позволяет актуализировать свою деятельность, а также рассмотреть положительные и негативные аспекты с точки зрения комплексного маркетингового анализа.

Целью исследования является изучение госкорпорации «Росатом» при помощи методов маркетингового анализа, с целью оценки наиболее важных элементов деятельности на внутреннем и внешнем рынках.

Результаты исследования. «Росатом», как предприятие, представляет собой пример национального гиганта: деятельность направлена как на внутренний, так и на внешний рынок, ведется огромная работа с инновациями и диверсификация деятельности.

Нередко обыватель воспринимает деятельность подобного рода корпораций через плоскость продажи энергии или строительства атомных станций. Однако, даже при поверхностном рассмотрении видно, насколько уникальной является стратегия «Росатома» и почему эта корпорация остаётся на вершине международного энергетического рынка. Предоставление готового продукта в области атомной энергетики не является единственным важным элементом деятельности. Для успеха необходимо сопровождение продукта самым широким пакетом услуг, который понадобится для обслуживания АЭС, в чем и преуспел «Росатом».

Детализация проектов «Росатома» на глобальном рынке представлена в табл. 1 [1, с. 39].

Таблица 1

Детализация проектов «Росатома» на глобальном рынке

Направление деятельности	Западное Полушарие	Восточное полушарие
Геологоразведка и добыча урана	Аргентина, США	Казахстан, Танзания
Поставка обогащенного урана	Мексика, США	Великобритания, Испания, Китай, Индия, ЮАР, Япония
Поставка топлива		Венгрия, Египет, Иран, Индия, Польша, Франция
Сооружением АЭС		Бангладеш, Белоруссия, Венгрия, Китая, Турция, Иран
Сооружение Исследовательских реакторов и атомных станций малой мощности	Боливия	Вьетнам, Замбия, Нигерия
Сервисное обслуживание а также модернизация атомных станций		Болгария, Венгрия, Египет, Иран, Китай, Словакия, Чехия

Представленный в табл. 1 список потребителей Госкорпорации «Росатом» демонстрирует не только спрос на атомную энергетику, но и широту предоставляемых услуг: предприятие использует «пакетные» предложения, направленные на осуществление полного и комплексного цикла работ по строительству и эксплуатации АЭС – от финансирования до завершения работы станции, рекультивации площадки. Так, 35% составила доля «Росатома» на мировом рынке обогащения урана в 2022 году [2].

Однако, важно учитывать и диверсификацию деятельности госкорпорации. Ее инновационный характер развития заключается в инвестициях, направленных на плавучие реакторы и малые АЭС, спрос на которые предполагается в Африке – регионе с вечным дефицитом энергии. Помимо всего вышесказанного, можно привести успех в переговорах с Боливией, где новые технологии прямого сорбционного извлечения позволили заключить соглашение о строительстве промышленного комплекса по добыче и производству карбоната лития [3, с. 39].

«Росатом» занят в логистической деятельности, в частности обеспечивает работу и производство Ледокольного флота, обеспечивающего национальное присутствие РФ и возможности развития торговли в регионе [4].

Ключевыми достижениями последних дней стали, во-первых, успех четвертого энергоблока Белоярской АЭС, который год отработал на почти полной загрузке уран-плутониевым МОКС-топливом, приближая к реальности мечту о добыче энергии даже из отходов деятельности по обогащению урана. Подобный пример демонстрирует интерес компании к охране окружающей действительности путем совершенствования технологии. Во-вторых, начало строительства в Калининградской гигафабрики мощностью 4 ГВт*ч в год. Она будет обеспечивать отечественные компании тяговыми литий-ионными батареями и стационарными системами накопления энергии. Завод будет выполнять полный цикл производства литий-ионных аккумуляторов, включая операции от смешения компонентов катодных и анодных масс до выходного контроля готовой продукции [5].

Указанная деятельность происходит по широкому направлению рынков. Успех «Росатома» с точки зрения маркетинга исходит из факторов, представленных в таблице 2.

Таблица 2

Ключевые конкурентные преимущества «Росатома»

Фактор	Краткая характеристика
Комплексный подход	Реализация «пакета» по обслуживаю АЭС
Накопленный опыт и кадры	Опыт долгой работы позволил собрать группы лучших специалистов
Утилизация отходов	Включает переработку отходов АЭС
Международное сотрудничество	Работа с новыми рынками на высшем уровне позволяют получить опыт и репутацию
Диверсификация деятельность	Передовые технологий направленные на развитие национальной экономики

Выводы. С точки зрения маркетинга, развитие госкорпорации «Росатом» носит инновационный характер. Корпорация способна действовать в широком спектре высокотехнологичной деятельности, способной обеспечивать как развитие национальной экономики России, так и высокое положение на просторах международной экономике среди развитых и развивающихся стран в области энергетики, инфраструктуры, услуг и инноваций.

Список литературы:

1. Пантелей, Д. С. Перспективы обеспечения конкурентоспособности Госкорпорации «Росатом» с учетом трансформаций в мировой экономике / Д.С. Пантелей // Вестник евразийской науки. – 2019. – Т. 11. – №. 2. – С. 39.
2. Коммерсант: сайт. – 2023. – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5987883> (дата обращения: 08.11.23).
3. Официальный сайт «ГОСКОРПОРАЦИЯ РОСАТОМ». – Текст: электронный. – URL: <https://www.rosatom.ru/journalist/news> (дата обращения: 22.11.2023).

4. Официальный сайт «ГОСКОРПОРАЦИЯ РОСАТОМ». – Текст: электронный. – Режим доступа: <https://www.rosatom.ru/production/fleet/> (дата обращения: 22.11.2023).
5. Интернет-портал СНГ: сайт. – 2023. – URL: <https://ecis.info/news/569/113388/> (дата обращения: 08.11.23).

Свистун П. П., студент
Научный руководитель: Дудник В. В., канд. экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
Petrsv04@Gmail.com

ИССЛЕДОВАНИЕ ФЕНОМЕНА ИМИДЖА ЧВК «ВАГНЕР»

Актуальность. Частная Военная Компания (ЧВК) «Вагнер» не только известна своей высокой военной компетентностью, но также отличается умением успешно представлять свои действия в общественности. На пике своей популярности, подписаться на телеграмм-канал Евгения Пригожина могли более 600 тысяч человек за один день. Одно лишь голосовое сообщение, рассказывающее о последних достижениях ЧВК «Вагнер», были прослушаны более 19 миллионов раз. Эти внушительные цифры говорят о привлечении значительного внимания целевой аудитории к деятельности ЧВК «Вагнера» и подтверждают влияние их коммуникационных стратегий на продвижение, а также на формирование общественного мнения.

Анализ последних исследований и публикаций. С 19 марта 2022 года началась активная фаза участия Частной Военной Компании (ЧВК) «Вагнер» в боевых действиях на Донбассе. Спустя полтора года, наличие актуальной информации о «Вагнере» стало практически обязательным для каждого россиянина. Эта ЧВК прочно вошла в культурный контекст населения, найдя воплощение не только в новостях, но и в музыкальном искусстве. Песни, посвященные «Вагнеру», стали неотъемлемой частью культурного наследия, а голос Евгения Пригожина для многих людей стал символом и, в определенном смысле, родным. Это свидетельствует о влиянии ЧВК «Вагнер» не только на события военного характера, но и на общественное восприятие в контексте культурных явлений.

Цель исследования заключается в определении факторов, влияющих на формирование имиджа организации и ее популярность на примере ЧВК «Вагнер».

Результаты исследования. Стратегический статус, с которым «музыканты» приступили к выполнению боевых задач на Донбассе, заслуживает внимания. Созданная в 2013 году, ЧВК «Вагнер» в течение 9 лет официально участвовала в военных действиях, начиная с Сирии и продолжая в Африке. С учетом того факта, что российская армия последний раз официально принимала участие в военных операциях в 2008 году в Грузии, ЧВК «Вагнер» выделяется своим опытом и подготовкой. Этот временной отрывок свидетельствует о имеющемся высоком уровне профессионализма и непрерывной активности «музыкантов» в сфере военных действий, усиливая их репутацию как эффективной военной единицы.

Частная Военная Компания (ЧВК) «Вагнер» продемонстрировала свою эффективность и оправдала свой статус в ходе участия в Специальной Военной Операции (СВО) на Донбассе. За весь период своей деятельности на территории Донбасса ЧВК «Вагнер» осуществила захват множества территорий, при этом особенно выделяются города Соледар и Бахмут. Глава ЧВК «Вагнер» Евгений Пригожин неоднократно с гордостью подчеркивал, что именно их ЧВК смогла установить контроль над этими городами. Это высказывание не только акцентирует внимание на

важных успехах ЧВК «Вагнер», но и подчеркивает их претензии на звание лучшей частной военной компании в мире.

Необходимо также подчеркнуть активную роль главы ЧВК «Вагнер» Евгения Пригожина. Именно он стал ключевой фигурой в распространении информации о деятельности «музыкантов» среди широкой публики. Его коммуникационные инструменты включали не только голосовые сообщения, но и визуальные материалы. Каждый раз, когда ЧВК «Вагнер» завоевывала город или населенный пункт, Пригожин создавал видеозаписи, чтобы продемонстрировать результаты их деятельности. Эти видеоматериалы создавались в разное время суток, что позволяло Евгению Викторовичу предоставлять информацию о достижениях ЧВК «Вагнер» даже ночью, даруя обычным гражданам страны визуальный обзор происходящих событий.

В то же время стоит отметить, что Евгений Пригожин, несмотря на, вероятно, значительный доход, проявлял неприязнь к роскоши. Он предпочитал находиться вместе с «музыкантами» на фронте, а не в офисе. Даже среди всевозможной роскоши, Пригожин предпочитал летать с ранеными бойцами в транспортном грузовом самолете, спать на матрасе и просто играть в шахматы на планшете. Никогда не стесняясь выражать гордость за свою ЧВК, он сохранял прямоту в общении и даже мог использовать резкое слово. Евгений Викторович во многом оставался простым русским мужиком, несмотря на свои достижения и статус.

Вероятно, благодаря своей простой русской душе, Евгений Пригожин завоевывал поддержку среди обычных граждан России. Он стал не только лицом, но и душой ЧВК «Вагнер», делая ее чрезвычайно близкой и понятной для широких масс. Всего за полтора года было написано множество песен, посвященных ЧВК «Вагнер», и до сих пор их можно услышать на улицах. Многие люди, чтобы выразить поддержку «Вагнеру», размещали ее логотип в своих социальных сетях, тем самым проявляли уважение к участникам этой частной военной компании.

В настоящее время конкуренция среди Частных Военных Компаний представляется весьма ограниченной. Единственной ЧВК, активно участвующей в вооруженном конфликте и демонстрирующей значительные военные успехи, является ЧВК «Вагнер». Такая уникальная позиция подчеркивает их доминирование в данной области, отсутствие конкурентов и исключительное влияние на ход событий в военных конфликтах. Примером того, что конкуренты сталкиваются с серьезными трудностями, служит ЧВК «Моцарт», созданная в 2022 году. Несмотря на свою относительную новизну, она объявила о своем уходе в феврале 2023 года из-за значительных потерь в ходе военных действий на территории Украины. Такие события только подчеркивают превосходство ЧВК «Вагнер» в данной сфере и отражают сложности, с которыми сталкиваются другие игроки на рынке частных военных компаний.

Выводы. ЧВК «Вагнер» выступают как лидеры в различных аспектах. Их военный опыт «стратегов» проявился в успешном захвате и удержании различных территорий, включая заметные города, такие как Соледар и Бахмут. Эти достижения подчеркивают профессионализм и эффективность ЧВК «Вагнер» в боевых ситуациях. Однако не только в военном плане ЧВК «Вагнер» демонстрируют свою выдающуюся эффективность. Глава компании, Евгений Пригожин, сумел создать уникальное взаимодействие между своей организацией и обычными людьми, далекими от военных реалий. Это свидетельствует не только о военной доблести, но и о способности эффективно манипулировать медийными и социальными каналами.

Список литературы:

1. Группа Вагнера. – Текст: электронный. – URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Wagner_Group (дата обращения: 25.11.2023).
2. ЧВК «Вагнер». – Текст: электронный. – URL: <https://dzen.ru/a/Y8ZqsMO1b0Uf7-qA> (дата обращения: 25.11.2023).

3. Деятельность группы Вагнера в Украине. – Текст: электронный. – URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Wagner_Group_activities_in_Ukraine (дата обращения: 25.11.2023).

4. От запрета упоминания в СМИ, до поздравления от Президента России. – Текст: электронный. – URL: <https://dzen.ru/a/ZGn1UVeJqT4DytC6> (дата обращения: 25.11.2023).

Тупица М. В., студент
Научный руководитель: Кусков А. Е.
ФГБОУ ВО «Донецкая академия управления и государственной службы», РФ
mariya.tupitsa@mail.ru

АНАЛИЗ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ТЕНДЕНЦИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ЛОГИСТИКЕ СЕГОДНЯ

Актуальность. Анализ информационных технологий и тенденций, используемых в логистике, является актуальной темой в настоящее время. Информационные технологии (ИТ) играют важную роль в логистике, так как они позволяют собирать, обрабатывать, передавать и хранить информацию. Современные информационные технологии позволяют повысить эффективность анализа технико-экономических проектов и доставки грузов. Они также способствуют повышению стандартов контроля, прозрачности, гибкости и эффективности в логистике.

Анализ последних исследований и публикаций. В целом, последние исследования подтверждают, что использование информационных технологий и тенденций в логистике сегодня необходимо для повышения эффективности, снижения затрат и улучшения обслуживания клиентов. Они помогают автоматизировать процессы, улучшить прогнозирование и оптимизировать управление цепями поставок.

Цель исследования. Одной из основных целей исследования данной темы является выявление и анализ современных информационных технологий, используемых в логистике, и оценка их влияния на эффективность и эффективность работы логистических систем. Рассмотрение различных аспектов информационных технологий в логистике позволяет определить основные тенденции в этой сфере, а также выделить и изучить инновационные решения и практики.

Результаты исследования. Исследование информационных технологий и тенденций в логистике показывает, что их использование способствует существенному улучшению процессов и повышению эффективности работы компаний. Внедрение современных технологий позволяет оптимизировать все этапы логистической цепи, снизить издержки, повысить качество обслуживания и удовлетворить потребности клиентов.

Современные информационные технологии активно интегрируются во все области социально-экономической и производственно-хозяйственной деятельности, включая логистику. Логистика как отрасль, охватывающая подготовку профессиональных кадров, также повсеместно использует информационные технологии. Они проникают в цепочки поставок, структурные элементы логистики, потоки преобразования и функции управления логистикой. Это развертывание и распространение информационных технологий наблюдается на разных уровнях: региональном, национальном и международном, соответствуя при этом целям, принципам и задачам логистики на разных этапах ее развития.

В сфере логистики применяется широкий спектр информационных технологий. Во многих отечественных компаниях постепенно внедряются функции 3PL-провайдеров, означающие полноценное партнерство в области логистики. 3PL-провайдер, или поставщик логистических услуг, предлагает клиентам комплексные логистические решения, включающие транспортировку, экспедирование, складирование, таможенное оформление и другие сопутствующие операции.

Аббревиатура 3PL расшифровывается как "Third Party Logistics" что в переводе означает «логистика третьей стороны». В более простых терминах, 3PL представляет собой аутсорсинг, когда некоторые логистические функции или вся логистика компании передаются сторонней организации, выступающей в роли поставщика логистических услуг.

1PL и 2PL относятся к компаниям, которые самостоятельно выполняют логистические функции или привлекают сторонние ресурсы для этого, соответственно. 3PL представляет собой более развитую форму аутсорсинга – специализированную организацию, предлагающую комплекс логистических услуг в сфере транспортировки, складирования, управления запасами и пр. Четвёртый уровень логистики (4PL) основан на концепции интеграции всех компаний цепочки поставок. 4PL-провайдер берёт на себя управление логистическими процессами этих компаний с целью оптимизации цепи поставок [1].

Последним на данный момент уровнем развития логистики является пятый уровень. Интегрированный аутсорсинг в логистике продолжает развиваться, особенно с появлением услуг сетевого бизнеса. Виртуальная логистика функционирует в глобальной сети, создавая единую информационно-технологическую платформу для компаний.

Операторы 5PL предоставляют полный спектр услуг по планированию, транспортировке и хранению различных грузов и товаров. К этой категории провайдеров относятся популярные и широко известные интернет-магазины, такие как Aliexpress и Amazon, а также другие сетевые компании [2].

Современные информационные технологии также предлагают ряд инновационных решений для отслеживания и мониторинга грузов в режиме реального времени. Такие технологии, как RFID (radio-frequency identification), GPS (Global Positioning System) и IoT (Internet of Things), дают возможность логистическим компаниям точно определять местонахождение груза, отслеживать условия его хранения и транспортировки, а также предотвращать потери и кражи.

RFID (радиочастотная идентификация) – это технология беспроводной идентификации объектов с помощью радиочастотных сигналов. В логистике RFID-метки играют важную роль, обеспечивая автоматический и точный учет и контроль товаров на всех этапах цепочки поставок.

RFID-метки состоят из микросхемы и антенны, которые взаимодействуют с радиочастотным считывателем. Микросхема содержит уникальный идентификатор, связанный с данными о товаре – происхождением, характеристиками, датой производства и т.д. Считыватель посылает радиосигнал, а метка отвечает, передавая закодированную в ней информацию.

Одной из самых значимых информационных технологий в логистике является использование систем управления складом (Warehouse Management Systems, WMS). Эти системы позволяют автоматизировать процессы складской логистики, отслеживать поступление и отгрузку товаров, контролировать складские запасы, управлять заказами и оптимизировать хранение товаров. WMS обеспечивают эффективное использование пространства склада, сокращение времени обработки товаров и устранение ошибок, связанных с неправильной отгрузкой или недостаточностью запасов.

В настоящее время активно используются системы управления транспортом (Transportation Management Systems, TMS). Они позволяют оптимизировать и координировать деятельность транспортных средств, их маршруты и доставку грузов. TMS оснащены интегрированными инструментами для мониторинга и контроля транспортных операций, управления расписаниями, учета времени на доставку и сокращения затрат на транспортировку. Таким образом, использование TMS повышает эффективность и точность доставки, снижает транспортные расходы и улучшает качество обслуживания клиентов.

Ещё одним трендом в информационных технологиях логистики является использование систем отслеживания и мониторинга грузов. Такие системы позволяют контролировать перемещение грузов, отслеживать их местонахождение и состояние, а также оперативно получать информацию о ходе и сроках доставки. Благодаря этому, логистические компании могут более точно планировать работу, реагировать на изменения в режиме реального времени, предупреждать возможные задержки и проблемы.

С появлением интернет-магазинов торговля перешла в онлайн, что изменило систему заказов. На примере российского рынка прослеживаются тенденции развития онлайн-торговли и доставки. Наиболее популярны проекты Ozon, laModa, Утконос, Отто, сервисы доставки еды и электроники. Тем не менее, многие россияне покупают непродовольственные товары на зарубежных сайтах, особенно популярен китайский AliExpress [3].

Кроме того, в современной логистике активно используются системы электронного обмена данными (EDI). Эти системы автоматизируют передачу информации между разными участниками логистической цепочки и обеспечивают унификацию и стандартизацию данных. Применение EDI упрощает обработку заказов, снижает риск ошибок и сокращает время на коммуникацию и обмен документами.

Выводы. Таким образом, информационные технологии и их тенденции активно внедряются в логистические процессы сегодня, что позволяет значительно повысить эффективность, точность и качество логистических операций. Логистические компании, которые умело используют информационные технологии, могут быть более конкурентоспособными и успешными на рынке, сократить затраты, повысить качество обслуживания и улучшить удовлетворенность клиентов. Все это делает информационные технологии и тенденции в логистике неотъемлемой частью современного бизнеса. Однако важно следить за текущими тенденциями и постоянно обновлять свои информационные технологии, чтобы оставаться в лидирующем положении.

Список литературы:

1. Тысячников, А. В. Логистика и транспортное обеспечение внешнеэкономической деятельности : учеб. пособие / А. В. Тысячников и др. – Москва: МГИМО, 2016. – 236 с. – ISBN 978-5-9228-1568-0. – Текст : электронный // ЭБС «Консультант студента»: [сайт]. – URL: <https://prior.studentlibrary.ru/book/ISBN9785922815680.html> (дата обращения: 01.11.2023).
2. Third-Party Logistics Study. The State of Logistics Outsourcing From 1PL to 5PL or... “secrets” of logistics services. – URL: <https://trans.info/en/from-1pl-to-5pl-or-secrets-of-logistics-services-101158> (дата обращения: 01.11.2023).
3. Пахолкова, А. Ю. Анализ новых информационных технологий, используемых в логистике / А. Ю. Пахолкова. – Текст : непосредственный // Актуальные вопросы экономики и управления : материалы IV Междунар. науч. конф. (г. Москва, июнь

2016 г.). – Москва: Буки-Веди, 2016. – С. 170-174. – URL: <https://moluch.ru/conf/econ/archive/174/10535/> (дата обращения: 01.11.2023).

Унгуриян Е. В., студентка
Научный руководитель Чижова Н. Е., канд. экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
katya.unguryan.00@mail.ru

ВЛИЯНИЕ ГЛОБАЛИЗАЦИИ НА МИРОВОЙ РЫНОК ТОРГОВЛИ

Актуальность. В связи с глобализацией мира растет важность сохранения национальной и культурной самобытности каждой страны.

Анализ последних результатов исследований в публикации. Процесс глобализации экономики и его последствия давно стали предметом пристального внимания многих западных и отечественных экономистов, в том числе: Джеффри Сакса и Эндрю Уорнера из Гарварда, Дэвида Доллара.

Цель исследования: оценка влияния глобализации на мировую экономику

Результаты исследования. В результате современной глобализации всем странам без исключения следует осознавать свои возможности и стремиться к равноправным международным отношениям

В трудах многих ученых отображался термин «глобализация». Например, известный немецкий экономист и философ Карл Маркс в начале 19 века указывал на то, что мировая экономика будет все более возноситься, а мировой хозяйственный уклад становится все однороднее. С этого расчета в мире, с одной стороны господствует бедность, а в центре находится богатство [1].

Глобализация, которая подразумевает охват экономической, политической, социальной и культурной сфер жизни всего человечества, является доминирующим направлением в современном мировом развитии.

С глобализацией увеличивается число производителей одного продукта, что также приводит к конкуренции на рынке. Когда заинтересованные стороны сосредотачиваются на одном продукте, его цена естественным образом снижается, и это становится выгодным для потребителей. Страны сталкиваются с меньшими затратами на импорт и экспорт своей продукции, что повышает уровень ведения бизнеса. Люди вынуждены платить меньше за необходимые им товары и услуги в конкурентной гонке бизнеса [2].

Одним из главных преимуществ глобализации является свободная торговля товарами и ресурсами. Например, страна, специализирующаяся на автомобилях, будет производить автомобили и аксессуары к ним вместе с максимально низкими затратами и продавать их как на местном, так и на внешнем рынках. Это означает, что люди, живущие в других странах, смогут приобретать эти автомобили дешевле. В то же время у них будет доступ к более широкому ассортименту марок и моделей [1].

Страны, экспортирующие товары, платят более низкие транспортные сборы и имеют конкурентное преимущество. По мере увеличения накопления капитала и расширения объема производства появляется возможность увеличить доход, часть которого можно использовать для накопления и инвестирования.

В данной статье мы предлагаем взглянуть на рейтинг стран по глобальной конкурентоспособности и уровню урбанизации за период с 2017 по 2019 годы. Эти данные позволяют определить лидеров по рейтингу к 2019 году на основе соответствующих индексов. Конкурентоспособность является ключевым фактором

развития страны, влияющим на ее экономическое состояние, инновационность и потенциал роста. Поэтому рейтинг конкурентоспособности дает нам представление о том, какие страны лидируют в современной международной арене и имеют наиболее благоприятные условия для успешного развития.

Согласно данным, первое место в рейтинге занимает Швейцария. Уровень урбанизации в этой стране в течение трех лет непрерывно растет, составляя 88,79 в 2017 году, 89,70 в 2018 году и достигая отметки 91,19 в 2019 году. На втором месте расположились Нидерланды. В 2017 году уровень глобальной конкурентоспособности и урбанизации в этой стране составлял 92,84, что было самым высоким показателем среди всех стран в исследовании. Швеции, которая занимает третье место в рейтинге. В 2017 году уровень здесь составлял 87,96 баллов, и к 2019 году этот показатель вырос до 89,93 баллов. Великобритания занимает следующее четвертое место в списке. В 2017 году здесь уровень составлял 87,26, что немного снизилось до 87,23 баллов в 2018 году, но затем в 2019 году он снова вырос до 89,84 баллов.

Основываясь на этих данных можно сделать вывод: все страны, исследуемые в рамках Индекса, оцениваются по 24 показателям, объединённым в три основные группы глобальной интеграции:

Экономическая глобализация – стремительное увеличение потоков товаров, инвестиций, кредитов, обменов людьми и идеями, информации, а также расширение географии их распространения.

Социальная глобализация – это тенденция к интеграции социально-экономической и культурной деятельности участников общественной жизни.

Политическая глобализация – проявляется в институционализации международных политических структур.

Как и все остальное, глобализация имеет свои недостатки. Недостатком является то, что глобализация также привела к сокращению денежных потоков и ограничению кредитования в местной и национальной экономике [3]. Кроме того, страны G20, такие как Великобритания, Бразилия, Германия, Франция и Япония, на долю которых приходится более 86 процентов мировой экономики, ввели более 1200 ограничительных торговых мер с 2008 года. Это приводит к повышению налогов и ужесточению законов для предприятий, которые импортируют и экспортируют товары [4].

Другая проблема заключается в том, что многие страны манипулируют своей валютой, чтобы получить ценовое преимущество. Кроме того, работники в развитых странах теряют работу из-за сокращения заработной платы. Все больше предприятий предпочитают отдавать работу на аутсорсинг и экспортировать рабочие места как средство снижения издержек [2].

Выводы. В условиях современной глобализации всем странам без исключения следует осознавать свои возможности и стремиться к равноправным международным отношениям, а свои интересы направлять, прежде всего, на долгосрочное развитие хозяйства как целостного и конкурентоспособного организма.

Список литературы:

1. Анисимова А. В. Глобализация мировой экономики: учебное пособие / А. В. Анисимова. – М.: «Потенциал современной науки», 2014. – С. 44-46.
2. Сергеев, В.И. Логистика: информационные системы и технологии: учебно-практическое пособие / В. И. Сергеев. – М.: «Альфа-Пресс», 2018. – 608 с.
3. Джонсон, Д. Современная логистика / Д. Джонсон. – М.: «Вильямс», 2015. – 624 с.
4. Экономическая безопасность как фактор устойчивого развития региональной системы / О.В. Тахумова, Е.А. Коврякова, А.В. Колесник // Kant. – 2018. – № 1 (26). – С. 229-233.

Фирсова Е. М., студентка

Научный руководитель: Кузьменко В. В., канд. экон. наук, доцент
ФГБОУ ВО «Мелитопольский государственный университет», РФ
kafedra88-88@mail.ru

ОСОБЕННОСТИ ВЛИЯНИЯ УПАКОВКИ НА ПРОДВИЖЕНИЕ ТОВАРА МЕЛКИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ

Актуальность. Для малых производителей проблема продвижения товара является актуальной, при условии ограниченного бюджета на эти цели. Весьма кстати в этой ситуации оказываются исследования психологов о факторах, влияющих на спонтанность совершения покупки или психологических штампах этого процесса.

Анализ последних исследований и публикаций. Психологи пришли к выводам, что цвета влияют на эмоции человека. Как демонстрируют изучения, 80% цвета обрабатываются нервной системой и только 20% – зрением. В следствие этого принципиально понимать психологию цвета, дабы верно применить его в маркетинговом сообщении. Исследование этих проблем занимались такие ученые как Агостон Ж., Гольшева Е.А., Самойленко Е., Хатуов Е.

Целью исследования является изучение влияния цвета и упаковки на выбор потребителя, что может быть использовано в производственной деятельности малых субъектов хозяйствования.

Результаты исследования. Супермаркеты, зазывают множеством пестрых красок. Зеленый и оранжевый навес над овощами и фруктами напоминает о природе и солнечном свете. Вряд ли покупатель обратит внимание на творог или йогурт в темной упаковке, даже если эти же продукты будут продаваться рядом с белой упаковкой с ярко раскрашенными фруктами, так как белый цвет обозначает чистоту и свежесть. В упаковке цвет тесно связан с формой. Он проявляется в цветных рисунках, фотографиях и шрифтах, которые нанесены на упаковку. За многими цветами закрепились определенные ассоциации и в упаковке они стали предметными. Дизайн упаковки является основным рычагом влияния на выбор потребителя, т.к. покупатели выбирают товар по его визуальным характеристикам: цвет и оформление упаковки. Цвет подает условный сигнал подсознанию человека и вызывает реакцию приобрести товар [2].

Одним из последних направлений маркетинговых исследований, изучающим влияние на органы эмоций человека, считается нейромаркетинг, который изучает потребителя – его поведение, эмоциональные реакции, мышление, прогнозируя на их основе выбор потребителя [3].

Что касается импульсивных покупок, то это результат большого эмоционального воздействия, которое подталкивает потребителя совершить покупку. Возникать импульсивная покупка может в тот момент, когда покупатель испытывает большую потребность что-то купить из ассортимента, незапланированного к покупке ранее [4]. Цвет имеет возможность по-разному воздействовать на нервную систему человека (возбуждать, успокаивать). Положительное или же отрицательное отношение к товару формируется если цвет упаковки соответствует или же не соответствует актуальным установкам и убеждениям человека.

Определенные категории товаров требуют применения конкретных цветов: молочные изделия – белого, зеленого и синего, цвета сочной травы и неба, хлебобулочные – желтого, песочного и коричневого. Смешанные тона, изредка присутствующие в природе, имеют все шансы вызвать подсознательное недоверие к

продукту питания и сомнения в его натуральности. Влияние этих цветов на потребителя и связанные с ним чувства, приведены в таблице 1.

Таблица 1

Влияние цвета на потребителя [1]

Цвет	Влияние на потребителя
Синий	Цвет спокойствия. Ученые выяснили, что школьники младших классов отдают свои симпатии синим цветам, поэтому молочные продукты и товары для производителя стараются упаковывать в соответствующей палитре в сочетании с белым. Кроме того, этот цвет ассоциируется со свежестью, что немаловажно для скоропортящихся продуктов.
Зеленый	Цвет надежды, натуральности, бодрости. Этот цвет используется производителями, которые хотят подчеркнуть натуральность сырья. Многие производители косметики и продуктов питания этим пользуются.
Белый	Символизирует чистоту, легкость, открытость, свободу. При этом избыток этого цвета ассоциируется с безликостью и изоляцией.

Цвет в упаковке используется для привлечения внимания, создания реалистичного изображения, соответствующего настроения, поддержания определенной марки и внесения живости. Процесс оформления достаточно сложный и предполагает анализ маркировки продуктов-конкурентов, дизайнерские, маркетинговые исследования, внимательное рассмотрение цветовой гаммы на предмет желаемых и нежелательных ассоциаций. Выбор продукции, современные магазины представляют достаточно большой, однако покупатель обратит внимание, скорее всего, на яркое и цветковое представление продукта, чем на блеклую упаковку. Нахождение товара среди остальной массы влияет как материал, так и оригинальная форма, и цвет упаковки. Именно она влияет на распознавание брендов.

Выводы. Дизайн упаковки является важным фактором, который влияет на выбор товара потребителем, с помощью таких элементов, как: цвет, шрифт, изображение и тому подобное. На импульсивные покупки больше всего влияет цвет. И именно эти результаты исследований могут быть исследованы в практике мелких производителей, поскольку являются малозатратными и доступными.

Из всего сказанного можно утверждать, что покупатели при выборе товаров обращают внимание в первую очередь на упаковку. Она является не только визитной карточкой производителя, но и важным инструментом рекламы, стимулирования сбыта товаров и средством формирования спроса на них. Товар становится популярным и будет пользоваться высоким спросом за счет удачного сочетания цветов на упаковке. Таким образом, нельзя недооценивать роль упаковки в продвижении товара, потому что она является достаточно эффективным средством воздействия на потребителей.

Публикация выполнена в рамках научной темы: FRRS-2023-0033 «Формирование социально-экономических условий эффективного развития малых форм хозяйственной деятельности региона».

Список литературы:

1. Агостон, Ж. Теория цвета и ее применение в искусстве и дизайне / Ж. Агостон. – М.: Мир, 1982. – 184 с.
2. Гольшева, Е.А. Влияние упаковки на выбор потребителя / Е.А. Гольшева // 71-я научно-техническая конференция учащихся, студентов и магистрантов: тезисы докладов, 20-25 апреля 2019 г., Минск: в 4 ч. Ч. 3. – Минск : БГТУ, 2020. – 906 с.
3. Самойленко, Е. Привлекательность упаковки / Е. Самойленко // Курсив, 2015. – № 2. – С. 56-69.
4. Хатуов, Е. Дизайн упаковки / Е. Хаутов // Рекламные технологии, 2020. – № 4.

Хуруджи Д. И., студент
Научный руководитель: Беспятая М. Н., канд. экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
dkhurudzhi@list.ru

ОФОРМЛЕНИЕ МАГАЗИНА КАК ВАЖНЕЙШИЙ ЭЛЕМЕНТ МЕРЧАНДАЙЗИНГА

Актуальность. На сегодняшнем насыщенном и разнообразном рынке товаров и услуг, ключевым условием успешных продаж в условиях жесткой конкуренции является выделение товара среди многообразия аналогичных предложений. Особую значимость в этом процессе приобретают коммерческий показ и выкладка товаров на последних этапах товародвижения, входящие в комплекс мероприятий по увеличению объема продаж, известный как мерчандайзинг. Актуальность данной работы подчеркивается тем, что конкурентные преимущества на рынке обретают те предприятия, которые не только соответствуют стандартам цены и качества, но также уделяют особое внимание упаковке, выкладке товаров, внешнему виду магазина и общей атмосфере торгового зала. Позиции на рынке укрепляют те торговые предприятия, которые успешно применяют инструменты мерчандайзинга в организации своей деятельности.

Анализ последних исследований и публикаций. На сегодняшний день мерчандайзинг, как составная часть маркетинга, привлекает внимание исследователей, включая работы авторов Г.А. Аванесова, В.А. Бондаренко, О.Н. Миргородской, Н.В. Черноносковой, Н.А. Тельпуховской. Они подчеркивают значимость методов мерчандайзинга в организации эффективных стратегий продаж. Однако, несмотря на отдельные исследования, можно выделить дефицит системного подхода к анализу мерчандайзинга в современных реалиях. Недостаточно комплексных исследований, объединяющих различные аспекты оформления магазина как важнейшего элемента мерчандайзинга, что ограничивает полное понимание его воздействия на успешность торговых предприятий.

Цель исследования заключается в изучении и оценке значимости оформления магазина как ключевого элемента мерчандайзинга.

Результаты исследования. Представим различные подходы к концепции «Мерчандайзинг»:

1. Технология продажи. Мерчандайзинг рассматривается как технология, включающая использование психологических методов воздействия на покупателя через эффективное представление товаров, качественное обслуживание, создание благоприятной атмосферы продаж и организацию товарного запаса.

2. Часть маркетинга. Понимание мерчандайзинга как части маркетинга, охватывающей методику продаж в магазине и деятельность по продвижению товаров и торговых марок на региональном рынке. Этот подход широко используется крупными розничными предприятиями для преодоления недостатка квалифицированных кадров.

3. Комплексный подход (принцип). Мерчандайзинг воспринимается как комплексный подход к оформлению торгового зала, выбору стиля предприятия и максимизации продвижения товаров в розничной торговле. Основан на принципе «5Н»: нужный товар в нужном месте, в нужное время, в нужном количестве и по нужной цене [2, с. 273].

Мерчандайзинг всегда ориентирован исключительно на потребителя. Его главная цель заключается в быстрой реализации товаров и общем увеличении объемов продаж. Основным стремлением сбыта является увеличение общего объема покупок путем

облегчения этого процесса для покупателя. Весь сбыт тесно связан с потоком покупателей, товарооборотом и доходами. Для успешного представления конкретного товара в магазине необходимо правильно его выставить и придать ему облик. Эффективное оформление магазина позволяет покупателю выбрать рекламируемый товар при первой покупке, повторно покупать товар данной марки, выгодно приобретать выставленные товары при незапланированных покупках, быстро находить товар при запланированных покупках и ознакомиться с новыми марками товаров [3, с. 295].

Так, оформление магазина представляет собой ключевой аспект мерчандайзинга, который направлен на создание привлекательной и эффективной среды для покупателей с целью стимулирования продаж. Это важнейший элемент, так как первое впечатление, которое создается в магазине, оказывает значительное влияние на решение покупателей совершить покупку.

Ключевые аспекты оформления магазина:

1. Визуальное оформление. Эффективное использование цветов, освещения и графики для создания привлекательного и узнаваемого облика магазина. Визуальные элементы должны соответствовать бренду и привлекать внимание потенциальных покупателей.

При планировке торгового зала с использованием мерчандайзинга, основное внимание уделяется эффективному распределению пространства, что включает оптимальное разделение торговой площади на отделы и секции, стратегическое размещение стеллажей и товаров для управления потоками покупателей, а также создание удобных маршрутов и распределение ресурсов с учетом целей магазина.

Неправильная планировка может привести к ряду проблем, таких как ограниченная видимость из-за тесноты и недостаточного освещения, трудности перемещения из-за узких выходов и проблем с тележками, скопление покупателей из-за недостаточной площади перед кассами, а также затруднения с пополнением товара из-за узких проходов между оборудованием.

Атмосфера торгового зала охватывает внешние факторы, воздействующие на человека и влияющие на его эмоционально-чувственное состояние при посещении магазина. Главная цель создания атмосферы в торговом зале – соответствие целям мерчандайзинга и стимулирование увеличения продаж. Для этого используются архитектура, планировка, визуальные компоненты, свет, цвета, музыка, запахи и другие элементы, направленные на формирование эмоционального состояния, создание положительного восприятия товаров и подчеркивание индивидуальности торгового предприятия.

Световой дизайн магазина играет ключевую роль в создании атмосферы торгового пространства. Выбор правильного освещения зависит от цветовой гаммы помещения, торгового оборудования, интерьера и характера предлагаемого ассортимента товаров. Так, тусклое освещение, например, может создать ощущение расслабленности, тогда как сильное освещение может вызвать агрессию и напряжение [1, с. 138].

2. Размещение товаров. Стратегическое распределение товаров по торговому залу с учетом логики покупательского поведения. Товары, имеющие повышенный спрос или новинки, должны быть выделены особо для привлечения внимания.

Важным аспектом является правило присутствия товара, которое предполагает наличие необходимого ассортимента продукции в торговом зале и доступность каждой представленной на витрине позиции для продажи.

3. Торговые прилавки и витрины. Оформление витрин и прилавков с учетом привлекательности для потребителей. Использование тематических композиций, акций и сезонных элементов для создания интереса.

4. Правила уборки и порядка. Чистота и порядок в магазине являются неотъемлемой частью оформления. Опрятность и ухоженность торгового пространства создают благоприятное впечатление и повышают доверие покупателей.

Также правило, основанное на принципе «первым пришел, первым ушел», касается сроков хранения и ротации товара на полке, при этом необходимо контролировать срок годности.

5. Использование маркетинговых материалов. Размещение рекламных материалов, плакатов, наклеек, которые акцентируют внимание на акциях, скидках или новых поступлениях. Эти материалы могут дополнять общую атмосферу магазина.

Расположение ценников должно учитывать угол зрения покупателя. Выбор формата ценников осуществляется индивидуально, но группы однородных товаров должны иметь единый формат ценников. Целесообразно, чтобы его оформление сочеталось с общим интерьером торгового зала.

Правило «приоритетных мест»: товары, приносящие наибольшую прибыль и имеющие наилучшие показатели продаж, должны находиться на лучших местах в торговом зале и на торговом оборудовании [4, с. 79].

6. Эргономика и удобство для покупателей. Разработка удобной схемы размещения магазинных зон, обеспечивающей легкость перемещения покупателей. Распределение зон отдыха, примерки, и оформление кассовых зон с учетом комфорта для покупателей.

Правило «лицом к покупателю» утверждает, что товар должен быть представлен прямо, с учетом угла зрения покупателя, а информация на упаковке должна быть читаемой и не загромождаться другими упаковками.

7. Сезонные изменения и акции. Адаптация оформления магазина в соответствии с сезонными тенденциями и проведение акций, праздничных предложений, чтобы создать атмосферу праздника и стимулировать покупки.

Выводы. Оформление магазина является важнейшим элементом мерчендайзинга, оказывая значительное воздействие на восприятие и поведение покупателей. Эффективное оформление создает привлекательную атмосферу, способствует удобству в выборе товаров и стимулирует к совершению покупок. Ключевые правила включают в себя поддержание чистоты и аккуратности, оптимальное размещение товаров, выделение прибыльных продуктов, четкую видимость цен и информации на упаковках, а также создание эмоционального комфорта для покупателей. Важно также соблюдать правила ротации товаров и собирать данные для анализа, чтобы оптимизировать размещение товаров на основе их эффективности. В целом, оформление магазина играет решающую роль в формировании позитивного восприятия бренда и обеспечении успешной стратегии продаж.

Список литературы:

1. Ахати, Ф. Роль и значение мерчендайзинга в розничной торговле / Ф. Ахати // Экономика и социум. – 2019. – №6 (61). – С. 137-142.
2. Дзахмишева, И.Ш. Инновационные технологии в мерчендайзинге / И.Ш. Дзахмишева // Вестник ВГУИТ. – 2020. – №4 (86). – С. 272-276.
3. Камалова, Т.А. Использование маркетинга в розничной торговле / Т.А. Камалова // Индустриальная экономика. – 2022. – №5. – С. 294-299.
4. Никитина, И.В. Учет поведения покупателя в маркетинговых системах / И.В. Никитина // Вопросы науки и образования. – 2019. – №3 (47). – С. 78-83.

Чернякова М. Б., студентка
Научный руководитель: Кужелева А. А., канд. экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
chernmarina2005@gmail.com

ИННОВАЦИИ КНИЖНОГО МАРКЕТИНГА

Актуальность. Если в прошлом десятилетии людей волновал вопрос, как решить кризис текстовой культуры, связанный с тем, что люди стали меньше читать, то в наше время ситуация значительно изменилась. Книжная индустрия стремительно развивается. Появились новые виды книжного маркетинга, учитывающие не только позицию автора, но и желания читателей, которые должны быть изучены, систематизированы и применяемы на практике в современном мире.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросы инновационных подходов в книжном маркетинге рассмотрены в работах Амеличкиной А.В., Филюковой Н.Ш., Шпаковского Ю.Ф., Жолтокова В.А, Анисенко, А.В., Тюркинской Е.А и др. В работах этих авторов маркетинг рассматривается как важная составляющая книжного дела. При этом маркетинг делится на различные виды, которые требуют отдельного изучения.

Цель исследования – изучить инновационные методы книжного маркетинга в современном мире.

Результаты исследования. Ключевую роль в развитии книжной индустрии сейчас играют соц. сети. Это неудивительно, ведь среднестатистический пользователь проводит в интернете около 7 часов в день. На соц. сети он при этом тратит в среднем 2 часа 30 минут в день, и это самая большая временная доля среди всех видов интернет-активности. Рассмотрим следующие варианты продвижения книг.

1. Продвижение через Tik-Tok. В начале 2021 года западные издатели заметили интересную тенденцию: книги, которые читатели рекомендовали на платформе TikTok, моментально входили в списки бестселлеров. Спустя год Букток – книжный сегмент популярной социальной сети – стал одним из самых мощных инструментов влияния в издательской индустрии. Яркий пример тому – роман Али Хейзелвуд «Гипотеза любви», первый тираж которого был раскуплен за два дня. Главный секрет Буктока заключается в том, что моду здесь диктуют не издатели и авторы, а сами читатели. Самые популярные видеоролики часто вообще не содержат формальной информации об авторе, обложке, тираже и прочем. Вместо этого пользователи делятся своими эмоциями и переживаниями от сюжета, плачут на камеру от трагичного финала, спорят с авторами, яростно бросаясь книгами, записывают таймлапсы в процессе чтения и рассказывают свои истории, связанные с книгой. Многие из постов напоминают настоящие трейлеры к фильмам: в них под определенный саундтрек сменяются картинки, специально подобранные под атмосферу и настроение книги.

2. Продвижение через YouTube. На платформе YouTube блогеры, темой канала которых были книги, появлялись еще 10 лет назад и постепенно набирали свою аудиторию. Сами понимаете, книги – довольно специфическая тема, которая не всем интересна. Однако сейчас видео таких книжных блогеров, как Anthony Uly, Sonya Khromova, bookspace, Полина Парс и др., набирают сотни тысяч просмотров (а иногда эта цифра переваливает и за миллион).

Контент книжных блогеров состоит из всевозможных идей, так или иначе связанных с книгами. Это и обзоры на них, проведение различных марафонов (например, «24 часа чтения» или «совместные чтения с читателями»), создание различных книжных рубрик (например, «книжный ТикТок»), участие в офф-лайн

мероприятиях, которые организывают издательства. Сами book-блогеры становятся «ходячей рекламой», так что в этом году тот же Anthony Uly стал амбассадором книжного сервиса «Строки», где пользователь может читать или слушать аудиокниги, скачивать мангу и комиксы, а также слушать подкасты на тему разбора различных проблем, поднимающихся в работах писателей прошлого и нашего времени.

3. Продвижение через Телеграм. Телеграм-каналы – это еще один из способов книжного маркетинга. Вот только главное его отличие заключается в том, что он полностью контролируется авторами книг, а не читателями. Например, телеграм-каналы известных русских авторов Анны Джейн, Даны Делон, Виктории Побединской и Ксении Левиной публикуют процесс написания новинок, работы фанатов (арты, эдиты), мемы по своим Вселенным, а также периодически советуются с читателями насчет обложек для книг, проводят различные конкурсы и интерактивы.

4. Конкурсы. Как было мной упомянуто ранее, в Телеграм-каналах часто проводятся различные конкурсы, что тоже способствует привлечению новых читателей в ряды фанатов авторов. Например, на данный момент творческий конкурс проводится у Анны Джейн, где подписчики и читатели могут проявить свой креатив и расписать Вселенную автора.

5. Маркетплейсы. Маркетплейсы очень поспособствовали развитию книжного маркетинга. Сегодня большинство покупателей приобретают книги через эти платформы, так как это выходит дешевле, чем покупка книг в обычных магазинах. Например, в Читай-городе «Анна Каренина» от издательства МИФ стоит 850 рублей, в то время как на Wildberries эта книга стоит 700 рублей (и это еще без учета скидок, которые на платформе проводятся регулярно). Да и благодаря тенденции, согласно которой люди все больше и больше скупают все на маркетплейсах, на одном только Wildberries продажи книг за последний год увеличились на 80%.

6. Ивенты. Если говорить не о виртуальных способах книжного маркетинга, то тогда лидером в данной области будут ивенты. Такие мероприятия обычно организываются издательствами, авторами, книжными магазинами с целью презентации новинок или определенного автора. На такие ивенты часто приглашают различных блогеров. Также на них обычно продают книги по сниженным ценам.

Выводы. Маркетинг книжной индустрии стремительно развивается. Появилось много новых способов, благодаря которым можно продвигать книги в массы. А из-за постоянного совершенствования технологий и непрекращающейся деятельности творческих людей можно гарантировать, что в ближайшее время количество таких способов будет лишь расти. В компьютерный век это не означает, что литература перестала быть актуальной. Люди все так же любят книги, читают их и погружаются в атмосферу любимых Вселенных.

Список литературы:

1. Амеличкин, А. В. Маркетинг в социальных сетях как инструмент продвижения книжной продукции издательства / А. В. Амеличкин // Молодежь и наука: шаг к успеху. – Сборник научных статей 2-й Всероссийской научной конференции перспективных разработок молодых ученых: в 3 томах. – Том 1. – 2018. – С. 15-18.

2. Филюкова, Н.Ш. Нестандартные формы event-маркетинга в книжных магазинах / Н. Ш. Филюкова // Университетская книга: [сайт]. – 2020. – URL: <http://www.unkniga.ru/bookkrinok/bookraspr/707--event-.html?ysclid=lpiv2ihv5q257645271/>

3. Харрис, Элизабет А. Как TikTok стал бестселлером / Элизабет А. Харрис // The New-York Times: [сайт]. – 2022. – URL: <https://www.nytimes.com/2022/07/01/books/tiktok-books-booktok.html/> (дата обращения: 25.11.2023).

Чирах В. Г., студентка
Научный руководитель: Ибрагимхалилова Т. В., д-р экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
elenskaya.23vera@mail.ru

РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ МАРКЕТИНГА СФЕРЫ УСЛУГ

Актуальность. Начиная с 1990-х гг. роль сферы услуг демонстрирует тенденции возрастания своей значимости. Данный факт подтверждается долей услуг в ВВП в Российской Федерации, если в 1990-е годы она составляла примерно 37%, то в 2022 году – 53.98 %. Сектор услуг в отличие от промышленного производства продолжает развиваться и в 2022 году РФ оказалась на 76 месте из 145 стран по уровню услуг.

Учитывая, что услуга представляет собой деятельность, которую одна сторона предлагает другой стороне для удовлетворения потребностей, то неотъемлемой частью развития организации в сфере услуг, конечно же, должен стать маркетинг и его инструменты.

Интеграция этих аспектов в маркетинговую стратегию поможет эффективно привлекать клиентов и создавать положительный опыт, что особенно важно в сфере услуг.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросы разработки стратегии деятельности предприятий всегда были в списке актуальных тем исследований ученых. А научными исследованиями в области разработки маркетинговых стратегий сферы услуг занимались такие ученые как: Э. В. Новаторов, Б. А. Соловьев, Р. А. Фатхутдинов, Д. И. Хлебович и другие.

Цель исследования заключается в исследовании специфических особенностей разработки маркетинговой стратегии в сфере услуг.

Результаты исследований. Маркетинговая стратегия – это долгосрочный план действий, разработанный компанией для достижения маркетинговых целей; она включает в себя планирование и реализацию различных видов деятельности организации, которые направлены на достижение целей, намеченных компанией.

Ф. Котлер отмечает, что «маркетинговая стратегия – это логическая схема маркетинговых мероприятий, с помощью которой компания надеется выполнить свои маркетинговые задачи» [1, с. 129].

О. С. Баталова считает, что маркетинговая стратегия – это совокупность маркетинговых инструментов, с помощью которых разрабатывается эффективная политика продвижения товаров, услуг к потребителям [2].

Ф. Котлера, маркетинговая стратегия состоит из трех частей:

1. Целевые рынки – маркетинговая стратегия должна точно уточнить сегменты рынка, на которых предприятие сосредоточит свои усилия.

2. Комплекс маркетинга – определить отдельные стратегии для таких элементов комплекса маркетинга, как новые товары, области сбыта, реклама, стимулирование сбыта, цены и распределение товара.

3. Уровень затрат на маркетинг – бюджет маркетинга, необходимый для претворения в жизнь всех ранее изложенных стратегий.

При формировании маркетинговой стратегии нужно помнить, что она включает в себя анализ рынка, определение целевой аудитории, выработку уникального предложения (USP), выбор маркетинговых каналов и тактик, а также определение методов оценки эффективности кампаний.

Процесс разработки маркетинговой стратегии включает несколько этапов.

1. Анализ среды:

анализ внешней среды (PESTEL): оценка воздействия политических, экономических, социокультурных, технологических, экологических и юридических факторов на бизнес;

SWOT-анализ (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats): выявление сильных и слабых сторон, а также возможностей и угроз внешней среды.

2. Определение целей: формулировка четких, измеримых, достижимых, реалистичных и ограниченных по времени (SMART) целей; определение, что именно нужно достичь с помощью маркетинговой стратегии.

3. Определение целевой аудитории: определение, кто является основной целевой аудиторией; разработка детального профиля идеального потребителя.

4. Работа над уникальным предложением (USP): определение, что делает ваш продукт или услугу уникальными и почему потребители должны выбрать именно вас; формулировка USP в ярком и запоминающемся виде.

5. Выбор маркетинговых каналов: определение наиболее подходящих каналов для достижения целевой аудитории; разработка плана использования онлайн и офлайн маркетинговых инструментов.

6. Разработка тактического плана: создание конкретных маркетинговых кампаний и тактики для достижения целей; распределение бюджета и закрепление ответственных лиц.

7. Разработка бюджета: оценка расходов на каждую маркетинговую кампанию; деление бюджета между различными маркетинговыми каналами и инструментами.

8. Внедрение и отслеживание: реализация план и мониторинг его выполнения; использование ключевых показателей эффективности (KPI) для измерения успеха.

9. Анализ и корректировка: регулярная оценка результатов и их анализ по соответствию целям; внесение корректировок в стратегию в соответствии с обнаруженными трендами и изменениями в среде.

10. Оптимизация: использование полученного опыта для постоянной оптимизации маркетинговой стратегии; приспособление к изменениям в среде и потребительском поведении.

Разработка маркетинговой стратегии – это итеративный процесс, требующий постоянного обновления и корректировок в ответ на изменения внешних условий и рыночных.

Фактически, стратегия является своего рода обобщающей моделью действий, ориентированных на долгосрочную перспективу, реализация которых необходима для достижения целей посредством координации и распределения ресурсов, доступных предприятию.

Маркетинг применительно к сфере услуг использует положения общей теории маркетинга. Он, как специфический вид деятельности, направлен на создание, продвижение и реализацию услуг покупателям с целью получения прибыли [3].

Если говорить о разработке маркетинговой стратегии в сфере услуг, то нужно отметить, что она требует более внимательного анализа особенностей рынка, конкурентной среды и потребительского поведения (рис. 1).

Анализ передового опыта деятельности кампаний в сфере услуг позволил выделить комплекс мероприятий, который будет превалировать в данной сфере:

создание информативного контента;

активность в социальных сетях и поддержание «диалога» с клиентами;

разработка программы лояльности и комплекса мероприятия по удержанию клиентов;

поддержание долгосрочных отношений с клиентами через постоянное взаимодействие и предоставление дополнительных услуг;

измерение удовлетворенности клиентов через опросы и обратную связь.

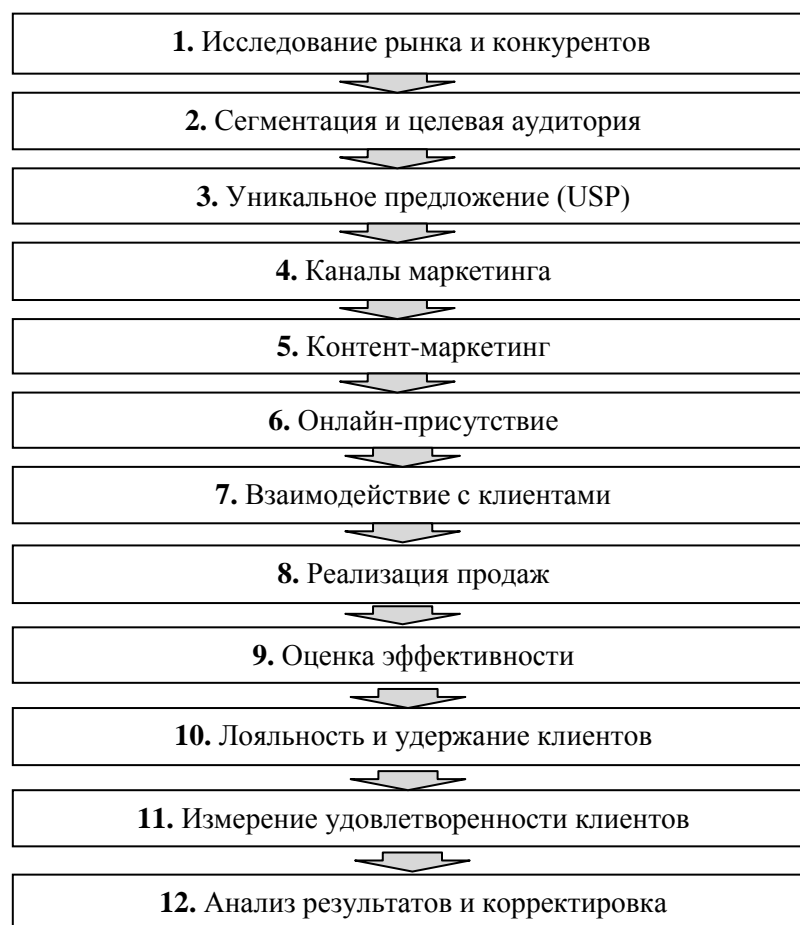


Рис. 1. Этапы разработки маркетинговой стратегии в сфере услуг

Вывод. Как видим, разработка эффективной маркетинговой стратегии в сфере услуг должна строиться на принципе гибкости и клиентоцентричности. Кроме этого, важно учитывать выбранный способ коммуникационного процесса, на основе которого осуществляется взаимодействие всех участвующих в маркетинговой деятельности сторон.

Список литературы:

1. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Д. Сондерс, В. Вонг; пер. с англ. – 2-е Европ. изд. – М.; СПб. Издательский дом «Вильямс», 2000. – 944 с.
2. Баталова, О. С. Содержание понятия «маркетинговая стратегия» / О. С. Баталова. – Текст: электронный // Проблемы современной экономики : материалы I Междунар. науч. конф. (г. Челябинск, декабрь 2011 г.). – Челябинск : Два комсомольца, 2011. – С. 103-106. – URL: <https://moluch.ru/conf/econ/archive/12/1222/> (дата обращения: 30.11.2023).
3. Особенности маркетинга в сфере услуг – URL: https://spravochnick.ru/marketing/osobennosti_marketinga_v_sfere_uslug/?ysclid=lpixglhxj291027996 (дата обращения: 30.11.2023).

Секция «Управление персоналом и экономика труда»

Басалаева Е. В., студент
Научный руководитель: Адаменко Е. А.
Сургутский государственный университет, РФ
basalaeva_ev@edu.surgu.ru

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПОДБОРА ПЕРСОНАЛА В РЕАЛЬНОСТИ СОВРЕМЕННОГО МИРА

Данная работа посвящена обсуждению вопроса о наборе персонала в реальности современного мира. В управлении человеческими ресурсами нужно рассматривать, как результат систематической сплоченности и командного управления, которые должны стремиться к повышению уровню производства. На сегодняшний день, компании заинтересованы в качестве подбора кадров и его высокой квалификации, ведь именно в этом звене существует серьезная нехватка кадров. Немаловажную роль в политике человеческих ресурсов играет качество мер, целью которых будет не только привлечение, а также, обучение, повышение квалификации, тренинги и адаптация персонала. Проблема с поиском методов и отбора являются недопустимыми в текущем времени. Подбор имеет затруднения по следующим вариантам: сохранение опыта традиционных методов прошлых лет, изменения в менталитете, развитие экономики, и непонимание роли человеческих ресурсов в этих процессах. Таким образом, необходимо изменить метод отбора персонала, они должны быть использованы с помощью современных и практических форм и способов.

Сотрудники – это сокровище организации! Сегодня слабостью является подбор персонала в узконаправленные сферы деятельности. В этом случае, работодателю приходится проводить углубленное изучение спроса и человеческого ресурсов, контур потребностей, затраты труда, изменения в мире труда, мотивации и другие факторы, которые влияют на эти ресурсы.

Кроме того, в центре внимания управления должно быть и планирование естественную среду «движения» персонала внутри организации, а именно: увольнение по болезни, выхода на пенсию, ученический отпуск, ежегодный отпуск, служба в армии и пр. Важность и необходимость этих своевременных подходов в планировании потребностей приведет к спланированной подготовке кадров и эквивалентной замене, что существенно уменьшит риск серьезной нехватки персонала на любую должность.

Качественный подбор кадров лучше всего начать с подробного описания локальных функций должности, составление различных инструкций, прописать все стандарты и требования к заявителю, которые будут применяться на вакантную должность.

Существует понятие «набор» и «найм», и важно уметь различать их. Разберем эти понятия: набор кадров – это массовое привлечение персонала в организацию; найм на работу – это серия действий, с целью выбора кандидатов с определенными качествами, необходимыми для удовлетворения целей и задач организации. В итоге, «набор» и «найм» являются большими мероприятиями управления, которые объединяют все этапы набора кадров, оценку в том числе, подбор и прием сотрудников на работу. Для удовлетворения потребностей организаций для временного трудоустройства, есть особые агентства. Но, как и где можно найти потенциальных кандидатов?

Сегодня, чтобы решить эту проблему, на практике существуют различные технологии, которые имеют свои характеристики. Общие современные методы

подбора: рекрутинг, скрининг, поиск, хедхантинг (переманивание). Теория и практика подбора персонала находится в вечном поиске. HR-специалисты находят все новые и новые методы поиска, отбора, оценки персонала, а также создают разные технические ресурсы для реализации этих методов. В качестве примера, COVID-19 – в условиях эпидемии стали популярны: программное обеспечение Skype, сервис Zoom, платформа Microsoft Teams. Начинают применять варианты подбора с применением цифровых технологий: чат-ботов, облачных технологий, публикация вакансий по QR-коду, видеорезюме, видео-интервью, проводить поиск персонала через социальные сети и мобильные приложения, применять различные Digital-проекты. Тем не менее, все эти методы не всегда «приводят» нужных сотрудников компании.

Основными источниками найма ранее были: реклама, учащиеся школ, техникумов, колледжей и университетов. В результате, всегда присутствовала явная разница между возможностями кандидатов и требованиями работодателей. И итог этой ситуации можно спрогнозировать в двух направлениях: 1. отдел кадров находит подходящего кандидата с нужным набором качеств; 2. выбирает лучшего кандидата из общего потока и в дальнейшем обучают его на должность.

Сложнее найти на должность руководителя высшего звена, поскольку список требований значительно велик, и просто профессиональных качеств недостаточно. В основном выбор направлен на кандидатов с опытом работы на руководящих должностях: мастера, помощники, ведь они уже имеет все необходимые сведения и знакомы с делами компании. Сам же процесс отбора состоит из трех сегментов: выбор резюме, личного собеседование, и дополнительные тестирование на психологические и личностные характеристики.

Собеседование это один из важнейших сегментов в процессе отбора кандидатов для вакантных должностей. В конце концов, именно в частной беседе, можно узнать о человеке основную часть, его знания и личные качества. Но конечный результат беседы носит характер формальный, в связи с общими условиями, при которых эта встреча состоялась.

Дополнительные тесты имеют определенную потребность и могут помочь идентифицировать необходимые характеристики, как его личностных качеств, так и профессиональный уровень.

Конечный шаг – это принятие решения, подходит ли кандидат или нет. В этот момент, назревает другой вопрос: как понять, что заявитель на вакансию является лучшим, особенно если выбор сложен, так как каждый следующий кандидат, лучше других по какому-то одному качеству, но проявляет некоторые недостатки в других по условиям.

Ответ лежит не в степени важности: для некоторых работодателей, важен опыт работы кандидата, и они закрывают глаза на его слабые навыки к обучению. Некоторые работодатели в приоритет ставят именно быстрое обучение кандидата, и работодатель готов тратить материальные средства на образование кандидатов и сотрудников, не имеющих опыта работы. В соответствии с принципом четкой расстановки приоритетов, каждого кандидата можно рассматривать детально на каждую вакантную должность.

Тем не менее, не многие работодатели придают серьезное значение проблеме подбора, из-за нехватки квалифицированного персонала, а порой и полное их отсутствие. И очень часто, в штат легко набирают сотрудников с низкой квалификацией и соответственно также с ним легко и расстаются. Этот метод является в корне неправильным направлением в управлении персоналом. Важным моментом является то, что руководство не понимает, что каждый новый поиск сотрудника — это повторные финансовые вложения, а коллектив не может работать стабильно в период постоянных изменений, и как результат – текучка персонала.

Смена кадров является основным показателем нестабильности деятельности компании. Постоянная текучка сотрудников - это симптом ряда проблем в организации. Одной из причин движения персонала – это «слабый» подбор. Сегодня отдел кадров выступает в качестве самостоятельного направления в поиске человеческих ресурсов. При оценке оттока сотрудников, важно учитывать: какие сотрудники уходят, а какие остаются в организации, эквивалентно ли изменение качества кадров целям организации. Если уходят те, от которых нужно избавиться, то организация движется в верном направлении. Если уходят лучшие, то вопрос текучести следует пересмотреть более детально. Помочь в этом разобраться можно с помощью анализа трудовой деятельности уволенных работников, чтобы составить статистику и видеть картину в целом. Тем не менее, наиболее правильным решением проблемы текучести кадров будет высокое качество подбора.

Современные методы подбора обладают широким спектром возможностей для привлечения работников, подходящих для организации. Выбор метода зависит от ряда факторов: функции, правила компании, бюджета, ситуации на рынке труда, и так далее. Правильно выстроенный процесс подбора позволит улучшить качество работы отдел кадровых ресурсов и позволит уделять больше внимания другим вопросам отдела.

Принимая во внимание и изучая основные методы оценки кандидатов, используемые при подборе персонала для организации, можно сделать вывод, что нет плохих и хороших методов отбора - есть подходящие и неподходящие для конкретной компании, должности и ситуации. Таким образом, каждая кадровая служба может выбрать инструменты и методы, соответствующие целям и интересам компании, чтобы обеспечить высочайшее качество и гибкость системы управления персоналом. Процесс подбора персонала включает в себя множество методов, в зависимости от позиции компании и ситуации на рынке труда. Поэтому важнейшей задачей специалиста по подбору персонала является использование тех методов отбора, которые необходимы вовремя и в данной ситуации.

Однако, проблема найма возникает в компаниях, которые не реструктурируют свою кадровую политику в соответствии с меняющимися рыночными условиями. Как правило, это происходит в тех компаниях, где роль менеджера по персоналу строго ограничивается отбором в соответствии с требованиями "сидящего сверху", и сотрудники компании не имеют ни малейшей возможности донести до руководства свои пожелания по изменению условий труда.

Список литературы:

1. Барнякова, А. В. Роль отбора персонала в управлении персоналом организации / А.В. Барнякова // *Science Time*, 2014. – № 4. – С. 20-29.
2. Никишина, А.Л. Исследование современных технологий подбора персонала/ А.Л. Никишина. – Текст: электронный // *Современные научные исследования и инновации*. – 2016. – № 7. – URL: <https://web.snauka.ru/issues/2016/07/70081> (дата обращения: 02.11.2023).
3. Гребенюк, Т. А. Подбор персонала и рекрутинг / Т.А.Гребенюк // *Молодой ученый*. – 2016. – № 11. – С. 682–691.
4. Арзамасова, Г. С. Управление персоналом в контексте систем экологического менеджмента / Г. С. Арзамасова // *Система управления экологической безопасностью: сборник трудов XIV международной научно-практической конференции* (Екатеринбург, 20– 21 мая 2020 г.). – Екатеринбург: Урал. федер. ун-т, 2020. – С. 61–66.
5. Файловый архив студентов StudFiles. – Текст: электронный. – URL: <https://studfile.net/preview/9849375/page:9/> (дата обращения: 02.11.2023).

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

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ТРУДА ПЕРСОНАЛА

Актуальность. В настоящее время совершенствование системы мотивации труда персонала является одним из наиболее важных вопросов для предприятий и организаций. Стабильность и рост компании напрямую зависят от эффективности работы ее сотрудников, а мотивация является ключевым фактором, побуждающим работников приносить максимальную пользу и эффективность в своей деятельности. Поэтому изучение, анализ и совершенствование системы мотивации труда персонала имеет большое значение, которое может существенно повлиять на конкурентоспособность и успех предприятия.

Анализ последних исследований и публикаций. Совершенствование системы мотивации труда персонала является областью научных изысканий многих исследователей, таких как: Битюкова С. С., Лизунов А. В., Столяренко А. В., Соловьева Н. С. и др.

Цель исследования – предложение направлений совершенствования системы мотивации труда персонала для повышения эффективности работы сотрудников и улучшения результативности организации.

Результаты исследования. В настоящее время отношения между предпринимателями и работниками строятся на новых основах. Главная цель предпринимателя – добиться успеха в своем деле, которое обеспечит значительную прибыль в будущем. С другой стороны, каждый сотрудник компании стремится к максимальному материальному вознаграждению и удовлетворению собственных потребностей.

Суть дохода заключается в нахождении компромисса между ожиданиями работника и предпринимателя, что дает стимул к совершенствованию системы трудовой мотивации.

Разработка систем мотивации и стимулирования является одним из ключевых аспектов современного бизнеса. Предприятия постоянно развиваются, меняется внешняя среда, на них возлагаются новые задачи.

Эта система важна для руководителей, перед которыми стоят задачи согласования личных целей сотрудников, целей различных подразделений и целей высшего руководства, решения проблемы текучести кадров, существенного снижения затрат на поиск, отбор и адаптацию персонала, закрепления талантливых кадров [2].

Функции мотивов в процессе трудовой деятельности могут включать:

1. Мотивация к достижению целей: мотивы помогают работникам установить цели и стремиться к их достижению. Когда у человека есть ясная цель, он чувствует себя более мотивированным и направленным на результат.

2. Удовлетворение потребностей: мотивы могут быть связаны с удовлетворением базовых потребностей работника, таких как финансовая безопасность, социальная принадлежность, признание и самореализация.

3. Повышение производительности: мотивы могут стимулировать работника к повышению производительности и качества работы. Например, вознаграждение и признание могут быть мотивирующими факторами для достижения высоких результатов.

4. Улучшение удовлетворенности работой: мотивы могут помочь работнику испытывать большую удовлетворенность от своей работы. Например, работник может быть мотивирован чувствовать себя ценным и востребованным членом команды.

5. Развитие навыков и карьерного роста: мотивы могут быть связаны с желанием работника развиваться и улучшать свои навыки, а также стремиться к карьерному росту. Например, работник может быть мотивирован получить новые знания и навыки, чтобы повысить свою конкурентоспособность на рынке труда [4].

После проведения анализа традиционной системы мотивации сотрудников, все применяемые персональные средства стимулирования/мотивации можно представить в таблице 1:

Таблица 1

Индивидуальные формы воздействия на систему мотивации персонала

Индивидуализация	Материальные инструменты стимулирования	Нематериальные инструменты стимулирования
По рейтингу сотрудника и его вклада в труд	Вознаграждение на основе выполненной работы, стимулирующие доплаты, премии за достижения, оплата в соответствии со средней выработкой, премии за результативность и другие подобные меры.	Стимуляция творчества, предоставление личного времени, сокращение рабочих часов путем повышения производительности и другие подобные возможности.
По удовлетворению потребностей работника	Обеспечение равновесия между карьерой и личной жизнью, выбор мотивации по принципу "кафетерия", оплата социально-бытовых услуг по желанию и другие аналогичные меры.	Развитие корпоративной культуры, повышение качества условий труда и психологического климата, адаптацию работы к способностям сотрудника и ротацию должностей.
По результатам работы предприятия	Выплата премий за выполнение финансовых планов предприятия, оплата в зависимости от достигнутых результатов.	Информирование о состоянии дел в организации и привлечение работников для решения индивидуальных проблем.
По оценке компетенций	Оплата, исходящая из профессиональных умений и знаний для главных менеджеров, вознаграждения, предоставление поездок в качестве вознаграждения, и другое.	Делегирование полномочий, развитие, обеспечение внутреннего обучения, повышение условий работы и другое.

На основе вышеуказанных факторов, можно отметить такие направления улучшения системы мотивации персонала как:

- утверждение системы оценки стоимости рабочих мест (должностей);
- изменение бонусных ставок в соответствии с ключевыми показателями производительности;
- улучшение процесса оценки результатов работы на основе выбранных эффективных показателей;
- усовершенствование системы косвенного материального стимулирования;
- улучшение системы морального стимулирования [1].

Для построения эффективной системы мотивации труда персонала необходимо учитывать следующие аспекты:

1. Целевая ориентация. Мотивационная программа должна быть связана с целями и стратегией организации. Сотрудники должны понимать, как их усилия влияют на успешность предприятия и как они могут внести свой вклад.

2. Индивидуальный подход. Каждый сотрудник отличается своими ценностями, интересами и мотивами. Поэтому важно создать гибкую систему мотивации, которая учитывает индивидуальные потребности каждого работника.

3. Конкурентоспособность. Мотивационная программа должна быть достаточно привлекательной и конкурентоспособной для привлечения и удержания талантливых сотрудников. Это может включать в себя предоставление социальных льгот, возможности профессионального развития, гибкий график работы и др.

4. Корпоративная культура. Создание положительной корпоративной культуры способствует повышению уровня мотивации сотрудников. Открытость, доверие, поддержка и признание достижений являются важными элементами успешной мотивационной системы.

5. Измеримость результатов. Мотивационная программа должна быть измеримой и основываться на конкретных показателях эффективности работы сотрудников. Постановка целей и оценка достижений позволяют контролировать результаты и вносить коррективы в систему мотивации.

В современной бизнес-среде становится все более очевидно, что мотивация труда персонала является одним из основных средств достижения успеха. Компании, которые инвестируют в мотивацию своих сотрудников, получают значительные преимущества и увеличивают свою конкурентоспособность. Поэтому совершенствование системы мотивации труда персонала является важной стратегической задачей для любой компании [3].

Выводы. Таким образом, основная идея совершенствования системы мотивации труда заключается в том, что эффективный способ мотивации сотрудников должен быть разнообразным, прозрачным и объективным. Для достижения этой цели необходимо провести анализ текущей системы, установить конкретные цели и показатели успеха, предложить разнообразные мотивационные инструменты и обеспечить прозрачность и объективность в оценке и вознаграждении. С учетом этих рекомендаций, компания сможет повысить эффективность работы своего персонала и достичь поставленных целей.

Список литературы:

1. Битюкова, С. С. Совершенствование системы мотивации персонала / С. С. Битюкова. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2019. – № 15 (253). – С. 187-190. – Текст: электронный. – URL: <https://moluch.ru/archive/253/58040/> (дата обращения: 25.11.2023).
2. Лизунов А. В. Совершенствование системы мотивации и стимулирования труда / А. В. Лизунов // Научные исследования. – 2018. – № 7 (26). – Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovershenstvovanie-sistemy-motivatsii-i-stimulirovaniya-truda> (дата обращения: 25.11.2023).
3. Соловьева Н. С. Методы повышения мотивации персонала к трудовой деятельности в организации / Н. С. Соловьева, Р. И. Кавецкая // Скиф. – 2020. – № 6 (46). – Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metody-povysheniya-motivatsii-personala-k-trudovoy-deyatelnosti-v-organizatsii> (дата обращения: 25.11.2023).
4. Столяренко, А. В. Назначение системы мотивации персонала предприятия и принципы ее формирования / А. В. Столяренко, Л. А. Онищук // Концепт. – 2017. – № 3. – Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/naznachenie-sistemy-motivatsii-personala-predpriyatiya-i-printsipy-ee-formirovaniya> (дата обращения: 25.11.2023).

Белякович Е. А., студентка
Научный руководитель: Племешова К. К., канд. экон. наук
Донецкий государственный университет, РФ
elizavetabelyakovich@mail.ru

УПРАВЛЕНИЕ РЕАКЦИЕЙ ПЕРСОНАЛА НА ИЗМЕНЕНИЯ В ОРГАНИЗАЦИИ

Актуальность данной темы исследования заключается в том, что изменения в организации являются неотъемлемой частью ее развития и адаптации к меняющимся условиям внешней среды. Однако, реакция персонала на эти изменения может оказаться негативной и вызвать сопротивление, что может препятствовать успешной реализации изменений и достижению поставленных целей. Изучение реакции персонала на нововведения особенно актуально в современном быстроменяющемся мире, где организации все чаще сталкиваются с необходимостью адаптироваться к новым технологиям, рыночным условиям, социальным трендам и прочим факторам. Понимание причин возникновения сопротивления и эффективных методов его преодоления является важным для руководителей и менеджеров, поскольку позволяет им осознать влияние изменений на персонал и разработать соответствующие стратегии, которые помогут снизить сопротивление и улучшить результаты изменений. Кроме того, данная тема актуальна для исследователей, которые стремятся расширить знания о процессе изменений в организации и их влиянии на людей. Это помогает разработать новые инструменты и методики для успешной реализации изменений и снижения сопротивления персонала.

Анализ последних исследований и публикаций. Исследованием вопроса об управлении реакцией персонала на изменения в организации занимались такие ученые, как Прихач А. Ю., Сапунова Т. А., Орлова К. М., Четверикова Н. А.

Цель исследования – определение причин положительной и отрицательной реакции работников на изменения в организации, предложение методов предотвращения сопротивления персонала изменениям.

Результаты исследования. В организациях, которые стремятся к изменениям и развитию, множество рабочих коллективов сталкиваются с процессами инновационных изменений. Эти изменения могут быть связаны с организационными, техническими или технологическими аспектами и вызываться требованиями рынка, партнеров или стремлением компании к модернизации и повышению эффективности.

Основная цель инновационных преобразований всегда заключается в улучшении эффективности в тех областях, на которые они направлены. Наиболее продуманные и хорошо просчитанные инновации имеют потенциал для достижения значительных результатов, иногда превосходящих традиционные методы работы компании в разы.

В области менеджмента нет единого мнения и общепринятого подхода к определению различий между новацией и инновацией. Некоторые менеджеры считают эти термины идентичными и олицетворяющими один и тот же процесс. Другие указывают на отличие в уровне новизны: инновации предполагают глубокие радикальные изменения. Еще другие считают, что главным критерием является результативность, а не степень изменений – инновации обладают гораздо более высоким экономическим эффектом, поэтому если изменение приносит значительные результаты, его следует рассматривать как инновацию. Еще одна точка зрения заключается в том, что новации – это преобразования, которые уже были реализованы в других фирмах или странах и теперь внедряются в конкретную компанию, а инновации – это оригинальные и уникальные изменения, используемые впервые. Подход, при котором инновация относится к первоначальному использованию, а все последующие

копирования и заимствования рассматриваются как новации, также предлагается некоторыми менеджерами.

Специалистом по стратегическому маркетингу Ж. Ж. Ламбенем приводится наглядное пояснение того, как может реагировать персонал на предлагаемые изменения. При незначительном уровне новизны реакция, как правило, положительная, потому что люди всегда ожидают определенного развития. С ростом новизны позитивный отклик растет, но по достижении определенного уровня начинает постепенно снижаться, минимизироваться. С дальнейшим увеличением новизны реакция превращается в негативную, все более усиливаясь. Такая зависимость получила название «кривая Вундта» [1].

Сопrotивление персонала – это обратная реакция на введение изменений и его можно рассматривать как динамичное явление. В управленческой практике встречаются различные открытые и скрытые формы сопротивления. Перечислим некоторые из них [3]:

1. Отрицание.

2. Индифферентизм. Эта форма не предполагает открытого сопротивления. Персонал достаточно равнодушно, безучастно и безразлично относится к изменениям.

3. Скептицизм. Персонал может быть обоснованно скепичен в отношении важности и необходимости изменений, в отношении способности успешно их реализовать.

4. Консерватизм. Данная форма сопротивления проявляется в стремлении сохранить то, что ценно – попытка сохранить те нормы, традиции и принципы, которые сторона, оказывающая сопротивление, считает ценными и предпочтительными внедряемым новшествам.

5. Конфликтность. Сопротивление может перейти в конфликт интересов – изменения могут привести к удовлетворению одной категории работников и не принести ничего значимого другим работникам, или даже нанести ущерб [3].

Реакция руководства на сопротивление может быть различной. Когда руководитель не осознает или игнорирует ранние признаки кризиса, это создает сложности при управлении персоналом. Он может принимать жесткие меры в отношении сотрудников, усиливать контроль над их деятельностью, как в рабочее время, так и во время перерыва. Эти действия только ухудшают общую психологическую атмосферу в организации и приводят к массовому уходу сотрудников. Данную проблему можно назвать «проблемой-первоисточником», ведь именно от начальника исходят ключевые указания. Поэтому неправильную реакцию руководства на стрессовую ситуацию следует считать одной из актуальных проблем управления персоналом.

Для того чтобы подобрать подходящий метод преодоления сопротивления, полезно учесть уровни, на которых с ним можно столкнуться:

- 1) организационный уровень;
- 2) уровень группы;
- 3) уровень индивида.

Анализируя, на каком уровне возникает сопротивление, руководство может ориентировать свои усилия в нужном направлении. Для каждого из уровней будет эффективен тот или иной метод, а на каких-то уровнях придется использовать их совокупность. Представим методы в таблице 1.

Методы предотвращения сопротивления персонала изменениям

Метод	Преимущества	Недостатки
Информированность	Достижение понимания со стороны персонала	Занимает некоторое количество времени
Обучение	Развитие персонала одновременно с развитием организации	Требует расходов
Привлечение к участию в проектах	Помощь персоналу при адаптации и учет индивидуальных пожеланий	Занимает много времени. Требует расходов
Переговоры	Предоставление стимулов	Требует расходов
Принуждение	Заглушает сопротивление. Ускоряет время реализации проекта	Порождает пассивное сопротивление. Вызывает озлобленность персонала

Анализируя таблицу, можно отметить, что наиболее мягким способом преодоления сопротивления является информированность, в то время как самым жестким способом – использование принуждения. На практике список причин и методов может изменяться в зависимости от категории работников, частоты изменений в организации, экономической ситуации в мире и др. Однако это не означает, что невозможно подготовить персонал. Существуют специальные программы, в которых указаны необходимые мероприятия для преодоления сопротивления со стороны персонала. Эти программы разрабатываются специалистами службы персонала с участием соответствующих экспертов из различных сфер, связанных с конкретными изменениями.

Выводы. Изменения в организациях имеют целью улучшение эффективности и могут быть связаны с различными аспектами. Реакция персонала на внедрение изменений может быть положительной при незначительной новизне, но с увеличением новизны может становиться отрицательной. Сопротивление персонала является явлением, которое руководство должно учитывать и преодолевать, а успех внедрения нововведений заложен в качественной работе с персоналом, в доверии персонала руководству и наоборот.

Список литературы:

1. Прихач, А. Ю. Управление реакцией персонала на инновационные процессы / А. Ю. Прихач // Управление персоналом: Ученые записки, Санкт-Петербург, 10-12 октября 2015 года. Том Книга XIII. – Санкт-Петербург: Издательство «Инфо-да», 2015. – С. 39-48.
2. Сапунова, Т. А. Реакция персонала на нововведения в организации и методы решения проблем / Т. А. Сапунова, К. М. Орлова // Экономическая наука сегодня: теория и практика: Сборник материалов VI Международной научно-практической конференции, Чебоксары, 24 марта 2017 года. – Чебоксары: Общество с ограниченной ответственностью «Центр научного сотрудничества «Интерактив плюс», 2017. – С. 113-116.
3. Четверикова, Н. А. Сопротивление персонала изменениям как реакция на состояние риска и неопределенности / Н. А. Четверикова // Вестник университета. – 2018. – № 9. – С. 159-163.

Борюшова П. А., студентка
Научный руководитель: Севрюкова С. В., канд. экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
pilya2001@gmail.com

РАЗВИТИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА КАК ФАКТОР УСПЕШНОГО ПРЕОДОЛЕНИЯ КРИЗИСНЫХ СИТУАЦИЙ В БИЗНЕСЕ

Актуальность исследования. Управленческий потенциал является ключевым фактором успешного преодоления кризисных ситуаций в бизнесе. В условиях постоянно меняющегося экономического и политического климата, управленческие решения принимаются в условиях неопределенности, риска и нехватки ресурсов. Поэтому, развитие управленческого потенциала является неотъемлемой частью бизнес-стратегии любой компании.

Анализ последних исследований и публикаций. Множество исследований и публикаций в области управления подчеркивают важность развития управленческого потенциала для успешного преодоления кризисных ситуаций. Как показывает анализ последних исследований, компании, которые инвестируют в развитие своих менеджеров и руководителей, достигают лучших показателей по устойчивости к кризисам и эффективности управления. Многие исследования подчеркивают значение формальных и неформальных образовательных программ для развития управленческого потенциала. В частности, роль играют программы повышения квалификации, тренинги по управлению кризисными ситуациями, развитие навыков делового общения и руководства. Исследования в данной области проводили такие ученые, как Жмачинский В.И., Иванов М.В., Ильющенко И.Г.

Цель исследования: изучение развития управленческого потенциала как фактора успешного преодоления кризисных ситуаций в бизнесе.

Результаты исследования. В современном быстро меняющемся мире, кризисные ситуации стали неотъемлемой частью бизнеса. От их успешного преодоления зависит выживание и процветание предприятий. Один из ключевых факторов, способных обеспечить успешное преодоление кризисов, – это развитие управленческого потенциала.

Развитие управленческого потенциала помогает руководителям превосходно управлять кризисными ситуациями, предвидеть потенциальные проблемы и принимать достаточно обоснованные решения.

Недавнее исследование, проведенное ведущими экспертами в области управления, показывает, что предприятия с развитым управленческим потенциалом имеют больше шансов преодолеть кризисные ситуации успешно в сравнении с организациями, где такое развитие упущено. Исследование также выявило несколько ключевых аспектов, которые способствуют развитию управленческого потенциала и, следовательно, успешному преодолению кризисов.

Первым и наиболее важным исследователи выделяют лидерство. Более успешными организациями становятся те, где руководители демонстрируют лидерские качества, такие как вдохновение, мотивация и способность эффективно координировать действия своей команды во время кризиса. Лидеры, которые стремятся развивать свои навыки в этой области, имеют больше шансов привести свою организацию к успеху в период нестабильности.

Вторым аспектом, влияющим на развитие управленческого потенциала, является умение эффективно управлять рисками. Гибкость и готовность адаптироваться к

изменяющейся ситуации позволяют организациям быстро реагировать на кризисы и минимизировать их негативные последствия.

Третьим фактором, важным для развития управленческого потенциала, является умение строить и поддерживать эффективные команды. Командная работа важна особенно во время кризисов. Руководители, способные успешно формировать и управлять командами, способны быстро и эффективно принимать решения, координировать действия сотрудников и достигать поставленных целей [1].

Однако, построение эффективных команд требует определенных навыков и компетенций. Управленец должен уметь:

правильно подбирать сотрудников, учитывая их профессиональные навыки и личностные качества;

создать условия для развития доверия и взаимопонимания между членами команды;

способствовать обмену информацией и идеями.

Для поддержания эффективной работы команды также важно уметь давать обратную связь, мотивировать сотрудников и выявлять основные причины кризисных ситуаций. Руководители должны быть готовы к конструктивной критике и готовы учитывать мнение своих подчиненных.

Выявив причины кризисного состояния, руководству необходимо разработать и принять стратегические решения по антикризисному управлению организацией, направленные на стабилизацию, реорганизацию и развитие, использовать по возможности инновации, а также комплекс мероприятий, направленных на повышение эффективности управления, утвержденных руководством (рис. 1).



Рис. 1. Перечень основных мероприятий, направленных на повышение эффективности управления [3]

Во время кризисов особенно важно иметь эффективную команду, способную быстро реагировать на изменяющуюся ситуацию и принимать необходимые решения. В таких ситуациях командная работа становится особенно ценной, поскольку

объединенные усилия членов команды позволяют достичь лучших результатов и справиться с вызовами.

В целом, можно выявить 3 основных направления развития личности руководителя для предотвращения кризисных ситуаций в организации:

1. Обучение и развитие персонала: руководитель должен обеспечить своих сотрудников возможностью повышения квалификации, обучения новым методам и технологиям, развитию навыков управления. Это поможет создать команду профессионалов, способных эффективно справляться с кризисными ситуациями.

2. Анализ рисков и разработка стратегий преодоления кризисов: руководитель должен проанализировать потенциальные риски и опасности, с которыми может столкнуться бизнес, и разработать соответствующие стратегии для их преодоления. Это включает в себя создание плана действий в кризисных ситуациях, определение ответственных лиц и разделение задач.

3. Постоянное изучение и анализ рынка: руководитель должен быть постоянно в курсе изменений и трендов на рынке, анализировать действия конкурентов и прогнозировать возможные кризисные ситуации. Это позволит проводить своевременные корректировки в стратегии бизнеса, избегать потенциальных угроз и максимизировать возможности.

Выводы. Развитие управленческого потенциала является важным фактором успешного преодоления кризисных ситуаций в бизнесе. Оно способствует повышению эффективности управления, адаптации к сложным условиям и принятию аналитически обоснованных решений.

Руководители, обладающие высоким уровнем управленческого потенциала, обладают способностью анализировать ситуацию, определять причины возникших проблем и предлагать эффективные решения. Они умеют эффективно планировать и организовывать работу подчиненных, обладают лидерскими качествами и умеют мотивировать своих подчиненных на достижение поставленных целей.

Кроме того, развитый уровень управленческого потенциала способствует развитию коммуникативных навыков руководителя, что позволяет ему эффективно взаимодействовать с персоналом, клиентами и партнерами компании. Все это делает управленческий потенциал важным инструментом для успешного преодоления кризисных ситуаций и устойчивого развития бизнеса.

Список литературы:

1. Буранова, Е.А. Концептуальная модель процесса реабилитационного институционального антикризисного управления предприятиями / Е.А. Буранова // Актуальные проблемы экономики и права. – 2019. – Т. 13, № 1 (49). – С. 948–965.

2. Вейсброт, М. США и Еврокризис: уроки сравнения. 27 мая 2013 г. – Текст: электронный. – URL: <https://www.aljazeera.com/opinions/2013/5/26/the-us-and-the-euro-crisis-lessons-from-a-comparison/> (дата обращения: 02.11.2023).

3. Жмачинский, В.И. Особенности антикризисного управления в современных условиях / В.И. Жмачинский, М.В. Иванов, И.Г. Ильющенко // Вестник Астраханского государственного технического университета. Сер.: Экономика. – 2019. – № 2. – С. 15–23.

Ватутина К. Н., студентка
Научный руководитель: Племешова К. К., канд. экон. наук
Донецкий государственный университет, РФ
vatutina-2005@mail.ru

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТОВ ТРУДА ПЕРСОНАЛА В ОРГАНИЗАЦИИ

Актуальность. Эффективность деятельности организации зависит от работы ее сотрудников. Оценка результатов труда позволяет определить эффективность работы каждого сотрудника и выявить слабые места, которые могут требовать корректировки или дополнительного обучения. Оценка результатов труда помогает организации определить, насколько достигнуты поставленные цели и задачи. Если результаты оценки не соответствуют ожидаемым, это может указывать на необходимость изменений в системе управления или внутренних процессах. Результаты оценки труда позволяют установить обратную связь между руководством и сотрудниками. Это помогает улучшить коммуникацию, повысить мотивацию и удовлетворенность сотрудников, а также улучшить их профессиональное развитие.

Анализ последних исследований и публикаций. Исследованием методов оценки результатов труда персонала в организации занимались такие ученые, как А. Я. Анцупов, А.Ф. Анисов, А. Я. Кабанов, М.Ф. Мизинцева.

Цель исследования – провести аналитический обзор методов оценки результатов труда персонала в организации, выявить преимущества и недостатки каждого метода.

Результаты исследования. Оценка результатов труда персонала играет важную роль в управлении ресурсами компании. Она помогает выявить сильные и слабые стороны сотрудников, определить их потенциал и прогнозировать достижение целей. В данной работе проведем анализ различных методов оценки результатов труда персонала.

1. Метод оценки на основе конкретных задач.

В этом методе оценка результатов труда персонала происходит на основе выполнения конкретных задач и достижения результатов, соответствующих заранее определенным критериям. Менеджеры могут разработать детальные планы задач и сбор информации о выполнении каждой задачи. После выполнения задачи происходит сравнение фактического результата с запланированным, что позволяет оценить эффективность труда сотрудника.

2. Метод 360-градусной оценки.

Этот метод предполагает получение обратной связи о работе сотрудника от всех его заинтересованных сторон, включая руководство, коллег и подчиненных. Каждый из них заполняет анонимную анкету с вопросами о профессиональных качествах сотрудника, его навыках и способности работать в команде. Такая 360-градусная оценка позволяет получить полную картину о работе сотрудника и его влиянии на работу коллег и организации в целом.

3. Метод ранжирования.

В данном методе все сотрудники ранжируются по их результатам труда от наилучшего к наихудшему. Это может быть осуществлено на основе определенных критериев, таких как процент выполненных задач, объемы продаж или клиентский отзыв. Полученные данные помогут выявить лучших сотрудников и определить нужды в дополнительном обучении и развитии для менее эффективных сотрудников.

4. Метод оценки по ключевым показателям эффективности (KPI).

В этом методе каждому сотруднику назначаются ключевые показатели эффективности, которые тесно связаны с целями организации. Каждый сотрудник

должен достичь установленных KPI, и их выполнение оценивается в конце установленного периода. Этот метод помогает связать работу сотрудников с целями организации и контролировать их результаты.

5. Метод самооценки.

В этом методе сотрудник самостоятельно оценивает свои результаты труда на основе установленных критериев или подходов. Затем результаты самооценки обсуждаются с руководителем, чтобы определить сильные и слабые стороны работы. Этот метод позволяет сотруднику осознать свои достижения и прогресс, а также планировать свое развитие.

Методы оценки персонала в организации могут варьироваться, рассмотрим преимущества и недостатки наиболее распространенные методов:

Метод оценки на основе конкретных задач:

Преимущества:

1. Позволяет более точно оценить работу сотрудника, так как результаты измеряются на основе конкретных задач, которые он выполнял.
2. Повышает мотивацию сотрудников, так как они видят прямую связь между своей работой и полученными результатами.
3. Снижает субъективность в оценке работы сотрудников, так как оценивается конкретное выполнение задач, а не абстрактные качества работы.

Недостатки:

1. Возможно недостаточно четкое определение критериев и метрик для оценки результатов выполненных задач.
2. Метод не учитывает сложность и объем выполняемых задач.
3. Время на выполнение задач может быть непредсказуемо и зависеть от внешних факторов, что может повлиять на оценку сотрудников.

Метод самооценки:

Преимущества:

1. Позволяет сотруднику самостоятельно оценить свою работу и достижения.
2. Усиливает чувство ответственности и самооценки, так как сотрудник берет на себя большую роль в процессе оценки.
3. Позволяет сотруднику выявить свои сильные и слабые стороны, что может помочь в процессе саморазвития.

Недостатки:

1. Субъективность самооценки может привести к искажению результатов и неправильной оценке работы.
2. Сотрудники могут склоняться к самооценке, которая будет соответствовать их личным интересам и целям.
3. При отсутствии обратной связи и контроля со стороны руководителя, самооценка может быть недостаточно объективной и недостоверной.

Метод оценки по ключевым показателям эффективности (KPI):

Преимущества:

1. Ориентирован на достижение конкретных результатов и целей организации.
2. Создает объективную систему оценки работы сотрудников на основе измеряемых показателей.
3. Устанавливает ясные и конкретные ожидания по результатам работы.

Недостатки:

1. Оценка только по ключевым показателям может упустить другие важные аспекты работы сотрудника.
2. Неверно установленные KPI или неправильные показатели могут исказить реальную эффективность сотрудника.

3. Работники могут сконцентрироваться только на достижении КРІ и упустить другие важные задачи и обязанности.

Метод 360-градусной оценки:

Преимущества:

1. Позволяет получить обратную связь от разных сторон, таких как руководители, подчиненные, коллеги, клиенты и т.д.

2. Предоставляет более объективную оценку и участие всех заинтересованных сторон.

3. Помогает выявить качества и проблемы, которые могут быть незаметны в рамках традиционного метода оценки.

Недостатки:

1. Может потребовать большого объема времени и ресурсов для организации и проведения.

2. Некоторые участники могут быть не готовы давать откровенную обратную связь или иметь предвзятые мнения.

3. Процесс может быть сложным и требовать обучения и подготовки участников.

Каждый из этих методов имеет свои преимущества и недостатки, и их применимость может зависеть от специфики организации и ее целей. Например, количественные методы могут быть более эффективными, если организация имеет четкие критерии оценки результатов и доступ к достоверным данным. Качественные методы могут быть полезны, если важно учесть нюансы работы сотрудника и его взаимодействие с коллегами. Метод 360 градусов может быть полезен для получения обратной связи от разных групп людей.

Выводы. В целом, эффективность и применимость методов оценки результатов труда персонала зависит от целей организации, доступности данных, специфики работы сотрудников и культуры организации. Важно выбрать подходящий метод, который будет наиболее точно отображать реальные результаты работы сотрудников и поможет улучшить их эффективность.

Оценка результатов труда персонала является важным инструментом управления, который помогает определить эффективность работы сотрудников и принимать решения о дальнейшем развитии. Различные методы оценки, такие как оценка на основе задач, 360-градусная оценка, ранжирование, КРІ и самооценка, позволяют компании получить полную картину о работе сотрудников и принять соответствующие меры для улучшения результатов.

Список литературы:

1. Анцупов, А. Я. Социально-психологическая оценка персонала: учебное пособие / А. Я. Анцупов, В. В. Ковалев. – М.: Юнити, 2013. – 391 с.

2. Есипова, Э. Ю. Оценка персонала. Критика теории и практики применения системы сбалансированных показателей / Э. Ю. Есипова. – М.: Финансы и статистика, 2009. – 224 с.

3. Кибанов, А. Я. Управление персоналом: Теория и практика. Оценка и отбор персонала при найме и аттестации, высвобождение персонала: учебно-практическое пособие / А. Я. Кибанов. – М.: Проспект, 2013. – 80 с.

4. Корнийчук, Г. А. Прием и увольнение работников: Оформление трудовых отношений, подбор и оценка персонала: Практическое руководство: с учетом последних изменений в Трудовом кодексе РФ / Г. А. Корнийчук, С. В. Козинцева. – М.: Омега-Л, 2013. – 189 с.

Гапоненко А. Д., студентка
Научный руководитель: Плешова К. К., канд. экон. наук
Донецкий государственный университет, РФ
anastasiagaponenko347@mail.ru

БЕЗРАБОТИЦА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ

Актуальность. Актуальность темы безработицы является постоянной как в прошлом, так и в настоящем, и это обусловлено ее значимостью и влиянием на различные сферы жизни. Безработица представляет собой одну из главных проблем в мировой экономике, и ее уровень оказывает влияние на уровень жизни, эмиграцию, преступность и количество квалифицированных работников в обществе. Высокий уровень безработицы несет ряд отрицательных последствий, поэтому его снижение является главной задачей каждого государства. Безработица имеет сильное воздействие на жизнь людей, она снижает достаток и оказывает психологическое воздействие, что делает эту проблему предметом обсуждения и дискуссий.

Анализ последних исследований и публикаций. Особый вклад в изучение безработицы внесли такие ученые, как Д. Риккардо, А. Смит, А. Маршалл, Дж. Милль, Дж. М. Кейнс и многие другие.

Цель исследования – выявление проблем безработицы в Российской Федерации и предложение путей решений.

Результаты исследования. Согласно закону «О занятости населения в Российской Федерации», безработные – это трудоспособные граждане, которые зарегистрированы в органах службы занятости и активно ищут подходящую работу [2].

Основные причины безработицы в Российской Федерации включают увольнения из-за преобразования юридических лиц, уход с работы по собственному желанию, трудности в поиске работы после обучения, окончание контракта и другие. Безработица порождает такие проблемы, как молодежная безработица, изменение структуры рынка труда, безработица среднего и старшего поколений, снижение способности населения покупать и уменьшение числа налогоплательщиков [3].

Кроме того, безработица имеет серьезные социальные и экономические последствия, такие как недостижение потенциального ВВП, спад платежеспособного спроса, усиление политической нестабильности, рост преступности и негативное воздействие на психологическое состояние безработных.

Устранение проблемы безработицы в Российской Федерации является одной из ключевых задач. Для ее решения необходимы мероприятия, такие как приведение законодательства в соответствие с международными нормами, защита внутреннего рынка труда, реализация программ занятости, поддержка стратегически важных предприятий, снижение налогов для компенсации расходов на новых работников, создание новых рабочих мест, развитие малого бизнеса и предоставление льготных кредитов для выплаты заработной платы.

Одно из существенных направлений в борьбе с безработицей – развитие предпринимательства, что способствует созданию новых рабочих мест и разнообразию российской экономики.

Однозначно проблема существует – это факт, но решить ее можно. Достаточно начать принимать действия, государственные органы стараются в этом направлении, уже созданы по всем регионам различные центры занятости, в которые может обратиться абсолютно любой человек, нуждающийся в рабочем месте.

Такие центры помогли, и помогают гражданам найти для себя желанную работу, они помогают и самой России, ведь с каждым днем безработных будет становиться все меньше и меньше, а соответственно экономика страны колоссально изменится и уже начала меняться только в лучшую сторону. Для того, чтобы действие центров занятости прогрессировало, следует в первую очередь увеличить их количество, ведь так можно будет охватить больше населения.

Также в них стоит добавить бесплатное повышение квалификации и обучение всех желающих в нужном им направлении, это поможет стране повысить уровень квалифицированных сотрудников, которые будут заинтересованы в своей сфере деятельности. Ведь разбирающиеся в своей деятельности люди очень ценны и нужны в любом государстве, их наличие также будет положительно влиять на экономику Российской Федерации.

Чем больше среди населения будет безработных, тем выше станет налоговая нагрузка на работающих для того, чтобы начислить пособия неработающим гражданам, это приводит к снижению налоговых отчислений как раз по причине увеличения количества безработных [3].

Выводы. Таким образом, на сегодняшний момент проблема безработицы и занятости является одной из ключевых и главных в экономике России. В связи с ухудшением демографической ситуации во многих странах, уровень экономически активного населения резко сокращается, что приводит к появлению новых форм безработицы. В идеале в России следует создать максимально гибкий, но по возможности легализованный рынок труда, гарантирующий низкую безработицу и устойчивые высокие темпы экономического роста. Для этого придется немало поработать, прежде всего, над правовой инфраструктурой. Поэтому государству выгодно инвестировать свои ресурсы в развитие малого бизнеса, дающего более быструю отдачу и рост числа рабочих мест, налоговых поступлений. Необходимо позаботиться о государственной поддержке малого бизнеса, улучшении его правового регулирования и защищенности, налоговом стимулировании.

Список литературы:

1. Арбатский, Д. В. Проблема занятости и безработицы / Д. В. Арбатский // Известия Пензенского государственного педагогического университета им. В.Г. Белинского. – 2010. – № 20. – 67 с.
2. Гуревич, М. А. Безработица. Факты и мнения / М. А. Гуревич, Л. Ю. Родиловская // Социологические исследования. – 1997. – №10. – С. 39-45.
3. Сафаров, П. М. Снижение уровня безработицы: актуальные проблемы и государственная политика / П. М. Сафаров // Креативная экономика. – 2012. – № 2 (62). – С. 118-120.

Данилова И. С., студентка
Научный руководитель: Сердюк О. Ю., канд. экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
ira.danilova.2014@inbox.ru

ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ВЫЗОВОВ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ НА КАЧЕСТВО СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ТРУДА ПЕРСОНАЛА

Актуальность. В условиях цифровой экономики, когда технологии и информация становятся ключевыми факторами производства, вызовы, с которыми сталкиваются компании, становятся все более сложными и разнообразными. Одним из важных аспектов, который требует внимания и анализа, является влияние вызовов цифровой экономики на качество системы мотивации труда персонала.

Система мотивации труда – это комплекс мер, направленных на стимулирование работников к достижению определенных целей и задач, а также на поддержание их заинтересованности в результатах своего труда [3, С. 239].

Качество этой системы является одним из ключевых факторов успеха компании, так как она влияет на производительность, удовлетворенность и лояльность персонала, что в свою очередь оказывает непосредственное воздействие на результаты деятельности организации в целом.

Однако вызовы цифровой экономики, такие как автоматизация, роботизация, искусственный интеллект, изменение потребительского поведения, могут оказывать существенное влияние на систему мотивации труда персонала.

Это влияние может быть как положительным, так и отрицательным, поэтому его оценка является актуальной задачей для современных компаний.

В современном мире цифровая экономика становится все более значимой составляющей мировой экономики. С каждым годом все больше компаний внедряют цифровые технологии в свои бизнес-процессы, что приводит к изменению подходов к управлению и мотивации персонала, из чего следует, что выбранная тема является актуальной [1].

Анализ последних исследований и публикаций. Проблематика перестройки рынков труда, систем образования, мотивации персонала в условиях усиления процессов цифровизации экономической и социальных сфер жизнедеятельности общества, в своих работах исследовали отечественные и зарубежные ученые, такие как Ю.И. Васильев, Ю.А. Гаврилова, А.И. Жаров, С.В. Иванов, О.С. Лосева, Е.В. Новикова и др.

Цель исследования – анализ влияния вызовов цифровой экономики на качество системы мотивации труда, а также разработка рекомендаций по оптимизации этой системы с учетом требований и особенностей цифровой экономики.

Результаты исследования. В современных условиях экономического развития наблюдается расширение использования цифровых технологий во всех видах экономической деятельности. В настоящее время цифровая экономика – это явление, которое диктует всем странам парадигму развития новых направлений в экономике. Условия развития цифровой экономики, а именно широкое использование информационно-коммуникационных технологий, напрямую влияют на функционирование современного информационного общества в целом – образ жизни людей, образование, работу.

Как вызовы цифровой экономики влияют на мотивацию? С одной стороны, цифровая экономика предоставляет новые возможности для усиления мотивации сотрудников, такие как использование цифровых инструментов для оценки и

мониторинга результатов труда, повышение прозрачности системы мотивации и предоставление возможностей для профессионального и карьерного роста.

Однако, с другой стороны, вызовы цифровой экономики могут привести к снижению мотивации сотрудников из-за потери рабочих мест и снижения уровня заработной платы, а также к изменению ценностей и потребностей работников, что требует адаптации системы мотивации [2].

Цифровые технологии приведут к потере и преобразованию рабочих мест и, вероятно, окажут влияние на неравенство между различными группами работников. Например, молодые люди с низкой квалификацией сталкиваются с большим риском быть вытесненными передовыми технологиями, чем те, кто обладает более высокой квалификацией и навыками. В то же время, в свете неэффективности механизмов подбора работы и несоответствий между навыками соискателей и теми, которые требуются работодателям, многих молодых людей с избыточной квалификацией подталкивают к занятиям, которые обычно выполняют люди с более низким уровнем образования. Это ставит молодых людей с низкой квалификацией, а также работников старшего возраста, нуждающихся в повышении квалификации, в особенно уязвимое положение, поскольку они сталкиваются как с повышением (риск автоматизации), так и с понижением (вытеснение более высококвалифицированными специалистами).

Вызовы цифровой экономики включают такие аспекты, как автоматизация и роботизация производственных процессов, изменение требований к квалификации и навыкам работников, усиление конкуренции на рынке труда, а также возрастание значимости навыков самоорганизации и саморазвития сотрудников [5].

Все эти факторы оказывают непосредственное влияние на систему мотивации труда персонала.

Одним из главных вызовов цифровой экономики является автоматизация процессов и сокращение рабочих мест.

Это приводит к снижению уровня заработной платы и потере рабочих мест, что может негативно сказаться на мотивации сотрудников. Однако, цифровая экономика также предоставляет новые возможности для мотивации персонала, такие как использование цифровых технологий для контроля и оценки результатов работы, расширение возможностей для профессионального роста и развития, а также улучшение условий труда.

Для того чтобы система мотивации была эффективной в условиях цифровой экономики, компаниям необходимо проводить регулярный анализ вызовов цифровой экономики и адаптировать систему мотивации к новым условиям.

Важно учитывать потребности и интересы сотрудников, а также обеспечивать прозрачность системы мотивации и возможность карьерного роста. Также необходимо создавать условия для саморазвития и самообразования сотрудников, так как это является одним из ключевых факторов успешной работы в цифровой экономике.

Рекомендации по адаптации системы мотивации к вызовам цифровой экономики [6]:

- 1) регулярный анализ и мониторинг вызовов цифровой экономики;
- 2) адаптация системы мотивации с учетом потребностей и интересов сотрудников;
- 3) обеспечение прозрачности системы мотивации;
- 4) создание условий для карьерного роста и профессионального развития сотрудников;
- 5) поддержка самообразования и саморазвития персонала.

Автоматизация и замещение человеческого труда может привести к сокращению рабочих мест и снижению заработной платы.

Цифровая экономика требует от сотрудников новых навыков и знаний. Новые технологии могут привести к обострению конкуренции на рынке труда. Сотрудники должны быть готовы к самостоятельному принятию решений и управлению своим временем. Для успешной работы в условиях цифровой экономики необходимы навыки работы с IT-технологиями.

Выводы. Таким образом, вызовы цифровой экономики существенно влияют на качество системы мотивации труда персонала, вызывая как положительные, так и отрицательные последствия. Они открывают новые возможности, такие как использование цифровых технологий, улучшение прозрачности системы и развитие карьеры. Однако, они также могут вызывать снижение мотивации из-за автоматизации, изменения требований и усиления конкуренции.

Для обеспечения эффективности системы мотивации в условиях цифровой экономики необходимо проводить регулярный мониторинг и анализ этих вызовов, а также адаптировать и совершенствовать существующие подходы и инструменты мотивации с учетом особенностей и потребностей современного рынка труда.

Активная политика на рынке труда и другие меры по поддержке инклюзивного обучения на протяжении всей жизни и гибких путей обучения необходимы для содействия постоянному повышению квалификации и переподготовке кадров. Повышение квалификации должно быть, в частности, ориентировано на женщин, сельских работников и работников пожилого возраста.

Компании должны быть готовы к адаптации своих систем мотивации и созданию новых стратегий, которые будут учитывать все изменения, происходящие в цифровой экономике. Только так можно сохранить и улучшить мотивацию сотрудников в условиях быстро меняющегося мира.

Список литературы:

1. Васильев, Ю. И. Влияние цифровой экономики на изменение структуры трудовых ресурсов [Текст] / Ю. И. Васильев, О. В. Бобровников, А. А. Киренев // Экономика и предпринимательство. – 2019. – № 2 (92). – С. 75-79.
2. Гаврилова, Ю. А. Цифровая трансформация и ее последствия для мотивации труда персонала организации [Текст] / Ю. А. Гаврилова // Вестник СевГУ. Серия: Экономика. – 2019. – № 3. – С. 41-48.
3. Жаров, А. И. Влияние цифровой экономики на развитие системы мотивации труда [Текст] / А. И. Жаров, М. А. Подстанникова // Общество: политика, экономика, право. – 2017. – № 7 (68). – С. 239-243.
4. Иванов, С. В. Цифровая экономика и ее влияние на качество системы мотивации труда [Текст] / С. В. Иванов, М. А. Смирнова // Актуальные проблемы экономики и права. – 2018. – № 3 (53). – С. 126-132.
5. Лосева, О. З. Возможности применения цифровых технологий в системе мотивации труда [Текст] / О. З. Лосева // Молодежный научный вестник. – 2019. – № 9 (45). – С. 182-185.
6. Новикова, Е. В. Использование цифровых технологий для повышения эффективности системы мотивации труда [Текст] / Е. В. Новикова, Д. В. Протасова // Экономика и сельское хозяйство. – 2019. – № 11. – С. 59-64.

Еверзов Н. М., студент
Научный руководитель: Племешова К. К., канд. экон. наук
Донецкий государственный университет, РФ
nikita.everzov@mail.ru

УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬЮ ТРУДА ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА

Актуальность. Управление производительностью труда направлено на повышение эффективности производственных процессов, оптимизацию использования ресурсов и повышение конкурентоспособности предприятий. В условиях глобализации и интенсивной конкуренции на рынке, эта тема становится особенно актуальной для обеспечения устойчивого экономического роста. Высокая производительность труда является ключевым фактором, способствующим экономическому росту. Управление производительностью труда позволяет оптимизировать использование рабочей силы, внедрять инновации, повышать качество продукции и сокращать издержки производства, что способствует устойчивому экономическому росту.

Анализ последних исследований и публикаций. Важную роль в экономической науке занимают проблемы в области управления производительностью труда. Они отражены в трудах таких ученых, как Кучина Е. В., Кардашевский В. В., Краснопевцева И. В.

Цель исследования – обоснование важности управления производительностью труда для обеспечения устойчивого экономического роста.

Результаты исследования. Управление производительностью труда для устойчивого экономического роста – это важная область исследования, которая занимается изучением и анализом методов и стратегий, направленных на повышение эффективности использования трудовых ресурсов с целью стимулирования экономического роста.

Управление производительностью труда играет важную роль в достижении устойчивого экономического роста. Производительность труда определяется как отношение объема произведенных товаров и услуг к затратам труда. Это является ключевым показателем эффективности работы предприятия и национальной экономики в целом [1, с. 51].

Ключевые аспекты, которые отображают важность управления производительностью труда для устойчивого экономического роста:

повышение эффективности использования ресурсов. Управление производительностью труда помогает организациям эффективнее использовать свои ресурсы, включая трудовые ресурсы, что в свою очередь способствует увеличению объема производства и росту экономики;

стимулирование инноваций и технологического прогресса. Управление производительностью труда может стимулировать инновации и технологический прогресс, поскольку организации стремятся увеличить производительность своих работников через внедрение новых технологий и методов работы;

повышение конкурентоспособности. Увеличение производительности труда может помочь организациям стать более конкурентоспособными на рынке, что в свою очередь способствует экономическому росту;

улучшение качества жизни населения. Повышение производительности труда также может привести к увеличению заработной платы и улучшению качества жизни населения.

Управление производительностью труда включает в себя планирование, организацию, руководство, контроль и регулирование. Это часть более широкого процесса управления трудом и производством [4].

Основная цель управления производительностью труда – это повышение эффективности использования трудовых ресурсов, что в свою очередь способствует устойчивому экономическому росту [6].

На рост производительности труда влияют некоторые факторы:

1. Уровень и динамика технологического развития. Производительность труда возрастает при повышении технологического уровня производства, проявляющемся, в первую очередь, в росте продуктивности использования первичных ресурсов.

2. Уровень и динамика оплаты труда. Сохранение низких темпов роста производительности труда в значительной степени задается недостаточным ростом заработной платы, поскольку именно низкая цена рабочей силы является одним из факторов, стимулирующих накопление скрытой безработицы. Напротив, рост оплаты труда стимулирует предприятия более эффективно организовывать рабочий процесс, повышать фондовооруженность рабочих мест и производительность труда.

3. Структурный фактор роста экономики. Потенциал и направление воздействия структурных сдвигов зависят от соотношения отраслевой производительности труда и изменения структуры производства [2].

Грамотное управление производительностью труда имеет свои преимущества.

Во-первых, повышение производительности труда способствует росту доходов предприятия и улучшению его конкурентоспособности.

Во-вторых, улучшение производительности труда может привести к созданию новых рабочих мест и увеличению занятости.

В-третьих, увеличение производительности труда может способствовать росту национального дохода и улучшению уровня жизни населения.

Однако управление производительностью труда может столкнуться с некоторыми проблемами. Некачественное управление, недостаточное финансирование и недостаточная мотивация сотрудников могут препятствовать достижению высоких показателей производительности труда.

Методы управления производительностью труда включают в себя следующие подходы:

Механизация, автоматизация и роботизация производства: это включает в себя использование машин и оборудования для выполнения задач, которые ранее выполнялись вручную.

Внедрение новых технологий производства продукции: это может включать в себя использование новых материалов, процессов или методов, которые увеличивают эффективность производства.

Использование принципиально новых методов производства: это может включать в себя изменение способа организации труда или процесса производства.

Создание более комфортных условий труда: это может включать в себя улучшение рабочего места или условий труда, чтобы увеличить удовлетворенность работников и их производительность.

Организация более рационального использования работником своего рабочего времени и рабочего пространства: это может включать в себя улучшение планирования и организации рабочего времени.

Коллективная работа и командная динамика: поддержка коллаборативной работы и развитие командной динамики. Это может включать в себя поощрение сотрудничества, обмен знаниями и опытом между сотрудниками, а также создание благоприятной рабочей атмосферы [3].

Стратегии управления производительностью труда включают в себя следующие подходы:

1) измерение и оценка производительности: это включает в себя определение ключевых показателей производительности и оценку текущего уровня производительности;

2) анализ факторов повышения производительности труда: это включает в себя анализ внутренних и внешних факторов, которые могут повлиять на производительность труда;

3) стратегическое, тактическое и оперативное планирование мероприятий по повышению производительности: это включает в себя разработку и реализацию планов и программ, направленных на повышение производительности;

4) регулярный контроль осуществления запланированных мероприятий и программ повышения производительности: это включает в себя мониторинг и оценку эффективности реализации планов и программ [5];

5) внесение необходимых корректировок в программы, мероприятия или стратегию повышения производительности: это включает в себя адаптацию и изменение планов и программ в соответствии с изменяющимися условиями и результатами мониторинга;

6) разработка программ мотивации персонала за конкретные результаты повышения производительности труда: это включает в себя создание системы вознаграждений и стимулов, которые мотивируют сотрудников на повышение производительности [3].

Выводы. Таким образом, управление производительностью труда играет ключевую роль в обеспечении устойчивого экономического роста. Эффективное управление производительностью труда позволяет организациям максимально эффективно использовать свои трудовые ресурсы, что в свою очередь способствует увеличению объема производства и росту экономики. Оно способствует повышению эффективности и конкурентоспособности организаций, развитию инноваций и улучшению качества жизни населения. Однако, для достижения максимальных результатов, необходимо постоянное обновление и совершенствование стратегий управления производительностью труда в соответствии с изменяющимися условиями и требованиями организации.

Список литературы:

1. Кучина, Е. В. Управление производительностью труда промышленных компаний [Текст] / Е. В. Кучина. – М.: Известия УрГЭУ, 2015. – №5. – С. 50-57.

2. Производительность труда и возможности роста экономики. – Текст: электронный. – URL: <https://ecfor.ru/wp-content/uploads/2020/07/proizvoditelnost-truda-i-vozmozhnosti-rosta-ekonomiki.pdf> (дата обращения 20.11.2023).

3. Способы и методы производительности труда. – Текст: электронный. – URL: <https://clck.ru/36hcEx> (дата обращения: 20.11.2023).

4. Управление производительностью труда. – Текст: электронный. – URL: https://studme.org/118320/ekonomika/upravlenie_proizvoditelnostyu_truda (дата обращения: 19.11.2023).

5. Управление производительностью труда в условиях кризиса. – Текст: электронный. – URL: <https://clck.ru/36hd3c> (дата обращения: 20.11.2023).

6. Факторы управления производительностью труда на российских предприятиях. – Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/factory-upravleniya-proizvoditelnostyu-truda-na-rossiyskih-predpriyatiyah> (дата обращения: 19.11.2023).

Елисеев О. Г., студент
Научный руководитель: Елисеева Н. А.
Донецкий государственный университет, РФ
oleg_eliseev_28@mail.ru

ОПТИМИЗАЦИЯ ПРОЦЕССОВ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ ЧЕРЕЗ ЦИФРОВИЗАЦИЮ С ЦЕЛЬЮ ПРИМЕНЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ДНР

Актуальность. Оптимизация процессов в управлении персоналом через цифровизацию является актуальной и важной составляющей современного делового производства. В условиях постоянно меняющегося бизнес-окружения и развивающихся технологий, эффективное управление человеческими ресурсами становится неотъемлемой частью успеха предприятий. Рассматривая опыт крупных компаний, применение цифровых решений в управлении персоналом становится ключом к повышению производительности, оптимизации бизнес-процессов и укреплению конкурентоспособности. Адаптация подобных подходов к реалиям предприятий Донецкой Народной Республики представляет собой стратегически важное направление для повышения эффективности и устойчивости регионального бизнеса [3].

Анализ последних исследований и публикаций. Существенный вклад в изучение данной проблемы внесли такие ученые, как П. Друкер, Д. Бейтсон, Э. Брайндхолм, Д. Кэмпбелл, А.Я. Кибанов, Н.Д. Лукьянченко и др. Их исследования и публикации способствовали формированию понимания о влиянии цифровых инноваций на сферу управления персоналом.

Целью исследования является анализ и оценка процессов цифровизации в управлении персоналом компании ПАО «Газпром» с целью выявления применяемых технологий, методов и инструментов цифровизации для применения в сфере управления персоналом на предприятиях ДНР.

Результаты исследования. Цифровизация в управлении персоналом представляет собой значимый инструмент для оптимизации рабочих процессов и улучшения эффективности деятельности предприятий. Анализ различных аспектов цифровой трансформации в сфере управления человеческими ресурсами показал, что внедрение современных технологий, таких как системы аналитики данных, платформы управления персоналом и автоматизированные процессы, способствуют не только улучшению внутренних операций, но и повышению производительности и конкурентоспособности предприятий [2]. Кроме того, результаты исследования подчеркивают важность адаптации подобных инноваций для конкретных региональных условий.

Внедрение программы автоматизации HR-направления в ПАО «Газпром» сопровождается целым рядом позитивных результатов, таких как улучшение эффективности работы HR-службы за счет унификации процессов управления персоналом и создания единого информационного пространства между подразделениями компании. Основными достоинствами этой программы являются удовлетворение сотрудников HR-услугами и сокращение затрат на HR-функцию.

Ключевыми достижениями программы автоматизации HR являются:

1. Улучшение эффективности работы HR-службы: Создание системы, которая унифицирует процессы и стандартизирует информацию, позволяет сократить время на выполнение задач и улучшить общую работу службы.

2. Удовлетворение сотрудников HR-услугами: Программа предоставляет более оперативный и удобный доступ к информации для персонала, что способствует повышению уровня удовлетворенности сотрудников.

3. Сокращение затрат на HR-функцию: Эффективное использование информационных технологий позволяет оптимизировать процессы управления персоналом, что в свою очередь снижает финансовые затраты компании на данный раздел деятельности.

На рис. 1. представлены основные инструменты взаимодействия с персоналом в ПАО «Газпром».

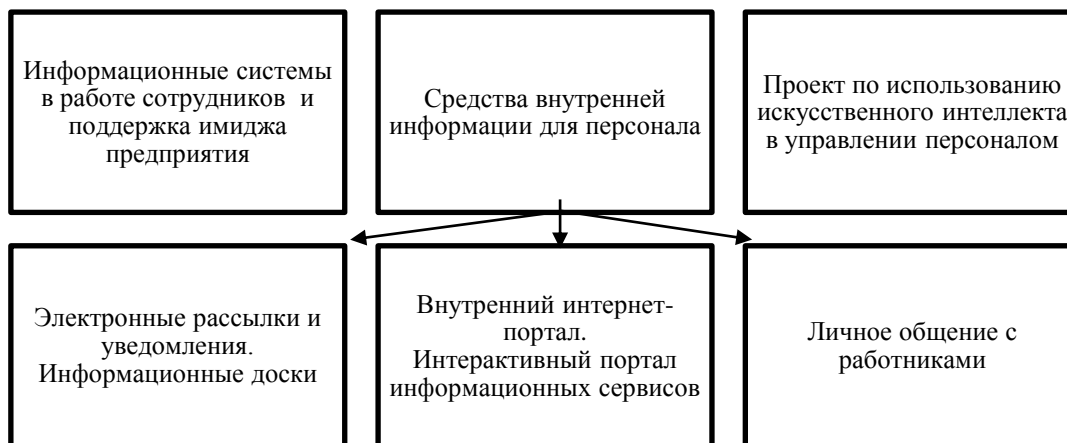


Рис. 1. Инструменты взаимодействия с персоналом в ПАО «Газпром» [составлено автором]

Представленная схема иллюстрирует многоуровневый подход ПАО «Газпром» к взаимодействию с персоналом. Она отражает значительное внимание компании к информационным системам, позволяющим обеспечить эффективную работу сотрудников и поддержание корпоративного имиджа. Кроме того, видны разнообразные средства информационного обмена, начиная от внутренних интернет-порталов до личного общения с сотрудниками. Такой разносторонний подход не только обеспечивает оперативное информирование, но и способствует созданию благоприятной среды для эффективной работы и взаимодействия внутри компании. Внедрение цифровых инструментов также улучшило процессы подбора и найма новых сотрудников. Автоматизированные системы позволяют HR-специалистам быстрее просматривать резюме, проводить собеседования и принимать решения о найме. Это сократило время, затрачиваемое на поиск и найм новых сотрудников. В компании работает электронная система учета рабочего времени (табл. 1).

Таблица 1

Структура электронной системы учета времени ПАО «Газпром» [составлено автором]

Характеристика	Описание
1	2
Название системы	Электронная система учета времени ПАО «Газпром»
Основные функции	Отметка времени: сотрудники регистрируют начало и окончание рабочего дня, а также перерывы через мобильное приложение или внутренний портал компании.
	Управление графиками: возможность устанавливать гибкие рабочие графики сотрудников, включая гибкий начало и окончание рабочего дня.
	Отчетность и аналитика: система предоставляет отчеты о рабочем времени, перерывах, переработках, что помогает управлять и анализировать рабочую нагрузку.
Особенности	Интеграция с корпоративными системами: взаимодействие с системами управления персоналом для учета отработанных часов и начисления заработной платы.

1	2
	Безопасность данных: применение механизмов шифрования и защиты данных для обеспечения конфиденциальности информации о сотрудниках.
Пользовательский интерфейс	Простой и интуитивно понятный интерфейс, доступный через веб-портал и мобильное приложение для удобства использования сотрудниками.
	Персонализация: возможность настройки предпочтений и уведомлений для каждого сотрудника, а также просмотр статистики и отчетов.

Система включает в себя специальное оборудование и программное обеспечение. Основной целью данной системы является учёт рабочего времени сотрудников путем регистрации моментов их прихода и ухода и оформление накопленных данных в форме отчетов [1].

Данная система имеет высокий риск ошибки из-за человеческого фактора. Чтобы снизить этот риск, можно заменить систему с электронным замком на биометрическую систему, которая будет использовать сканирование отпечатков пальцев или распознавание лица. Однако, следует учитывать, что такая замена может потребовать значительных затрат для организации.

Выводы. Представленный опыт цифровизации и улучшения управления персоналом, основанный на анализе практик компании «Газпром», может быть использован для предприятий ДНР. Эффективные инструменты взаимодействия и информационных технологий, представленные в описанной методике, демонстрируют кульминационно важное значение развития управления персоналом.

Список литературы:

1. Алиев, И. М. Экономика труда : учебник и практикум для вузов / И. М. Алиев, Н. А. Горелов, Л. О. Ильина. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 486 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-11318-1. – URL: <https://urait.ru/bcode/518211> (дата обращения: 15.11.2023).
2. Сигова, С. В. Прозрачная информационная среда рынка труда / С. В.Сигова, А. Л.Кекконен, Е.А.Питухин // Общественные науки и современность. – 2016. – № 3. – С. 64-74.
3. Управление персоналом организации: учеб. / под ред. А. Я. Кибанова. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 695 с.

Журавлев Б. А., студент
Научный руководитель: Воробьева О. Г.
Донецкий государственный университет, РФ
bodyawin8@mail.ru

ОБОСТРЕНИЕ ПРОБЛЕМ ОПЛАТЫ ТРУДА И ПУТИ ИХ УСТРАНЕНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Актуальность. В современном мире вопросы оплаты труда являются одними из наиболее актуальных и значимых. От уровня и своевременности выплат заработной платы зависят не только личные и семейные доходы работников, но и их уровень жизни, социальная стабильность и развитие экономики страны в целом. Однако, несмотря на важность данной проблематики, в современных условиях наблюдается обострение проблем оплаты труда, что связано с рядом причин экономического, социального и политического характера.

Анализ последних исследований и публикаций.

Различные аспекты проблематики оплаты труда, вознаграждения, компенсаций и стимулирования трудовой деятельности нашли отражения в научных трудах отечественных исследований: Аганбегяна А.Г., Бабыниной Л.С., Баткаевой И.А., Батухтина И.Л., Волгина Н.А., Гвоздева Н.Н., Генкина Б.М., Горелова Н.А., Егоршина А.П., Жукова А.Л., Ильина Е.П., Куликова В.В., Кокина Ю.П., Мазмановой Б.Г., Одегова Ю.Г., Познизова В.Т., Руденко Г.Г., Травина В.В., Шекшни С.В., Яковлева Р.А. и многих других.

Изучением проблем стимулирования труда занимались такие зарубежные ученые, как: Альдерфер К., Армстронг М., Адамс С., Бергер Д., Бергер Л., Локк Э., МакКелланд Д., Маслоу А., Мерманш Э., Милкович Дж., Ньюман Дж., Оучи У., Хендерсон Р. И. многие другие.

Несмотря на значительное количество публикаций по данной тематике в научных и периодических изданиях и разработок в области совершенствования оплаты труда вопросы стимулирования и формирования оплаты труда бытовых организаций разработаны недостаточно и нуждаются в дальнейшем исследовании.

Таким образом, анализ последних исследований показывает, что проблема оплаты труда является актуальной и требует комплексного подхода к ее решению.

Целью исследования является анализ существующих проблем оплаты труда, выявление причин их возникновения и разработка рекомендаций по их устранению.

Результаты исследования. Оплата труда является одним из ключевых аспектов трудовых отношений, поскольку она непосредственно влияет на уровень благосостояния работников и их семей. В современных условиях проблемы оплаты труда становятся особенно актуальными в связи с усилением конкуренции на рынке труда, изменением демографической ситуации и растущим уровнем безработицы.

Проанализируем основные проблемы оплаты труда в современных условиях:

1. Несоответствие уровня заработной платы рыночным требованиям и стоимости жизни, это:

неадекватная оплата труда, где уровень заработной платы работников может быть ниже рыночного, что снижает их мотивацию и привлекательность для работодателей;

инфляция и рост стоимости жизни, когда цены на товары и услуги постоянно растут, что делает заработную плату менее эффективной на фоне повышения стоимости жизни;

дифференциация оплаты труда при которой в некоторых случаях заработная плата может значительно различаться между разными категориями работников, что вызывает социальное напряжение.

Несоответствие уровня заработной платы рыночным требованиям и стоимости жизни может быть вызвано разрывом между номинальной и реальной заработной платой, неэффективным использованием трудовых ресурсов, отсутствием гибкости в системе оплаты труда и отсутствием контроля со стороны государства за соблюдением законодательства о минимальной заработной плате

2. Неравномерное распределение доходов между работниками различных отраслей и регионов:

различия в оплате труда между отраслями: некоторые отрасли могут предлагать более высокие зарплаты, чем другие, что может привести к миграции работников между отраслями и регионам;

разделение на бедных и богатых: неравенство в доходах может привести к социальной напряженности и конфликтам;

региональные различия: зарплаты в разных регионах могут существенно различаться, что приводит к миграции населения из менее развитых регионов в более развитые.

Неравномерное распределение доходов возникает из-за различий в образовании, географическом положении, отраслевой структуре и рынке труда. Это может привести к социальной напряженности и экономическим проблемам. Правительства стремятся регулировать этот процесс с помощью налоговой политики, социальных программ и других мер.

3. Отсутствие прозрачности и справедливости в оплате труда:

скрытая оплата труда: некоторые работодатели могут скрывать часть зарплаты своих работников, что уменьшает их реальные доходы;

отсутствие четких критериев оплаты труда: работники могут не знать, почему они получают определенную зарплату, что снижает их доверие к системе оплаты труда;

несправедливость в оплате труда: некоторые работники могут получать меньше, чем они заслуживают, или наоборот, получать больше, чем они реально заработали;

недостаточное внимание к качеству работы: иногда оплата труда не учитывает качество работы, что может снижать мотивацию работников.

Отсутствие прозрачности и справедливости в оплате труда может быть вызвано культурными и социальными нормами, гендерными стереотипами, расовыми и этническими предубеждениями, а также непрозрачными системами оплаты труда.

4. Высокая доля «теневой» оплаты труда:

уход от налогов: многие работодатели предпочитают не платить налоги с заработной платы своих работников, что снижает доход государства и ухудшает социальное обеспечение работников;

«черная» зарплата: некоторые работодатели платят своим работникам «черную» зарплату, то есть зарплату, которая нигде не учитывается и не облагается налогом.

«Теневая» зарплата возникает из-за разных причин, таких как нежелание платить налоги, низкая оплата труда, отсутствие контроля со стороны государства и коррупция.

5. Недостаточное внимание к немонетарным формам вознаграждения:

социальная поддержка: многие компании предлагают своим работникам различные социальные льготы, такие как медицинское страхование, пенсионное обеспечение, оплата отпуска и т.д.;

возможности для профессионального развития: работодатели могут предоставлять своим работникам возможности для профессионального роста, обучения и развития;

карьерный рост: работники могут иметь возможность карьерного роста в своей компании, что может повысить их уровень жизни и удовлетворенность работой;

корпоративная культура: многие компании уделяют большое внимание созданию благоприятной корпоративной культуры, что может способствовать повышению мотивации и удовлетворенности работников.

Недостаточное внимание к немонетарным формам вознаграждения может быть связано с недостатком знаний, ограничениями бюджета, недостатком времени, недооценкой важности и сопротивлением изменениям.

Для того чтобы устранить проблемы оплаты труда, необходимо разработать ряд мер, которые будут направлены на увеличение эффективности системы оплаты и обеспечение справедливого распределения доходов.

1. Внедрение системы социального партнерства: это система, которая позволяет работникам и работодателям совместно решать вопросы оплаты труда, условий труда и других вопросов, связанных с трудовыми отношениями.

2. Развитие системы коллективных договоров: это соглашения между работниками и работодателями, которые устанавливают условия труда, заработную плату, социальные гарантии и другие аспекты трудовых отношений.

3. Создание прозрачных и справедливых систем оплаты труда: работники должны знать, за что они получают заработную плату и как она формируется.

4. Установление минимального размера оплаты труда (МРОТ): это гарантирует, что работники получают минимальную заработную плату за свою работу.

5. Борьба с «теневой» оплатой труда: государственные органы должны принимать меры для борьбы с «теневыми» выплатами, такими как штрафы и уголовные наказания для работодателей, которые не платят налоги с заработной платы.

6. Увеличение роли профсоюзов: профсоюзы могут выступать в защиту прав работников и помогать им в решении проблем оплаты труда.

7. Улучшение системы образования и профессиональной подготовки: это поможет работникам получить необходимые навыки и знания для выполнения своей работы и повышения своей квалификации.

Выводы. В современных условиях проблемы оплаты труда обостряются из-за многих факторов, таких как изменение демографической ситуации, усиление конкуренции на рынке труда и растущий уровень безработицы. Для устранения этих проблем необходимо разработать комплекс мер, направленных на повышение эффективности системы оплаты труда и обеспечение справедливого распределения доходов. К таким мерам относятся внедрение прогрессивной системы налогообложения, развитие механизмов социальной защиты, развитие системы профессионального образования и переподготовки кадров.

Список литературы:

1. Адамчук, В.В. Экономика и социология труда: учебник для вузов / В.В. Адамчук, О.В. Ромашов, М.Е. Сорокина. – М.: ЮНИТИ, 2000. – 407 с.

2. Кибанов, А.Я. Управление персоналом организации / А.Я. Кибанов. – М.: ИНФРА, 2009. – 301 с.

3. Чемяков, В. Оплата, мотивы и стимулы труда / В. Чемяков // Человек и труд. – 2001. – № 9.

4. Основные проблемы в области оплаты труда. – Текст: электронный. – URL: <https://helpiks.org/1-127628.html> (дата обращения: 25.11.2023).

5. Способы решения типичных проблем в системах оплаты труда. – Текст: электронный. – URL: <https://www.klerk.ru/boss/articles/381481/> (дата обращения: 25.11.2023).

Журавлева Д. С., студент
Научный руководитель: Адаменко Е. А.
БУ ВО «Сургутский государственный университет», РФ
zhuravleva_ds@edu.surgu.ru

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ПЕРСОНАЛА: ДОСТОИНСТВА И НЕДОСТАТКИ

Оценка персонала является важным инструментом для современных организаций. Она учитывает взаимодействие с другими людьми, результаты работы и конкретные достижения, что помогает определить эффективность работы сотрудников и выявить их сильные и слабые стороны, более точно и объективно оценить персонал компании и разработать планы по их развитию и повышению производительности. В настоящее время существует множество трендовых методов оценки персонала, которые активно применяются в современном бизнесе.

Последние исследования в области оценки персонала подчеркивают важность использования трендовых методов для получения более точной и надежной информации о качестве работы сотрудников. Трендовые методы оценки персонала являются современными подходами к оценке эффективности работников и исследованию их профессионального развития. Они ориентированы на анализ долгосрочных тенденций и изменений в работе сотрудников, что позволяет более точно определить их вклад в достижение целей организации.

Летом 2022 года журнал StartExam провел исследование рынка оценки в России. На основании исследования были выявлены самые популярные методы оценки сотрудников (рисунки 1) [1].

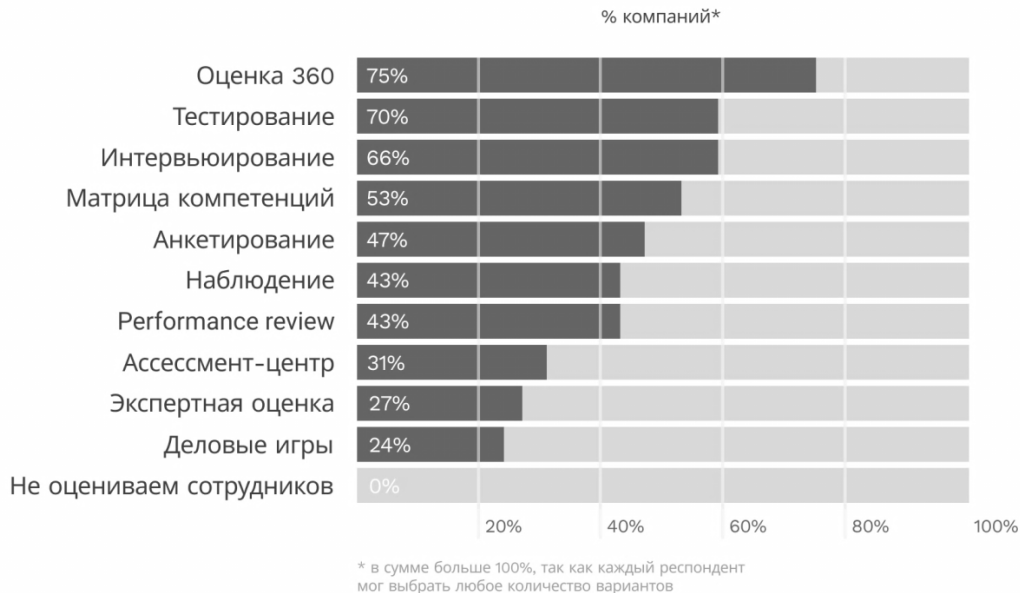


Рис. 1. Популярные методы оценки сотрудников среди компаний [1]

Рассмотрим наиболее популярные методы оценки персонала. Самым часто используемым является метод «Оценка 360 градусов». Он получил свое название из-за того, что включает оценку с разных сторон – от всех, кто имеет отношение к работнику: его непосредственного руководителя, коллег, подчиненных и даже клиентов. Этот подход позволяет получить более полную картину о работе сотрудника и его воздействии на окружающих. В рамках метода «360 градусов» каждый участник

процесса заполняет анонимную анкету, в которой оценивает работника по определенным компетенциям, навыкам и качествам. Эти компетенции могут быть предварительно определены организацией или разработаны индивидуально для каждого сотрудника. Оценка проводится с использованием шкал или вопросов, которые позволяют оценить производительность, коммуникационные навыки, лидерские качества, способность к сотрудничеству и другие аспекты работы сотрудника. Важно отметить, что все оценки анонимны, что позволяет участникам быть более откровенными и объективными в своих оценках. После сбора всех оценок, результаты анализируются и обрабатываются. Часто используются средства визуализации, такие как графики и диаграммы, чтобы представить результаты оценки. Руководители и сотрудники могут обсудить полученные результаты и использовать их для разработки планов по развитию и улучшению производительности.

Преимущества метода:

более объективная оценка: Поскольку «360 градусов» включает в себя мнения различных сторон, он предоставляет более объективную оценку производительности и качества работы сотрудника. Это позволяет избежать субъективных предубеждений и искажений, которые могут присутствовать в оценке только от одного руководителя;

повышение осведомленности о себе: Сотрудникам предоставляется более полная информация о том, как их работа оценивается окружающими. Это помогает им осознать свои сильные стороны и области для улучшения;

развитие и рост: Полученная обратная связь стимулирует профессиональное развитие и рост сотрудников, поскольку они могут лучше понимать свои слабости и действовать на их улучшение.

Недостатки метода:

сложности внедрения: внедрение «360 градусов» может быть сложным процессом, требующим разработки четкой методологии, гарантии конфиденциальности и анонимности участников;

временные затраты: сбор и обработка обратной связи от различных сторон требуют времени и усилий. Это может стать сложностью в ситуациях с ограниченными ресурсами или для крупных организаций с большим числом сотрудников.

Этот метод оценки персонала широко используется в организациях, так как он помогает улучшить производительность и развитие сотрудников. Он также способствует развитию лидерских навыков и повышению эффективности психологической оценки в организациях [2].

Вторым по популярности является метод тестирования персонала. Тестирование является одним из методов оценки персонала, который позволяет оценить знания, навыки и компетенции сотрудников. Этот метод может применяться в различных сферах деятельности и на разных уровнях организации. Основная цель тестирования как метода оценки персонала – определить, насколько хорошо сотрудник соответствует требованиям своей должности или профессии. Тесты могут быть разработаны для оценки знаний в определенной области, уровня навыков и умений, а также для измерения личностных качеств и характеристик.

Преимущества тестирования:

объективность: результаты тестирования основаны на конкретных показателях и критериях, что делает оценку более объективной и независимой от субъективного мнения оценивающего;

стандартизация: тесты могут быть разработаны и проведены в соответствии с определенными стандартами и критериями, что позволяет сравнивать результаты между разными сотрудниками или группами;

эффективность: тестирование может быть быстрым и эффективным способом оценки большого количества сотрудников одновременно;

возможность сравнения: результаты тестирования могут быть использованы для сравнения с другими сотрудниками или стандартами, чтобы определить, насколько успешно выполняется работа.

Недостатки тестирования:

ограниченность: тестирование может не полностью охватить все аспекты работы и компетенций сотрудника;

субъективность разработки: разработка тестов требует определенной экспертизы и может содержать субъективные элементы;

возможность обмана: некоторые сотрудники могут подготовиться к тестированию или использовать различные стратегии для достижения желаемого результата;

отсутствие контекста: результаты тестирования могут быть ограничены отсутствием контекста, в котором сотрудник применяет свои знания и навыки.

Тестирование как метод оценки персонала может быть эффективным инструментом при правильном использовании и комбинировании с другими методами оценки, такими как наблюдение, интервью и анализ результатов работы [3].

Выводы. Таким образом в работе были рассмотрены самые популярные методы оценки персонала, предоставляющие организациям возможность получить более полную и объективную информацию о производительности и развитии сотрудников. Они предлагают ряд преимуществ, таких как объективность, систематичность и возможность получения надежных данных для принятия управленческих решений. Однако, несмотря на свои достоинства, современные методы оценки персонала также имеют свои недостатки. Некоторые из них включают субъективность оценки со стороны руководителей, возможность искажения результатов из-за личных предубеждений или несоответствия целей оценки и целей организации. Кроме того, некоторые методы могут быть слишком сложными или затратными для реализации. Для достижения наилучших результатов в оценке персонала необходимо учитывать, как достоинства, так и недостатки современных методов. Важно выбирать подходящие методы, основываясь на конкретных потребностях и целях организации. Кроме того, следует обеспечить прозрачность и объективность процесса оценки, а также обеспечить обратную связь с сотрудниками для их развития и мотивации. В целом, современные методы оценки персонала являются важным инструментом для управления человеческими ресурсами в современной организации. Они помогают оценить производительность и потенциал сотрудников, а также принимать обоснованные решения по их развитию и вознаграждению. Однако, для достижения наилучших результатов необходимо учитывать, как достоинства, так и недостатки данных методов и применять их с учетом особенностей конкретной организации.

Список литературы:

1. Гайд по оценке персонала. Часть III: какие методы используют российские компании? // Журнал StartExam: [сайт]. – 2022. – URL: <https://www.startexam.ru/journal/otsenka/gayd-po-otsenke-personala-chast-iii-kakie-metody-ispolzuyut-rossiyskie-kompanii/>. – Дата публикации: 23 ноября 2022.
2. Метод оценки 360 градусов: как применять и как правильно составить опросник // ispring: [сайт]. – 2021. – URL: <https://www.ispring.ru/elearning-insights/metod-otsenki-360-gradusov>. – Дата публикации: 06 октября 2021.
3. Тестирование как метод оценки и аттестации персонала // Орган сертификации: [сайт]. – 2022. – URL: <https://sert-service.ru/testirovaniye-kak-metod-otsenki-i-attestatsii-personala/>. – Дата публикации: 08 июня 2022.

Золотарев А. В., адъюнкт
Научный руководитель: Чистов И. В., д-р экон. наук, профессор
ФГБОУ ВО «Военный университет Министерства обороны
Российской Федерации имени Князя Александра Невского», РФ
izolotareva09@inbox.ru

ПРОЦЕСС УВОЛЬНЕНИЯ, КАК ЧАСТЬ СИСТЕМЫ КАДРОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Актуальность. Грамотно созданная система кадрового менеджмента обязана учитывать все процессы и нюансы работы с человеческим ресурсом, в том числе: планирование, привлечение, профессиональная ориентация, подбор, наем, адаптация, профессиональное обучение, подготовка, оценка, контроль, мотивация, развитие и неизбежное увольнение.

Анализ последних исследований и публикаций. Многие исследования, рассматривающие вопросы кадрового менеджмента, сводят всё к процессу подбора сотрудников с изучением перспективных и инновационных способов, касаясь вопросов мотивации, обучения, оценки персонала и др. А вот исследований, посвященных процессу увольнения сотрудников, сравнительно мало. В повседневной жизни преобладает такая же практика: работодатели относятся к сотрудникам как к средствам труда и не задумываются о процессе увольнения, так как он не приносит прямого дохода.

Вместе с тем, увольнение работников следует рассмотреть, как одну из составляющих системы кадрового менеджмента и больше внимания уделять плановому увольнению сотрудников (на пенсию).

Результаты исследования. Любому человеку, тем более пожилого возраста, прерывать долгосрочные трудовые отношения весьма тяжело, – это сильный психологический стресс. Также не меньший стресс получает и руководитель, который испытывает чувство жалости и вины, связанные с потерей ценного сотрудника. Но, несмотря на то, насколько ценными и незаменимыми казались бы некоторые сотрудники, их увольнение неизбежно.

Увольнение ценного сотрудника может быть связано с его возрастом, а также с желанием поменять работу на более интересную или оплачиваемую. В последнем случае можно удержать работника, подобрав ему соответствующую должность в организации, а посредственных работников и удерживать не стоит. Но вот от увольнения, связанного с выходом на пенсию по возрасту, никуда не деться. Работодателю необходимо извлечь из организации процесса увольнения максимальную выгоду.

В большинстве случаев настрой увольняемого сотрудника, его желание передавать свой опыт и знания приемникам, а также оказывать консультативную помощь после увольнения зависит, в том числе, от организации процесса увольнения, как от последнего впечатления о трудовом периоде. Также это положительно влияет на укрепление корпоративных ценностей и настрой в самом коллективе. Особенно в производственных организациях огромное значение имеет преемственность поколений и передача знаний от опытных работников молодым.

В качестве примера организации процесса увольнения можно рассмотреть увольнение с военной службы военнослужащих, достигших предельного возраста пребывания на военной службе (увольнение по возрасту), а в особенности – офицерского состава.

Федеральным законодательством установлен возраст обязательного увольнения военнослужащих с военной службы. Он зависит от половой принадлежности и присвоенного воинского звания. Сама процедура увольнения военнослужащих занимает важное место в системе кадрового обеспечения прохождения военной службы и определена Указом Президента Российской Федерации и министерскими приказами [1, 2, 4].

План увольнения военнослужащих по возрасту разрабатывается за год-полтора с определением основных мероприятий, которые предстоит провести. Работа по проведению этих мероприятий, организуется командирами воинских частей с обязательным привлечением кадровых органов, органов финансового, медицинского и материально-технического обеспечения, а также аттестационных комиссий воинских частей.

За полгода до увольнения военнослужащего с ним проводится беседа. Перед беседой рассчитывается выслуга лет для назначения пенсионных выплат. При проведении беседы уточняются вопросы социального обеспечения, включая жилищное. Все имеющиеся и возникающие проблемы по вопросам обеспечения необходимо решать до увольнения и исключения из списков воинской части. За три месяца до увольнения проводятся повторная беседа с увольняемым, а также беседы осуществляются по необходимости.

Для определения состояния здоровья военнослужащих по его желанию может быть направлен на медицинское освидетельствование. Оно проходит не как простая диспансеризация, а представляет собой полное углубленное медицинское обследование с проведением требуемых операций и реабилитационных мероприятий для восстановления ухудшающегося за время службы здоровья.

Увольняемому предоставляются в полном объеме все положенные отпуска: основной, рассчитанный пропорционально сроку службы, дополнительные, а также заслуженные сутки отдыха, не отгулянные за время службы.

Аттестация военнослужащего проводится за четыре месяца до срока его планируемого увольнения. На заседании аттестационной комиссии рассматриваются вопросы соответствия увольняемого занимаемой воинской должности, статья и основания увольнения, категория его учета в запасе (военно-учетная специальность), перспективы использования в военное время, а также поощрение (награждение) при увольнении [3].

Каждому военнослужащему в зависимости от его должности и уровня материальной ответственности рассчитывается и предоставляется период, необходимый для сдачи дел и должности, а также время для расчета с воинской частью. До увольнения с военной службы увольняемого необходимо в обязательном порядке обеспечить всеми положенными видами довольствия. Если по каким-то причинам сделать это не получается, то дата исключения из списков воинской части (увольнения) переносится с продолжением выплаты денежного довольствия.

Также каждый военнослужащий, отслуживший в Вооруженных Силах Российской Федерации 10 лет и более, имеет право пройти переобучение по выбранной им специальности для использования своих званий в дальнейшем в гражданской сфере до увольнения с военной службы. Это обучение организуется силовым ведомством за бюджетные средства.

После увольнения офицеры, занимающие ранее высокие должности и обладающие огромным опытом управления, привлекаются в роли независимых советников и консультантов.

Бесспорно, что построить рассмотренную систему увольнения сотрудников за счет государства намного проще. Не каждая компания, даже весьма крупная, в

состоянии позволить себе организовать весь комплекс таких значительных процедур. Но ведь совсем не обязательно стараться применять весь комплекс работы с увольняемыми.

Основное – это конечно уважение и внимание к людям, отдавшим свои годы, силы и здоровье интересам компании, а некоторые посвятили им всю жизнь. Как показывает практика, к сожалению, современные работодатели практически не уделяют внимания процессу увольнения работников, считая его пустой тратой времени и средств, который не увеличат прибыль.

Рассмотренные подходы к увольнению работников, применяемые в Вооруженных Силах Российской Федерации при плановом увольнении военнослужащих, могут применяться в различных организациях и компаниях с небольшой практической трансформацией. Они способствуют лучшему отношению к работе, улучшению морально-делового состояния коллектива и созданию благоприятных условий для передачи знаний и опыта старшим поколением молодежи, обеспечивая необходимые темпов развития.

Выводы. Таким образом, грамотно построенный процесс увольнения опытных сотрудников может быть не только составляющей частью развитой системы кадрового менеджмента, но и весьма весомой частью процесса управления знаниями в современной компании.

Список литературы:

1. О воинской обязанности и военной службе: Федер. закон от 28 марта 1998 г. № 53-ФЗ // Собрание законодательства РФ. – 1998. – № 13 – ст. 1475.
2. Вопросы прохождения военной службы: Указ Президента от 16 сентября 1999 г. № 1237 // Собрание законодательства РФ. – 1999. – № 38 – ст. 4534.
3. О порядке организации и проведения аттестации военнослужащих, проходящих военную службу по контракту в Вооруженных Силах Российской Федерации: Приказ Министра обороны Российской Федерации от 29.12.2012 № 444 // Зарегистрировано в Минюсте России 25.05.2012 – № 24324.
4. О мерах по реализации правовых актов по вопросам организации прохождения военной службы по контракту в Вооруженных Силах Российской Федерации: Приказ Министра обороны Российской Федерации от 30.10.2015 № 660 // Зарегистрировано в Минюсте России 10.12.2015 – № 40058.

Карашук Е. А., студентка

Научный руководитель: Бочарова Н. А., канд.экон.наук, доцент
ФГБОУ ВО «Мелитопольский государственный университет», РФ
nata5777kirillova@mail.ru

УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ КАК СТРАТЕГИЧЕСКАЯ ФУНКЦИЯ В СИСТЕМЕ МЕНЕДЖМЕНТА ПРЕДПРИЯТИЯ

Актуальность. В период современного развития науки и техники этимология и современное состояние механизма менеджмента предприятия, позволяет говорить о том, что система управления персоналом, как элемент этого большого единого механизма, представляет собой комплексную систему мер, направленных на повышение профессионально-квалификационного уровня, мотивацию и стимулирование работников с целью обеспечения оптимального использования

кадровых возможностей как ключевого рычага механизма управления развитием предприятия.

Неоспоримым является тот факт, что наличие высоко профессионального, мотивированного и целеориентированного персонала является одной из составляющих успешной деятельности предприятия на перспективу.

Анализ исследований и публикаций. Существенный вклад в изучение функционального развития менеджмента персонала и его значения в системе управления предприятием внесли такие отечественные ученые, как Н.А. Бочарова [1, 2], С.А. Нестеренко [2], Л.В. Синяева [3] и др.

Цель исследования: анализ теоретических основ управления персоналом путем оценки его функционального обеспечения в системе менеджмента предприятий.

Результаты исследования. Исследование трудовых аспектов предприятий новых территорий позволяет сказать, что к основным направлениям в системе кадрового менеджмента организаций относятся:

обоснование основных принципов и направлений деятельности по управлению персоналом;

последующее обоснование оптимальной потребности предприятия в персонале;

ведение кадровой работы с персоналом на всех уровнях управления предприятием;

внедрение новых форм, методов и систем подготовки персонала, а также предоставление гарантий по поводу возможностей реализации программ по повышению квалификации персонала;

обоснование и реализация сбалансированной политики стимулирования и практической реализации системы вознаграждения на предприятии;

разработка и применение социальных гарантий, как доминант морального и административного стимулирования.

По факту для управления развитием персонала на предприятиях создаются условия и формируется среда для саморазвития каждого участника трудового коллектива.

Что касается функций управления персоналом (рис. 1), то они осуществляются в соответствии с действующей организационной структурой управления предприятием. Основными из них являются следующие:

1) размещение работников на рабочих местах в соответствии с квалификацией и требованиями производства;

2) наблюдение за: обучением сотрудников, качественным и своевременным выполнением работы, профессиональным соответствием сотрудников;

3) привлечение новых сотрудников, возможное создание банков данных (баз данных);

4) участие в приеме на работу, продвижении по службе, увольнении;

5) создание условий для творческого сотрудничества;

6) принятие решений о проблемах с сотрудниками;

7) контроль трудозатрат;

8) поиск путей предотвращения тех или иных производственных осложнений;

9) обеспечение благоприятного микроклимата в коллективе;

10) забота о здоровье и физическом состоянии сотрудников.

На практике функциональные средства управления персоналом обеспечивают реализацию принципов кадрового менеджмента, они являются движущей силой концепции развития предприятия в целом, в том числе и обоснования его конкурентных преимуществ на перспективу.

Содержание функции	Назначение функции
Анализ персонала	Описание сильных и слабых сторон персонала и системы управления им
Кадровое планирование	Стратегический и оперативный планы
Прием на работу и увольнение сотрудников	Оптимизация структуры занятости
Управление трудом (деятельностью)	Текущие последствия работы и поведения сотрудников
Мотивация и стимулирование	Доходы, расходы, поощрения
Повышение квалификации персонала	Трудовой потенциал индивидов и коллективов
Создание условий и выстраивание отношений в процессе работы	Комфортная работа и социальный климат
Контролинг персонала	Производительность и управление инструментами

Рис. 1. Функции, реализуемые в процессе управления персоналом

Выводы. Подводя итоги, имеет смысл сказать, что управление персоналом в системе менеджмента предприятий и организаций – это априори стратегическая функция, которая предполагает исходя из концепции предприятия разработку его кадровой стратегии, стартовой позицией чего является качественный подбор персонала, а также аргументированный выбор системы поощрения коллектива с учетом усилий, направленных на его развитие; оценка качества индивидуальной деятельности работника при соблюдении условий минимизации трудозатрат и создание положительного социально-психологического климата в коллективе. То есть современная концепция управления персоналом является стратегической, направленной на эффективное использование трудового потенциала предприятия, адекватного условиям внешней и внутренней среды, для достижения успеха предприятия в долгосрочной перспективе.

Исследование выполнено в рамках Государственного задания №075-01613-23-02 при реализации научно-исследовательской работы «Концепция формирования конкурентоспособности предприятий новых территорий Российской Федерации (FRRS-2023-0036)»

Список литературы:

1. Bocharova, N.O. Economic security of agricultural enterprises in the trajectory of resource flow / Н.О. Обыденко, В.А. Кредисов, С.В. Калченко, В.А. Петренко, Н.О. Боcharova // Rivista di Studi sulla Sostenibilita // Studies of Applied Economics. – July 2021. – 39(6). DOI:10.25115/eea.v39i6.5237.
2. Нестеренко, С.А. Оцінка ефективності кадрового забезпечення та напрями розвитку персоналу сільськогосподарських підприємств за умов транзитивності економіки України / С.А. Нестеренко, Н.О. Бочарова // Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. Серія «Економічні науки». – № 4. – Т. 1. – 2020. – С. 287-299.
3. Synyayeva, L. Managing of the Living Quality of Population in the Social Sphere / L. Synyayeva , N. Bocharova, I. Ahieieva and A. Yarchuk // Modern Development Paths of Agricultural Production. 2019. DOI: 10.1007/978-3-030-14918-5_56, pp. 571-581.

Котов В. В., студент
Научный руководитель: Коваленко А. А.
ФГБОУ ВО «Приазовский государственный технический университет», РФ
valentinkotov2212@gmail.com

ЛУЧШИЕ ПРАКТИКИ УПРАВЛЕНИЯ HR-РЕСУРСОМ: ИСТОЧНИК ЭФФЕКТИВНОСТИ И УСТОЙЧИВОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Актуальность. На основе обобщения результатов исследований в области HR-ресурсов по практикам управления в данной статье представлен обзор лучших практик управления персоналом. Сутью является оптимальная система управления HR-ресурсами, основанная на проверенных практиках в планировании должностей, управлении производительностью, которая позволяет менеджерам достигать результатов и конкурентоспособности путем достижения желаемых результатов, мотивации и производительности сотрудников.

Результаты глобальных исследований в области управления человеческими ресурсами подтверждают, что сотрудники (по их способностям и мотивации к работе) представляют собой важнейший ресурс любой организации и демонстрируют положительное влияние различных практик управления HR-ресурсами на эффективность и конкурентоспособность организации. Работодатель должен обладать специальными управленческими навыками для того, чтобы эффективно руководить и поддерживать сотрудников. Ответственность набора персонала в основном ложится на HR-отдел, который должен проводить эффективную кадровую политику.

Анализ последних исследований и публикаций. Согласно исследованиям, в области управления персоналом, существует два различных подхода к управлению людьми в рамках компании:

1. Подход, основанный на оптимальном выборе, предполагает, что политика в области управления персоналом должна соответствовать стратегии бизнеса для получения прибыли на предприятии (HR должен ориентироваться на требования компании и ее сотрудников).

2. Подход, основанный на использовании лучших практик, предполагает, что существует определенный комплекс универсальных мероприятий по управлению персоналом, который позволяет компаниям достигать конкурентных преимуществ независимо от организационной структуры.

Цель исследования. Цель исследования – рассмотреть лучшие практики управления человеческими ресурсами, которые включают:

управление талантами (привлечение, отбор, обучение, развитие и привлечение сотрудников с высокой производительностью и потенциалом развития);

лидерство (влияние на сотрудников для достижения организационных целей);

оплату по результатам (вознаграждение сотрудников в зависимости от их результатов, поведения);

управление производительностью (управление и руководство сотрудниками для достижения желаемых результатов, мотивации и производительности);

систематическое обучение (обучение сотрудников выполнению своей работы и подготовка их к будущему);

мотивация работы (проектирование сложных, разнообразных, значимых и автономных рабочих мест, удовлетворяющие потребности как работников, так и организации);

селективный отбор (отбор работников с применением определенных критериев и методов, связанных с требованиями должности);

баланс между работой и личной жизнью (создание условий для достижения баланса между работой и образом жизни работников);

формальная адаптация (обеспечение профессиональной и социальной интеграции новых сотрудников в организации).

Результаты исследования. Основная HR-система предоставляет собой единый источник информации, обеспечивающей безупречную обработку кадровых операций, что дает реальную отдачу для эффективного бизнеса. К основным функциям HR-системы относятся данные о сотрудниках, отслеживание отсутствия на рабочем месте, администрирование льгот и управление компенсациями. Отдел кадров в основном работает с главной информацией о работниках, такой как персональные данные, оформление льгот и отчисление подоходного налога. Любое программное обеспечение, позволяющее хранить всю информацию о сотрудниках в базе данных, извлекать из нее данные и составлять отчеты, а также использовать эту информацию для создания профиля сотрудника, может считаться основным программным обеспечением HR.

По мере того как современный мир меняется и переходит к более гибкой организации труда, трансформация HR-процессов становится все более важной. Правильный подход к преобразованиям в области управления персоналом может повлиять на результаты бизнеса. Руководителям необходимо решить, будут ли они придерживаться старых систем, которые уже устарели, или примут новые инструменты и операционные модели.

Подбор подходящего программного обеспечения и технологий для работы с персоналом – крайне важный элемент цифровой трансформации HR, который позволит предприятию стать лидером в современном мире труда.

В условиях современной конкуренции на рынке вовлечение сотрудников в работу имеет огромное значение для успешного развития компании. Если персонал считает свою работу интересной, увлекательной и приносящей удовлетворение, он с большей вероятностью останется в компании и будет вкладывать силы в свою работу.

Обратная связь по методу «360» – система, при которой сотрудники получают анонимные и конфиденциальные отзывы о своих профессиональных качествах от непосредственных руководителей, менеджеров, коллег и даже клиентов. Для того чтобы провести анкетирование «360», 7-12 сотрудникам рассылается анонимная онлайн-форма обратной связи, включающая вопросы по широкому спектру компетенций, связанных с работой данного сотрудника.

Руководители HR-служб должны эффективно информировать сотрудников обо всех изменениях, начиная с обязанностей и заканчивая более важными целями компании и организационными решениями, при этом общение должно быть сотрудник-руководитель-сотрудник. Сотрудники также должны чувствовать себя комфортно, высказывая свои идеи и проблемы HR-руководителям.

Высокопроизводительные команды являются важнейшим фактором успеха любой компании. Создание и развитие высокоэффективных команд – одна из ключевых обязанностей HR. Высокоэффективная команда отличается инновационным подходом к решению проблем, высоким уровнем коммуникации и сотрудничества, стабильностью и превосходными результатами. Для содействия командной работы можно использовать различные методы, такие как:

- оценка эффективности работы команды;
- поощрение за высокие достижения;
- внедрение коммуникационного программного обеспечения;
- средств обратной связи, управления проектами и т.д.

Чтобы убедиться в точности подбора стимулов и эффективной работы на предприятии, важно спросить сотрудников об их предпочтениях и о том, что их

мотивирует. В прошлом нормой было денежное стимулирование, но времена изменились. Теперь некоторые сотрудники могут быть мотивированы возможностями обучения и развития, а другие, возможно, хотят, чтобы их больше поощряли. Понимание того, что именно мотивирует сотрудников, может способствовать достижению целей компании на 79%. Менеджерам необходима оптимальная система управления человеческими ресурсами, основанная на проверенных практиках планирования должностей, отбора сотрудников, управления производительностью, вознаграждения сотрудников или обучения сотрудников, которая позволит руководителям нанимать и развивать достаточно способных и мотивированных сотрудников, а также достигать ожидаемых организационных показателей эффективности и конкурентоспособности путем достижения желаемой производительности сотрудников.

Выводы. HR-департамент играет важнейшую роль в управлении и поддержке сотрудников для обеспечения успеха компании. Они отвечают за разработку и внедрение эффективной кадровой политики, включающей в себя подбор квалифицированных сотрудников и создание благоприятной рабочей среды. Оптимальный подход к управлению персоналом предполагает согласование кадровой политики с бизнес-стратегией компании, а лучшие практики предлагают универсальные методы получения конкурентных преимуществ. Для хранения и обработки информации о сотрудниках и управления кадровыми операциями следует иметь базовую систему управления персоналом. Эти инвестиции помогают управлять затратами, выполнять нормативные требования и участвовать в стратегической деятельности. Вовлеченность сотрудников важна, и ее можно повысить с помощью гибкого графика работы и высокоэффективных команд. Можно сказать, эффективное управление персоналом – залог успеха компании, служба управления персоналом должна выбрать правильные методы и инструменты, чтобы удовлетворить потребности сотрудников.

Список литературы:

1. Плигин, А.А. Стратегии и качества людей высоких достижений / А. Плигин, А.В. Герасимов. – М.: Твои книги, 2017. – 224 с.
2. Гвоздилина, Л. Обучение в бизнесе. Кто кому Пигмалион / Л. Гвоздилина. – М.: Альпина Паблицер, 2018. – 272 с.
3. Осовицкая, Н. HR DIGITAL. Практики лучших работодателей. – СПб.: Питер, 2018. – 416 с.
4. Бруковская, О. HR-Бренд. 5 шагов к успеху вашей компании / О. Бруковская, Н. Осовицкая. – СПб.: Питер, 2011. – 272 с.
5. Мансуров, Р.Е. HR-брендинг. Как повысить эффективность персонала / Р.Е. Мансуров. – СПб.: БХВ-Петербург, 2011. – 224 с.
6. Шапиро, С.А. Управление человеческими ресурсами: учебное пособие / С.А. Шапиро. – М.: КноРус, 2017. – 208 с.
7. Исаева, О.М. Управление человеческими ресурсами: Учебник и практикум для прикладного бакалавриата / О.М. Исаева, Е.А. Припорова. – Люберцы: Юрайт, 2016. – 244 с.
8. Бирман, Л. Управление человеческими ресурсами / Л. Бирман. – М.: ИД «Дело» РАНХиГС, 2017. – 346 с.

Лазепниченко Д. М., студентка
Научный руководитель: Бунтовская Л. Л., д-р экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
daryalazepnichenko@mail.ru

МОТИВАЦИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО ПЕРСОНАЛА В КОНТЕКСТЕ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ

Актуальность. Формирование на предприятии устойчивого мотивационного механизма и эффективной системы мотивации управленческого персонала является одним из ключевых факторов повышения производительности труда в контексте устойчивого развития современной экономики, поскольку основным источником развития производственной деятельности становится управленческий персонал предприятия как составляющая интеллектуального капитала.

Системы мотивации управленческого и производственного персонала существенно различаются, именно поэтому данная тема нуждается в более детальном рассмотрении.

Анализ последних исследований и публикаций. Исследование тематики мотивации управленческого персонала базировалось на изучении научных трудов российских и зарубежных специалистов в области систем мотивационного менеджмента: А. Я. Кибанова, В. В. Гончарова, А. П. Егоршина, В. И. Лебедева, С. Д. Резника и др.

Целью работы является изучение особенностей мотивации управленческого персонала в контексте устойчивого развития современной экономики.

Результаты исследования. Трудовая деятельность управленческого персонала в значительной степени отличается от деятельности рядовых сотрудников. Сотрудник по управлению персоналом должен знать не только все аспекты взаимоотношений в коллективе, но и факторы формирования позитивного микроклимата, следовательно, система мотивации управленческого персонала также имеет ряд отличий.

Мотивация – это активизация работников, побуждение их эффективной деятельности ради достижения целей организации с помощью экономического и морального стимулирования и создание условий для развития творческого потенциала работников [2, с. 36].

Мотивация может быть внутренней и внешней. Внутренняя мотивация – это побуждение к какой-либо деятельности благодаря собственному внутреннему стремлению. Внешняя мотивация связана с тем, что человека заставляют работать внешние обстоятельства, созданные руководством.

Исходя из определений внешней и внутренней мотивации, важно отметить, что управленцы в первую очередь должны обладать высокой самомотивацией, поскольку от их деятельности зависит работа персонала предприятия в целом, а результат работы управляющего персонала можно увидеть только через результат деятельности подчиненных им сотрудников. В зависимости от ситуации управленец выступает в роли организатора, коммуникатора, эксперта, психолога, критика и исполнителя, на что стоит обращать внимание при построении системы мотивации управленческого персонала.

Мотивационный менеджмент направлен на управление, которое построено на определении приоритетных мотивов. Он ориентирован на ценности, нормы и интересы каждого отдельного сотрудника, при этом важным фактором является не жесткий контроль, а применение различных методов мотивации.

Рассмотрим особенности формирования системы мотивации управленческого персонала (рис. 1).



Рис. 1. Особенности формирования системы мотивации управленческого персонала [составлено автором]

Одним из основных мотивационных индикаторов по-прежнему является оплата труда. Изучение процессуальных теорий мотивации позволяет сделать вывод о том, что неравнозначность затраченных усилий и полученного вознаграждения приводит к снижению эффективности и качества труда на предприятии. Для достижения равновесия между трудовым вкладом сотрудника и результатами деятельности необходимо включать в заработную плату управленческого персонала мотивационные выплаты в качестве вознаграждения за выполнение определенных краткосрочных и долгосрочных задач. Рассмотрим основные показатели премирования, которые возникли как следствие современных условий ведения бизнеса в табл. 1.

В стремительно меняющихся условиях ведения бизнеса современное корпоративное управление практикует различные формы и методы премирования управленческого состава не только денежными выплатами (бонусами), но и опционами, акциями и иными правами.

Самой популярной формой вознаграждения сотрудников, не требующей затрат со стороны участников программ, являются бонус – акции (Stock Bonus). Исследователи выделяют два основных способа вознаграждения акциями: премирование опционами и премирование акциями. Программа премирования опционами состоит из опционов на покупку акций (квалифицированные планы и неквалифицированные планы). Квалифицированные планы включают в себя классические опционы с классической ценой исполнения и опционы со сберегательными механизмами; неквалифицированные планы состоят из опционных программ без предоставления налоговых льгот [3, с. 63].

Инструментом, обеспечивающим мотивацию сотрудника по опционной программе премирования, является право на приобретение акций за собственные средства по льготной стоимости в будущей перспективе. Важным моментом является порядок налогообложения, поскольку, согласно англо-американской системе налогообложения, любой бонус облагается налогом.

Мотивационные выплаты в качестве вознаграждения за достижение управленцем определенных показателей (составлено автором по материалам [1])

Показатели премирования	Условия премирования
Снижение коэффициента текучести кадров на предприятии	Исходя из анализа текучести персонала управленцу может быть назначена премия в том случае, если коэффициент текучести кадров находится в допустимых пределах.
Рост конкурентоспособности предприятия	Проводится сравнительная оценка предприятия и главного конкурента по ряду критериев: относительная доля рынка, степень освоения технологий, каналы продвижения товара и имидж. Если коэффициент приближается к 1, то можно говорить о высокой конкурентоспособности предприятия, что предусматривает стимулирующие надбавки к заработной плате управленца.
Рост объема продаж	В целях увеличения заинтересованности управленца в увеличении роста объема продаж компании назначаются надбавки к заработной плате в размере до 20%, исходя из анализа показателей.
Повышение качественного уровня деятельности предприятия	По результатам деятельности управленческого персонала проводится анализ мероприятий, которые стали наиболее результативными и оказали положительное влияние на деятельность предприятия в целом. За успешное нововведение назначаются денежные выплаты, которые не должны превышать среднемесячную заработную плату управленца.

В свою очередь, применение различных программ мотивации управленческого персонала на основе акций приводит к заинтересованности ее участников в дальнейшем развитии корпоративного управления, повышению публичности и информационной прозрачности с урегулированной системой «конфликта интересов».

Выводы. Подводя итог вышеизложенного, можно отметить, что система мотивации управленческого персонала направлена на обеспечение долгосрочного и стабильного функционирования всего предприятия, в то время как мотивация производственного персонала – на обеспечение рабочими выполнения краткосрочных задач. При этом ведущим направлением во внешней мотивационной деятельности управленцев является повышение доходов с помощью надбавок, доплат и компенсаций, вознаграждений и премий, а также большой популярностью пользуются программы по участию в прибыли предприятия.

На практике задачей управляющего персонала предприятия является не только идентификация использованных в коллективе моделей поведения, но и осознание требований современности, проявление гибкости и мобильности, позволяющей при необходимости отказаться от устаревших парадигм и методов руководства.

Список литературы:

1. Веснин, В. Р. Практический менеджмент персонала: пособие по кадровой работе / В. Р. Веснин. – М.: Юристъ, 2016. – 496 с.
2. Егоршин, А. П. Мотивация трудовой деятельности: учебное пособие для вузов – 2-е изд., перераб. и доп. / А. П. Егоршин. – М.: ИНФРА-М, 2019. – 464 с.
3. Моисеева, Е. Г. Управление персоналом. Современные методы и технологии: учебное пособие / Е. Г. Моисеева. – Саратов: Вузовское образование, 2017. – 139 с.

Мартынова А. Е., студентка
Научный руководитель: Плешова К. К., канд. экон. наук
Донецкий государственный университет, РФ
angelikamartynova30@mail.ru

МЕТОДЫ ДИАГНОСТИКИ УРОВНЯ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА

Актуальность. В современном менеджменте важным направлением является развитие систем управления трудовой мотивацией, поэтому особое внимание стоит уделять диагностике уровня мотивации, которая является основой в данной работе.

Анализ последних исследований и публикаций. Исследования о мотивации сотрудников в российской науке проводили такие ученые, как Е.П. Ильин, А.Я. Кибанов, В.А. Ядов, В.Г. Асеев, А.Н. Леонтьев, П.М. Якобсон, А.П. Егоршин, Н.С. Пряжников, С.А. Шапиро и другие. В зарубежной науке особый вклад в изучение мотивации персонала внесли: Ф. Тэйлор, Э. Мэйо, В. Врум, В. К. Вилюнас, Г. Мюррея, К. Левин, Л. Портер и Э. Лоулер, Ф. Герцберг, Х. Хекхаузен, Д. Мак-Грегор, К. Альдерфер и многие другие. Они разработали различные теории и модели мотивации сотрудников, а также предложили практические рекомендации для их применения.

Цель исследования – аналитический обзор методов диагностики уровня мотивации персонала для повышения эффективности деятельности организации.

Результаты исследования. Мотивация – это процесс стимулирования отдельного сотрудника или группы людей к действиям, приводящим к осуществлению целей организации в перспективе [3].

В современном бизнесе мотивация сотрудников играет важнейшую роль в обеспечении высокой производительности и конкурентоспособности компаний. Правильная мотивация персонала помогает компании достигать поставленных целей, повышать производительность труда и увеличивать прибыль. Основные аспекты того, как при помощи мотивации и диагностики её уровня добиться нужных результатов в бизнесе рассмотрены ниже.

Каждый человек имеет свои потребности и готов выкладываться на своей работе по максимуму. Правильно выстроенная система мотивации с учётом всех потребностей поможет сотрудникам и компании достичь поставленных целей.

Прежде чем начинать оценивать уровень мотивации работников предприятию следует ответить на ряд вопросов, к примеру, чем вызвана нужда в этой процедуре, каковы задачи этой диагностики, наблюдается ли высокая текучесть работников предприятия в каком-либо подразделении и так далее.

Мотивацию персонала принято измерять количественными и качественными показателями.

Количественные показатели являются числами, которые отражают определенные параметры. Они включают финансовые и рыночные показатели, а также показатели эффективности бизнес-процессов и обучения в организации. Примерами таких показателей являются производительность труда, объем продаж, время выполнения заказов и текучесть персонала [1].

Качественные показатели включают факторы, такие как конкурентная позиция организации, уровень удовлетворенности клиентов и сотрудников, командная работа, дисциплина, качество представления документов и другие. Измерение этих показателей осуществляется путем наблюдения за процессами и результатами работы организации.

Качественные показатели обычно оказывают влияние на конечный результат и позволяют предсказать возможные отклонения в количественных показателях.

Следовательно, контроль качественных показателей может помочь улучшить количественные результаты. Оценка качественных показателей также связана с оценкой потенциала и возможностей профессионального роста менеджера.

Диагностика трудовой мотивации направлена на решение различных задач, включая оценку уровня мотивации, значимости стимулов, эффективности системы мотивации и стимулирования, особенностей мотивационной сферы и причин мотивационного кризиса. Для оценки уровня трудовой мотивации часто используемыми методами являются тестирования и анкетные опросы.

Оценка качественных показателей мотивации персонала может проводиться различными методами, такими как опрос, тестирование, экспертные оценки, диагностическое интервью и проективная методика. Каждый из этих методов имеет свои особенности и может применяться в зависимости от конкретной ситуации.

Опрос – это метод исследования, который применяется для сбора данных у определенной группы респондентов. Цели могут быть разнообразными, и исследователи применяют различные способы его проведения. Этот метод позволяет получить большое количество информации за небольшой промежуток времени, что делает его незаменимым инструментом для оценки уровня мотивации персонала.

Для изучения отношения персонала к мотивации в организации, необходимо создать набор вопросов, которые отражают удовлетворение основных потребностей сотрудников в организации, уровень удовлетворенности сотрудников важными аспектами их работы и т.д.

Следующим методом является тестирование или анкетирование. Он также включает в себя ряд вопросов, но, как правило, представлен в письменной форме. Тестирование проводится с целью выяснить, что не нравится сотрудникам, что приносит им удовольствие на работе и что их мотивирует. Для этих целей могут применяться опросники, такие как «Мотивация к успеху и избеганию неудач» Т. Элрса, тест оценки мотивации Герчикова, тест Дэвида Макклелланда «Что вами движет» и другие.

Метод экспертных оценок подразумевает работу внутренних экспертов из организации, что называется внутриорганизационным методом, либо внешних экспертов. Этот подход известен как внешний метод. Методы экспертных оценок активно применяются для прогнозирования будущих событий, когда недоступны статистические данные или их недостаточно.

Этот метод основан на том, что только эксперт может точно оценить мотивацию персонала. Однако, не каждый может выступить в качестве эксперта. Во-первых, эксперт должен хорошо знать персонал, который будет оцениваться, поэтому обычно руководители компании прибегают к использованию внутреннего метода. В этом случае экспертами чаще всего выступают высшие руководители.

Во-вторых, для получения четкой и обоснованной оценки необходимо выбрать независимого эксперта, который будет объективно отражать мнение о данном коллективе. Как и в предыдущих методах, здесь также используется анкета, поэтому необходимо аккуратно выбирать адекватные вопросы и формулировать их правильно.

Диагностическое интервью является самым сложным методом из всех вышеперечисленных, так как требует большое количество затрат времени и сил. Именно по данной причине этот метод используют для оценки мотивации небольших групп либо для оценки мотивации менеджеров или руководителей подразделений [2].

Проективные методы исследуют скрытую мотивацию сотрудников, которая остается скрытой даже от самих сотрудников. Эти методы, как правило, включают различные сочетания кейсов (то есть ситуаций), заданий и опросов.

Анализ мотивации персонала является периодическим процессом, который следует проводить раз в месяц и раз в квартал. Такая регулярность поможет своевременно обнаружить неэффективность существующей системы мотивации и принять необходимые меры для ее изменения.

При индивидуальной мотивации необходимо учитывать особенности каждого сотрудника. Даже если для некоторых денежное вознаграждение является важнейшим фактором мотивации, это не значит, что они согласятся на первое попавшееся предложение с более высокой зарплатой.

Оценив результаты проведенного анализа мотивации персонала, следует уделить внимание системе мотивации в компании. Здесь выделяются материальные и нематериальные, прямые и косвенные методы мотивации. Материальная мотивация основана на финансовом вознаграждении, тогда как нематериальная включает все дополнительные блага, предоставляемые компанией кроме зарплаты. Прямая мотивация направлена непосредственно на сотрудников, в то время как косвенная мотивация охватывает помощь их семьям.

Наиболее эффективным является комбинирование различных методов мотивации для того, чтобы сотрудники имели долговременный и качественный интерес к работе в компании.

Для создания эффективной системы мотивации необходимо связать критерии премирования с общими результатами компании. Важно регулярно изменять показатели премирования в соответствии с достижением поставленных целей и проводить анализ системы мотивации каждые три месяца.

Выводы. Когда уровень мотивации сотрудников достигает достаточно высокого уровня, то, соответственно, должна находиться на подходящем уровне и производительность труда, а также эффективность производства. Кроме того, увеличение мотивации персонала приводит к улучшению отношений внутри коллектива. Оценка уровня трудовой мотивации дает ответ на вопрос о том, насколько сильна или слаба мотивация у персонала. Имеет смысл использовать диагностику уровня трудовой мотивации в режиме наблюдения. Это помогает отслеживать динамику мотивации у сотрудников. Таким образом, оценка мотивации персонала играет ключевую роль, поэтому становится необходимостью проводить ее как можно чаще.

Список литературы:

1. Блинов, А.Д. Мотивация персонала корпоративных структур / А.Д. Блинов // Маркетинг. – 2017. – № 1. – С. 88-101.
2. Бурмистров, А.Е. Какие методы повышения мотивации персонала являются наиболее действенными? / А. Е. Бурмистров// Управление персоналом. – 2014. – № 7. – С. 48-49.
3. Управление человеческими ресурсами: учеб. пособие / А.М. Руденко [и др.]; под ред. А.М. Руденко. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2015. – 350 с.

Осинцев В. И., студент

Научный руководитель: Бочарова Н. А., канд. экон. наук, доцент
ФГБОУ ВО «Мелитопольский государственный университет», РФ
osintsev200131@mail.ru

УПРАВЛЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМ РАЗВИТИЕМ ПЕРСОНАЛА

Актуальность. Актуальность темы обусловлена тем, что ключевым фактором в реалиях современного бизнеса является менеджмент персонала и управление первостепенными факторами производства. В то же время приоритет развития персонала имеет большее значение, чем улучшение производственных мощностей. Кроме того, управление профессиональным развитием позволяет организациям адаптироваться к меняющимся требованиям рынка и повысить общую производительность. В связи с вышеуказанными данными может привести итог того, что данная тема является одной из актуальных в переходной период наших территорий.

Анализ последних исследований и публикаций. Такие исследователи, как О. А. Рыболовлева, Т. В. Игнатова, Э.Ф. Эвером и др., значительно продвинули изучение профессионального развития персонала предприятия и его влияния на систему управления предприятием.

Цель исследования: изучить теоретические основы контроля профессионального роста персонала и его оперативную роль в управление предприятием.

Результаты исследования. В самом широком смысле профессиональное развитие включает в себя сложную эволюцию и совершенствование навыков, способностей и личных качеств, связанных с профессиональными занятиями человека, находящиеся под влиянием сочетания социальных, биологических и случайных элементов.

Основными подходами к повышению профессионального роста корпоративного персонала являются:

1. Первичное профессиональное развитие сотрудников.
2. Повышение, обновление или освежение навыков сотрудников.
3. Стратегическое планирование карьеры и продвижения по службе.
4. Квалификационное повышение.

Чтобы эффективно измерять и управлять профессиональным развитием, важно дополнительно уточнить это определение.

Вначале давайте сосредоточимся на том, чтобы обозначить профессиональное развитие как целенаправленное, поскольку в конечном итоге оно будет подвергаться процессу внешнего контроля.

Кроме того, чтобы передать идеи склонностей, качеств и личных способностей, связанных с профессиональной деятельностью человека, мы используем термин «Профессиональная компетентность».

Компетенции относятся к отличительным чертам личности, имеющим решающее значение для эффективного выполнения конкретной роли, которые могут измерены посредством наблюдательных действий.

Исходя из вышеупомянутого можно сделать умозаключение, что профессиональное развитие персонала является целенаправленной деятельностью, направленной на повышение их профессиональных способностей или же другими словами компетенций.

В следующей таблице представлены основные этапы профессионального роста персонала организации на основе сокращенной модели отдельных стадий профессионального развития, разработанной Э.Ф. Эвером (табл. 1).

Модели стадий профессионального развития

№	Фаза профессионального развития	Описание фазы
1	Профессиональная адаптация	Приобретение опыта в новой социальной роли в системе взаимоотношений в команде, самостоятельное оттачивание профессиональных навыков и развитие жизненно важных профессиональных качеств.
2	Первичная профессионализация	Специализированная роль, отличительные профессиональные качества, уникальный подход к работе, экспертное мастерство.
3	Вторичная профессионализация	Профессиональное мышление, согласованность с сообществом, основные компетенции, карьерная гибкость, корпоративный дух, адаптируемый стиль работы, экспертные знания.
4	Профессиональное мастерство	Участие в инновационных профессиональных начинаниях, персонализация своего карьерного пути и достижение вершины профессионального роста и развития.

По мере повышения квалификации персонал организации совершенствует свои профессиональные компетенции. Этот прогресс отражает рост компетентности от первоначальной профессиональной адаптации до окончательного совершенства (профессиональное мастерство), охватывающий весь спектр навыков персонала организации.

Выводы. По сути, профессиональное развитие включает в себя улучшение, расширение и укрепление базы знаний и личных качеств человека, необходимых для приобретения новых навыков и знаний на протяжении всей его карьеры. Управление профессиональным развитием – это целенаправленная реализация стратегии человеческих ресурсов для повышения конкретных компетенций сотрудников. Высококвалифицированные специалисты пользуются большим спросом и имеют большие перспективы карьерного роста.

Список литературы:

1. Ignatova, T.V. Professional development of the organization's personnel: theoretical approaches, essences, stages and factors / T.V. Ignatova, O.A. Rybolovleva. – Текст: электронный. – 2015. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/professionalnoe-razvitie-personala-organizatsii-teoreticheskie-podhody-suschnost-stadii-i-factory> (дата обращения: 25.11.2023).
2. Rybolovleva, O.A. Professional development of the organization's personnel - competence approach. – Текст: электронный. – 2015. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/professionalnoe-razvitie-personala-organizatsii-kompetentnostnyu-podhod> (дата обращения: 25.11.2023).
3. Rybolovleva, O.A. Social technologies of professional development / O.A. Rybolovleva. – Issue №3. – 2015. – Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-tehnologii-professionalnogo-razvitiya-personala-organizatsii> (дата обращения: 25.11.2023).

Остапченко А. Ю., студент
Научный руководитель: Ганич Л. В., канд. экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
ostapchenko2001@mail.ru

РОЛЬ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Актуальность. На этапе инновационной экономики и модернизации производства интерес к управлению кадровым потенциалом возрастает, поскольку именно от компетентности работников зависит конкурентоспособность предприятия. Понятие «кадровый потенциал» является достаточно изученным в теории, однако терпит трансформацию и имеет узкую область применения на практике в связи с отсутствием методических подходов к расчету данного показателя, адаптированных к условиям реального производства. Необходимость исследования заключается во всестороннем изучении теоретических положений сущности кадрового потенциала для реализации механизмов адаптации к условиям практического применения.

Анализ последних исследований и публикаций. Изучению теоретических и практических аспектов управления кадровым потенциалом предприятия посвящено немало работ российских и зарубежных учёных, среди которых В. В. Адамчук, Н. А. Белкина, Н. М. Глухенькая, А. И. Ильин, Р. Ю. Кондрашова, К. Мальцев, Н. Р. Балынская, С. И. Сотникова, С. Н. Спорыхина, Н. В. Федорова, Э. Эдмондсон, М. Эффрон и др.

Цель исследования: теоретический обзор понятия «кадровый потенциал», его структурных элементов и характеристик, как стратегического направления развития промышленного предприятия в современных экономических условиях.

Результаты исследования. Анализ теоретико-методологических аспектов кадрового потенциала вносит определенную ясность в терминологическое обоснование и содержание данной экономической категории.

Несмотря на кардинальные изменения в процессе смены технологических укладов и формирования постиндустриального общества, роль человеческого капитала во всех сферах хозяйственной жизни усиливается с каждым днем. Для того, чтобы обеспечить решение перспективных задач социально-экономического развития, безопасности и конкурентоспособности современного промышленного предприятия, большое внимание необходимо уделять рациональному использованию и развитию кадрового потенциала.

Анализ научной и специализированной литературы показал, что понятие «кадровый потенциал» прошло некую эволюцию в процессе своего становления в отдельную социально-экономическую категорию. Первоначально под кадровым потенциалом понималось фактическое наличие у человека знаний, умений и навыков, которые он применяет в процессе труда. Затем было осознано, что указанная трактовка не отражает сути понятия «потенциал», и был предложен подход, основанный на совокупной способности персонала к выполнению возложенных на него функций и достижению стратегических целей организации. На современном этапе развития научной мысли кадровый потенциал терпит трансформацию – в понятие вкладывают возможность адаптации кадров к меняющимся условиям рынка в связи с инновационным развитием экономики [2]. Таким образом, на сегодняшний день не существует единого подхода к определению понятия «кадровый потенциал», что делает необходимым изучение различных трактовок и соотнесение их к той или иной категории (табл. 1).

Таблица 1

Подходы к определению сущности кадрового потенциала предприятия (составлено автором)

Подход	Трактовка понятия «кадровый потенциал»	Представители
Компетентностный	элемент экономического потенциала предприятия, включающий в себя знания, умения и навыки работников организации, которые они ежедневно используют при выполнении своих профессиональных обязанностей	Дандыкина Е. М., Коноплева Г. И., Неверкевича Д. О.
Личностный	это имеющиеся и потенциальные возможности работников как целостной системы, которые используются и могут быть использованы в определённый момент времени	Агараева Г. Ш., Рабцевич А. А., Третьякова Е. П., Кравченко А. И.
Деятельностный	основная часть экономического потенциала, характеризующаяся количественным и качественным составом трудовых ресурсов предприятия, их соответствием уровню используемой техники и технологий, а также возможностью долгосрочного развития в соответствии с целями предприятия	Козлова Т. В., Андреев С. В., Ильин А. И., Балынская Н. Р.
Адаптивный	неотъемлемая часть экономического потенциала, которая характеризует способность трудовых ресурсов организации эффективно адаптироваться к быстроменяющимся экономическим условиям, обеспечивая инновационное развитие производства	Александрова М., Стулова Е. А., Дяковский П. Н.

Опираясь на разносторонние взгляды отечественных учёных, под кадровым потенциалом будем понимать совокупность знаний, навыков и способностей персонала, которые могут быть использованы в рамках трудовой деятельности для достижения поставленных целей и стимулирования прогрессивного развития предприятия.

Для уточнения содержания категории «кадровый потенциал» важно выделить его ключевые элементы, характеризующие определенные качества работников [1, с. 9]:

квалификационные – образование, уровень профессиональной подготовки, объем и глубина знаний, трудовые навыки и опыт работы;

психологические – общее состояние здоровья, уровень работоспособности, внутренние побуждения к трудовой деятельности;

социально-демографические – возраст, пол, семейное положение;

личностно-мотивационные – уровень социальной зрелости, ценностные предпочтения, потребности, эмоционально-волевые характеристики, интересы;

инновационные – совокупность новаторской способности, желания и готовности персонала к инновационной деятельности в рамках и интересах организации.

Совокупность обозначенных потенциальных возможностей персонала играет решающую роль в социально-экономическом развитии организации. При этом следует учитывать, что некоторые из характеристик работников могут быть как использованы, так и не использованы в трудовой деятельности, – они являются гибкими образованиями, обладающими способностью развиваться и изменяться [4].

Важно отметить, что кадровым потенциалом обладает любая организация, но не каждая использует его эффективно. Эффективное использование знаний и навыков сотрудников характеризуется таким состоянием организационной системы, при котором достигаются организационные цели с минимальными затратами всех видов ресурсов. В рамках анализа эффективного использования потенциала сотрудников предприятия в экономической теории оцениваются количественные и качественные показатели.

Исследование показателей результатов труда, объемов и сроков выполнения работ включает применение количественных методов. В то же время, анализ качественной стороны кадрового потенциала организации основан на оценке условий и

влияния социологических и социально-психологических факторов на удовлетворенность персонала различными аспектами труда и взаимоотношений в коллективе (рис. 1).

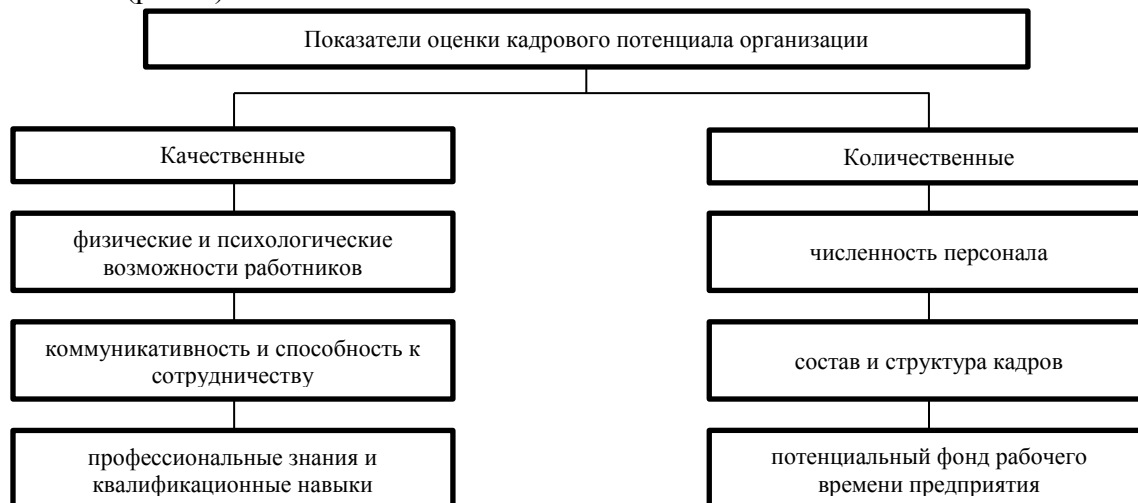


Рис. 1. Показатели оценки кадрового потенциала (составлено автором по: [3, 4])

Анализ кадрового потенциала организации подразумевает исследование персонала как важнейшего ресурса, правильное использование способностей которого может привести организацию к достижению стратегических целей и задач. Оптимальный кадровый потенциал предполагает определенные условия, включающие обучение и развитие персонала, правильную расстановку кадров и определение их трудовых обязанностей, создание адаптационных программ для молодых работников, а также внедрение системы мотивации и стимулирования персонала. Результатом улучшения использования потенциала персонала организации является создание благоприятного психологического климата, развитие условий для самореализации сотрудников и повышение их социальной защищенности.

Вывод. На основании проведенного теоретического анализа можно констатировать, что развитие кадрового потенциала заключается в повышении профессионально-квалификационного уровня работников, постоянном обновлении их знаний, умений, навыков, что способствует достижению стратегических целей предприятия и повышению его конкурентных позиций в экономическом пространстве. Следовательно, в современных условиях главным показателем успешной деятельности фирм является то, насколько полно используется потенциал их сотрудников в процессе достижения планируемых показателей.

Список литературы:

1. Айсханова, Е. С. Сущностная характеристика и современные методы оценки кадрового потенциала организации / Е. С. Айсханова, З. М. Тазбиева, К. Х. Ильясова // *Индустриальная экономика*. – 2022. – № 2. – С. 6-12.
2. Александрова, М. В. Терминологический анализ понятия «кадровый потенциал» и его адаптация к современным условиям функционирования промышленных предприятий / М. В. Александрова // *Молодой ученый*. – 2016. – № 9 (113). – С. 461-465.
3. Терелецкова, Е. В. Роль кадрового потенциала в обеспечении конкурентоспособности организации / Е. В. Терелецкова, А. Б. Назаров // *Экономика и бизнес: теория и практика*. – 2021. – №6-2. – С. 212-214.
4. Юсупова, Т. А. Анализ кадрового потенциала: обзор эффективных методов оценки / Т. А. Юсупова, З. Ш. Амерханова, В. Х. Хадисов // *Индустриальная экономика*. – 2022. – №2. – С. 69-77.

Петраш О. В., студент
 Научный руководитель: Балтачеева Н. А., д-р экон. наук, профессор
 Донецкий государственный университет, РФ
 ole4ka.petrash@gmail.com

АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ РЫНКА ТРУДА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Актуальность. Рынок труда является ключевым элементом социальной и экономической политики любого государства, поскольку он определяет темп роста и уровень социального положения населения. Формирование и развитие рынка труда определяется количественным и качественным составом трудовых ресурсов. Кроме того, особенности развития рынка труда зависят от политической и социально-экономической обстановки. Актуальность исследования обусловлена тем, что благоприятная ситуация на рынке труда обеспечивает высокие показатели экономической эффективности государства.

Анализ последних исследований и публикаций. Рынок труда, занятость и безработица всегда были в поле зрения экономической науки. Изучению состояния рынка труда посвящены работы таких российских ученых, как Алпатова Э. С., Ашмаров И. А., Волошин А. А., Капелюшников Р. И., Кожемяко С. В., Одегов Ю. Г. и др. Вместе с тем, несмотря на многочисленные исследования указанной проблематики, вопросы текущего функционирования, регулирования и развития рынка труда остаются актуальными и требуют дальнейшего исследования.

Цель исследования: выявление современных проблем рынка труда Российской Федерации на основе оценки его состояния.

Результаты исследования. Анализ рынка труда Российской Федерации начнем с анализа численности и состава рабочей силы (табл. 1).

Таблица 1

Численность и состав рабочей силы в 2019-2022 гг. (составлено автором по [7])

Год	Рабочая сила, тыс. чел.	В том числе		Уровень участия в составе рабочей силы, %	Уровень занятости, %	Уровень безработицы, %
		занятые, тыс. чел.	безработные, тыс. чел.			
2019	75 226	71 765	3 461	68,0	64,9	4,6
2020	74 777	70 461	4 316	67,6	63,7	5,8
2021	75 222	71 598	3 624	68,2	64,9	4,8
2022	74 809	71 861	2 948	68,2	65,5	3,9

В целом показатели 2019 г. можно расценивать как стабильные, без значительных падений с допустимыми отклонениями. В следующем году ситуация на рынке оценивалась уже как кризисная. Уровень участия рабочей силы в 2020 г. сократился на 0,6%, или 450 тыс. чел. Что касается занятого населения, то в 2020 г. сравнению с 2019 г. число занятых уменьшилось на 1304 тыс. чел., уровень занятости – на 1,2%. Безработных граждан стало на 855 тыс. чел. больше (24,7%) по сравнению с 2019 г.

Такую ситуацию можно объяснить тяжелой экономической ситуацией в стране с начала 2020 г., вызванной распространением COVID-19. Весной и в начале лета большинство предприятий функционировали удаленно, некоторые из них вынуждены были закрыться в связи с тем, что несли огромные убытки [3, с. 8].

Однако в 2021 г. ситуация начала улучшаться. Так, в 2021 г. уровень участия рабочей силы увеличился на 0,2% по сравнению с 2019 г., уровень безработицы стал на 0,2% ниже по сравнению с 2019 г.

В начале 2022 г. ситуация на общем рынке значительно изменилась, что вызвано

введением экономических санкций со стороны ЕС и США. Однако рынок труда пока не испытал спад. Согласно данным Росстата, уровень участия рабочей силы в 2022 г. остался неизменным по сравнению с 2021 г., тогда как уровень безработицы снизился на 0,9% по сравнению с 2021 г.

Что касается распределения занятых по возрастным группам, то здесь можно отметить некоторые особенности: в 2021 г. наибольшее число занятых приходилось на две возрастные группы: работники в возрасте 30–34 лет, и работники в возрасте 35–39 лет (табл. 2).

Таблица 2

Структура занятых по возрастным группам в 2021 г., % [6]

Показатель	Все го	в том числе в возрасте, лет											
		15–19	20–24	25–29	30–34	35–39	40–44	45–49	50–54	55–59	60–64	65–69	70 лет и старше
Занятые	100	0,5	4,7	11,0	15,2	14,8	13,5	12,5	10,7	10,2	5,1	1,5	0,4
Мужчины	100	0,5	5,2	11,8	15,9	14,8	12,9	11,7	9,9	10,2	5,4	1,4	0,3
Женщины	100	0,4	4,3	10,2	14,5	14,8	14,0	13,3	11,5	10,2	4,7	1,6	0,5

Как видно из табл. 2, с повышением возраста и переходом работников в следующие возрастные группы количество занятых работников начинает постепенно снижаться. Абсолютный пик уровня занятости работников по возрасту приходится на период от 30 до 39 лет, составляя более 15%. Для сравнения, уровень занятости населения в возрасте от 20 до 24 лет составил менее 5% от общего уровня. Средний возраст занятых составляет 41,8 лет, мужчин – 41,4 года, женщин – 42,2 года.

В 2022 г. потребность предприятий в работниках по различным профессиональным направлениям составила 1 511 737 чел. [5]. Наибольшую потребность составляли работники сферы обслуживания и торговли, квалифицированные работники сельского и лесного хозяйства, рыболовства и рыболовства; квалифицированные рабочие промышленности, строительства, транспорта и рабочие родственных занятий; неквалифицированные рабочие. Наименьшая потребность пришлась на руководителей.

Важной особенностью рынка труда является то, что предлагаемая работа и ее оплата сильно разнятся. Существует ряд причин, которые влияют на размер оплаты труда: престижность профессии, тяжелая, опасная работа, квалификация работника, уникальность профессии и т.д.

Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата в 2022 г. в РФ составила 65 338 руб. Рассмотрим тенденцию по профессиональным группам. Согласно данным Росстата, в 2021 г. руководители получают самую высокую заработную плату в России – 112 269 руб.; второе место – у специалистов высшего уровня квалификации – 63 573 руб. В наихудшем положении находятся неквалифицированные рабочие, средняя заработная плата которых в 2021 году составила 28 664 руб., а также работники сферы обслуживания и торговли, охраны граждан и собственности – 35 399 руб. [2].

На российском рынке труда традиционные группы риска – молодые специалисты, пожилые сотрудники, женщины, которые рассматривают возможность уйти в декрет или выйти из декрета, молодежь без образования и/или опыта работы. Все эти социальные группы связаны в глазах работодателя с дополнительными рисками: финансовыми расходами, значительными социальными обязательствами [1, с. 40].

Как видно из табл. 3, в 2021 г. наибольший процент безработных как среди мужчин, так и среди женщин приходится на возрастную группу 20–34 лет. Это самая активная и трудоспособная группа, поэтому данной возрастной категории необходимо уделять особое внимание. Далее, с повышением возраста и переходом работников в

следующие возрастные группы количество безработных работников начинает постепенно снижаться.

Таблица 3

Структура безработных по возрастным группам в 2021 г., % [6]

Показатель	Все го	в том числе в возрасте, лет											
		15–19	20–24	25–29	30–34	35–39	40–44	45–49	50–54	55–59	60–64	65–69	70 лет и старше
Безработные	100	3,6	16,6	13,5	15,1	12,6	9,8	8,6	8,3	8,0	2,9	0,6	0,3
Мужчины	100	3,9	17,1	13,6	13,2	12,2	9,3	8,5	7,9	9,5	3,8	0,7	0,2
Женщины	100	3,3	16,0	13,4	17,0	13,0	10,4	8,6	8,7	6,5	2,1	0,6	0,4

Средний возраст безработных граждан в России составляет 36,9 лет, в том числе мужчин – 37,2 года, женщин – 36,5 лет.

Выводы. Современное состояние рынка труда Российской Федерации характеризуется разнонаправленными тенденциями. С одной стороны, существует высокий уровень безработицы, особенно среди молодежи и женщин, низкие заработные платы и нестабильность занятости. С другой стороны, наблюдается дефицит квалифицированных кадров в некоторых отраслях экономики, что приводит к росту зарплат специалистов.

Для устранения наметившихся негативных тенденций понадобится целый комплекс неотложных мер. Некоторые из них уже осуществляются, другие требуют более активного вмешательства государства. В этой связи регулирование занятости населения должно осуществляться исходя из реальных потребностей рынка труда с четким обозначением целей и задач. Речь идет не только о помощи безработным гражданам, но также и о содействии в поиске другой работы (в другом месте, по иной специальности) с более высоким заработком [4, с. 524].

Список литературы:

1. Ашмаров, И. А. Состояние российского рынка труда в новых условиях пандемии / И. А. Ашмаров // *Bulletin Social-Economic and Humanitarian Research*. – 2022. – № 13 (15). – С. 39–52.
2. Заработная плата. – Текст: электронный // Росстат (Федеральная служба государственной статистики): [сайт]. – URL: https://rosstat.gov.ru/labour_costs.
3. Кеба, В. Р. Рынок труда в современной России / В. Р. Кеба // *Научные записки молодых исследователей*. – 2021. – № 3. – С. 5–13.
4. Кожемяко, С. В. Современные проблемы и перспективы развития рынка труда / С. В. Кожемяко, Э. С. Алпатова // *Московский экономический журнал*. – 2023. – № 3. – С. 512–527.
5. О численности и потребности организаций в работниках по профессиональным группам. – Текст: электронный // Росстат (Федеральная служба государственной статистики): [сайт]. – URL: <https://rosstat.gov.ru/compendium/document/13266> (дата обращения: 25.11.2023).
6. Рабочая сила, занятость и безработица в России. – Текст: электронный // Росстат (Федеральная служба государственной статистики): [сайт]. – URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13211> (дата обращения: 25.11.2023).
7. Трудовые ресурсы, занятость и безработица/ – Текст: электронный // Росстат (Федеральная служба государственной статистики): [сайт]. – URL: https://rosstat.gov.ru/labour_force (дата обращения: 25.11.2023).

Подопригора А. В., студент
Научный руководитель: Подопригора М. Г., канд. экон. наук, доцент
ФГАОУВО «Южный федеральный университет», РФ
missis.podoprigora2015@yandex.ru

РАЗРАБОТКА МЕТОДИКИ ПОВЫШЕНИЯ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Актуальность. Тема повышения мотивации персонала на промышленном предприятии является достаточно актуальной, так как управление мотивацией является своеобразной инвестицией в развитие персонала, которая способствует повышению качества выполняемой работы и максимизации прибыли промышленного предприятия.

На сегодняшний день, руководство промышленных предприятий нуждается в поиске и эффективном механизме воздействия на мотивацию персонала на предприятии.

Исходя из вышесказанного, разработка методики повышения мотивации на промышленном предприятии является необходимым этапом, который является эффективным в конкурентной борьбе. Усилия, которые прилагаются в этом ключе, приводят не только к повышению уровня производительности и благоприятным условиям труда, а и к повышению производительности на промышленном предприятии.

Анализ последних исследований и публикаций. Данное исследование опирается на труды общепризнанных исследователей, таких как: Ф.Тейлор, Э. Мейо, А. Маслоу, Д. Мак-Грегор, они внесли огромный вклад в развитие данной темы, а также разработали различные теории и модели мотивации труда. Теоретической основой исследования послужили труды отечественных учёных: А. Аверина, А. Афонина, В. Слободчикова, А. Адашева, Е. Романовской, которые исследуют процесс мотивации труда персонала. Мотивацию труда и механизм его воздействия на персонал рассматривают отечественные учёные, а именно: В. Надеждина, И. Драгунская, Г.Бакирова, А. Ванганди.

Цель исследования. Целью исследования является рассмотрение мотивации, как ключевого аспекта при работе персонала на промышленном предприятии и теоретическая разработка методики стимулирования мотивации труда, которая может быть применима ко всем предприятиям, в том числе и к промышленным.

Результаты исследования. Рассматривая тему через призму социальной действительности, можно сделать вывод, что не все промышленные предприятия уделяют данному вопросу должное внимание. Это обусловлено тем, что на предприятиях отсутствует эффективная методика воздействия на мотивацию сотрудников.

Мотивация – это то, что движет людьми в достижении поставленных перед собой целей. На промышленном предприятии, для достижения общих целей, руководству необходимо уметь правильно и эффективно стимулировать и повышать мотивацию персонала промышленного предприятия.

Аверин А.В. выдвигает дефиницию понятия мотивации труда: «Мотивация труда – является неотъемлемой частью управления персоналом, так как помимо оплаты работы, создания условий труда, работодатель должен обеспечить возможность карьерного роста, стремления сотрудников к какой-либо цели» [1].

Рассматривая определение мотивации труда, мы можем сделать вывод, что данный процесс является многогранным, так как состоит из целого комплекса условий, благодаря которым, сотрудник может реализовать свой трудовой потенциал.

Реализация трудового потенциала сотрудников заключается в максимизации прибыли промышленного предприятия, а также в достижении корпоративных целей и задач предприятия. Для работы данного механизма, при разработке методики необходимо чётко определять этапы и действия для стимулирования и поддержания мотивации персонала на промышленном предприятии.

Разработка методики берёт во внимание все потребности сотрудников.

Потребности сотрудников могут быть достаточно разнообразными. Например, потребность в справедливости, психологическом климате в коллективе и условиях труда.

Так как, на процесс мотивации влияет огромное количество различных факторов, он является динамичным. Именно это необходимо учитывать при применении методики на практике [2].

Для разработки эффективной методики повышения мотивации персонала на промышленном предприятии необходимо брать во внимание на:

1. Определение важных и приоритетных целей, для прогнозирования ожидаемого результата;

2. Причины возникновения слабой мотивации персонала и анализа ситуации. Необходимо провести работу над искоренением негативных последствий от слабой мотивации и сделать прогноз дальнейшего развития ситуации;

3. Достигнутые результаты работы персонала и дать им оценку. Результаты могут быть эффективными и неэффективными. Для эффективных результатов персонала может быть использована стратегия экономического и неэкономического характера.

4. Систему вознаграждения продуктивных сотрудников, которая ориентирована на привлечение и удержание перспективных и квалифицированных сотрудников. Это усилит стимулирование мотивации персонала промышленного предприятия.

5. Нагрузку персонала в течение дня. Необходимо распределить нагрузку на персонал, путём разделения большой задачи на мелкие части и делегирования задач между сотрудниками промышленного предприятия.

6. Систему обучения и повышения квалификации персонала. Развитие умений и знаний персонала промышленного предприятия способствует повышению качества услуг и минимизацию потерь времени и ресурсов.

Мотивационный процесс состоит из определённых этапов, а именно: выявление потребности в данном процессе, формирование и развитие имеющихся мотивов персонала промышленного предприятия, стимулирование мотивации персонала для координации поведения и действий персонала на промышленном предприятии [3].

Целью мотивации является формирование комплекса условий, побуждающих человека к совершению действий, направленных на достижение цели с максимальным эффектом [4].

Стратегия по вознаграждению высокоэффективных сотрудников промышленного предприятия может быть двух видов:

1. Экономического характера. Экономическая стратегия – это всё то, что есть материальным комплексом мероприятий по вознаграждению и стимулирования мотивации персонала на промышленном предприятии. В данную классификацию входят: премии, путёвки на море, оплата проезда, абонементы в спортивный зал, в спа-центры. То есть, любые мероприятия, которые связаны с отдыхом и расслаблением, либо спортом, за счёт предприятия.

2. Неэкономического характера. Неэкономическая стратегия – это всё то, что связано с проведением время по случаю праздников или каких-то мероприятий.

Например, совместные выездные мероприятия, организация корпоративов и спортивных мероприятий, мероприятия, по случаю достижения поставленных целей и задач на предприятии.

Сама по себе стратегия по вознаграждению сотрудников имеет множество разнообразных путей построения, так как в практике исследований существует множество форм, методов и способов воздействия на мотивацию персонала [5].

Следует брать во внимание тот факт, что использование только экономической стратегии по повышению мотивации не будет эффективным в долгосрочной перспективе, необходимо соблюдать баланс между данными методами и способами управления мотивацией персонала на предприятии. Система вознаграждений благоприятно влияет на привлечение и удержание перспективных и эффективных работников на промышленном предприятии.

Рекомендуется использование экономических методов при достижении сотрудником поставленной цели в кратчайшие сроки, с минимальными затратами ресурсов.

Результаты теоретического исследования позволяют сделать такие выводы, что при разработке методики повышения мотивации персонала на промышленном предприятии необходимо учитывать цели предприятия, индивидуальные потребности персонала и эффективность предложенной методики.

Выводы. Посредством анализа научных работ и публикаций о понятии и сущности мотивации удалось определить, что мотивацией является совокупность материальных и нематериальных стимулов со стороны компании, которые побуждают сотрудников работать эффективнее.

Цель системы мотивации развивать компанию посредством своевременного отслеживания и удовлетворения потребностей персонала.

Процесс мотивации является основой управления людьми и определяет эффективность управления, это предоставление человеку определенного мотива, побуждающего его вести себя определенным образом.

Мотивация играет центральную роль в системе управления, ведь она благоприятствует повышению эффективности труда персонала организации, росту квалификации кадров, а это значит, что эффективности всего производства растёт. Чем больше по объёмам производства промышленное предприятие, тем больше внимания необходимо уделить стимулированию работников.

Это безусловно принесет промышленному предприятию доход и повысит производительность и эффективность труда.

Список литературы:

1. Аверин, А.В. Управление персоналом, кадровая и социальная политика в организации: учебное пособие – Москва: Изд. РАГС, 2017. – С. 153.
2. Афонин, А.Ю. Понятие и значение мотивации и мотивационного процесса // Интеллектуальный потенциал XXI в.: степени познания – 2017. – №17 – С. 105.
3. Слободчиков, В.И. Психология развития человека: развитие субъективной реальности в онтогенезе: учебное пособие. – М.: ПСТГУ, 2017. – С. 85.
4. Адашев, А. У. Мотивация персонала как функция менеджмента / А. У. Адашев, Х. О. Арслонов // Мировая наука. – 2019. – № 1(22). – С. 34-37.
5. Романовская, Е.В., Бакулина Н.А. Теоретические аспекты проведения процесса реструктуризации промышленных предприятий // В сборнике: Математика и математическое моделирование. Сборник материалов XIII Всероссийской молодежной научно-инновационной школы. – 2019. – С. 166-167.

Сазонова А. К., студент
Научный руководитель: Денисов А. Ф., канд. пс. наук, доцент
Санкт-Петербургский государственный университет, РФ
denisov@gsom.spbu.ru

ИЗУЧЕНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ КОММУНИКАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ В КИТАЙСКИХ КОМПАНИЯХ

Актуальность. Для современных организаций неэффективные коммуникации являются актуальной и болезненной проблемой. Искажение информации, низкая скорость ее передачи, неподходящие инструменты коммуникаций – все это, как следствие неразвитой коммуникативной культуры, отрицательно влияет на результативность компании и качество решения проблем.

Россия имеет тесные экономические связи с Китаем. Множество отечественных компаний выходит на рынок этой страны. В связи с чем особую важность приобретает изучение коммуникативной культуры в китайских компаниях, так как нашим работникам, выходящим на рынок Поднебесной, важно знать и понимать особенности коммуникативной среды этой страны и свойственного ее организациям коммуникативного климата. Это позволит ускорить процесс адаптации сотрудника в заграничной фирме, лучше понимать китайских коллег, помогать развивать корпоративную культуру и, самое важное, получать необходимые для принятия управленческих решений, информацию и данные быстро и без барьеров в коммуникации.

Анализ последних исследований и публикаций. Существуют отдельные исследования об обычаях и культуре Китая. Однако, упор в подобной литературе сделан на исторически сложившихся особенностях страны и общих советах в поведении. О том как обстоят дела с коммуникативной культурой в контексте бизнес-взаимодействия внутри фирм почти отсутствуют публикации. В основном для анализа использовалась литература, описывающая коммуникацию и предмет коммуникативной культуры в целом без опоры на конкретные отрасли или географию исследования.

Так, например, из исследования [1] об особенностях коммуникативной культуры была подчеркнута идея об индивидуальности коммуникативных стратегий для каждой организации, так как каждая компания имеет собственные коммуникативные закономерности существования. В другой публикации [2] об алгоритмах диагностики организационных коммуникаций описывает коммуникационные способности фирмы как комплексное понятие, зависящее от множества элементов и факторов фирмы. В исследовании эффективности коммуникаций в организации [3] делается акцент на том, что сам факт обмена информацией не гарантирует эффективности общения участвовавших в обмене людей. В публикации о деловых коммуникациях [4] отмечается, что коммуникации – взаимодействие людей, ведущее к развитию в процессе трудовой деятельности, чем подчеркивает коммуникацию, как неотъемлемую часть успешной организации. В публикации о коммуникативных стратегиях [5], упоминается, что коммуникативная стратегия является важной частью общей стратегии развития компании, составляя фундамент организационной культуры. Все описанные источники информации подчеркивали важность исследования понятия коммуникативной культуры и развития ее в компаниях для улучшения показателей и работоспособности организации.

Цель исследования. Цель представленного исследования состоит в том, чтобы определить ряд особенностей коммуникативного поведения сотрудников китайских компаний для помощи российским менеджерам, активно работающим в КНР в

повышении эффективности их работы и увеличения результативности компании посредством учета всех нюансов коммуникативного климата фирмы, а также составление рекомендаций для оптимизации коммуникативной культуры китайских организаций.

Результаты исследования. В качестве основного метода исследования было проведение онлайн-опроса. Опрос состоял из 21 вопроса, ответ получен от 20 китайских компаний, сфера деятельности которых представляет собой разные отрасли ведения бизнеса. В результате были выявлены следующие особенности коммуникативной культуры в китайских компаниях:

1. Недостаточность четкого понимания важности развития коммуникативной среды и знакомства с понятием коммуникативной культуры
2. Наличие 7 диалектов создает семантические проблемы в коммуникациях, как во внутренних, так и во внешних, информация может трактоваться неверно
3. Самые частые способы взаимодействия в организации - деловые переговоры, телефонные разговоры и деловые переписки. Именно в этих формах общения присутствуют трудности с передачей информации
4. Компетентное использование официальных каналов связи и передачи данных, благодаря устоявшимся традициям делового этикета
5. Отсутствие проблем коммуникаций между разными структурными элементами

Выводы. Таким образом был проведен анализ особенностей коммуникативного поведения в Китае и китайском бизнесе. Был выявлен ряд отличительных характеристик коммуникативной культуры, которые свойственны и распространены среди китайских организаций. Указанные и рассмотренные детально аспекты коммуникативного климата находятся в зависимости как от культурных особенностей страны, строго следующей своим многовековым традициям взаимоотношений, так и от социальных внутренних и внешних параметров, сложившихся из-за различных структурных деталей организации фирм, экономических и производственных особенностях страны.

Практические рекомендации для модернизации коммуникативной культуры в китайских компаниях:

1. Совершенствование формальных коммуникаций через проработку социальных коммуникативных навыков сотрудников компании.
2. Работа с инструментальным методом (фильтрация информации, установление очередности сообщений, регулирование потоков информации, уменьшение избыточности сообщений, их верификация, выпрямление связей).
3. Включение в процесс собеседования возможности делиться с кандидатом особенностями коммуникативной культуры организации.
4. Необходимость в проведении внутренних исследований для создания оформленной коммуникативной культуры, подстроенной под конкретную фирму.

Определена необходимость в изучении и определении собственной коммуникативной культуры для китайских компаний. Так организации китайского рынка смогут эффективнее работать, так как коммуникации и переход информации будут проходить качественнее, а значит, задачи будут решаться успешнее. Также менеджер, используя эти данные, получит возможность более эффективно руководить внутренними процессами фирмы. Помимо этого, подбор персонала станет результативнее, ведь кандидаты будут проходить отбор с упором на конкретную коммуникативную среду.

Как определено в исследовании о проблемах коммуникативной культуры компаний российского рынка [6]: «Не существует универсальных способов решения

вопросов, связанных с коммуникативной культурой организации. В одних случаях — это коррекция поведения руководителя, а в других — сотрудников (либо реорганизация структуры коммуникативных процессов)». То есть каждый коммуникативный процесс индивидуален, в каждой организации он свой, вот почему в данном случае так важна личная заинтересованность компании в изучении вопроса коммуникаций в своем внутреннем устройстве. Соответственно в перспективе дальнейшего развития в этом направлении — разработка консультационных проектов для китайских организаций по развитию индивидуальных систем коммуникативной культуры.

Список литературы:

1. Бабосов, Е.М. Особенности коммуникации в организационных моделях различных типов / Е.М. Бабосов, А.А. Трусъ // Вестник Московского университета. Серия 18: Социология и политология. – 2020. – № 3. – С. 95–114.
2. Кравец, М.А. Алгоритм и методология стратегической диагностики организационных коммуникаций / М. А. Кравец // Современная экономика: проблемы и решения. – 2015. – № 4. – С. 55–65.
3. Лещукова, И.В. Эффективность коммуникаций в организации / И. В. Лещукова // Инновационная наука. – 2016. – № 12–3. – С. 139–141.
4. Лисс, Э.М. Деловые коммуникации / Э.М. Лисс, А. С. Ковальчук. – М.: Дашков и ко, 2018. – 342 с.
5. Асташина, О.В. Коммуникативные стратегии в организации / О.В. Асташина // Вестник науки и образования Северо-Запада России. – 2020. – № 4. – С. 151–156.
6. Денисов, А. Ф. Проблемы коммуникативной культуры в компаниях, работающих на российском рынке / А.Ф. Денисов // Вестник Санкт-Петербургского университета. Менеджмент. – 2021. – Т. 20. – №. 1. – С. 86–107.

Скурыдина А. А., студент,
Солдаткина О. В., канд. экон. доцент
ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный университет», РФ
olg_sold@mail.ru

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТИ ПЕРСОНАЛА В ОРГАНИЗАЦИЯХ СФЕРЫ УСЛУГ

Актуальность. За последнее время сфера услуг выступила в качестве одной из наиболее перспективных отраслей экономики. По данным Всемирного банка, в 2020 г. доля третичного сектора в экономике мира достигла 63,0%, а в Европе – 69,4%. Максимальная доля сферы услуг отмечается у Мальты и Монако (88%), Люксембурга (87%), Сан-Марино (86%) и Кипра (83%). Из более крупных стран максимальная доля услуг в экономике характерна для Греции (79%), Франции (78%), Бельгии (77%), Дании и Черногории (76%), Португалии и Исландии (75%). Наименьшее значение сфера услуг в структуре ВВП имеет в Сербии (49%), Албании и Беларуси (51%), Польше (57%), Ирландии и Чехии (60%), Словакии (61%), где пока велика доля индустриального сектора. В России для сравнения, доля сферы услуг составила 62,3% [1].

Для обеспечения успеха на рынке организациям сферы услуг необходимо акцентировать свое внимание на клиентоориентированности. Данный подход ориентирован на формирование долгосрочных взаимоотношений с потребителями, следствием чего станет процветание организации, а также рост ее финансово-

экономической деятельности. Поэтому клиентоориентированность играет важное значение в деятельности организаций этой сферы.

Это проявляется в следующем:

- установлении обратной связи с потребителями услуг;
- улучшении качества предоставляемых товаров и услуг;
- адаптируемости к современным рыночным условиям.

Сфера услуг, которая активно развивается, характеризуется тем, что персонал в ней является самым важным компонентом осуществления коммерческой деятельности.

В свою очередь, клиентоориентированность предполагает построение долгосрочных взаимоотношений с потребителем, однако важную роль в этом играет персонал организаций сферы услуг. Так, клиентоориентированный подход стал основой для разработки новых требований к деятельности персонала организаций сферы услуг.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросы, сущности клиентоориентированного подхода в сфере услуг представлены в работах многих зарубежных авторов, в частности, Митчелла. С. Шермана Д.Н. Владиславцева, Дж. Сперри, Р.М. Самюэля, которые отмечали ключевую роль персонала в рамках данного подхода.

Также ряд отечественных исследователей отмечали необходимость активного использования клиентоориентированности персонала в деятельности организаций сферы услуг. К ним относятся: С.Н. Апенько, М.Н. Шавровская, Т.Н. Зверькова, А.В. Тютюнник, Л.В. Ткаченко, К.А. Грубовой и В.А. Кирьяновой [4].

Цель исследования: выявить основные проблемы формирования клиентоориентированности персонала в организациях сферы услуг.

Результаты исследования. Основываясь на анализе исследований различных авторов, было определено, что клиентоориентированность персонала представляет собой совокупность личностных характеристик и профессиональных качеств сотрудников организации сферы услуг, которые способствуют удовлетворению потребностей клиентов, результатом чего является достижение стратегических целей данной организации.

Проблематике формирования клиентоориентированности персонала в организациях сферы услуг посвящено множество работ. В частности, было выделено несколько подходов к изучению данной темы, которые представим в таблице 1 [2].

Таблица 1

Основные подходы к изучению проблемы клиентоориентированности персонала [2]

Подход	Представители	Используемая модель
Клиентоориентированность персонала как составляющая качества предоставляемой услуги	Parasuraman, Zeithaml, Berry; Dabholkar, Sheperd, Thorpe.	SERVQUAL, состоит в оценке основных качественных характеристик услуги
Клиентоориентированность персонала как стратегический фактор успеха организации	Kelley; Brown et al.; Hennig-Thurau, Thurau; Donovan, Brown, Mowen.	COSE, состоит в исследовании факторов, которые формируют качество услуг

Каждый из подходов позволяет определить степень клиентоориентированности персонала в деятельности конкретной организации сферы услуг с разных позиций.

В рамках данного исследования более подробно клиентоориентированность персонала будет рассмотрена с точки зрения второго подхода, который основан на модели COSE [3]. На рисунке 1 представлена данная модель.

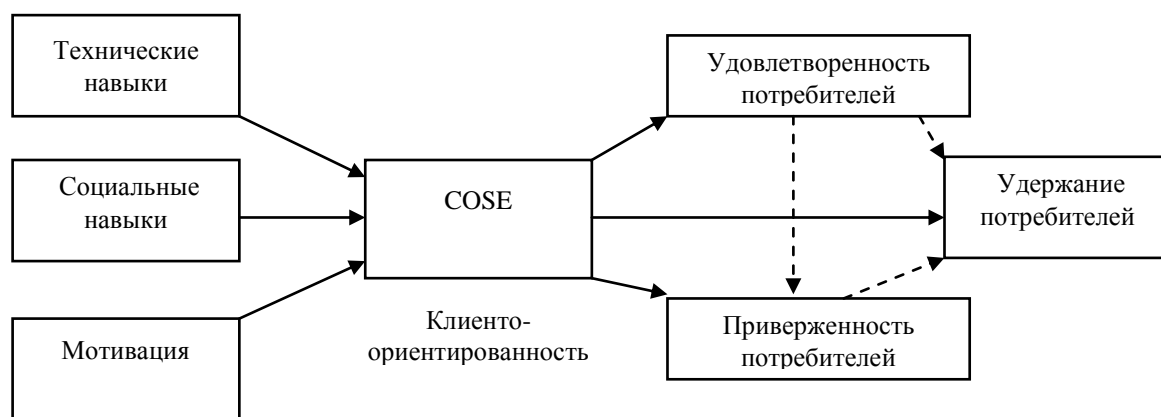


Рис. 1. Модель COSE [3]

Как было отмечено в основе модели COSE лежит ряд факторов, характеристика которых приведена в таблице 2.

Таблица 2

Характеристика факторов, формирующих клиентоориентированность персонала в организациях сферы услуг

Фактор	Описание	Проблема
Технические навыки	Предполагают наличие специализированных знаний и умений, благодаря которым возможно предоставление услуги.	Недостаточный уровень квалификации сотрудников может негативно отразиться на процессе обслуживания, что приведет к неудовлетворенности клиента.
Социальные навыки	Не связана с профессиональными навыками персонала. Роль этих факторов состоит в обеспечении удовлетворенности клиента от оказанной ему услуги.	Данный фактор взаимосвязан с эффективностью использования инструментов мотивации персонала организаций сферы услуг.
Мотивация персонала	Проявляется в степени удовлетворённости самого персонала от их трудовой деятельности. Данное явление зависит от эффективности использования инструментов мотивации – материальных или моральных	Мотивация имеет важное значение при формировании клиентоориентированности персонала, так как каждый сотрудник должен быть уверен в своей ценности для организации.

Отметим, что модель COSE описывает факторы, которые формируют клиентоориентированность персонала (технические навыки, социальные навыки и мотивация), и анализирует воздействие клиентоориентированности персонала на удовлетворенность потребителей, их впечатление от услуги и, как следствие, приверженность, удержание потребителей и т. д. Также на основе каждого фактора определена проблема, связанная с клиентоориентированностью персонала в организации сферы услуг.

Выводы. Условия жестокой конкурентной борьбы диктуют необходимость использования новых способов удовлетворения потребностей потребителей. Одним из таких является использование клиентоориентированного подхода в деятельности организаций. Клиентоориентированный подход на сегодняшний день имеет огромное значение для сферы услуг, это проявляется в необходимости понимания потребностей клиентов, улучшение на основе обратной связи, создание долгосрочных отношений и формирование положительной репутации – все это основные преимущества клиентоориентированного подхода. В свою очередь, клиентоориентированность персонала является необходимой его составляющей.

Состояние рынка услуг находится в прямой зависимости от таких социально-экономических процессов, как инфляция, уровень жизни, доходы и расходы населения и других. Перечень услуг постоянно расширяется, и на рынке появляются и набирают популярность новые, ранее не существовавшие виды услуг. Так, например, в последние годы резко вырос спрос на потребительские кредиты, на услуги сотовой связи, а также на различные новые направления в IT-сфере. Рост спроса дал импульс для появления высокоскоростного интернета, расширению набора кредитных инструментов, появлению различных форм сервисного обслуживания широких масс населения [5, 6].

Проведенное в данной работе исследование, касалось выявления проблем формирования клиентоориентированности персонала. В качестве основы их определения выступила модель COSE, которая описывает факторы, формирующие клиентоориентированность персонала.

Список литературы:

1. Исаенко, Е.В. Исследование развития рынка услуг в условиях изменяющейся внешней среды / Е.В. Исаенко, В.В. Иголкина // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2020. – № 3. – С. 9 – 22.
2. Воронцова, Ю. В. Проблемы управления клиентоориентированностью организации // Вестник ГУУ. – 2018. – №9. – С.29-36.
3. Костанян, А.А. Клиентоориентированность персонала в государственных организациях здравоохранения России /А.А. Костанян // Вестник С.-Петербур. ун-та. Сер. Менеджмент. – 2015. – Вып. 4. – С.74 -114.
4. Шавровская, М.Н. Клиентоориентированность персонала в концепции маркетинга отношений / С.Н. Апенько, М.Н. Шавровская // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». – 2010. – № 2. – С. 50-56.
5. Солдаткина, О. В. Сфера услуг региона: проблемы и перспективы развития / О. В. Солдаткина, Е. В. Шестакова // Менеджмент в России и за рубежом. – 2023. – № 2. – С. 41-49.
6. Солдаткина, О. В. Развитие сферы платных услуг Оренбургской области [Электронный ресурс] / О. В. Солдаткина, Е. В. Шестакова // Современные тенденции и технологии развития потенциала регионов: сб. ст. Нац. науч.-практ. конф., 29 апр. 2021 г., Санкт-Петербург. – Электрон. дан. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербур. ун-т технологий упр. и экономики. – 2021. – Ч. 1. – С. 62 – 68.

Срыбник-Серебряный А. С., студент
Научный руководитель: Адаменко Е. А.
БУВО «Сургутский государственный университет», РФ
a.srybnik-serebryani@yandex.ru

ОСОБЕННОСТИ КОМПЛЕКСНОЙ ОЦЕНКИ ПЕРСОНАЛА В ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ ТЕАТРЕ

Оценка персонала – важный фактор в структуре компании. От того, какой персонал работает на предприятии, какую имеет квалификацию, взаимоотношения друг с другом, будет зависеть дальнейший успех компании. В современном мире персонал является ключевым звеном в общей структуре предприятия, так как на данный момент преобладающее большинство компаний и предприятий имеют детально проработанную иерархию и структуризацию для выполнения сложных задач и

быстрого достижения поставленных целей. Однако обычной оценки персонала может быть недостаточно, чтобы охватить все необходимые качества и способности работников и проверить и профессиональную подготовку. В таких случаях руководителю следует применить более обширный метод, а именно комплексную оценку персонала.

Комплексная оценка персонала – это ряд особых форм оценки персонала, направленный на полный анализ всех доступных возможностей персонала. Комплексная оценка включает в себя все возможные оценочные упражнения и методы оценивания, ориентированные на проверку профессиональных навыков работников предприятия. Такая оценка проводится не периодически, а через определённые промежутки времени, чтобы руководитель смог оценить, сохранились ли с течением времени у его работников соответствующие навыки и опыт. Однако в некоторых случаях они могут проводиться и на постоянной основе, но именно в тех профессиях, где должный уровень навыков и опыта необходимо поддерживать на достаточно высоком уровне. Примером такой профессии можно считать профессиональный театр.

Профессиональный театр претерпевал многочисленные изменения за всё время своего существования. Однако самым масштабным из них стали реформы, что были заложены Константином Сергеевичем Станиславским. Теперь актёру недостаточно было драматизировать, наигрывать эмоции и говорить пафосными речами. Его легендарное: «Не верю», – стало девизом каждого актёра, который старался максимально вжиться в роль и показать настоящие, а не наигранные эмоции. Сама методика Станиславского, а в дальнейшем и учения его последователей создали огромный плацдарм для обучения и раскрытия потенциала любого человека, который хотел связать себя с миром театра. Однако у кого-то выходит раскрыть полный свой потенциал, а кто-то не способен это сделать по ряду причин. Кто-то не способен был по состоянию здоровья, а кто-то просто не хотел этого делать.

Проанализировав методы комплексной оценки персонала в профессиональном театре, можно выделить следующие пункты:

1. Тренинги.
2. Репетиции.
3. Общая известность.

Чтобы отобрать лучших из лучших, тех, кто готов полностью отдаться театру, существует огромное количество тренингов и упражнений, которые, так или иначе, позволяют оценить способности любого актёра, а в каких-то случаях, и поддерживать его профессиональные навыки. Тренинги могут быть самыми разными. Они могут улучшать реакцию актёра, его заставить его раскрепоститься перед большим числом людей, а где-то и вовсе оказаться полезными для физического и внутреннего состояния человека. Тренинг позволяет не только начинающему актёру, но и уже профессионалу с многолетним стажем оставаться в строю. Именно на тренингах и постоянных репетициях построена основная оценка деятельности персонала в театре. Например, одним из самых известных тренингов, который могут использовать не только актёры, но и даже обычные люди, это гимнастика Стрельниковой. Данная гимнастика подразумевает собой комплекс дыхательных упражнений, направленных на улучшение кровообращения и развитие дыхательных путей. Гимнастика Стрельниковой очень помогает увеличить объём лёгких и прочистить дыхательные пути. Также она помогает наполнить организм кислородом и поддерживать его в тонусе. Актёру необходимо оставаться эффективным на сцене в любой момент. Его лёгкие должны быть очень вместительными, а дыхание ровным и чистым, чтобы все реплики, что ему предстоит сказать, не выглядели отрывистыми, а сам он не начал задыхаться прямо во время выступления.

Ещё одним примером хорошей проработки не только актёрских качеств, но и в целом для публичных выступлений, это тренинги на дикцию. Одним из основных «инструментов» работы актёра являются слова. Для актёра важно не только что говорить, но и как говорить. В одних случаях речевые дефекты человека могут только улучшить и дополнить образ, играемый им на сцене. Однако это лишь единичные случаи. Поэтому для актёра необходимо чётко говорить каждое слово и каждую букву. Существует огромное количество тренингов, позволяющих расслабить мышцы лица, так как именно от зажатости лица многие люди и страдают при публичных выступлениях. Такие упражнения направлены на разогревание и расслабление мышц лица. Вместе с этим также используют тренинги на расслабление и усиление голосовых связок. Для актёра важно не просто проговаривать свой текст, но и чётко доносить до зрителя. Однако за этим стоит опасная проблема – срыв голоса. Так как театральная зала очень большой, необходимо говорить громко и разборчиво. Но начинающие артисты могут забыть контролировать свой голос, из-за чего перейдут на связки, что повлечёт за собой последствия. Поэтому необходимо постоянно проводить тренинги, особенно для начинающих артистов, и следить за своей речью на сцене.

Последними же важными для актёра тренингами хотелось бы выделить тренинги на снятие физических зажимов. Для любого человека, боящегося сцены, очень характерно резкое окаменение всего тела. Когда на такого человека смотрит большое количество человек, ему проблематично даже просто сойти с места, не то что выполнять какие-то сложные сценические действия. Поэтому существуют тренинги, которыми пользуются не только начинающие, но и профессиональные актёры. Суть таких тренингов заключается в том, чтобы расслабить тело, заранее дав ему «встряску». Необходимо напрячь всё тело таким образом, чтобы когда напряжение полностью ушло, актёр почувствовал лёгкое облегчение. Например, ярким и действенным тренингом может считаться «толкание стены». Суть тренинга заключается в том, что необходимо найти прямую и большую стену и начать её «толкать». Попытавшись «подвинуть» стену, человек почувствует напряжение во всём своём теле, а после, когда он закончит упражнение, его тело мгновенно расслабится, после чего все физические зажимы резко потеряют свою силу.

Безусловно, актёрские тренинги – один из ярких примеров обучения, практики, и оценки профессиональных способностей персонала. Благодаря тренингам возможно не только обучить кого-либо новым навыкам, но и оставаться в строю на протяжении долгих лет. Помимо этого, актёрские тренинги могут пригодиться и в реальной жизни, так как нацелены на чёткую и правильную подачу информации, а это значит, что они способны помочь ораторам, преподавателям, учителям и многим другим людям. Однако эти тренинги проводятся лишь в тех случаях, когда того требует необходимая на данный момент ситуация. Более точным способом комплексной оценки персонала могут послужить простые репетиции.

Театральные репетиции проходят таким образом, чтобы отработать и закрепить уже имеющийся материал, а в дальнейшем при их помощи представить готовый продукт, которым в данном случае выступает театральная постановка. Проводя многочисленные репетиции, чтобы в будущем создать из них полноценный спектакль, режиссёр задаёт своим актёрам определённые задачи, которые им необходимо выполнить. Сюда входит: запоминание реплик, выстраивание мизансцены, чёткий порядок действий и многое другое. Репетиции позволяют режиссёру чётко понимать, кто из актёров способен на те или иные функции, какие есть недочёты и провалы в навыках. И самое главное, что такая комплексная оценка проходит каждый день, что позволяет оттачивать и отрабатывать актёрам свои навыки до совершенства, а также закреплять уже имеющийся материал.

Ещё одним менее значительным, но имеющим весомый довод, является общая известность актёра. Некоторые из артистов приобретают настолько культовый статус и популярность, что их фанаты начинают усердно следить за их карьерой. Вследствие этого актёрам приходится стараться и усердно работать над каждой своей ролью, чтобы «не ударить в грязь лицом» перед своими фанатами. Такое пристальное внимание со стороны масс имеет весомый довод в профессии актёра, так как ты понимаешь, что за тобой следит огромное количество людей, а это значит, что и твой провал будет иметь куда большую отдачу, чем если бы ты не был так известен. Поэтому известным актёрам необходимо всегда «быть на высоте» и только совершенствоваться, не давая себе расслабиться и только повышать уровень своих навыков и способностей.

Таким образом можно сделать вывод, что комплексная оценка персонала в профессиональном театре используется повсеместно, так как ввиду своей специфики и сложности актёрам необходимо поддерживать себя в форме и иметь соответствующие навыки, чтобы оставаться в профессии. Это позволяет им не только сохранять имеющиеся способности, но и продолжать развиваться на протяжении многих лет.

Татарченко Ю. А., студент
Научный руководитель: Плешова К. К., канд. экон. наук
Донецкий государственный университет, РФ
juliatatarchenko@mail.ru

ОТБОР И НАЁМ ПЕРСОНАЛА: АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ

Актуальность. Работа любой компании или учреждения всегда требует наличия квалифицированных сотрудников. Эффективность работы коллектива и его вклад в выполнение поставленных задач, а также качество предоставляемых товаров или услуг, во многом определяются качеством подбора кадров. Процесс поиска, отбора и найма сотрудников является неотъемлемой частью кадровой политики любой компании и важнейшим элементом системы управления персоналом. В современных условиях, когда меняется рынок труда, растет конкуренция за квалифицированные кадры на рынке труда, вопрос эффективного найма становится ещё более актуальным. Процедура найма сотрудника представляет собой ключевую управленческую задачу, поскольку она связывает предприятие с рынком труда. Проблемы в системе подбора и найма персонала могут негативно отразиться на всех аспектах работы компании.

Анализ последних публикаций и исследований. Исследованиями по данной проблеме занимались как отечественные, так и зарубежные ученые, определившие актуальные проблемы отбора и найма персонала, пути их решения. Среди них: Гончарова Н.В., Дайнеко Л.В., Зайцева Е.В., Елкина В.Н., Марус Ю.В., Коваленко Е.В., Резникова О.С., Луговая В.Н., Плакса Ю.В., Вебер М., Тейлор Ф., Файоль А., Друкер П., МакГрегор Д., Саймон Г. и др. в своих работах исследовали специфику отбора и найма персонала.

Цель исследования – определить актуальные проблемы отбора и найма кадров, найти пути их решения.

Результаты исследования. Качество трудовых ресурсов напрямую влияет на процветание предприятия, успешность бизнеса и достижение тактических и стратегических целей. Современные способы отбора и найма сотрудников

предполагают наличие эффективной работы системы управления персоналом, которая будет лежать в основе. От того, насколько качественно осуществляется отбор и наем персонала, насколько профессионален в этом руководитель, зависят и экономические показатели предприятия, и формирование культурной и социальной среды, что настолько же важно для деятельности предприятия [2].

Наем персонала – это комплекс мероприятий, направленных на поиск и отбор потенциальных сотрудников, обладающих определенными качествами и отвечающих установленным критериям отбора, с целью удовлетворения кадровых нужд в организации как в количественном, так и в качественном отношении [1].

Отбор персонала – это процесс оценки и выбора наиболее подходящих кандидатов для конкретной должности с учетом деловых и личных качеств, соответствия образования и опыта работы, а также психологической совместимости с коллективом.

Основная цель отбора – найти кандидата, который будет наилучшим образом выполнять свои обязанности и соответствовать корпоративной культуре организации.

Деловые качества включают: уровень квалификации, способности и навыки, а также соответствие личных интересов работника интересам компании. Личные качества могут быть обязательными (например, коммуникабельность, ответственность, пунктуальность) или вариативными (умение работать в команде, принимать решения, лидерские качества или способность подчинению) [2].

Подбор компетентных сотрудников не может быть стандартным алгоритмом. Каждый случай требует уникального подхода. Чтобы решить эту сложную задачу, современная система подбора персонала использует множество технологий (методов), каждая из которых имеет свои особенности. К наиболее популярным современным методам подбора персонала относятся рекрутинг, скрининг, прямой поиск (Executive search) и хедхантинг (рис. 1):



Рис. 1. Современные технологии подбора персонала [3]

Скрининг – это процесс отбора резюме на основе первичных требований к вакансии, таких как опыт работы, образование и т.д.

Рекрутинг. Он включает в себя размещение описания вакансии на веб-сайтах, где потенциальные кандидаты могут его увидеть. Предполагает тщательный анализ вакансии и подбор кандидатов с учетом профессиональных и личных компетенций, необходимых для данной должности.

Executive Search – это «качественный поиск», который учитывает особенности бизнеса клиента, рабочей среды, профессиональные и личные качества кандидата и осуществляется напрямую, без объявления о вакансии в СМИ.

Headhunting. Главной отличительной особенностью Headhunting является то, что заказчик указывает определенного специалиста, которого он предпочитает привлечь в свою компанию. Хедхантер выходит на нужного специалиста и делает ему «предложение, от которого он не сможет отказаться».

Рассмотрим существующие противоречия и проблемы, связанные с наймом и подбором персонала на предприятии и пути их решения в таблице 1 [3].

Таблица 1

Проблемы поиска и подбора персонала и пути их решения

Существующие проблемы	Пути решения
<i>Отсутствие системного подхода.</i> Очень немногие отечественные компании имеют упорядоченный рекрутинговый процесс. Чаще всего это «система хаоса» и такие понятия, как систематизация найма и разработка бизнес-процессов, многим компаниям не знакомы.	Руководители компаний должны понимать, что текучесть кадров является непрерывным процессом, поэтому поиск и наем персонала должны быть организованы на основе системного подхода.
<i>Плохо организована работа HR-отдела.</i> Все дефекты отдела кадров влияют и на процесс найма. Если нет четкой схемы взаимодействия внутри отдела и с другими частями компании, это замедляет процесс найма.	Выявить проблемы, оптимизировать работу, разработать новые простые правила взаимодействия между подразделениями и внутренними клиентами, регулярно анализировать работу HR-отдела и обучать рекрутеров.
<i>Пассивный рекрутинг.</i> Рынок труда радикально преобразился, изменились требования соискателей к работе, возросли их ожидания. Предприятиям становится все сложнее конкурировать за кадры, поэтому кандидатов приходится более настойчиво убеждать и мотивировать.	HR-менеджерам и рекрутерам следует ориентироваться на активный и инициативный подход к набору сотрудников, применяя новаторские методы подбора кадров.
<i>Отсутствие единого стандарта подбора персонала.</i> Очень часто сотрудники нанимаются не под конкретную должность и обязанности, а под определенное руководство. В таких организациях изменение одного менеджера часто приводит к необходимости замены всего отдела, что в результате увеличивает объем найма в разы.	Совместно с руководством компании разработать универсальный стандарт найма и следовать ему как при найме линейных менеджеров, так и при найме рядовых сотрудников. Это сделает процесс найма более прозрачным и понятным, а также упростит работу в компании в целом.
<i>Неумение организовать достаточный поток претендентов.</i> Рекрутер использует одни и те же источники поиска кандидатов, не адаптируя свою работу под разные типы вакансий. Даже если нужного соискателя не нашлось, они продолжают ждать его именно из этого источника, а вакансии пустуют.	Рекрутерам следует расширять свои знания о методах привлечения кандидатов. Изучать новые способы поиска и отбора, оценивать их результативность.
<i>Недостаточное финансирование.</i> Руководство компании не считает найм сотрудников важным бизнес-процессом. Этот вид деятельности рассматривается как второстепенный и финансируется в последнюю очередь.	Руководство должно осознавать всю значимость найма персонала для компании, поскольку непрофессиональный подбор сотрудников ведет к ненужной трате ресурсов, снижению эффективности работы и торможению компании в целом.
<i>Рекрутеры не развиваются профессионально.</i> Рекрутинг стал более динамичным и сложным, конкуренция за квалифицированные кадры сейчас выше, чем когда-либо, появляются новые решения и технологии. Если рекрутер игнорирует все эти изменения и полагается только на свой опыт, его эффективность снижается.	Рекрутеры должны понимать необходимость поддержания своего профессионализма на высоком уровне.

Выводы. Современные технологии найма сотрудников предоставляют широкий спектр возможностей для привлечения нужного специалиста в компанию. Выбор конкретного метода зависит от множества факторов: специфики вакансии, корпоративных правил, бюджета, состояния рынка труда и т.д. Предприятия и организации, которые не совершают перечисленных ошибок, следуют правилам подбора персонала и используют инновационные технологии, смогут привлекать

высококвалифицированных специалистов и будут занимать лидирующие позиции на рынке труда.

Список литературы:

1. Гончарова, Н. В. Управление человеческими ресурсами организации в условиях современного рынка труда: учебное пособие / Н. В. Гончарова, Л. В. Дайнеко, Е. В. Зайцева. – Уральский федеральный университет. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2021. – 162 с.
2. Елкина, В. Н. К вопросу о подборе и отборе персонала организации в современных условиях / В. Н. Елкина, Ю. В. Марус, Е. В. Коваленко // Фундаментальные исследования. – 2020. – № 4. – С. 31-35.
3. Луговая, В. Н. Подбор персонала: актуальные проблемы и пути решения / В. Н. Луговая // SCI-ARTICLE. – № 93. – 2021. – № 4. – С. 15-18.

Федота А. А., студентка

Научный руководитель: Бабанская А. С., канд. экон. наук
Российский государственный аграрный университет – МСХА
имени К. А. Тимирязева, РФ
fedota.anna@yandex.ru

АНАЛИЗ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ. ФАКТОРНЫЙ АНАЛИЗ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА В ЭКОНОМИЧЕСКОМ АНАЛИЗЕ

Актуальность. Актуальность данной статьи заключается в необходимости понимания и изучения трудовых ресурсов и производительности труда в контексте экономического анализа. В современной динамичной и конкурентной бизнес-среде, эффективное использование трудовых ресурсов становится ключевым фактором успеха для предприятий различных отраслей.

Анализ трудовых ресурсов позволяет оценить потенциал организации, оптимизировать численность и квалификацию персонала, а также разработать стратегии управления людскими ресурсами. Такой анализ помогает выявить проблемные области и улучшить эффективность работы коллектива, что ведет к повышению конкурентоспособности и росту организации.

Факторный анализ производительности труда предоставляет инструменты для определения ключевых факторов, влияющих на результативность труда, и разработки мер по их улучшению. Такой подход позволяет выделить наиболее важные компоненты производительности и сосредоточить усилия на их оптимизации, что способствует достижению высоких показателей эффективности и росту организации.

Анализ последних исследований и публикаций. Во-первых, современные исследования подтверждают важность факторного анализа при изучении производительности труда. Они показывают, что факторы, такие как образование, опыт работы, мотивация, условия труда, играют критическую роль в определении производительности труда. При этом, новые методы и подходы к факторному анализу, включая использование больших данных и анализ многомерных факторов, позволяют более точно определить влияние каждого фактора на производительность.

Во-вторых, исследования акцентируют внимание на взаимосвязи между трудовыми ресурсами и производительностью в рамках различных экономических моделей.

Третий ключевой вывод из последних исследований заключается в определении факторов, влияющих на различия в производительности труда между различными отраслями и регионами. Это включает в себя анализ влияния технологических инноваций, инвестиций в человеческий капитал и других факторов на развитие производительности труда в различных секторах экономики.

Резюмируя, последние исследования и публикации по теме «Анализ трудовых ресурсов. Факторный анализ производительности труда в экономическом анализе» подчеркивают важность факторного подхода при изучении производительности труда, выявление влияния различных факторов на производительность, а также влияния отраслевых и региональных особенностей на производительность труда.

Цель исследования. Целью исследования, является проведение анализа и оценка производительности труда с использованием факторного подхода в экономическом анализе.

Главная цель исследования заключается в понимании и выявлении ключевых факторов, влияющих на производительность труда в рамках экономической системы.

Через факторный анализ исследователи надеются выделить группы факторов, которые взаимосвязаны и совместно определяют уровень производительности труда. Такой подход позволяет установить значимость каждого фактора и их влияние на производительность труда в целом.

Целью исследования является предоставление информации и рекомендаций для организаций и государственных структур по оптимизации использования трудовых ресурсов и повышению производительности труда в экономической сфере.

Результаты исследования. Факторный анализ производительности труда является важным инструментом в экономическом анализе, позволяющим исследовать и понять силы, определяющие эффективность рабочих процессов в организациях. Разработка и применение такого анализа помогает выявить ключевые факторы, оказывающие влияние на производительность труда, а также определить меры по ее повышению.

В современном бизнесе, где конкуренция становится все более жесткой, повышение производительности труда становится важным фактором успеха организаций. Это требует более глубокого понимания факторов, формирующих производительность труда, и разработки методов и стратегий для их оптимального использования.

В процессе исследования мы рассмотрим различные факторы, влияющие на производительность труда, такие как технологический прогресс, квалификация и обучение сотрудников, организационная культура, мотивация и вознаграждение, а также факторы, связанные с условиями труда.

Факторный анализ позволит нам выделить наиболее существенные факторы производительности труда и оценить их влияние на результативность работников и организации в целом. Это поможет разработать более эффективные стратегии управления трудовыми ресурсами и рационально распределить усилия для достижения максимальной производительности.

Результаты нашего исследования будут полезны для бизнес-среды, руководителей и специалистов в области управления персоналом, а также для исследователей и академического сообщества, интересующихся вопросами производительности труда и ее анализа в экономическом контексте.

Анализ проводился на основе данных нефинансовой отчетности предприятия, которые были размещены в свободном доступе

Таблица 1

Факторный анализ производительности труда (факторы – средняя заработная плата и зарплатоотдача)

Показатель	2021	2022
Средняя заработная плата, тыс. руб./чел.	44,90243902	71,79683377
Зарплатоотдача руб./руб.	6,86453015	7,27422733
Производительность труда, тыс. руб./чел.	308,234146	522,266491
Прирост производительность труда за счет роста средней заработной платы тыс. руб./чел.	184,6173835	
Прирост производительность труда за счет роста зарплатоотдачи тыс. руб./чел.	29,4149609	

Рост средней заработной платы сопровождается увеличением производительности труда. За период с 2021 года по 2022 год средняя заработная плата значительно выросла, что привело к приросту производительности труда на 184,617 тыс. руб./чел. Это указывает на то, что повышение уровня заработной платы может стимулировать работников производить больше и эффективнее. Зарплатоотдача также оказывает влияние на производительность труда. Прирост зарплатоотдачи на 1 рубль привел к приросту производительности труда на 29,415 тыс. руб./чел. Это говорит о том, что более эффективное распределение и использование заработной платы могут сказаться на производительности труда и способствовать повышению эффективности. Важно провести анализ эффективности использования ресурсов, связанных с заработной платой. Возможно, имеется потенциал для оптимизации затрат на заработную плату и повышения зарплатоотдачи. Организация может рассмотреть различные стратегии, такие как пересмотр оплат, внедрение мотивационных программ и стимулов, а также повышение эффективности процессов, связанных с управлением заработной платой. Необходимо учитывать факторы конкурентности рынка труда при анализе производительности труда. Сравнение показателей средней заработной платы и производительности труда с аналогичными организациями в отрасли может помочь определить свою конкурентоспособность и выявить потенциальные области для улучшения.

Предложения и стратегические решения для предприятия

Увеличение заработной платы: Рост средней заработной платы имеет положительное влияние на производительность труда. Важно рассмотреть возможности по повышению заработной платы сотрудников, чтобы стимулировать их мотивацию и продуктивность. Это можно сделать через пересмотр системы оплаты труда, установление конкурентоспособных ставок или предоставление премий и поощрений за достижение целей. **Оптимизация зарплатоотдачи:** Улучшение зарплатоотдачи может способствовать повышению производительности труда. Организация должна обратить внимание на эффективное распределение ресурсов и более точное привязывание затрат на заработную плату к достигаемым результатам. Рассмотреть возможность внедрения системы поощрений за достижение высоких показателей производительности, чтобы стимулировать сотрудников к улучшению своей эффективности. **Обучение и развитие:** Инвестирование в обучение и развитие сотрудников может привести к повышению производительности труда. Предоставление сотрудникам возможностей для профессионального роста и развития навыков поможет улучшить их эффективность и способствовать более высокой производительности на рабочем месте. Рассмотреть программы обучения, тренинги и поддержку сотрудников в развитии профессиональных компетенций. **Контроль и оценка:** Важно осуществлять систематический контроль и оценку производительности труда. Разработайте метрики и показатели эффективности, чтобы отслеживать результаты и прогресс сотрудников. Постоянный мониторинг позволит выявлять возможные проблемные области и принимать своевременные меры для их

решения. Анализ конкурентоспособности: Сравнить собственные показатели производительности с аналогичными организациями в отрасли. Это поможет определить сильные и слабые стороны организации, а также выявить потенциальные области для улучшения. Использовать данные конкурентного анализа для разработки стратегий и тактик, направленных на повышение конкурентоспособности вашей организации.

Выводы. В данной статье был проведен анализ трудовых ресурсов и факторный анализ производительности труда в экономическом анализе. Исследование позволило выявить основные факторы, влияющие на производительность труда, и оценить их вклад в общую эффективность работы предприятия.

Анализ трудовых ресурсов позволяет определить такие важные аспекты, как количество работников, квалификация, обученность и мотивация персонала. Эти факторы являются ключевыми для достижения высокой производительности труда и повышения конкурентоспособности предприятия.

Факторный анализ производительности труда позволяет выделить основные факторы, оказывающие наибольшее влияние на результативность труда. Он помогает определить эффективность использования ресурсов, выявить проблемные области и разработать стратегии улучшения производительности.

В целом, проведенный анализ трудовых ресурсов и факторный анализ производительности труда позволяют предприятию иметь более полное представление о состоянии и эффективности своих трудовых ресурсов, а также принимать обоснованные решения по повышению производительности и улучшению результативности работы.

Список литературы:

1. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 2 «Запасы» (введен в действие на территории Российской Федерации Приказом Минфина России от 28.12.2015 № 217н) (ред. от 11.07.2016).
2. Федеральный стандарт бухгалтерского учета «Запасы» ФСБУ 5/2019 Утвержден приказом Министерства финансов Российской Федерации от 15.11.2019 № 180н.
3. Городилова, М.А. ФСБУ 5/2019 «Запасы»: анализ концептуальных изменений / М.А. Городилова //Международный бухгалтерский учет. – 2020. – № 8(470). – С. 844-863.
4. Катина, И. Э. Современные подходы к учету запасов / И. Э. Катина. – Текст: электронный // Вектор экономики. – 2021. – № 4(58). – URL: <http://www.vectoreconomy.ru/images/publications/2021/4/accounting/Katina.pdf> (Дата обращения 10.03.2022).

Федюшина К. В., студент
 Научный руководитель: Елисеева Н. А.
 Донецкий государственный университет, РФ
 ksiusha.fiediushina.00@mail.ru

ПРИНЦИПЫ И МЕТОДЫ РАЗВИТИЯ И ОБУЧЕНИЯ ПЕРСОНАЛА ДЛЯ МИНИМИЗАЦИИ ОТТОКА КАДРОВ С ПРЕДПРИЯТИЙ

Актуальность. Отток кадров является серьезной проблемой для предприятий, так как в результате потери опытных сотрудников они сталкиваются с обесцениванием накопленных знаний и умений, а также затратами на поиск и обучение новых сотрудников. Развитие и обучение персонала играют ключевую роль в удержании сотрудников на предприятии. Компании, вкладывающие время и ресурсы в развитие персонала, создают стимул для роста и процветания как для компании в целом, так и для ее сотрудников. Современные компании понимают, что инвестиции в развитие персонала не только помогают сохранить опытных сотрудников, но и создают благоприятную рабочую атмосферу, а также повышают уровень квалификации работников, именно поэтому данная тема исследования является актуальной в новой реальности.

Анализ последних исследований и публикаций. Исследованию проблемы посвящены научные труды таких ученых-экономистов, как А. Я. Кибанов, В.Р. Веснин, Б.М. Генкин, С.Е. Тимофеева и др.

Цель исследования: анализ методов и принципов развития и обучения персонала, а также разработка предложений для снижения оттока кадров, увеличения занятости населения, повышения трудового потенциала организации.

Результаты исследования. В современных условиях под текучестью кадров следует понимать движение рабочей силы, которое обуславливается неудовлетворенностью работников рабочим местом или неудовлетворенностью организации конкретным работником [1, с. 28].

Управляя проблемой текучести персонала, компания может выстраивать долгосрочные планы по развитию бизнеса, направлять определенную часть средств на то, чтобы развивать персонал и может позволить себе свести до минимума издержки и негативное воздействие нежелательных и незапланированных для компании увольнений.

Текучесть кадров возникает из-за ряда причин и факторов, под воздействием которых это явление может достигнуть колоссальных размеров. Факторы, вызывающие текучесть персонала на предприятии представлены в табл. 1.

Таблица 1

Факторы, вызывающие текучесть персонала на предприятии [составлено автором]

Фактор	Содержание
Внешние (возникающие вне организации)	- демографическая ситуация в регионе; - экономическая ситуация в регионе: в зависимости от увеличения или уменьшения заработной платы в регионе люди меняют место работы; - появление новых предприятий.
Внутренние (возникающие внутри организации)	- низкий уровень оплаты труда; - отсутствие карьерного роста и возможности обучения; - безразличное отношение руководства: наибольшее количество отечественных предприятий страдает от текучести персонала, потому что не предпринимают мер для того, чтобы с ней бороться; - неблагоприятные условия труда; - отсутствие перспектив, карьерного роста; - профессиональное выгорание. Решить данную проблему поможет ротация кадров, а также творческий подход к работе и обогащение труда.

Фактор	Содержание
Личностные, характеризующие сотрудника	<ul style="list-style-type: none"> - возраст работника; - уровень образования; - опыт работы; - недовольство работой и потеря интереса к работе в целом; - низкая мотивация; - несоответствие ценностей; - отношения с коллегами и руководством; - несоответствие навыков и компетенций; - нежелание адаптироваться к изменениям.

Следовательно, руководители предприятий и работники должны активно взаимодействовать для того, чтобы предотвратить имеющиеся проблемы.

Для минимизации оттока кадров с предприятий были разработаны принципы и методы развития и обучения персонала, представленные в табл. 2.

Таблица 2

Принципы развития и обучения персонала [составлено автором]

Принцип	Значение
Индивидуальный подход	Каждый сотрудник имеет свои уникальные потребности и цели. Руководство предприятия должно уметь адаптировать программы развития и обучения под индивидуальные особенности сотрудников.
Продолжительное обучение	Процесс обучения не должен останавливаться после первых курсов или тренингов. Руководство должно постоянно предлагать сотрудникам возможности для повышения квалификации и развития навыков.
Доступность обучения	Обучение должно быть доступным для всех сотрудников независимо от должности и уровня зарплаты. Компании могут предоставлять online-курсы, внутренние тренинги и другие инструменты обучения.
Поддержка руководства	Руководители должны активно поддерживать процесс развития и обучения сотрудников. Они должны выступать в роли наставников, мотивировать своих подчиненных и создавать благоприятную атмосферу для обучения.
Соответствие целям организации	Обучение персонала должно быть направлено на достижение целей и задач организации. Это требует определения необходимых компетенций и навыков у сотрудников, а также соотнесение их с общими целями организации.
Активное участие сотрудника	Обучение и развитие персонала должны рассматриваться как совместный процесс между руководством и сотрудником. Сотрудник должен быть активным участником этого процесса, иметь возможность высказывать свои предпочтения и интересы в области развития.
Оценка эффективности обучения	Результаты обучения и развития персонала должны быть измеримыми и оцениваемыми. Это позволяет определить эффективность проведенных тренингов и определить, необходимы ли дополнительные меры для достижения желаемого результата.
Содействие самообучению	Помимо организованных тренингов и обучающих программ, персонал должен быть стимулирован и поддержан в самообучении. Самообразование позволяет сотрудникам развивать свои знания и навыки независимо от организованных мероприятий.
Поддержка и менторинг	Руководство организации должно обеспечивать поддержку и менторинг персонала в процессе его обучения и развития. Менторы и руководители играют важную роль в помощи сотрудникам развиваться и достигать своих целей.

Данные принципы позволят создать условия, в которых сотрудники могут развиваться профессионально и лично, повышая свои компетенции и улучшая свою производительность.

Методы развития и обучения персонала представлены в табл. 3, они нужны для обеспечения эффективного функционирования организации, улучшения работы сотрудников и достижения поставленных целей.

Таблица 3

Методы развития и обучения персонала [составлено автором]

Метод	Значение
Онлайн-курсы и электронное обучение	С использованием современных технологий можно создавать интерактивные онлайн-курсы, а также использовать вебинары и видеоуроки для обучения персонала.
Коучинг и менторство	Опытные сотрудники могут выступать в роли коучей и наставников для новых или менее опытных сотрудников, помогая им развиваться и достигать лучших результатов.
Внутренние семинары и тренинги	Организация внутренних тренингов и семинаров позволяет сотрудникам делиться знаниями и опытом друг с другом, а также получать новые знания и навыки.
Delegation Poker	Этот метод используется для развития управленческих навыков. Руководитель и его подчиненные совместно определяют уровень делегации полномочий, которые могут быть переданы, помогая создать более эффективные команды и повышая уровень ответственности.
Тестирование и оценка компетенций	Систематическое тестирование и оценка компетенций позволяют выявлять сильные и слабые стороны сотрудников, а также определять области, которые требуют дальнейшего обучения и развития.
Опытное обучение	Включает практическое обучение через выполнение проектов, участие в рабочих группах и командах, а также проведение сеансов обратной связи.
Конференции и семинары	Посещение внешних конференций и семинаров позволяет сотрудникам получить новые знания и вдохновение от экспертов в своей области.
Внутренние обзоры	Регулярное проведение обзоров производительности и обратной связи помогает сотрудникам получить информацию о своих достижениях и областях для улучшения.

Предложенные методы развития и обучения персонала помогут в обеспечении эффективного функционирования организации, улучшения работы сотрудников и достижения поставленных целей.

Выводы. Таким образом, при разработке принципов и методов развития и обучения персонала для минимизации оттока кадров с предприятий определено следующее:

необходимо разработать и реализовать систему мотивации сотрудников, которая будет стимулировать их оставаться на предприятии;

важно осуществлять регулярное обучение и развитие персонала, чтобы удовлетворить их потребности в обучении и развитии;

следует создать благоприятные условия для работы и развития персонала, такие как комфортное рабочее место, возможность работы над интересными и значимыми проектами, участие в принятии стратегических решений и т.д.;

важно проводить анализ и оценку работы персонала с целью выявления проблем и потребностей.

Список литературы:

1. Тимофеева, М. А. Текучесть кадров: психологические аспекты / М.А. Тимофеева // Управление персоналом. – 2019. – № 7. – С. 28.

2. Старовойтова, Л. И. Занятость населения и ее регулирование: учебное пособие для студ. высш. уч. заведений / Л. И. Старовойтова, Т. Ф. Золотарева. – М.: Академия, 2019. – 193 с.

Чиркова Д. А., студентка
Научный руководитель: Плешова К. К., канд. экон. наук
Донецкий государственный университет, РФ
diana.chirkova18@gmail.com

РОЛЬ РУКОВОДИТЕЛЯ В УПРАВЛЕНИИ ОРГАНИЗАЦИЕЙ И ЕГО ОСНОВНЫЕ НАВЫКИ

Актуальность. Роль руководителя существенна для успеха организации, поскольку эффективность ее деятельности и потенциал для развития и инвестиций зависят от эффективности ее управления. Успех современной организации также определяется взаимовыгодными и гармоничными отношениями между руководством и сотрудниками. Современный руководитель выполняет множество функций и ролей, обладая разнообразными качествами, знаниями и навыками. Он должен постоянно развиваться и совершенствовать все эти аспекты, поскольку в наши дни они быстро устаревают и теряют актуальность.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросы о роли руководителя в управлении организацией и его основных навыках рассматривали такие отечественные авторы, как А. П. Соколов, Е. И. Минайченкова, С. Д. Коткова, О. А. Щукина и др.

Целью исследования является обоснование важности роли руководителя в управлении организацией, выявление его функций, раскрытие основных навыков, необходимых для успешного управления организацией.

Результаты исследования. Руководитель – это человек, занимающий руководящую позицию в организации, обладающий полномочиями и несущий ответственность за принятие и реализацию значительных решений.

Можно выделить следующие требования, предъявляемые к руководителю в настоящее время: высокий уровень образования; критическое восприятие; способность к самосовершенствованию, стремление к получению новых знаний и опыта; умение находить и применять на практике новые методы работы; эрудиция, широта взглядов, базовые знания смежных профессий и отраслей производства; компетентность в своей сфере деятельности, опыт работы [1]. На рисунке 1 представлены сферы компетентности современного руководителя.

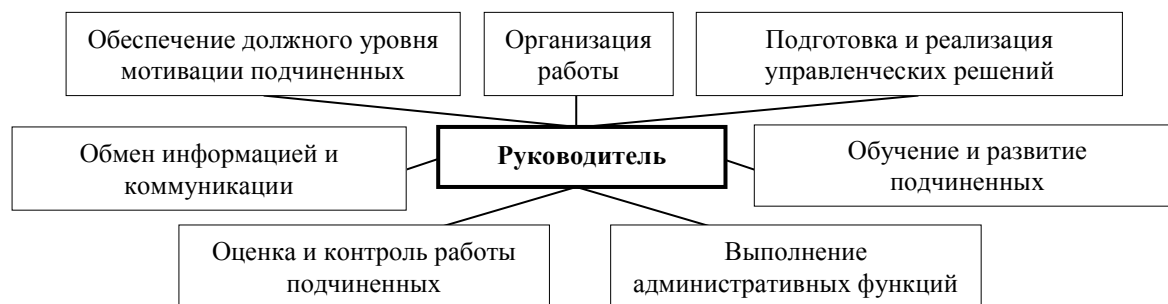


Рис. 1. Сферы компетентности руководителя [2]

Руководитель направляет деятельность всей организации. Американский учёный, теоретик менеджмента П. Ф. Друкер выделил три категории руководителей: руководители низшего звена, руководители среднего звена и руководители высшего звена [3]. Функции, на реализацию которых направлена деятельность руководителя в зависимости от уровня управления, представлены в таблице 1.

Таблица 1

Процент времени, отводимый руководителями на выполнение функциональных обязанностей на различных уровнях управления [1]

	Планирование	Организация	Мотивация	Контроль
Руководители высшего звена	28%	36%	22%	14%
Руководители среднего звена	18%	33%	36%	13%
Руководители низшего звена	15%	24%	51%	10%

Место руководителя в трудовом коллективе определяют его роли. Роль – это набор поведенческих правил, соответствующих конкретному учреждению или конкретной должности менеджера [1]. Роли руководителя представлены на рисунке 2 и рисунке 3.

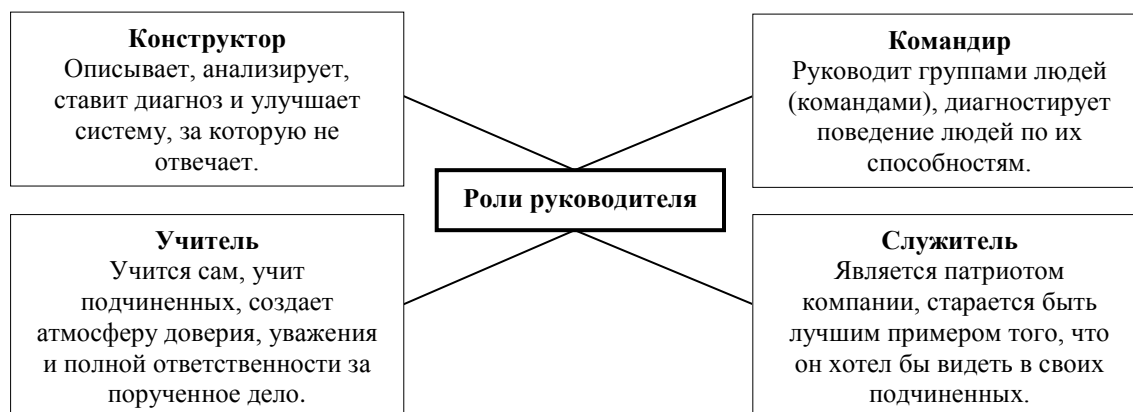


Рис. 2. Роли руководителя в организации [1]

Вне зависимости от уровня занимаемой должности любой руководитель должен иметь определенные навыки, нужные для эффективной деятельности в организации.

Для того, чтобы понять, как текущие условия (глобальная инфляция, геополитические конфликты и экономические санкции) влияют на обучение и развитие людей в организациях, бизнес-школа ИМИСП в мае-июне 2023 года провела исследования российских компаний, выделив основные тенденции. Во-первых, наблюдается увеличение внимания к развитию лидерских качеств и коммуникаций сотрудников, желание развивать управление эмоциями и эффективное общение с другими людьми, чтобы растить успешных лидеров, эффективно работать в команде и общаться с клиентами и партнерами. Во-вторых, возрастает спрос на обучение мета-навыкам мышления и управлению изменениями, поскольку руководители должны быть готовы адаптироваться к постоянным изменениям в бизнес-среде и принимать новые решения. В-третьих, повышаются требования к навыкам управления проектами. Руководителям приходится управлять все большим количеством проектов, поэтому навыки управления проектами становятся критически важными для успеха [4].



Рис. 3. Роли руководителя в организации [1]

Кроме названных, в настоящее время ценятся следующие навыки руководителей: личная эффективность или витальный интеллект (руководителю важно проявлять жизнестойкость и транслировать на команду спокойствие и уверенность);

стресс-менеджмент (руководителю нужно отключать эмоции, фокусироваться на цели и команде, находить решения проблем с минимальными затратами);

умение быстро адаптироваться в новой среде (бизнесменам и руководителям команд важно оставаться в курсе тенденций и уделять внимание развитию адаптивности);

умение работать с данными (для руководителя важно проходить курсы по аналитике и обучение работе в Excel, чтобы быть способным прогнозировать финансовые результаты и принимать решения на основе данных, анализировать затраты и действовать так, чтобы потратить на изменения минимальный бюджет);

умение системно выстраивать ключевые процессы (нужно уметь выстраивать связи между процессами, оценивать работу всех отделов компании, смотреть на ситуацию в целом и видеть, как настроить работу в организации);

умение управлять финансовыми рисками (руководитель должен проходить финансовое обучение, чтобы уметь выявлять и оценивать риски, знать, как их можно смягчить или избежать, принимать на себя ответственность за инвестиционные решения) [5].

Выводы. Руководитель играет важную роль в организации, он является ключевым фигурантом в достижении целей и успеха компании. Его лидерские способности, коммуникабельность, аналитическое мышление и другие качества являются важными факторами. Руководитель выполняет такие функции как планирование, организация, мотивация и контроль. Развитие руководителя является необходимым процессом, требующим обучения и самосовершенствования. В целом, роль руководителя заключается в управлении коллективом, чтобы достичь поставленных целей и обеспечить успех организации.

Список литературы:

1. Актуальные проблемы экономики и управления: сборник статей Международной научно-практической конференции (1 июня 2023 г, г. Новосибирск). – Уфа: Аэтерна, 2023. – 198 с.

2. Коткова, С. Д. Роль руководителя в современных российских организациях / С. Д. Коткова, О. А. Щукина // Экономика и социум. – 2020. – № 6 (73)-2. – С. 691-698.

3. Соколов, А. П. Профессиональные личные и деловые качества современного руководителя / А. П. Соколов, Е. И. Минайченкова // Журнал прикладных исследований. – 2022. – С. 794-800.

4. Тенденции обучения и развития руководителей и топ-команд в 2023 году. Исследование. – Текст: электронный // Экспертный блог Бизнес-школы IMISP. – URL: <https://imisp.ru/expert/tendenczii-obucheniya-2023/>

5. Что должен уметь руководитель в 2023 году. – Текст: электронный // Блог онлайн-школы Eduson Academy. – URL: <https://blog.eduson.academy/articles/upravlenie/chto-dolzhen-umet-rukovoditel-v-2023-godu/>.

Секция «География и обществознание»

Бесфамильная Е. Г., студент
Научный руководитель: Закотнюк О. Л., канд. экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
o.zakatniuk@donnu.ru

КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ ШКОЛЬНОЙ ГЕОГРАФИИ И СРЕДСТВА ЕГО РЕАЛИЗАЦИИ НА УРОКАХ

Актуальность. Сегодня одна из главных проблем образования касается «культурного дефицита в образовании», решение которого позволит перейти от «образованных людей» к «культурным людям». Внедрение культурологического подхода в географическом образовании – это способ примирить отношения между обществом и природой. География является неотъемлемой частью нашей общечеловеческой культуры.

Анализ последних исследований и публикаций. В настоящее время развитие личности детей является одной из основных целей образования. Очень важно развивать свои творческие способности, учитывая и сохраняя нормальное психологическое и физическое здоровье. В современном образовании мы видим положительные изменения в обучении и преподавании. Создаются новые подходы и методы обучения детей, ориентированные не только на эффективность обучения, но и на психолого-педагогические особенности учащихся. Исходя из этого, можно сказать, что культурологический подход к преподаванию географии является подходящей темой, поскольку предусматривает воспитание многогранной личности, овладевающей многими элементами культурного и поведенческого поведения и отношения ко всему окружающему миру. Географическая культура призвана заронить в душу учеников мысль природной уникальности, неповторимости, единственности своей Родины, с одной стороны, и об универсальности, подвижности и ответственности самого человека, с другой. Это формирование у учащихся географической культуры, связанной с культурой восхищения, восхищения многообразием мира и уважением к многообразным формам жизни. Такое отношение к жизни учащихся может стать основой конструктивного диалога человека и природы, о котором думали великие гуманисты: В.И.Вернадский, Д.С.Лихачев, Н.А.Рерих, А.Л.Чижевский, А.Швейцер и др. Современные географы В.П. Максаковский, Д.Н. Замятин, А.Г. Дружинин уделяют внимание географии как комплексному культурному коду ландшафтов и территорий, что формирует сознание и имидж, обладая общечеловеческой гуманной ценностью, однако, не исключая социально-экономический эффект. Данный аспект географии стоит рассмотреть подробнее, с точки зрения подходов к общему географическому образованию.

Результаты исследования. География, помимо своих основных задач, таких как изучение природы и общества, также выполняет важную роль в формировании образованной личности и воспитании нравственных ценностей. Она представляет нам возможность понять, как взаимодействуют люди и окружающая среда, и как наши действия могут повлиять на будущее поколение. Однако, несмотря на все усилия по пропаганде экологических ценностей, мы часто сталкиваемся с непоследовательностью и несоблюдением элементарных экологических норм. Именно поэтому география, как наука, играет важную роль в формировании географической культуры и влиянии на общество. Она представляет нам знания о различных экосистемах и их взаимосвязях, о климатических изменениях и о важности сохранения биоразнообразия. География

помогает нам осознать, что мы являемся частью природы и что наши действия могут иметь глобальные последствия. Кроме того, география обладает огромной образовательной ценностью. Она помогает нам понять мир вокруг нас, изучая различные регионы и культуры. Важной концепцией, которую география может популяризовать, является концепция устойчивого развития. Устойчивое развитие предполагает баланс между экономическим развитием, социальной справедливостью и охраной окружающей среды. География должна помочь нам осознать, что будущее зависит от наших действий сегодня, и что мы должны стремиться к устойчивому использованию ресурсов и сохранению природы для будущих поколений. Таким образом, география не только представляет нам знания о мире, но и способствует формированию образованной и ответственной личности. С помощью географии мы можем осознать нашу роль в сохранении окружающей среды и влияние на общество. География имеет огромный потенциал в популяризации экологических ценностей и концепции устойчивого развития и ее роль в обществе невозможно недооценить.

Целью географии является преобразование научных знаний в практическое применение для использования человеческих потребностей. Основы формирования географической культуры в обществе. Карты, иллюстрации и другие визуальные материалы помогают обучающимся понять географические процессы и явления. Более того, изучение географии должно стать источником мотивации для дальнейшего познания мира. География должна стимулировать наше любопытство и воображение, подталкивая нас к новым открытиям и исследованиям. Для создания у обучающихся образа территории педагог использует интерактивные карты и приложения, чтобы исследовать различные регионы мира, изучать географические факты и даже путешествовать в виртуальном пространстве. Это позволяет развить географическую культуру, визуализировать пространство и сопоставить его с культурой проживающих народов. Благодаря системе географических знаний можно и представляется возможным донести до обучающихся уникальные, культурные, религиозные, традиционные особенности народов мира, используя разнообразные активные образовательные методы.

Выводы. Таким образом, изучение географии помогает учащимся развить географическую культуру, которая включает в себя не только знания и умения, связанные с географией, но и способность рассматривать мир в глобальном контексте, понимать его разнообразие и взаимосвязи. Для реализации культурологического подхода в основном географическом содержании школы необходимо: 1) разработать методы построения содержания культурных знаний; 2) выявить методологические условия формирования культурологических знаний; 3) применять полевые исследования, проектную деятельность, использовать геоинформационные системы. Важно также учитывать, что географическая культура не должна быть ограничена только школьным образованием. Существуют различные способы продолжать развиваться в этой области после окончания школы, такие как чтение научно-популярной литературы, участие в экскурсиях и путешествиях, просмотр документальных фильмов и участие в научных конференциях.

Список литературы:

1. Географическая культура / В.П. Максаковский. – М.: Изд-во ВЛАДОС, 1998. – 416 с.
2. Замятин, Д.Н. Гуманитарная география: Пространство и язык географических образов / Д.Н. Замятин. – СПб.: Изд-во Алетейя, 2003. – 332 с.
3. Очерки географии русской культуры / А.Г. Дружинин, С.Я. Суций. – Ростов-на-Дону: Изд-во СКНЦВШ, 1994. – 575 с.
4. География культуры: учебное пособие / А. Любичанковский. – Оренбург: Изд-во Оренбургский государственный университет, 2014. – 224 с.

Бирюкова К. Н., студент
Научный руководитель: Ефимова А. Ю., канд. пед. наук
Донецкий государственный университет, РФ
kseniyaibirukova1991@gmail.com

ГЕОГРАФИЧЕСКИЙ МОНИТОРИНГ ПРИРОДНЫХ СИСТЕМ

Актуальность. Географический мониторинг окружающей среды необходим для оценки ее состояния, чтобы вовремя остановить или заранее предотвратить негативное влияние антропогенных факторов. Данный комплекс работ проводится под государственным контролем и на основании научно обоснованных данных. Под географическим мониторингом окружающей среды подразумевается комплекс наблюдений за природными и антропогенными объектами с целью получения достоверные и своевременные данные о фактах загрязнения территории, за которой ведется контроль [1].

Анализ последних исследований и публикаций Общая теория мониторинга окружающей среды, обоснование и определение основных принципов и связанных с ними понятий развиты в Российской Федерации в основополагающих работах И.П. Герасимова, Ю.А. Израэля, Ф.Я. Ровинского, В.Е. Соколова и других исследователей. Теоретические вопросы по проблемам мониторинга геологической среды изложены в работах А.А. Бондаренко, Г.К. Бондарика, А.Г. Гамбурцева, Г.А. Голодковской, В.К. Епишина, А.Г. Емельянова, Ю.Ф. Захарова В.А. Королева и других.

Цель работы: анализ особенностей географического мониторинга природных систем

Результаты исследования. Как известно, термин «мониторинг» вошел в научный оборот из англоязычной литературы и происходит от английского слова *monitoring* – контрольное наблюдение. В свою очередь слово *monitoring* происходит от английского *monitor*, а также от латинского «монитор» – «наблюдающий», «предостерегающий» [2].

После введения понятия мониторинга окружающей среды Р. Мэнном в 1972 г., данное понятие постоянно развивается и обсуждается на различных международных конгрессах и совещаниях. В настоящее время наибольшее распространение приобрел термин «экологический мониторинг», как система наблюдений, оценок и прогнозов изменений состояния природной среды, влияющей на существование экосистем. Однако, более емким является понятие «географический мониторинг», т.е. комплекс мероприятий по осуществлению наблюдения за изменением состояния как отдельных компонентов географической оболочки, так и в целом всей географической оболочки с учетом всего комплекса системных взаимосвязей ее компонентов

В отличие от экологического мониторинга целью географического мониторинга является выявление актуального текущего состояния географической оболочки и ее компонентов, а также создание полноценной базы данных наблюдений в ходе мониторинга, для их использования при построении географического прогноза

Таким образом, географический мониторинг позволяет выявить, во-первых, нежелательные изменения в географической оболочке в результате хоз. деятельности человека и своевременно разработать комплекс мер по их предотвращению; во-вторых, предотвратить нежелательные природные явления (сели, оползни, пыльные бури и т.д.) которые могут развиваться как в результате хозяйственной деятельности человека, так и в ходе естественных процессов [2].

В зависимости от масштаба объектов и задач наблюдений исследователи, как в рамках экологического, так и географического мониторинга выделяют 3 блока:

1) биосферный (глобальный); 2) геосистемный (хозяйственный); 3) биологический (санитарный). Каждый из них имеет сложное строение, представленное на рис. 1.

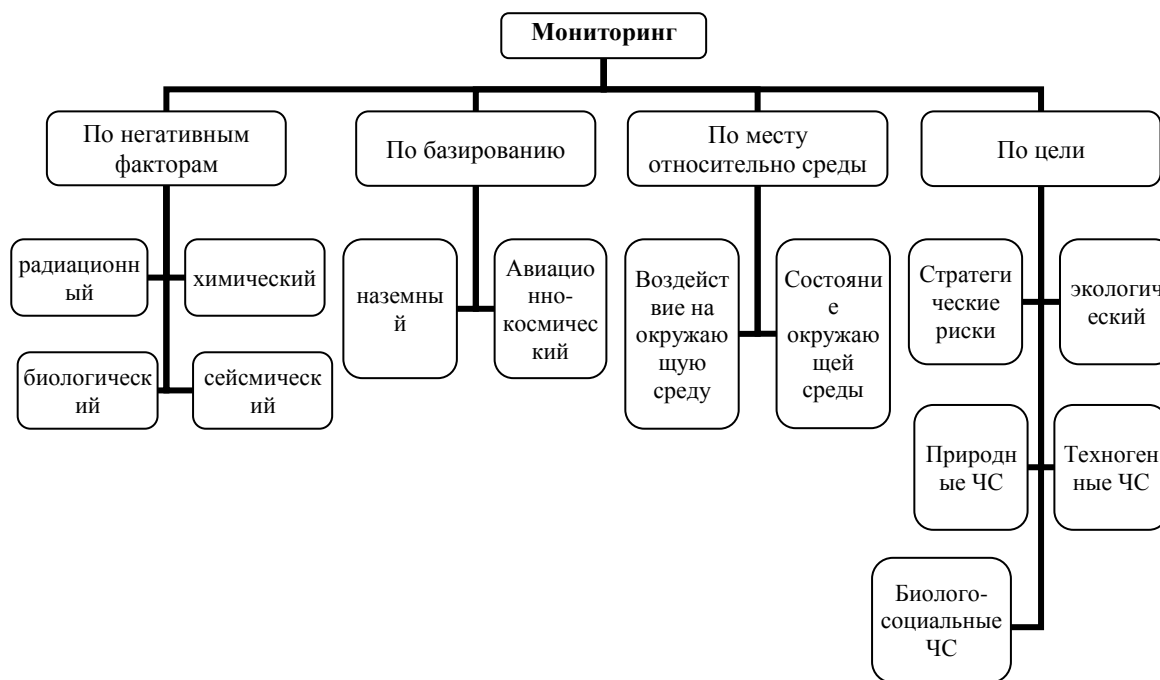


Рис. 1. Виды мониторинга

Высшим уровнем организации системы географического мониторинга является глобальный (биосферный), который охватывает земной шар в целом, является высшим, глобальным уровнем организации системы мониторинга – системы слежения за состоянием и прогнозированием изменения общемировых процессов и явлений, включая антропогенные воздействия на всю географическую оболочку.

На региональном уровне, как правило, в пределах государства разрабатывается геосистемный (природно-хозяйственный) мониторинг, включающий наблюдения за изменением природно-территориальных комплексов по таким показателям, как: массоэнергообмен, биопродуктивность, способность к самоочищению природных компонентов и в целом природного комплекса и т.д. Поскольку, объектом исследования геосистемного мониторинга являются природные и антропо-системы, очень важно определить общую устойчивость природно-хозяйственных систем к антропогенной нагрузке, то есть способность геосистем сохранять свою структуру и функциональные способности при воздействии внешних и внутренних факторов.

Геосистемный мониторинг позволяет выявить степень антропогенной нагрузки на природные компоненты и степень устойчивости как природных компонентов, так и в целом природного комплекса к антропогенной нагрузке, т.е. степень деградации природной среды в конкретном регионе с дальнейшим определением перечня необходимых мероприятий для улучшения состояния природной среды [4].

Основными направлениями для изучения геосистемного мониторинга, например в России является исследование: 1) влияния глобального изменения климатических условий на гидрологический режим в зоне многолетней мерзлоты; 2) эффектов, связанных с распространением загрязнений на большие расстояния,

включая трансграничный перенос, например, закисление почв под влиянием выбросов в атмосферу соединений серы; 3) результатов антропогенных воздействий, которым свойственна большая инерционность эффекта, например эффект накопления хлорорганических пестицидов.

На локальном уровне осуществляется биоэкологический или санитарно-гигиенический мониторинг, предполагающий контроль содержания химических ингредиентов (части химических соединений), содержащихся в природных компонентах: воздухе, воде, почве, растительности, подверженных воздействию на локальном уровне конкретных источников антропогенной нагрузки (промышленные, сельскохозяйственные, транспортные предприятия).

Результаты проведения санитарно-гигиенического мониторинга важны не только с точки зрения влияния на здоровье человека, но и анализа физико-химических процессов, происходящих в природно-территориальном комплексе, например, таких как: окислительно-восстановительные, скорость круговорота веществ в различных природных компонентах, учитывая, что один и тот же химический элемент (например: сера) могут по разному проявлять свои свойства в природной среде [4].

Проблемами географического мониторинга являются:

контролирование содержания диоксида углерода в атмосферном воздухе, снижение содержания кислорода, что влияет на нормальное дыхание живых организмов;

мониторинг водных ресурсов. Несмотря на то, что учет водных ресурсов и наблюдение за режимом вод ведутся по единой системе, происходят значительные расхождения в величинах одних и тех же показателей, представленных различными ведомствами.

Географический мониторинг ПХС (природно-хозяйственных систем) занимает специфическое место в системе географических и экологических наук: в значительной степени опираясь на экогеографию (новое направление в системе физико-географических наук) и базируясь на традиционных и новых направлениях экономической географии.

Выводы. В настоящее время наиболее актуальным является мониторинг антропогенных изменений, так как именно техногенное или хозяйственное воздействие человека на окружающую среду приносит опасные изменения в экологические системы, ландшафты, природные комплексы. Эффективность мониторинга окружающей природной среды во многом зависит от научного обоснования его теоретических и методологических основ, критериев оценки различных факторов и показателей антропогенных изменений и нарушений в биосфере [3].

Список литературы:

1. Кочуров, Б.И. Экодиагностика и сбалансированное развитие / Б.И. Кочуров. – Смоленск: Изд-во «Маджента», 2003. – 115 с.
2. Устойчивое развитие человечества и природопользование: учеб. пособие / Ю. В. Шувалов, В. П. Ковшов, Н. Н. Логинова, С. В. Ковшов. – Санкт-Петербург – Саранск, 2010. – 148 с.
3. Реймерс, Н.Ф. Природопользование: словарь-справочник / Н.Ф. Реймерс. – М.: Мысль, 1990. – 356 с.
4. Ушаков, С.А.. Экологическое состояние территории России : учеб. пособие / С. А. Ушаков, Я. Г. Кац. – М. : Изд-во «Академия», 2002. – 128 с.

Воробьева А. В., студентка
Научный руководитель: Чижикова О. А., канд. геогр. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
Vorobyova.1212@mail.ru

ТАЯНИЕ ЛЕДНИКОВ КАК ОПАСНЫЙ ПРИРОДНЫЙ ПРОЦЕСС

Актуальность. На сегодняшний день, таяние ледников является географической и экологической проблемой человечества. Данное последствие глобального потепления может привести к затоплению суши и сокращению запасов пресной воды. Таяние ледников – актуальная проблема, которая требует внимания ученых и политиков.

Анализ последних исследований и публикаций: данной темой активно занимаются исследователи из НИИ Арктики и Антарктики (РФ), совет по охране арктических морских экосистем (РФ), ученые из ООН (международная организация), национальный центр данных по исследованию снега и льда (США). Из российских ученых, особое внимание данной проблеме уделил Г. Алексеев [1], Шумаков И. А. [2], Соколов В. В. [3].

Цель исследования: рассмотреть таяние ледников как опасный природный процесс, проанализировать причины и пути решения данной проблемы.

Результаты исследования. Опасные природные процессы (ОПП) – это нелинейные и экстремальные явления взаимодействия природных систем или процессов с социальными и экологическими системами, в результате которых возникают поражающие факторы, настоящие ущерб и потери обществу и природе [1].

Увеличение парниковых газов в атмосфере приводит к росту средней температуры на планете, а последние пять лет и вовсе оказались самыми жаркими за всю историю наблюдений. В результате нагревается морская вода, тают ледники, а это чревато затоплением островов и прибрежных зон.

Ледник – это естественное скопление льда, которое образуется при условии стабильных отрицательных температур в течение года. Ледники участвуют в важнейших для Земли климатических процессах. Они охлаждают ее, образуя так называемую криосферу.

Таяние ледников – одно из последствий изменений климата. Средняя температура Земли почти дошла до 15 °С, и это самый высокий показатель за 3 миллиона лет. Каждый день тает больше 1 млн т льда. Все это чревато ураганами, наводнениями, затоплением городов и стран, резким спадом сельского хозяйства и другими экономическими убытками.

В Северном Ледовитом океане продолжается уменьшение площади морского льда, наиболее интенсивное в сентябре, составившее в 2020 г. 13,1% за десятилетие относительно среднего показателя 1981-2010 гг. [2].

90% всего ледникового покрова Земли сконцентрированы в Антарктиде, самом малоизученном материке. Этот массив настолько огромен, что материк постоянно проседает под его тяжестью. На сегодняшний день площадь ледников материка составляет чуть больше 14 миллионов квадратных километров

Арктический морской лед становится в среднем моложе и тоньше.

Проанализируем площадь сентябрьского морского льда в 1979-2019 гг. (рис. 1). Динамика резко отрицательная, площадь льда сокращается с каждым годом. Период 2012-2013 г. характеризуется наименьшей площадью морского льда. Если в 2000 году минимум площади морского льда равнялся 7 млн км², то спустя 20 лет этот показатель 4,7 млн км² [3].

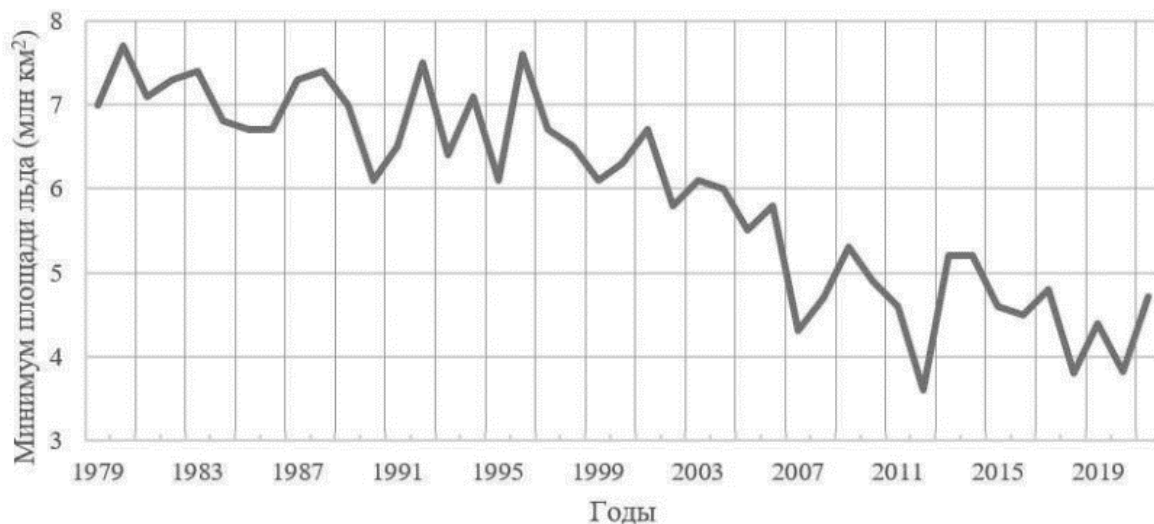


Рис. 1. Минимальная в сезонном ходе (сентябрьская) площадь арктического морского льда в период 1979 -2021 гг., млн. км² [3]

В течение последних десятилетий ученые наблюдают серьезные изменения в ландшафте: большие ледники тают и разрушаются, сокращаются ледяные площади, на территории материка образуются настоящие озера. В течение нескольких лет при дальнейшем развитии такой ситуации площадь сократится на целую треть.

Далее мы рассмотрим причины таяния ледников на территории России.

Глобальное изменение климата	<ul style="list-style-type: none"> • Чем выше становится температура на Земле, тем больше льдов рискует исчезнуть
Сжигание ископаемого топлива	<ul style="list-style-type: none"> • Это приводит к накоплению парниковых газов в окружающей среде, что в свою очередь влияет на общую климатическую тенденцию к потеплению.
Бурение нефтяных и газовых скважин	<ul style="list-style-type: none"> • В процессе добычи нефти и газа выделяется метан. Он наносит больше вреда окружающей среде, чем углекислый газ.
Вырубка лесов	<ul style="list-style-type: none"> • Деревья играют важную роль в балансировке экосистемы и общем охлаждении Земли. Их называют «природными веерами» планеты.
Суда-ледоколы	<ul style="list-style-type: none"> • Корабли оставляют следы и открытые воды. Это приводит к нагреванию воды и, как следствие, таянию еще большего количества льда.
Свалки отходов	<ul style="list-style-type: none"> • Свалки бытовых отходов, разлагающихся без какого бы то ни было контроля — источник парниковых газов.

Рис. 2. Причины таяния ледников на территории России

По прогнозу сотрудников ВШЭ, к 2050 году будет разрушено как минимум 25% инфраструктуры северных городов России. А на Аляске ущерб от таяния вечной мерзлоты и выброса парниковых газов к 2099 году оценили в \$5,5 млрд.

Опасения вызывают и «просыпающиеся» после размораживания бактерии и вирусы. На Ямале уже наблюдали вспышку сибирской язвы – возможно, ее вызвало тело зараженного оленя, которое оттаяло спустя 75 лет после захоронения. Биологи предполагают, что в недрах земли могут скрываться патогены, которые в прошлом вызывали эпидемии испанского гриппа, оспы и бубонной чумы. А исследователи из России уже обнаружили в образцах льда 33 вирусных популяции, 28 из которых ранее не были известны [4].

Поэтому ученые выдвигают самые разные идеи по их спасению:

1. Восстановление льдов Арктики и Антарктики с помощью ветряных насосов и перекачивания воды на поверхность, где она будет быстрее замерзать.

2. Подводные лодки для производства айсбергов, которые будут погружаться на глубину океана, собирать морскую воду, фильтровать ее от солей и замораживать в шестиугольные куски льда. Их предлагается стыковать с естественными льдинами или забрасывать под ледник.

3. Белые одеяла для укрытия ледников, которые должны отражать солнечный свет и замедлять процессы таяния.

4. Предлагаются проекты по установке защитных зеркал на орбите планеты и заслонок на территориях ледников.

5. Исследуются растения, выведенные путем сложной селекции, которые способны эффективнее поглощать углекислоту.

6. Очень важный аспект решения проблемы заключается в поиске альтернативных источников энергии, позволяющих отказаться от сжигания углеродного сырья.

7. На государственном уровне осуществляется жесткий контроль над предприятиями, не позволяющий превышать уровень опасных и токсичных выбросов.

Выводы. Одна из самых актуальных экологических проблем современности – все ускоряющийся процесс таяния ледниковых покровов планеты. В этих гигантских массивах льда сосредоточены основные запасы пресной воды, а кроме того, их благосостояние позволяет поддерживать соответствующие климатические условия. Разрушения ледников негативно сказываются на климате планеты, состоянии флоры и фауны, здоровье человека. Предотвратить необратимые последствия таяния ледников в Арктике, Антарктике и других регионах планеты можно только в том случае, если необходимые меры будут предприняты повсеместно и на всех уровнях, начиная от мирового и заканчивая действиями каждого человека.

Список литературы:

1. Алексеев, Г. Мировые катаклизмы / Г. Алексеев, М. В. Сероштан. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Дашков и Ко, 2019. – 532 с.

2. Шумаков, И. А. Глобальные изменения климата / И.А. Шумаков // Экология. – 2021. – № 3. – С. 168-177.

3. Соколов, В. В. Все о ледниках / В.В. Соколов, А.С. Малета // Устойчивое развитие экономики. Всероссийский научно-производственный журнал. – Астрахань, 2020. – № 1. – С. 82-86.

4. Режим разморозки: что происходит с ледниками по всему миру. – Текст: электронный // РБК: [сайт]. – URL: <https://trends.rbc.ru/trends/green/60c368e59a794752b23a2d9b?from=copy> (дата обращения: 25.11.2023).

Гусельникова М. Г., студент
Научный руководитель: Ефимова А. Ю., канд. пед. наук
Донецкий государственный университет, РФ
marina.panchenko@mail.ru

ГЕОГРАФИЧЕСКОЕ ПРОГНОЗИРОВАНИЕ КАК ЭЛЕМЕНТ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ ШКОЛЬНИКОВ НА УРОКАХ ГЕОГРАФИИ

Актуальность. В данное время взаимодействие деятельности человека и природы усиливается. Взаимоотношения становятся напряженными и значимыми. Только сейчас человек стал понимать всю серьезность экологического кризиса.

Рациональное природопользование – ключевой вопрос для дальнейшего существования человечества. Важное условие эффективного осуществления планов и решений, направленных на предотвращение неблагоприятной обстановки в использовании природных ресурсов и отношении к окружающей среде – формирование у населения экологической культуры, фундамент которой закладывается при изучении школьной географии.

География, в свою очередь, рассматривает составные части географического прогнозирования, создавая образовательную платформу для экологического обучения будущих грамотных экологов и экономистов, принимающих ключевые решения в ведении политики в области природопользования.

Анализ последних исследований и публикаций. Анализируя учебную литературу по географии старших классов общеобразовательных учреждений, программу курса географии, можно выделить требования к развитию и формированию у обучающихся умения прогнозировать. Учебники В.П. Максаковского, Ю.Н. Гладкого, В.В. Николиной, учебные пособия о природных условиях С.В.Васильева, И. И. Бариновой, Т. П. Герасимовой подчеркивают неразрывность связи человека и природы, дают общий обзор природы России, подробно характеризуют природно-территориальные комплексы страны. Особое внимание уделено вопросам охраны природных ресурсов и экологическим проблемам [5].

Однако на практике не всегда уделяется достаточное внимание географическому прогнозированию, школьники не могут полноценно сформировать картину последствий активного влияния человека на природу, затрудняются подытожить последствия роста ресурсопотребления.

Цель исследования состоит в изучении необходимости совершенствования географического прогнозирования в рамках экологической подготовки школьников на уроках географии.

Результаты исследования. География славится своим подходом к изучению природы, это наука о земле, о ее развитии и состоянии. В процессе изучения географии ученики не только развивают интерес к учебному предмету, но и расширяют свои познания в интеллектуальном и творческом плане. Наблюдение за окружающей средой, решение географических задач и применение географических знаний для решения повседневных проблем позволяют развивать не только имеющиеся знания, но и получать новые. Именно уроки географии предоставляют возможность систематического рассмотрения экологических проблем и защиты окружающей среды в контексте взаимоотношений общества и природы [3].

В целом процесс образования представляет собой целенаправленное воздействие на развитие личности обучающегося, что приводит к получению этим индивидом

социального опыта, приобщению его к национальным достижениям людей, проживающих в одной стране [4].

Как писал Ю.Д. Дмитриевский, «... географы, по существу, всегда анализировали на том или ином уровне экологические проблемы в их широком истинно географическом понимании» [1].

Географическое прогнозирование – это расчет изменений равновесия и характера развития природных компонентов воздействия деятельности человека, потенциала природных ресурсов и потребности в них в глобальном, региональном и локальном масштабах. Таким образом, прогноз – это особый вид изучения, когда сначала изучается не то, что есть, а то, что произойдет в результате какого-либо воздействия или бездействия.

Главной целью географического прогноза выступает оценка ориентировочной реакции окружающей среды на прямое или косвенное воздействие человека, а также решение задач будущего рационального природопользования применительно к ожидаемым условиям окружающей среды. В текущее время закладываются основы будущих изменений, и от того, какими они будут, зависит жизнь будущих поколений.

Прогностическая наука располагает более 150 методами и приемами прогнозирования, различных по уровню, масштабам и научной обоснованности.

Методические приемы географического прогнозирования включают анализ и отображение карт, аэрокосмических снимков, математические и статистические методы, построение логических моделей и сценариев. С их помощью можно получить необходимую информацию, наметить общее направление возможных изменений.

Во время проведения констатирующего эксперимента в 10-11 классах обучающихся МБОУ «Школа №126 города Донецка» на уроках географии была проведена проверка знаний учащимися основ природопользования и охраны окружающей среды. Проверка проводилась в один этап и охватила более 70 школьников. В задачу исследования входило выяснение отношения учащихся к проблеме охраны окружающей среды.

Учащимся была предложена анкета, которая содержала следующие вопросы: 1. Укажите наиболее актуальные проблемы человечества? 2. С помощью каких источников получена информация об этих проблемах? (Интернет, телевидение, книги, газеты, школа, учебники, другое.). 3. В решении каких из перечисленных проблем Вы участвуете или хотели бы участвовать? 4. Перечислите основные природоохранные меры, которые были бы актуальны в вашем регионе.

Проанализировав ответы, были получены такие результаты: среди проблем, стоящих перед человечеством, 69% опрошенных указали проблему охраны окружающей среды. При ответе на второй вопрос 71% учащихся определили основным источником информации Интернет, 24% выделили на второе место телевидение, газеты и научно-популярную литературу и только 5% опрошенных отвели роль главного источника информации школе.

Полученные данные говорят о том, что сегодняшние школьники оказались в ситуации субъективных и иногда не самых компетентных мнений глобальной сети «Интернет», где информационный поток никак не контролируется.

В ходе анализа ответов по третьему вопросу выяснилось, что у 70% учащихся имеется желание принять участие в решении проблемы охраны окружающей среды, но не знают, как это сделать.

Четвертый вопрос содержал перечисление природоохранных мер, необходимых для проведения в регионе проживания. Подавляющее большинство учащихся (79%) главную роль в деятельности человека по охране окружающей среды в Донецком крае отводят организации заповедных и охраняемых территорий. Только в 7% ответов было

указано на необходимость перехода производств на малоотходную и безотходную технологию. Термины «рекультивация» и «мелиорация» упомянули в 13% анкет. О существовании служб контроля состояния окружающей среды указано лишь в пяти ответах (1%).

Таким образом, наблюдается не совсем полноценное формирование географического прогнозирования в рамках экологической подготовки школьников на уроках географии. Большую часть информации учащиеся получают уже сформированной из социальных сетей.

География как школьный предмет должна быть сориентирована на формирование широкого спектра мировоззренческих знаний, а знания способствовать социализации личности, подготовки ее к жизни, рациональной продуктивной творческой деятельности [2].

Выводы. Географическое изучение окружающей среды и использование широких возможностей географического прогнозирования является необходимым условием любой природоформирующей деятельности.

Анализ школьных программ и учебников показывает, что усиление их экологической составляющей связано в основном с расширением круга экологических вопросов. Предусмотренное программами количество задач и практических упражнений не включает достаточного количества заданий прогностического и оценочного характера.

Результаты установочных экспериментов показали, что общий уровень экологической образованности учащихся невысок. В частности, во многих ответах учащихся основное внимание уделялось «пассивным» мерам охраны окружающей среды (заповедники), не разъясняя сущности рекультивационных и мелиоративных мероприятий. В ответах учащихся по большей части отсутствует материал о важности научного прогнозирования возможных природных изменений.

Теоретически установлено, экологический аспект содержания географического образования может быть усилен за счет использования в школьной географии элементов географического прогнозирования. А реальное усиление деятельностного компонента в содержании экологического образования и развития учащихся возможно в условиях прогнозирования развития и взаимовлияния ближайшего окружения.

Список литературы:

1. Васильев, С.В. Экологическое образование школьников при обучении географии монография / С. В. Васильев. – РГПУ им. А. И. Герцена, 2003. – 300 с.
2. Ефимова, А.Ю. Патриотическое воспитание будущих учителей географии посредством туристско-краеведческой работы / Ефимова А.Ю. // В сборнике: Современный учитель: профессиональная компетентность и социальная значимость. Материалы I Международной научно-практической конференции. Под общей редакцией С.В. Беспаловой, И.А. Кудрейко. Донецк. – 2022. – С. 29-34.
3. Ефимова, А.Ю. Практические аспекты обучения физической географии / А.Ю. Ефимова // В книге: Инновационные направления интеграции науки, образования и производства. Сборник тезисов докладов участников II Международной научно-практической конференции. Под общей редакцией Е.П. Масюткина. Керчь. –2021. – С. 675-678.
4. Ефимова, А.Ю. Роль и место природоохранных знаний в системе географической подготовки школьников / А.Ю. Ефимова // Вестник Донецкого национального университета. Серия Б. Гуманитарные науки. – 2020. – № 3. – С. 183-191.
5. Максаковский, В.П. К вопросу о месте России в мире/ В.П. Максаковский // География и экология в школе XXI века. – 2011. – № 9. – С. 7-8.

Ермоленко Е. С., студентка
Научный руководитель: Закотнюк О. Л., канд. экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
elena.351955@gmail.com

ПРИМЕНЕНИЕ VR-ТЕХНОЛОГИЙ НА УРОКАХ ГЕОГРАФИИ

Актуальность. Как известно, в современном мире сейчас не обойтись без электронных устройств и другой различной техники, она окружает повсюду и уже прочно вошла в обыденную жизнь. Развитие технологий не могло не повлиять и на образовательный процесс. Так, относительно недавно начали применять vr-технологии, которые могут погрузить человека в виртуальный мир. Но такой виртуальный мир можно интерпретировать в пользу учебного процесса, для получения дополнительной информации и применения его на дистанционных занятиях, ведь проблема хорошего усвоения материала и мотивации учащихся на уроках сейчас стоит особенно остро.

Анализ последних исследований и публикаций. Изучением влияния использования vr-технологий на уроках географии занимались Кондрашина Н. Г., Кучер М. О., Шадрин К.А. и Тарева А. В.

На данную тему современных исследований и путей урегулирования проблемы усвоения материала и мотивации учащихся на уроках мало. Многие работы являются недоработанными, чрезмерно краткими, отходящими от главной мысли, либо без предложений решения проблемы.

Цель исследования. Целью исследования является изучение использования vr-технологий на уроках географии.

Результаты исследования. Прежде всего, надо разобраться, что такое vr-технологии и для чего их используют. Vr-технологии представляют собой такие технологии, которые при помощи специальных устройств могут погрузить человека в виртуальное пространство. Доказано, что применение современных технологий положительно влияет на учебный процесс. Учащиеся увлекательнее и продуктивнее воспринимают новую тему. Такое средство обучения является более эффективным, чем традиционные методы образования [2].

Такой формат обучения включает в себя различные возрастные группы: дети до 5 лет, младшие, средние и старшие классы, студенты высших учебных заведений и даже подходит для работы со стариками.

Такие vr-технологии имеют много положительных моментов:

1. Наглядность. Этот критерий является важнейшим в географии, ведь без наглядности тяжело представить планету и процессы, происходящие на ней. Можно визуализировать почти всё – растения, животных, горы, моря, природные процессы и явления, которые невозможно увидеть каждый день. Например, извержения вулканов, снежные лавины, движение ледников, возникновение урагана.

2. Увлекательность и визуальная память. Можно имитировать многие природные условия и ситуации, которые запомнятся намного лучше и подробнее из-за живой картинки, вместо сплошных текстов учебного материала.

3. Фокусировка внимания. Пространство в vr-режиме имеет угол обзора 360 градусов, что в свою очередь обеспечивает полное погружение в виртуальность и не позволяет отвлекаться на внешние факторы.

4. Безопасность. При помощи таких устройств можно спуститься в Большой Барьерный риф, съездить на Северный полюс или даже исследовать целый континент. Угрозы жизни и здоровью – нет, а полученная информация усваивается намного лучше благодаря зрительной, эмоциональной и образной памяти.

5. Простота в использовании. Само программное обеспечение настраивается без проблем и больших затрат сил. Таким образом, с данным оборудованием может справиться пользователь любой степени.

Очки виртуальной реальности относятся к vr-технологиям и могут помочь выполнить такие задачи: обеспечить более полное усвоение и понимание учебного материала, взаимодействовать с объектами и условиями в виртуальном мире, более тщательно изучать детали пространства и явлений, развить наглядность и внимательность учащихся, сформировать эмоционально-ценностное отношение к окружающему миру, дополнительно мотивировать к учёбе. С помощью данного устройства ученики смогут погрузиться и в мир виртуальных экскурсий, в некое дистанционное путешествие. Такие экскурсии будут особенно актуальны при изучении затруднительных тем (это может быть физическая и экономическая география, геология, картография и многое другое). Применяться очки могут как для изучения новой темы урока, так и для закрепления уже полученных ранее знаний [1].

Так, для обучения можно использовать очки виртуальной реальности Shinecon G10. Они беспроводные, состоят из корпуса, ремня-фиксатора и 2 линз, которые имеют возможность регулировки расстояния между собой, а также настройки фокусного расстояния отдельно для каждого глаза. Внутри шлема находится особая система отслеживания ориентации устройства в пространстве. Двигая головой вправо можно таким же образом сместиться и в виртуальном мире, это даст дополнительное ощущение присутствия того места, которое демонстрируется. Такой эффект доставляет ученикам эмоции, а те, в свою очередь, создают ассоциации, которые потом превращаются в воспоминания. Устройство способно передать картину и атмосферу того пространства, которое можно задать самим [4].

Geography Expeditions – это программа, которая подходит для дистанционных обзорных экскурсий, в том числе и в очках виртуальной реальности. Перенестись можно в любой уголок планеты – в Антарктиду, Амазонку, пустыню или даже вулкан. Графика яркая, детальная, позволяет хорошо запоминать образы и обстановку данной местности. Есть возможность кругосветных путешествий и путешествий по отдельным городам, достопримечательностям.

Youtube 360 vr – подкаст самого известного видеохостинга Youtube. Здесь собрано множество видео формата 360 градусов по географии. Животные, леса, океаны, моря, отдельные страны – всё это есть на платформе и открыто в свободном доступе.

VR энциклопедия – это сборник учебных видеороликов в параметрах 360 градусов по астрономии, истории, биологии, физике и других в виртуальных шлемах. Такие завершённые VR-фильмы позволяют путешествовать по любому месту планеты или за ее пределами без выхода из школы.

Виртуальная экскурсия является одной из определяющих форм обучения, которая характеризуется интерактивным виртуальным воспроизведением реально существующих объектов для общедоступного самостоятельного наблюдения, сбора нужных фактов, решения разнообразных задач. Такие экскурсии являются плодотворным способом для изучения особенностей территорий, их сходства и различий [3].

Можно и самим разработать виртуальную экскурсию, например, по достопримечательностям своего края. Сделать это можно с помощью приложения R360, которое поможет сделать фото и видео с углом обзора 360 градусов. К примеру, по центру Донецка можно организовать культурно-познавательную экскурсию, которая будет начинаться по улице Артёма, затем продолжаться по улице Постышева, Комсомольскому проспекту, и конечной точкой пути станет бульвар Пушкина.

Подходит как для школьников любого класса, так и для студентов. Такой маршрут рассчитан на час и охватывает 7 культурных объектов:

1. Сквер Россия (площадь Ленина), прошлое название – сквер «Первомайский». Имеет особое значение развития и укрепления отношений дружбы, взаимопонимания и сотрудничества между гражданами Российской Федерации и Донецкой Народной Республики.

2. Памятник В.И. Ленину (площадь Ленина). В канун юбилея, 50-я годовщина Великой октябрьской социалистической революции, центральная площадь столицы Донбасса приобрела современный вид, лишившись старых построек (первой советской больницы) и обретя самый главный в городе памятник Владимиру Ильичу Ленину.

3. Донецкая филармония (улица Постышева 117). С 1931 года и до настоящего времени показывает высокий художественный уровень. В разные годы здесь работали известные композиторы и дирижёры – А.И. Климов, Н.Г. Рахлин, А. Оселков, Генрих Эдельштейн, К. Жукова, С. Мостовая, Н. Назаревская-Оскольская.

4. Памятник женщинам Донбасса (Комсомольский проспект). Установлен женщинам, которые совершили трудовой подвиг, восстанавливая угольные шахты, уничтоженные во время Великой Отечественной войны, и поднимая экономику в послевоенный период.

5. Бульвар А.С. Пушкина (находится между улицами Артёма и Университетской). Создан он на месте разрушенного в начале 50-х годов кирпичного завода. Закладка бульвара началась в 1947 году, но его вид изменялся ни один раз.

6. Памятник А.С. Пушкину (бульвар Пушкина). Его открытие было приурочено к 170-летию со дня рождения поэта и 100-летию Донецка.

7. Донецкий государственный академический музыкально-драматический театр им. М.М. Бровуна (улица Артёма 74А). Его деятельность началась в 1927 году в Харькове, а с 1933 года он был переведён в Сталино (Донецк). Имеет множество достижений и наград, нередко проводит фестивали и гастролирует по России.

Выводы. Таким образом, можно сделать вывод, что главные направления современного образования в географии – это изучение мира с помощью нестандартных и компетентностных подходов, формирование грамотности, использования новых технологий и других современных средств обучения, совмещенными с проверенными традиционными технологиями. И так как электронные устройства и другие виды техники прочно вошли в жизнь людей, то их применение должно быть рациональным, с пользой для педагогики в целом. Такое внедрение поможет добиться хорошего усвоения и закрепления материала, повышения грамотности, мотивации к учёбе и других положительных аспектов.

Список литературы:

1. Виртуальные путешествия: дистанционные экскурсии из комфорта дома [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://travels4you.ru/distanczionnaya-ekskursiya/?ysclid=lon4x0z1ew560186146> (дата обращения: 25.11.2023).

2. Национальный проект РФ «Образование» / цифровая образовательная среда [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://edu.gov.ru/national-project/projects/cos/> (дата обращения: 25.11.2023).

3. Перечень VR видео и приложений для использования на уроках географии [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://nsportal.ru/shkola/vneklassnaya-rabota/library/2021/12/13/perechen-vr-video-i-prilozheniy-dlya-ispolzovaniya-na> (дата обращения: 25.11.2023).

4. 360 VR-образование [Электронный ресурс] – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://dzen.ru/a/YkU0DSJAUQS1EnQx> (дата обращения: 25.11.2023).

Кирьязиева И. А., студентка
Научный руководитель: Дубель В. М., канд. экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
kiryazieva.i@yandex.ru

ОСОБЕННОСТИ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ МЕТОДОВ ПРОБЛЕМНОГО ОБУЧЕНИЯ НА УРОКАХ ГЕОГРАФИИ

Актуальность. Построение модели современного учебно-воспитательного процесса – это сложный и многогранный процесс, который требует изучения, постоянного развития и усовершенствования принципов обучения. Педагогу следует уметь внести вклад в формирование и развитие личности своих учащихся, а этого, в свою очередь, можно достигнуть с помощью организации познавательной деятельности учащихся, развитием творческих способностей, пробуждая в них познавательный интерес к изучаемому предмету. Одной из основных методик развития познавательного интереса учащихся является использование методики проблемного обучения в учебно-воспитательном процессе.

Анализ последних исследований и публикаций. Существенный вклад в раскрытие проблем интеллектуального развития, проблемного и развивающего видов обучения внесли: П.Я. Гальперин, И.Я. Лернер, А.М. Матюшкин, Л.В. Занков, и др.

Цель исследования – рассмотреть особенности применения методики проблемного обучения на уроках географии в средней школе.

Результаты исследований. Проблемное обучение – способ активного взаимодействия учеников и педагога, создание учебных проблемных ситуаций и способ организации деятельности учащихся по способам решения поставленных учебных проблем. Особенностью обучения дисциплины «География» является взаимосвязь большого количества факторов, которые относятся к различным областям научного знания, что придает учебному материалу особую привлекательность, но при этом делает организацию учебно-воспитательного процесса очень сложным и многогранным процессом. Таким образом, у педагога возникает необходимость в нахождении и применении, таких методов обучения, которые будут обеспечивать эффективность использования учебного времени и внеурочной деятельности учащихся. В связи с этим, на уроках географии активнее стали применяется методы проблемного обучения в различных его вариациях в зависимости от возрастных и психологических особенностей и подготовки учащихся.

Основа проблемного обучения заключается в том, что по ходу проведения учебного занятия учащиеся изучают новый материал посредством проблемного изложения, после чего происходит закрепление пройденного материала с помощью постановки и решения проблемных ситуаций. Перед учащимися следует ставить проблемы, которые следует решать самостоятельно, осуществлять поиск способов и путей применения ранее полученных знаний, умений и навыков в новых условиях.

Виды проблемного обучения следует различать в соответствии с видами творчества. На этом основании можно выделить следующие виды проблемного обучения:

Первый вид («научное» творчество) – это теоретические исследования, т.е. поиск и открытие учениками новых правил, законов, теорем и т.д. Основой этого вида проблемного обучения является постановка и решение теоретических проблемных ситуаций. Данный вид часто встречается на занятиях где, наблюдаются индивидуальные, групповые и фронтальные решения поставленных проблемных

ситуаций, а также данные проблемные ситуации решаются посредством углубленного изучения теоретических и статистических данных.

Второй вид («практическое» творчество) – поиск практического решения, т.е. поиск способа применения полученных знания, умений и навыков в новых условиях. Основой этого вида проблемного обучения является постановка и решение практических учебных проблемных ситуаций. Данный вид применяется на практических и лабораторных занятиях. Характерной особенностью решения таких ситуаций является не только теоретическое изучение материала, но и изучение опыта решения подобных проблем и выдвижение своих вариантов решения поставленной проблемной ситуации.

Третий вид («художественное» творчество) – это художественное отображение действительности на основе творческого воображения. Третий вид обучения применяется на учебных занятиях и во внеурочной деятельности учащихся в таких видах работ как: сочинения, рисование, написание музыкальных и литературных произведений, создание игр и т.д. На основе творческого подхода к изучению и рассмотрению проблемной ситуации, как результат исследования можно представить проектную работу, как один из методов применения проблемного обучения.

Данные виды проблемного обучения могут применяться при различных формах организации и проведения педагогического процесса.

Процесс применения методов проблемного обучения состоит из четырех взаимосвязанных этапов:

1. Создание проблемной ситуации и осознание поставленной проблемы.
2. Формулирование гипотезы.
3. Поиск решения и доказательство гипотезы.
4. Решение поставленной проблемы.

К поставленной проблеме следует предъявлять «особые» требования, иначе проблемная ситуация не будет создана.

1. Проблема должна быть доступной к пониманию учащимися.
2. Следующим требованием является посильность выполнения выдвигаемой проблемы.
3. Формулировка проблемы должна заинтересовать учащихся.
4. Немалую роль играет естественность постановки проблемы.

Для реализации проблемного обучения следует выполнить ряд условий:
отбор основных проблем в системе обучения географии;
определение особенностей проблемного обучения в разных видах учебно-воспитательной деятельности;

построение оптимальной системы проблемного обучения, создание учебных и методических пособий и руководств, как для учеников, так и для педагога;
индивидуальный подход и педагогическое мастерство, вызывающие заинтересованность и активизацию познавательной деятельности учащихся.

Одной из структурных единиц проблемного обучения является проблемная ситуация, стоит выделить следующие критерии постановки ее на уроке:

1. Эмоциональная окраска материала и формы его преподнесения.
2. Опора на имеющиеся у ученика знания, умения и навыки, которые получены в ходе обучения.
3. Творческий подход и развитие творческого мышления учащихся.
4. Учет возрастных и психологических особенностей учащихся при формировании проблемных ситуаций.

При работе с методом проблемного обучения одной из важных задач педагога является определение особенностей поведения учащегося в различных

затруднительных для него ситуациях, возможные варианты выхода им из этих ситуаций. В учебно-воспитательном процессе рассматриваются различные варианты выхода из проблемной ситуации учащимся в зависимости от степени участия педагога в решении проблемной ситуации.

1. Педагог сам ставит и решает проблему.
2. Педагог сам ставит и решает проблему, привлекая учащихся к формулировке проблемы, выдвижению гипотез, доказательству гипотезы и проверке решения.
3. Учащиеся самостоятельно ставят и решают проблему, но с участием и помощью педагога.
4. Учащиеся самостоятельно ставят проблему и решают ее без помощи педагога (под его руководством).

Таким образом, следует что, курс географии – один из интереснейших и познавательных в школьной программе, эффективность обучения в этом учебном предмете может быть достигнута, если учебно-воспитательный процесс и внеурочная деятельность будут неразрывно связанные и направленные на развитие научного и творческого мышления и потенциала учащихся, на формирование их познавательной самостоятельности и заинтересованности в обучении. Возможности для проблемного обучения на уроках географии весьма обширны, поскольку сложности в изучении географии природных объектов, явлений и процессов, рассмотрение каждого из них можно провести с помощью методики проблемного изложения.

Проблемное обучение:

позволяет использовать принцип поисковой деятельности ученика;
способствует развитию научного стиля мышления;
расширяет кругозор, способствует развитию творческих способностей учащихся;
способствует усвоению знаний учащимся, самостоятельному (или с помощью педагога) анализу проблемных ситуаций, формулированию проблем, выдвижения гипотез, их обоснования и доказательства, а также предварительных путей решений проблемной ситуации.

Особую роль проблемное обучение играет при организации дистанционной формы обучения. В этих условиях необходимо избежать простого поиска ответов без их осмысления и понимания особенностей применения информации в конкретных поставленных условиях для решения проблемных ситуаций. В данном случае, проблемное обучение просто незаменимо.

Выводы. Проблемное обучение – форма обучения, с помощью которой педагог может создавать проблемные ситуации и организовывать их решение, обеспечивая при этом оптимальное сочетание самостоятельной работы и работы с педагогом, что приводит к усвоению новых знаний, умений и навыков в различных ситуациях.

Методов проблемного обучения большое количество, их следует выбирать опираясь на особенности учащихся. Но метод не главное, главное его применение на практике.

Список литературы:

1. Авербах, Д.С. Подходы к проблемному построению урока / Д. С. Авербах // География в школе. – 1989. – № 5. – С. 40-45.
2. Лернер, И.Я. Дидактические основы методов обучения / И. Я. Лернер. – М.: Педагогика, 1981. – 185 с.
3. Понурова, Г.А. Проблемный подход в обучении географии в средней школе / Г.А. Понурова. – М.: Просвещение, 1991. – 191 с.

Кожемяко М. С., студент
Научный руководитель: Дубель В. М., канд. экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
kozheymakomaria@mail.ru

ОСОБЕННОСТИ РАЗМЕЩЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ МИРА

Актуальность. Особенности размещения населения мира остаются актуальными в современном мире из-за ряда факторов. Во-первых, демографические изменения, такие как рост населения, старение населения, миграция и изменение социально-экономических условий, влияют на размещение населения. Во-вторых, глобальные проблемы, такие как изменение климата, урбанизация, неравномерное распределение ресурсов и экологические проблемы, также оказывают влияние на размещение населения. Изучение особенностей размещения населения мира позволяет понять динамику демографических процессов, выявить причины и последствия перенаселения в некоторых регионах и недостатка населения в других, а также разработать стратегии устойчивого развития для различных регионов. Кроме того, данная тема имеет важное значение для принятия решений в области городского планирования, социальной политики, экономического развития и охраны окружающей среды.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблеме размещения населения мира были посвящены труды таких исследователей, как А.А. Анохин, И.И. Елисеева, В.М. Осинцева, В.П. Желтиков, В.П. Максаковский и другие.

Цель исследования. Целью исследования особенностей размещения населения мира является выявление закономерностей и тенденций в распределении населения по различным регионам, выявление причин и последствий перенаселения и недостатка населения, а также разработка стратегий устойчивого развития для различных регионов.

Результаты исследования. Численность населения во всем мире быстро растет, и поэтому очень важно за этим следить. Фонд народонаселения ООН (UNPF) ежегодно готовит отчет о населении мира на основе последней переписи населения каждой страны. Отчет о населении мира за 2023 год показывает, что Индия превзошла Китай и стала самой многочисленной страной в мире к концу 2023 года.

Распределение населения означает структуру проживания людей. Распределение населения мира неравномерно. Малонаселенные места, как правило, трудны для жизни. Обычно это места с агрессивной средой, например Антарктида. Густонаселенные места являются обитаемой средой, комфортной для проживания, например – Европа [2].

Плотность населения – это показатель количества людей на определенной территории. Карта ниже представляет собой картограмму (затенение) и иллюстрирует плотность населения. Чем темнее цвет, тем выше плотность населения (рис. 1).

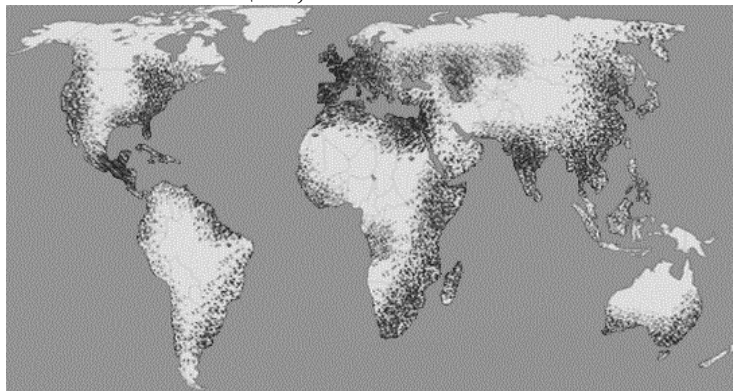


Рис. 1. Точечная карта населения

На плотность населения влияет целый ряд человеческих и природных факторов (табл. 1).

Таблица 1

Влияние различных факторов на размещение населения

Факторы	Высокая плотность	Низкая плотность
Рельеф	Низменности, плоская поверхность, например, долина Ганга в Индии.	Высокогорная местность, например, Гималаи.
Ресурсы	Районы, богатые ресурсами (например, углем, нефтью, древесиной, рыбой и т. д.), как правило, густонаселены, например, Западная Европа.	Районы с небольшим количеством ресурсов, как правило, малонаселены, например, Сахель.
Климат	Районы с умеренным климатом, как правило, густонаселены, поскольку здесь достаточно осадков и тепла для выращивания сельскохозяйственных культур, например, Франция.	Районы с экстремальным жарким и холодным климатом, как правило, малонаселены, например, пустыня Сахара, Гренландия.
Политический	Страны со стабильным правительством, как правило, имеют высокую плотность населения, например, Сингапур.	В нестабильных странах, как правило, плотность населения ниже, поскольку люди мигрируют, например, в Афганистане.
Социальный	Группы людей хотят жить рядом друг с другом в целях безопасности, например, Япония.	Другие группы людей предпочитают быть изолированными, например, Скандинавы.
Экономический	Хорошие возможности трудоустройства способствуют высокой плотности населения, особенно в крупных городах в странах MEDC и LEDC по всему миру.	Ограниченные возможности трудоустройства приводят к тому, что некоторые районы становятся малонаселенными, например, тропические леса Амазонки.

Распределение населения внутри страны также неравномерно. Регионы с благоприятными условиями обычно более густонаселены по сравнению с местами в более сложных условиях. Например, в Северном Уэльсе плотность населения ниже, чем в Южном Уэльсе. На севере вокруг Сноудонии рельеф гористый, однако на юге рельеф равнинный и легко застраивается.

Распределение населения является географическим образом его заселения. В мире существует значительная разница в распределении и плотности населения по территории. Из общего числа населения Земли, 70% проживает на всего лишь 7% площади суши. Кроме того, 80% населения сосредоточено в Восточном полушарии, а 90% – в Северном. Основная масса людей живет в районах с умеренным, субтропическим и субэкваториальным климатом. Около 15% суши остаются необитаемыми из-за экстремальных природных условий [3].

Одним из основных показателей, характеризующих распределение населения, является его плотность. Средняя плотность населения Земли составляет 40 человек на квадратный километр. Однако, неравномерность распределения населения в разных регионах и странах значительна. Плотность населения может варьироваться от дробных долей до 2000 человек на квадратный километр. В Западной Европе и Азии плотность населения превышает 100 человек на квадратный километр, в Северной и Южной Америке она составляет около 20 человек на квадратный километр, а в Австралии и Океании она не превышает 4 человека на квадратный километр.

Неравномерность распределения населения может также быть видна внутри отдельных стран. Примерами являются Египет (наиболее плотно заселенная долина реки Нил), Китай и Австралия (заселение восточной части страны), Канада (заселен южный регион) и Россия (наиболее плотно заселена европейская часть страны).

Например, на острове Ява в Индонезии плотность населения достигает 2000 человек на квадратный километр, в то время как в других частях страны она составляет всего 3 человека на квадратный километр [2].

Неравномерное размещение населения на планете Земля можно объяснить несколькими факторами. Первым из них является природный фактор. Он проявляется в слабо освоенных и непригодных для проживания условиях, таких как пустыни, тундры, тропические леса и полярные области. Кроме того, основная часть населения предпочитает жить на высоте до 1000 метров над уровнем моря. Интересно, что 56% населения сосредоточено на равнинах, расположенных на высоте до 200 метров, а 24% проживает на высоте до 500 метров над уровнем моря. Еще одной причиной неравномерного размещения населения является его концентрация вблизи морского побережья. Более половины населения Земли живет в пределах 200 километров от побережий морей и океанов. Высокая плотность населения также наблюдается на территориях с плодородными почвами и благоприятными климатическими условиями, таких как субтропики, субэкваториальные и южные умеренные зоны.

Кроме природных факторов, на размещение населения влияют исторические особенности. Время заселения сильно повлияло на население разных регионов. Различия в современной демографической ситуации связаны с естественным приростом населения в отдельных странах. Ярким примером является Бангладеш с высоким уровнем рождаемости, что и приводит к высокой плотности населения в этой стране в настоящее время – более 750 человек на квадратный километр. Наконец, на размещение населения также влияют социально-экономические условия. Промышленные зоны, транспортные пути и освоение крупных месторождений полезных ископаемых способствуют концентрации населения на небольших участках территории [1].

Выводы. Изучение особенностей размещения населения мира является важной задачей, учитывая демографические изменения, глобальные проблемы и их влияние на размещение населения. Это позволяет понять динамику демографических процессов, выявить причины и последствия перенаселения и недостатка населения, а также разработать стратегии устойчивого развития для различных регионов, решений в городском планировании, социально-экономическом развитии, охране окружающей среды.

Список литературы:

1. Анохин, А. А. География населения с основами демографии: учебник для академического бакалавриата / А.А. Анохин, Д.В. Житин. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 279 с.
2. Елисеева, И.И. Демография и статистика населения: учебник для академического бакалавриата / И.И. Елисеева [и др.]; под ред. И.И. Елисеевой, М.А. Клупта. – 3-е изд., пер. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 405 с.
3. Осинцева, В.М. Территориальная организация населения: учебное пособие для вузов / В.М. Осинцева. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 132 с.

Лютая К. Э., студентка
Научный руководитель: Закотнюк О. Л., канд. экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
lyutkarina0325@mail.ru

СОЦИАЛЬНОЕ НЕРАВЕНСТВО НА УРОВНЕ МАКРОРЕГИОНОВ МИРА

Актуальность. В условиях быстрого технологического развития и изменяющейся парадигмы, понимание и предотвращение негативных последствий социального неравенства является важными задачами для обеспечения устойчивого развития мирового общества.

Анализ последних исследований и публикаций. Изучением проблемы социального неравенства занимались такие исследователи, как В.В. Антропов, О.Н. Баранов, Н.В. Зубаревич, Т.Г. Нефедова, Н.Г. Осипова, В.В. Перская и другие.

Цель исследования – выявить общие тенденции в отношении политической стабильности, экономического роста и уровня доходов населения в макрорегионах мира.

Результаты исследования. Социальное неравенство возникает в результате неравного распределения доходов, богатства, наличия привилегий и социальной власти. Также социальное неравенство приводит к гендерному, расовому, этническому, возрастному неравенствам и т.д. Однако поскольку люди различаются по происхождению, имеющимся ресурсам и врожденным склонностям, одна и та же среда не способна предоставлять одинаковые возможности каждому человеку. Главной проблемой становится предотвращение усиления негативного влияния социального неравенства, а не его ликвидация. Такая форма социальной стратификации имеет свои плюсы: стимуляция конкуренции, разработка инноваций и создание экономического роста.

Проблема неравенства лежит в основе итогового документа Генеральной ассамблеи ООН, принятого в сентябре 2015 г., а «сокращение неравенства внутри стран и между ними» является одной из семнадцати целей Повестки дня в области целей устойчивого развития на период до 2030 г.

В обзоре мировой экономики, опубликованном МВФ в апреле 2017 г., указывается, что доля трудовых доходов населения мира в ВВП сокращается с середины 1980-х гг. В развитых странах снижение трудовых доходов к ВВП достигло почти 4 процентных пункта, уменьшившись с 55% в 1988 г. до 51% в 2015 г.

Наименьшее экономическое неравенство характерно для стран Европы, а наибольшее – для государств Ближнего Востока и Африки. В Европе доля доходов богатых (10% населения) составляет около 36%, в то время как в странах Ближнего Востока и Африки она достигает 58%. В промежутке между этими двумя уровнями существует много других моделей распределения доходов. В Латинской Америке на 10% богатейшего населения приходится 55% национального дохода по сравнению с 36% в Европе. Среди стран с высоким уровнем дохода одни более неравны, чем другие. Например, уровень неравенства в США намного больше, чем в Швеции. То же самое относится и к странам с низким и средним уровнем дохода. В одних из них наблюдается крайнее неравенство (Бразилия и Индия), в других – достаточно высокий уровень (Китай), а в третьих – умеренные и низкие уровни (Малайзия, Уругвай). Так, имеются страны с высоким уровнем неравенства в доходах и небольшим неравенством в уровне богатства (Япония) и страны с относительно низким уровнем неравенства в доходах и относительно высоким уровнем неравенства в богатстве (Швеция) (рис. 1) [2].



Рис. 1. Классификация стран по уровню дохода (по данным Всемирного банка на 2022 г.) [1]

Бедность оказывает немалое влияние на общую картину социального неравенства. По данным, в мире насчитывается 840 «горячих точек бедности», а в 102 странах есть хотя бы одна такая точка. В частности, это Тропическая Африка, Тропическая Латинская Америка, Центральная и Южная Азия, Юго-Восточная Азия-Западная Океания.

Особое опасение в части распространения бедности и неравенства доходов в мире вызывает положение молодежи. Из 1,2 млрд чел. в мире в возрасте от 15 до 24 лет 104 миллиона живут менее чем на 1,90 американских долларов в день. По факту эта численность соответствует всему населению Германии и Казахстана вместе взятых. Ожидается, что к 2030 г. абсолютное число бедной молодежи должно сократиться на 20 млн чел., но их доля в общей бедности в мире останется неизменной. Неравенство в оплате труда может быть обусловлено такими факторами, как разница в производительности труда, наличие дискриминации на рынке труда, различиями в характере осуществляемой трудовой деятельности и т.д. [2]. Неравенство доходов в странах ОЭСР находится на самом высоком уровне за последние полвека. Средний доход 10% самых богатых людей примерно в девять раз выше, чем у 10% самых бедных людей по ОЭСР против семи раз превышения 25 лет назад [7].

Современная Россия сталкивается с различными формами социального неравенства. Результаты исследования, респондентами которого была молодёжь, подчёркивают, в частности, проблему экономического, гендерного неравенств, труднодоступность к благам и неравенство жизненных шансов (рис. 2) [6].

По данным Всемирного Банка на 2018 г., Россия занимала 80-е место в списке из 164 стран по уровню неравенства персональных доходов.

По данным Росстата, за постсоветский период с 1990 по 2020 г. доля денежных доходов у 20% состоятельных граждан выросла в стране с 32.7 до 46.4% [5].

Острота пространственного неравенства усиливается из-за огромных размеров России, суровой природы на большей части страны, исторической и этнокультурной неоднородности, быстрой урбанизации и индустриализации XX в., появление новых форм взаимодействия городов и сельской местности [5].

В России среди факторов неравенства по доходу выделяют регион проживания, нагрузку детьми и пожилыми, гендерный состав, образовательный потенциал, интенсивность занятости, тип поселения. Структура доходов населения: заработная плата (легальная) – 42%; «другие доходы» (скрытая заработная плата), с дооценкой доля зарплаты – около 65%; социальные выплаты (пенсии, пособия) – рост с 12 до 20% в 2000-2018 гг.; доходы от предпринимательской деятельности – сокращение с 10 до 7%; доходы от собственности – 5-6%.

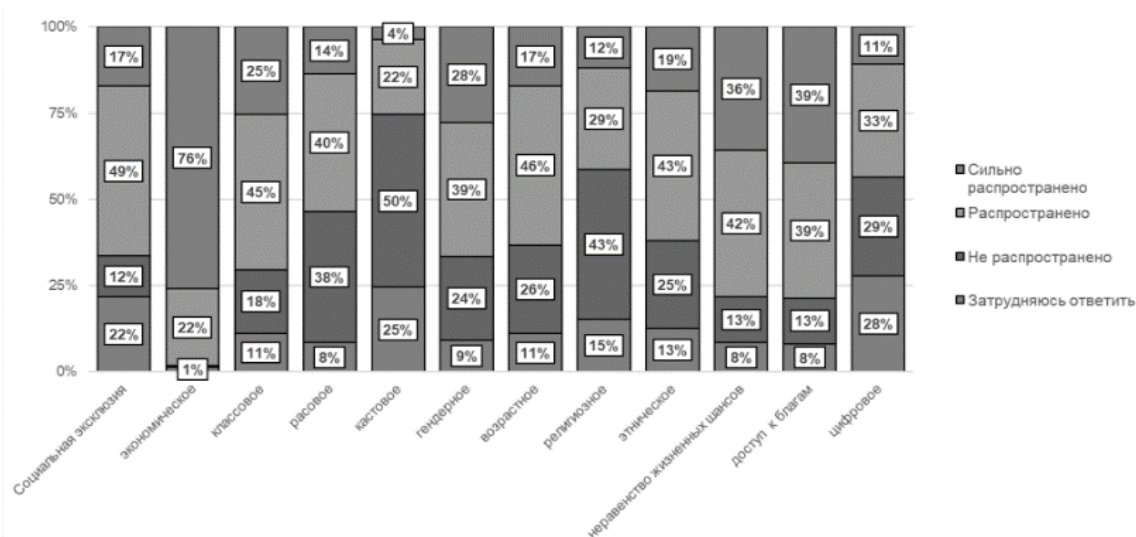


Рис. 2. Формы и виды социального неравенства, наиболее распространенные в современном российском обществе [6]

В 2000 г. в России уровень бедности составлял 29% (42,3 млн. чел.). Минимум был в 2012 г. – 15 млн. человек (около 10%). Сейчас уровень бедности в районе 12% (при очень небольшом прожиточном минимуме). Бедность в России характерна для восточных регионов, слаборазвитых республик. Меньше бедность в Центральной России, на богатом нефтегазовом Севере и на Юге (за исключением республик Северного Кавказа) [4].

Выводы. Необходимо выработать глобальные решения таким образом, чтобы избежать усиления неравенства. Всем слоям населения мира, а также государствам с различными уровнями социально-экономического развития должно быть предоставлено расширенное представительство на международных форумах и площадках и равное влияние на принятие решений.

Список литературы:

1. World Bank Group country classifications by income level. – Текст: электронный. – URL: <https://clck.ru/36YVNa> (дата обращения: 11.11.2023).
2. Антропов, В.В. Социально-экономическое неравенство в современном мире: инструментарий оценки, тенденции и стратегии преодоления / В.В. Антропов // Экономика. Налоги. Право. – 2022. – С. 21-37.
3. Социальное измерение «глобального всеобщего достояния»: можно ли преодолеть неравенство в мире: Доклад Международного дискуссионного клуба «Валдай» / О.Н. Барабанов, А.С. Беспалов, К.А. Ибрагимов [и др.]. – Москва: Международный дискуссионный клуб «Валдай», 2020. – 43 с.
4. Зубаревич, Н.В. Конспект для курса: современные тенденции регионального развития / Н.В. Зубаревич, Е.В. Плетнева // Лекции учёных МГУ. – 2022. – С. 93.
5. Нефедова, Т.Г. Полимасштабный подход к выявлению пространственного неравенства в России как стимула и тормоза развития / Т.Г. Нефедова, А.И. Трейвиш, А.В. Шелудков // Известия Российской академии наук. Серия географическая. – 2022. – Т. 86, № 3. – С. 289-309.
6. Осипова, Н.Г. Социальное неравенство в современном мире: новые формы и особенности их проявления в России. Научная монография / Под общей редакцией доктора социологических наук, профессора Н.Г. Осиповой. – М.: Перспектива, 2021. – 276 с.
7. Перская, В.В. Социальное неравенство – неизбежность преобладающей в мире модели социально-политического устройства / В.В. Перская // Социально-трудовые исследования. – 2020. – № 1(38). – С. 8-18.

Морозова Ю. И., студент
Научный руководитель: Ефимова А. Ю., канд. пед. наук
Донецкий государственный университет, РФ
morozova90@bk.ru

ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА ШКОЛЬНИКОВ ПРИ ОБУЧЕНИИ КУРСУ ГЕОГРАФИЯ

Актуальность. Экологическое образование и воспитание в географии требуют, во-первых, усвоения определенного круга знаний; во-вторых, формирование убеждений, научного экологического мировоззрения и, в-третьих, осуществление практической экологической деятельности. В целом нужна большая работа, чтобы научить учащихся быть экологически грамотными. Наблюдения показывают, что у наших детей нет глубоких экологических знаний. Знания, которые учащиеся получают на уроках географии, довольно часто поверхностные, неглубокие и разрозненные. Главное – отсутствует какая-либо система в знаниях. Практически навыков экологической деятельности учащиеся не получают. Во многих школах учащиеся не знают экологическую ситуацию своей местности. Природоохранная работа проводится от случая к случаю в основном словесными методами. На организацию специальных факультативов выделяется мало средств. У учителей почти нет методических рекомендаций по природоохранному образованию и воспитанию и основательным стабильным методическим пособиям.

Анализ последних исследований и публикаций. Изучением данного вопроса занимаются такие ученые: И. И. Барина, С. В. Васильева, Н. Ф. Винокурова, Ю. Н. Гладкий, С. Н. Глазачев, А. Ю. Ефимова, Т. С. Комиссарова, Т. В. Кучер, В. П. Максаковский, И. С. Матрусов, В. В. Николина, Н. Н. Петрова, Н. Н. Родзевич, В. Д. Сухоруков, Д. П. Финаров и др.

Цель исследования: необходимость расширения вопросов связанных с экологической подготовкой школьников, в частности при обучении курсу география России.

Результаты исследования. Экологизация школьных курсов географии дает возможности учителю показать причинно-следственные связи в системе известной формулы «природа – человек – производство», организация более интересного обучения географии, использование творческих методов обучения, в особенности проблемного изложения знаний, демонстрация возможностей использования знаний экологических на практике, широкое использование краеведческого материала [2].

Первые сведения о взаимодействии природы и человека учащиеся получают еще при изучении курса естествознания, и это продолжается в курсах географии 6-10 классов, где учащиеся знакомятся с накоплением и систематизацией экологических знаний, решаются экономические проблемы разных уровней, а полученные знания применяют в реальной жизни. К сожалению, в средних учебных заведениях отсутствует такой курс, при изучении которого можно было бы показать значение экологических знаний в географии как школьном предмете и географической науке. Потому что экология здесь считается синтетическим научным направлением или совокупностью существующих научных направлений изучения проблемы взаимоотношений людей с окружающей средой. Это социальная и глобальная экология, которая, в отличие от традиционной экологии Геккеля, рассматривает взаимоотношения животных и растений, то есть экология растительного и животного мира. В географии изучается экология человека, отличающаяся от экологии растений и животных [1].

Необходимость экологического образования и воспитания обусловлены потребностью общества, в котором сохранение окружающего является одной из наиболее актуальных проблем современности. Формирование экологической культуры, экологического сознания школьников – это жизненная потребность сегодняшнего дня. Школа должна сделать все необходимое, чтобы природа стала для детей открытой книгой, которой они умели пользоваться.

На уроках географии можно осуществлять экологическое образование с помощью экологических минуток. Основная их задача показать совершенство и совершенство природы, а также ее уязвимость. Они расширяют кругозор учащихся, заинтересуют учащихся, пробуждают стремление к более глубокому ознакомлению с окружающим миром, более подробно исследуют представленную информацию.

Эффективнее всего экологические минутки проводить перед закреплением изученного материала. Тогда они одновременно будут служить минутками разгрузки [3].

Также экологическое образование проявляется при изучении отдельных разделов каждого курса географии «Охрана окружающей среды».

Целесообразность выбора форм и способов работы на уроке.

На уроках географии учитель должен правильно подбирать формы и методы работы, от его выбора зависит понимание учащимися представленного материала, любопытство урока для учащихся и т.д.

Определяя методы урока учитель должен иметь в виду основные задачи преподавания географии:

- давать конкретные знания,
- научить географически мыслить, т.е. прививать практические навыки, особенно умение читать карту;
- способствовать национальному воспитанию.

В современной методике различают такие формы обучения как коллективное, групповое, индивидуальное (разделение по количеству учащихся); по месту обучения – школьное, внешкольное, экстернат. Есть еще разделение по продолжительности [2].

Метод обучения – это способ упорядоченной взаимосвязанной деятельности преподавателей и учащихся в процессе обучения, это способ работы, охватывающий весь процесс обучения (рис. 1).



Рис. 1. Методы обучения

Нестандартные виды занятий: урок семинара, урок бизнес-игры, лекции, пресс-конференции, КВН, зачёт, дискуссии, экскурсий, уроков, консультаций, уроков соревнований, театрализованные уроки [2].

Нестандартные типы уроков могут использоваться как урок или как элемент урока. Посредством нестандартных уроков учитель повышает познавательную и практическую активность школьников. Они развивают у учащихся воспроизводственное и самостоятельное, творческое мышление.

Источники географических знаний и их использование на уроке географии. Источниками географических знаний являются: учебник, карта, атлас, энциклопедия, хрестоматия, словарь, методическая литература, географические журналы и газеты, геоинформационные технологии и т.д.

На уроках географии их можно использовать по разному. Учебники используются на каждом уроке, так как и карта с атласом. Дополнительная литература используется по желанию учителя, но, например, книга «Справочник географических событий» также можно использовать на каждом уроке. Из географических журналов и газет можно взять много интересного как для ученика, так и для учителя [3].

Географические журналы могут быть источником иллюстративного материала, из помещенных в них многочисленных цветных фотографий большого формата можно комплектовать ценные альбомы видов разных уголков нашей Земли.

На уроках геоинформации достаточно перспективным является использование образовательных геоинформационных ГИС – специальных интерактивных систем, которые могут на новом уровне осуществлять сбор, систематизация, хранения, обработки, оценки, отображать и распространять данные, как средство для получения у учащихся новой образовательной информации и знания о пространственных и временных явлениях.

Хрестоматии и учебные пособия используют для углубления знаний, умений и навыков. Это дополнительные источники, формирующие у учащихся навыки работы, систематизации и генерализации материала.

Географические словари – справочники – помогают кратко объяснить непонятное.

Дидактические материалы курсов школьной географии – это раздаточный, учебно-корректирующий и контролирующий уровень знаний. Их используют как индивидуальные и групповые задачи при изучении и закреплении, а также для практических, самостоятельных и контрольных работ [2].

Наглядные пособия создают географическое видение отдельных природных объектов и территорий, формируют пространственное представление учащихся. Это глобус, слайды и т.д.

Вывод. Экологическое образование и воспитание должны ориентироваться на активное взаимодействие человека с природой, построенное на научной основе, на оценивании человека как части природы. Экологические знания, дополненные ценностными ориентациями, должны стать основой экологической культуры и экологического мышления. Они должны способствовать осознанию ценностей, помогать решению комплексных экологических вопросов, стоящих перед человечеством, обеспечить комфортность его проживания в будущем

Список литературы:

1. Албогачиева, З. А. Экологическое образование на уроках географии / З. А. Албогачиева – Текст: электронный // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2018. – №2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekologicheskoe-obrazovanie-na-urokah-geografii> (дата обращения: 25.11.2023).

2. Ефимова, А.Ю. Роль и место природоохранных знаний в системе географической подготовки школьников / А.Ю. Ефимова // Вестник Донецкого национального университета. Серия Б. Гуманитарные науки. – 2020. – № 3. – С. 183-191.

3. Носонов, А. М. Методы географического прогнозирования / А.М. Носонов. – Текст: электронный // Псковский регионологический журнал. – 2013. – №15. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metody-geograficheskogo-prognozirovaniya> (дата обращения: 25.11.2023).

Рудницкая Е. Д., студент
Научный руководитель: Чижикова О. А., канд. геогр. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
Svetlana10g@yandex.ru

ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ ОПАСНЫХ ПРИРОДНЫХ И ТЕХНОГЕННЫХ ПРОЦЕССОВ

Актуальность. Прогноз развития опасных природных и техногенных процессов является крайне актуальной темой в современном мире. С увеличением человеческой деятельности и изменением климата, опасности такие как наводнения, землетрясения, пожары, стихийные бедствия и техногенные аварии становятся все более серьезными и вызывают значительные потери людских жизней и имущества. Прогнозирование и предупреждение таких процессов может помочь в снижении риска и принятии мер по предотвращению и смягчению их последствий. Тема прогноза развития опасных природных и техногенных процессов остается актуальной и важной в современном мире по нескольким причинам: С изменением климата и увеличением природных катастроф, таких как наводнения, засуха, пожары, ураганы и т.д., прогнозирование и реагирование на такие события становится все более критичным. Прогноз развития этих процессов позволяет определить потенциальные риски и принять меры по их смягчению.

Постоянное развитие и рост городов и промышленной инфраструктуры вносят свои изменения в окружающую среду и могут вызывать опасные техногенные процессы, такие как аварии на предприятиях, выбросы опасных веществ, разрушение инфраструктуры и т.д. Прогнозирование таких процессов помогает предотвратить аварии и минимизировать их последствия. Развивающиеся страны и уязвимые регионы часто сталкиваются с природными бедствиями и техногенными процессами. Прогноз развития этих процессов позволяет определить уязвимые группы населения и принять меры для их защиты и эвакуации.

Прогноз развития опасных процессов помогает организовать эффективные системы предупреждения и реагирования. Благодаря точному прогнозу можно предупредить население, активировать меры эвакуации и развернуть необходимые ресурсы для минимизации ущерба и спасения жизней.

Прогнозирование опасных процессов также является основой для разработки стратегий адаптации к изменениям климата и управления рисками. Зная ожидаемый характер и интенсивность процессов, можно принять меры для снижения их воздействия на население и инфраструктуру. Все эти факторы делают прогноз развития опасных природных и техногенных процессов актуальной и важной темой

исследований, которая способствует безопасности и защите населения и окружающей среды.

Цель исследования. Целью исследования прогноза развития опасных природных и техногенных процессов является разработка и улучшение методов и моделей прогнозирования этих процессов. Основная цель заключается в повышении эффективности и точности прогнозов, что позволит соответствующим органам и институтам принимать обоснованные и своевременные решения по управлению рисками. Все начинается с анализа и оценки исторических данных, а также учета текущих условий, чтобы определить основные факторы, которые могут повлиять на развитие опасных процессов. Затем проводится моделирование, анализ и применение новых технологий для создания прогнозов. Целью является разработка инструментов и стратегий, которые позволят улучшить понимание и прогнозирование опасных природных и техногенных процессов.

Исследование прогнозов развития опасных природных и техногенных процессов имеет важное значение для общественной безопасности, планирования градостроительства, принятия решений в экстренных ситуациях и выработки стратегий адаптации к изменениям в окружающей среде. Оно также способствует развитию научных знаний в области природных и техногенных рисков и обеспечивает основу для разработки эффективных политик и программ по снижению рисков [3].

Анализ последних исследований и публикаций. Анализ современных исследований в области прогноза развития опасных природных и техногенных процессов позволяет выделить несколько основных направлений и достижений:

1. Использование новых технологий и данных: современные исследования активно применяют современные технологии, такие как геоинформационные системы (ГИС), дистанционное зондирование Земли, моделирование и высокопроизводительные вычисления, чтобы получить более точные и своевременные данные для прогнозирования. Эти технологии позволяют анализировать и интегрировать множество различных входных данных, что способствует повышению точности прогнозов.

2. Развитие и улучшение моделей прогнозирования: исследования по развитию моделей прогнозирования опасных процессов стремятся улучшить точность и достоверность предсказаний. Это достигается путем учета большего количества факторов, таких как климатические изменения, геологические данные, социально-экономические параметры и т.д. Также активно исследуются статистические методы, машинное обучение и искусственный интеллект для создания более точных прогнозов.

3. Интеграция мультидисциплинарного подхода: чтобы разработать комплексные и полные прогнозы, исследования в этой области часто объединяют экспертные знания различных дисциплин, таких как геология, гидрология, метеорология, социология, экология и т.д. Это позволяет более полно и точно оценивать риски и прогнозировать развитие процессов.

4. Разработка систем предупреждения и реагирования: исследования также направлены на разработку систем предупреждения и реагирования, которые смогут эффективно реагировать на предсказуемые опасные процессы. Такие системы включают в себя мониторинг, раннее предупреждение, информационное предоставление и организацию эвакуации населения.

5. Применение искусственного интеллекта (ИИ): ИИ становится все более важным инструментом в прогнозировании опасных процессов. Исследования в этой области фокусируются на разработке и применении ИИ-алгоритмов для анализа и моделирования данных, а также для прогнозирования и управления рисками.

Эти исследования являются важным шагом в направлении достижения более точных и своевременных прогнозов развития опасных природных и техногенных процессов, что в свою очередь способствует принятию эффективных решений и снижению рисков для общества [1].

Результаты исследования. Исходя из представленных результатов исследований, можно сделать следующие выводы. Результаты данных исследований позволяют улучшить понимание процессов, которые могут представлять опасность для людей и окружающей среды. Они также помогают разработать инструменты и методы для более точного прогнозирования и предупреждения возможных опасностей.

Прогнозирование развития опасных природных и техногенных процессов имеет ряд практических применений.

Например:

1. Разработка градостроительных планов и стратегий развития городов, учитывающих потенциальные риски и уязвимые зоны.
2. Системы предупреждения и реагирования на природные и техногенные катаклизмы, такие как наводнения, землетрясения, лесные пожары и промышленные аварии.
3. Оценка рисков и уязвимостей перед опасными процессами, что позволяет разрабатывать меры защиты и смягчения последствий.
4. Определение областей, где возможно возникновение опасных процессов, для планирования защиты и безопасности населения.
5. Принятие решений в области строительства инфраструктуры, учитывая потенциальные риски и последствия для окружающей среды.

В результате исследований по данной теме можно достичь более эффективного прогнозирования и управления опасными природными и техногенными процессами, что способствует безопасности населения и окружающей среды.

Общий вывод состоит в том, что эти исследования значительно способствуют повышению точности и своевременности прогнозов развития опасных природных и техногенных процессов, что в свою очередь помогает принимать эффективные меры для предотвращения и уменьшения возможных угроз обществу [2].

Выводы. Прогноз развития опасных природных и техногенных процессов является важной задачей, которая имеет огромное значение для общества и его благополучия. На основе проведенных исследований и анализа данных можно сделать следующий вывод.

Современные технологии и научные подходы играют ключевую роль в прогнозировании развития опасных процессов. Использование геоинформационных систем, моделирования и дистанционного зондирования Земли позволяет более точно оценивать и предсказывать различные опасные явления, такие как наводнения, землетрясения, лесные пожары, аварии на опасных производствах. Однако для достижения более точных и достоверных прогнозов необходимо учитывать дополнительные факторы. Включение климатических изменений и социально-экономических параметров в моделирование и анализ данных позволяет более полно и реалистично предсказывать будущее развитие опасных процессов. Например, изменение климата может привести к усилению или изменению распространенности определенных природных явлений. Одним из важных аспектов прогнозирования опасных процессов является разработка систем предупреждения и реагирования. Мониторинг, раннее предупреждение и организация эвакуации населения становятся основными компонентами подобных систем. Своевременная информация и оперативные действия позволяют минимизировать потери людских жизней и материальные ущербы. Более точные прогнозы позволяют принимать соответствующие

меры по предотвращению и управлению рисками, что способствует защите жизни и имущества людей и обеспечивает устойчивое развитие общества.

Список литературы:

1. Ковзель, А. А. Методы прогнозирования чрезвычайных ситуаций / А. А. Ковзель. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2021. – № 51 (393). – С. 537–542.
2. Крепша, Н. В. Опасные природные процессы: учебное пособие / Н.В. Крепша // Томский политехнический университет. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2014. – 290 с.
3. Темнова, Е. Б. Прогнозирование и мониторинг природных и техногенных процессов: учебное пособие / Е. Б. Темнова. – Йошкар–Ола: Поволжский государственный технологический университет, 2016. – 82 с.

Сухурова Э. Э., студент

Научный руководитель: Ефимова А. Ю., канд. пед. наук
Донецкий государственный университет, РФ
eliasuhurova@mail.ru

**ПРОБЛЕМА ДИФФЕРЕНЦИРОВАННОГО ПОДХОДА В ПРОЦЕССЕ
ОБУЧЕНИЯ ГЕОГРАФИИ В ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ
ЛИТЕРАТУРЕ**

«Заставьте ребенка идти – он устанет быстро, прыгать – также, стоять – также, сидеть – он также устанет; но он чередует все эти виды деятельности различных органов и развивается в течение дня без усталости. Также самое наблюдается во время занятий <...> губительно действует на ребенка всякая чересчур долгая и постоянная деятельность в одном направлении».

К. Д. Ушинский

Актуальность. Перед учителем встает задача совместить обучение географии с разными видами деятельности учащихся в течение урока таким образом, чтобы удерживать их внимание, не допуская усталости. Этого можно добиться путем дифференциации учебного процесса, а дифференцировать можно все и на всех уровнях. В свое время по этому вопросу есть. С. Рабунский отметил: «в учебной деятельности вполне может быть дифференцировано через цель, объем, способ и срок выполнения учебной деятельности [4]». Следовательно, дифференциация обучения выступает одним из главных направлений в условиях реформирования школьного географического образования и не теряет значимость для изучения своих производных учеными в сферах философии, психологии, педагогики.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросы дифференцированного обучения географии раскрыты в трудах С. В. Алексеевой, М. М. Баранского, И. И. Барина, Т. П. Герасимовой, А. В. Даринского, И. В. Душиной, В. П. Максаковского, М. Г. Огурцова, Л. М. Панчешниковой, О. Я. Савченко, В. Г. Сулова, Д. П. Финарова, М. М. Шахмаева, Е. Г. Ярошенко.

Цель исследования заключается в изучении и анализе различных взглядов на проблему дифференциации и дифференцированного подхода в процессе обучения освещаются в психолого-педагогической и методической литературе.

Результаты исследования. Дифференциация обучения невозможна без учета индивидуальных особенностей каждого учащегося, что и предполагает соответствующий подход. Именно дифференцированный подход является основным путем осуществления индивидуализации обучения. Известно, что индивидуальным в человеке называют особенное, что отличает ее от других людей, а индивидуальностью – ярко выраженную совокупность признаков, присущих отдельному человеку, которые заложены природой или приобретенными человеком в индивидуальном опыте. Особыми могут быть интеллектуальные, волевые, нравственные, социальные и другие черты личности. К индивидуальным особенностям относится своеобразие восприятие, мышление, памяти, воображения, интересов, наклонностей, способностей и прочее

Индивидуализация обучения – это система средств, способствующая осознанию учеником своих сильных и слабых возможностей обучения, состоит в поддержке и развитии самобытности с целью самостоятельного выбора собственных смыслов обучения, таким образом способствуя развитию самосознания, самостоятельности и ответственности [1].

Учитывая смысл понятия «индивидуальный подход», можно выделить следующие основные позиции: отождествление его с индивидуализацией обучения; принцип обучения антагонистический принцип коллективного характера обучения; отдельный аспект индивидуализации обучения; это понятие является шире «дифференцированного подхода», поскольку выходит за рамки обучения.

Значительное место в методической и психолого-педагогической литературе отведено групповой форме обучения, имеющей глубокие педагогические корни.

Наиболее эффективно групповая дифференциация. Во всех типах общеобразовательных учебных заведений учащиеся классов делятся на группы. В такой группе учащийся может свободнее высказывать свои мысли, активнее брать участие в решении учебных задач в соответствии со своими интересами и способностей. Группы формируются учителем на основе уровней развития детей и пожеланий самих учащихся: учащиеся охотно работают с одноклассниками, имеющими схожие интересы, стиль работы, с которыми связаны дружеские отношения [4].

Современные психолого-педагогические исследования доказывают, что обучение путем дифференцированного подхода положительно влияет на формирование личности учащегося и повышает уровень воспитательной функции учебного процесса.

В своих исследованиях Я. С. Фруктова, анализируя понятие «дифференцированный подход», привела основные изречения ученых по этому вопросу. Так, Ю. К. Бабанский рассматривает дифференцированный подход как способ оптимизации обучения, какой предполагает оптимальное сочетание общеклассных, групповых и индивидуальных форм обучения. Для В.И. Загвязинского – это построение учебного процесса на основе выделения индивидуальных особенностей, которые, прежде всего, оптимизируют высшую результативность. По мнению А. А. Кирсанова – это «особый подход учителя к разным группам школьников, что сводится к организации учебной работы разнообразной по содержанию, объему, сложности, методам и приемам» [6].

И. Д. Бутузов отмечает, что основное содержание дифференцированного подхода в обучении состоит в том, чтобы, зная и учитывая индивидуальные различия учащихся в обучении, определить для каждого из них наиболее рациональный характер работы как на уроке, так и во время выполнения домашних задач [1].

Для Е. С. Рабунского очерченное понятие выступает как дидактическое положение, предусматривающее разделение класса на группы и приспособления разных форм и методов работы к индивидуальным особенностям учащихся. Он рассматривает дифференцированный подход как необходимое условие в реализации индивидуального подхода [2].

По мнению П. И. Сикорского, «дифференцированный подход» значительно более узким понятием, чем понятие «дифференцированное обучение». Он предполагает некоторые элементы дифференциации в процессе любого обучения.

Дифференцированный подход в обучении – целенаправленная деятельность учителя с использованием в условиях произвольного обучения возможностей разнообразия тех или иных образовательных компонентов [5].

В. М. Володько утверждает: дифференцированный подход в обучении – это особый подход учителя (преподавателя) к разным группам учащихся (студентов), что заключается в организации учебной работы с ними, разной по содержанию, объему, сложностью, методами и средствами [3].

П. В. Сисецкий и Г. И. Коберник придерживаются мнения, что дифференцированный подход предполагает достижение детьми одинаковых целей, однако разными путями (учитывая их неодинаковые учебно-познавательные особенности). В таких условиях есть возможность помочь каждому ученику, если, конечно, направить учебный процесс с учетом не среднего ученика, а наличие разных по успеваемости групп детей и в дальнейшем планировать для них разные по сложности задачи с использованием разных дидактических приемов [12].

В монографии «Индивидуализация и дифференциация обучения в начальных классах: теория и методика» Г. И. Коберник отмечает, что именно за дифференцированного подхода к учащимся создаются благоприятные условия для своевременного преодоления пробелов в обучении, а также производятся приемы их ликвидации, определяются оптимальные режимы учебной работы с группами учащихся, учитывая их психические и умственные отличия [5, 6]. С этой целью следует совмещать фронтальную, групповую и индивидуальную формы работы на уроках разных типов и на всех его этапах (изучение нового материала, закрепление знаний, организация домашних заданий и их проверка и др.) с использованием дифференцированных задач, которые обеспечат занятость детей и будут способствовать углублению знаний.

Мы разделяем взгляды Я. С. Фруктовой на разработанную ею схему иерархии психолого-педагогических категорий – «дифференциация обучения» – и их производных. В основе этой иерархии заложен индивидуализацию учебного процесса, далее следует дифференциация обучения, дифференцированное обучение, дифференцированный подход и на верхней ступени оказывается индивидуальный подход. Каждую из предложенных категорий можно рассматривать как самостоятельную педагогическую технологию. Каждая из них может решать свои задачи. Так, например, дифференцированное обучение есть путем реализации учебной дифференциации класса на уровне класса, одновременно могут существовать независимо [2].

Выводы. Анализ определения термина дифференциация показал, что она выступает и как форма организации обучения, и как средство разделения учащихся на уровне подготовленности и развитию способностей, а также как принцип. Отдельным дефиницией выступает дифференцированный подход. Отметим, что его внедрение в процесс обучения географии в основной школе обеспечивает значительное сокращение времени на изучение материала, повышает качество его усвоение. Да, с введением индивидуальных и индивидуально-групповых форм работы на уроке, использованием

дифференцированных дидактических материалов, подача информации учителем максимально уплотняется в единицу времени и за счет этого увеличивается емкость урока.

Считаем, что дальнейшее исследование требует внедрения дифференцированного подхода в школьную практику путем дифференцировки дидактического материала, содержания задач, времени выполнения заданий на уроке, самостоятельной и домашней работы, помощи учащимся и т.п.

Список литературы:

1. Канатова, Ж. К. Использование подхода Lesson Study для определения успешности дифференциации на уроках географии / Ж. К. Канатова. – Текст: электронный // Молодой ученый. – 2023. – № 9 (456). – С. 165-167. – URL: <https://moluch.ru/archive/456/100551/> (дата обращения: 18.11.2023).
2. Лифанова, Т. М. Дифференцированный подход к учащимся с нарушениями интеллектуального развития на уроках географии / Т. М. Лифанова, Е. Н. Соломина. – Текст: электронный // Специальное образование. – 2015. – №2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/differentsirovannyu-podhod-k-uchaschim-sya-s-narusheniyami-intellektualnogo-razvitiya-na-urokah-geografii> (дата обращения: 18.11.2023).
3. Основы дифференциации преподавания и обучения в современной школе: учебное пособие / Б. М. Утегенова, Т. И. Смаглий, Е. А. Онищенко. – Костанай: КГПИ. – 2017. – 98 с.
4. Суходольская, К. С. Дифференцированное обучение на уроках географии / К. С. Суходольская. – Текст: электронный. – URL: <https://multiurok.ru/files/doklad-differentsirovannoe-obuchenie-na-urokakh-ge.html> (дата обращения: 18.11.2023).
5. Fernandez, C. and Yoshida, M. (2008), Lesson Study: A Japanese Approach to Improving Mathematics Teaching and Learning, Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah, New Jersey
6. Verhoef, N.C. and Tall, D.O. (2011), «Lesson study: the effect on teachers' professional development», 35th Conference of the International Group for the Psychology of Mathematics Education (PME), Ankara, Turkey, 10–15 July 2011.

Цупрун О. А., студент

Научный руководитель: Чижикова О. А., канд. экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
tsuprun95@bk.ru

ПРОБЛЕМА КАЧЕСТВЕННОГО МОНИТОРИНГА СОСТОЯНИЯ АГРОЛАНДШАФТОВ

Актуальность. Ландшафтное разнообразие – это неотъемлемое условие сохранения и восстановления биоразнообразия экосистем. В аграрных экосистемах ландшафтное разнообразие приобретает особую актуальность. Недостаточная плотность сети полевых защитных и противоэрозионных объектов, а также неудовлетворительное состояние большинства из них уменьшают не только экологическую устойчивость агроландшафтов, но и эффективность сельскохозяйственного производства в целом. Поэтому информация о ландшафтном разнообразии территории важна для принятия управленческих решений в сфере

рационального землепользования и воссоздание продуктивного потенциала сельскохозяйственных и лесных экосистем.

При переходе к системе пользования земли определенной агроэкологической группы земледелию следует первым делом хорошо знать специфики локальных природных ландшафтов, поэтому необходимо создание подробной пространственной и тематической информационной базы. Прагматизировать процесс изучения могут информационные технологии. Существенную роль при сборе, хранении и анализе пространственной информации занимают географические информационные системы (ГИС) и ГИС-технологии, способствующие заметно повысить качество проводимых обследований. Кроме того, эти методы в области планирования адаптивно-ландшафтных систем земледелия применяются в России в единичных случаях и требуют разработки новых аспектов их пользования.

Анализ последних исследований и публикаций. Существенно повлияли на развитие теоретических и методологических основ создания агроландшафтных систем оценки состояния плодородия почв материалы, исследования, публикации, труды отечественных ученых: Докучаева В.В., Раменского Л.Г., Солнцева И.А., Николаева В.А., Воейкова А.И., Измайльского А.А., Волкова С.Н., Ключина П.В., Кирюшин В.И., Гальченко С.А., Браткова В.В., Трухачева В.И., Берлянта А.М., Цветкова В.Я. и многих других. Исследования данных авторов олицетворяют глубокий научный интерес, но в условиях интенсивного сельского хозяйства, когда негативные процессы оказывают прямое влияние на устойчивость ландшафтов и повсеместное снижение плодородия почв, необходимы новые продуктивные маневры и пути по улучшению эксплуатации земельных ресурсов.

Цель исследования – методы качественного отслеживания состояния агроландшафтов в Российской Федерации.

Результаты исследования. Сельскохозяйственные ландшафты - это территории, сформированные в результате сельскохозяйственного производства. Они способствовали развитию человеческих цивилизаций и являются культурным достижением. Крестьяне, фермерское производство и аграрные предприятия питают общество. Они создали сельскохозяйственные ландшафты для своего производства и среду обитания для своей жизни. Современные сельскохозяйственные ландшафты в перенаселенном, глобализированном мире представляют собой многофункциональные, очень сложные системы. Они не только служат для производства продуктов питания и энергии для растущего городского населения, но и предоставляют разнообразные экосистемные услуги и должны удовлетворять потребности сельского населения. Современное сельское хозяйство в богатых странах является высокопродуктивным, но из-за высоких затрат оно также несет ответственность за экологические проблемы, такие как загрязнение воды и утрата биоразнообразия. Индустриальное сельское хозяйство на больших полях привело к повышению производительности, но упростило структуру ландшафтов и устранило элементы природы и сельской культуры. Основные проблемы, которые необходимо срочно решить, включают тенденции к нарушению естественных циклов сельскохозяйственного производства, деградацию почвы и водных ресурсов, старение населения в деревнях и разрушение сельской инфраструктуры. Исследования сельскохозяйственных ландшафтов обеспечивают анализ для понимания этих процессов и помогают разрабатывать устойчивые научные, технические и культурные решения. [1]

Кроме понятия «ландшафт» в ландшафтоведении используют понятие природный территориальный комплекс. По определению Н.А. Солнцева природный территориальный комплекс – это совокупность взаимосвязанных природных компонентов (воздушных масс, природных вод, почв, растительного и животного

мира), которые образуют территориальное ландшафтное единство. Природным территориальным комплексом называют ландшафтно-географические объекты разной размерности: от небольшого болота среди леса до физико-географической страны.

Составной частью агроландшафтов служит почва. Как следствие, оценка состояния почвенной урожайности, создание и введение процедур по целесообразному пользованию земель представляются ключевыми критериями продуктивной координации агроландшафтов [2].

В наши дни регламент проведения мониторинга почвенного плодородия координируется Приказом Министерства сельского хозяйства Российской Федерации от 24.12.2015 № 664 «Об утверждении Порядка осуществления государственного мониторинга земель сельскохозяйственного назначения», в котором отмечено, что правительственное наблюдение за землями аграрного назначения демонстрирует систему оперативных, периодических и базовых (исходных) наблюдений за изменением качественного и количественного состояния земель аграрного назначения, включая прогнозирование плодородия таких земель и делится на показатели использования земель и мониторинг состояния земель.

В наше время перед экологической оценкой стоят конкретные вопросы:

мгновенное обнаружение изменений качественных данных сельскохозяйственных угодий, прогноз и оценка изменений этих данных;

формирование указаний по увеличению плодородия почв и повышению уровней агроландшафтного состояния земель; указаний по ликвидации и предупреждению негативных итогов от процессов влияния со стороны;

получение своевременных показателей, касающихся качественного условия земель аграрных насаждений и системы их пользования в качестве ценнейшего ресурса в сельском хозяйстве;

оценка состояния луговой и культурной растительности;

учет состояния плодородия почв угодий аграрного назначения и ведение реестра;

обеспечение доступа к информации о качественном состоянии аграрных угодий для юридических и физических лиц [5].

Исследование сельскохозяйственных земель учитывает следующие операции:

разбор имеющейся нормативной базы (работа с фондовыми материалами);

выделение главных участков для проведения исследований;

осуществление наблюдений;

обработка и анализ данных, полученных в результате проведения исследования;

формирование предложений по уменьшению показателей отрицательного антропогенного воздействия и рекультивационных мероприятий аграрного назначения; содержание информации агроэкологического исследования [3].

Полученные данные рассматриваются, систематизируются и направлены на определения известных типов почв, установление их агрохимического состава и культур, которые вырастают на этих почвах. Кроме того эти сведения позволяют определить типы севооборотов и структуры посевных площадей. Вдобавок следует провести оценку почв на устойчивость к преобразованиям условий почвообразования. При заключительном отборе исследуемых объектов необходимо убедиться, чтобы каждый почвенно-географический район региона Российской Федерации был охвачен.

Итоги работ агроэкологического мониторинга подаются в виде текстовой части, то есть в форме ведомостей, пояснительных записок и статистических таблиц и даже в виде графической части (тематические карты).

Ключевая задача внедрения всесторонней системы агроэкологического мониторинга и управления агроландшафтами состоит в том, что сбор информации

происходит в разрезе субъектов хозяйствования или отдельных посевов, а не ландшафтных структур.

В то же время поиск новых условий и модернизация имеющихся методов оценки ландшафтного разнообразия представляет собой значимую научную задачу текущей агроэкологии, а применение средств дистанционного зондирования Земли (ДЗЗ) позволит значительно повысить содержательность и подлинность результатов исследований [4].

Выводы. На данный момент в научной литературе содержится свыше ста параметров (или ландшафтных метрик), по которым можно определять ландшафтное разнообразие. Ландшафтные метрики являются набором статистически-математических формул для оценки таких показателей, как площадь, форма, количество и распределение элементов ландшафтной структуры. Тем не менее открытым остается вопрос интерпретации показателей ландшафтной структуры, их функционального значения и выбора оптимальных ландшафтных метрик для оценки ландшафтного и биологического разнообразия агроландшафтов.

Список литературы:

1. Беручашвили, Н. Л. Методы комплексных физико-географических исследований / Н.Л. Беручашвили, В.К. Жучкова. – Москва: Изд-во Моск. ун-та, 1997. – 320 с.
2. Павлова, В. А. Роль землеустроительных мероприятий в обеспечении экологической безопасности использования земли // Вестник Росреестра. – 2004. – № 1.
3. Управление землепользованием: Учебное пособие / В. Л. Баденко, В.Л. Богданов, В.В. Гарманов, Г.К. Осипов. – СПб.: Изд-во С. – Петерб. ун-та, 2017. – 298 с.
4. Горбунова, Н.О. Кадастровая оценка земель сельскохозяйственного назначения: использование результатов и совершенствование методики ее проведения / Н.О. Горбунова // Сельское хозяйство – драйвер российской экономики: Материалы для обсуждения и выработки решений. – Оргкомитет международной агропромышленной выставки - ярмарки «Агрорусь-2016». – 2016. – С. 69-71.
5. Худяков, С.Е. Агроэкологический мониторинг земельных ресурсов и оценка агроландшафтов / С.Е. Худяков. – Текст: электронный // Интерэкспо Гео-Сибирь. – 2020. – №2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/agroekologicheskiy-monitoring-zemelnyh-resursov-i-otsenka-agrolandshaftov> (дата обращения: 27.11.2023).

Чуканова Е. А., студентка
Научный руководитель: Дубель В. М., канд. экон. наук, доцент
Донецкий государственный университет, РФ
katyaalove301@gmail.com

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ТОРГОВЛИ В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

Актуальность. Актуальность развития сферы торговли в Донецкой Народной Республике (ДНР) может быть объяснена несколькими факторами.

Во-первых, развитие торговли в ДНР может способствовать экономическому развитию региона. Успешная торговля может привлечь инвестиции, создать новые рабочие места и увеличить доходы населения. Это может помочь улучшить уровень жизни людей и повысить стандарты товаров и услуг, доступ населения к товарам и услугам высокого качества, что обеспечит повышение качества жизни населения Республики.

Во-вторых, развитие торговли может помочь укрепить экономическую независимость и самообеспеченность региона. Если ДНР развивает собственные отрасли производства и увеличивает экспорт своих товаров, это может уменьшить его зависимость от внешних экономических игроков и укрепить его положение на мировых рынках.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблемам развития предпринимательской деятельности, различным аспектам управления и формирования потенциала торгового предприятия в современной экономической литературе посвящены исследования таких авторов: С.Б. Алексеев, Д.Э. Возиянов, А.Ю. Дещенко, и др. Тем не менее в исследованиях данных авторов недостаточно освещены тенденции развития торговли в молодой Донецкой Народной Республике, что определяет актуальность проведения данного исследования.

Цель исследования – анализ состояния сферы торговли Донецкой Народной Республики, выявление проблем отрасли и разработка предложений по направлениям ее развития.

Результаты исследования. Внутренняя торговля – одна из важнейших сфер жизнеобеспечения населения, как самостоятельная отрасль народного хозяйства играет важную роль в развитии всей экономики Донецкой Народной Республики, поскольку определяет возможности производителей по доведению своих товаров до потенциальных потребителей. Кроме того, торговля является одной из важнейших отраслей экономики с точки зрения обеспечения занятости населения, поступления налоговых отчислений [3]. Достаточно проанализировать статистическую информацию о роли сферы услуг, торговли в частности, в высокоразвитых странах, чтобы убедиться в достоверности факта перехода высокоразвитых стран на постиндустриальный тип развития. С точки зрения перспектив устойчивого развития ДНР развитие сферы услуг является одним из приоритетных направлений реформирования структуры всего хозяйственного комплекса.

Перспективы развития сферы торговли в Донецкой Народной Республике зависят от нескольких факторов. Прежде всего, развитие не только сферы услуг, но и всех отраслей хозяйственного комплекса региона зависит от улучшения общей экономической ситуации. Восстановление экономики и привлечение инвестиций являются ключевыми условиями для развития торговли. Улучшение условий бизнеса и создание благоприятного инвестиционного климата будут способствовать прогрессу в этой сфере.

Вторым фактором, способствующим развитию торговли в регионе должна стать разработка торговых площадок. Создание и развитие торговых площадок, таких как рынки, торговые центры и торговые комплексы, будет способствовать увеличению предложения товаров и услуг в регионе. Это, в свою очередь, привлечет больше покупателей и стимулирует развитие сферы торговли, повысит конкуренцию между предприятиями, что положительным образом отразится на качестве предоставляемых услуг.

Еще одним фактором, способствующим развитию торговли в регионе должна стать поддержка местных производителей. Разработка и поддержка местных производителей способствует увеличению производства товаров и созданию рабочих мест. Это может стимулировать развитие торговли, так как потребители могут предпочесть местную продукцию, что способствует развитию местного бизнеса.

Большое внимание в современных условиях хозяйствования уделяется развитию электронной коммерции. Введение и развитие электронной коммерции и онлайн-торговли может привлечь больше покупателей и расширить рынок для бизнеса в ДНР. Это предоставляет возможность для развития новых форм торговли и достижения более широкой аудитории.

Развитию сферы торговли в регионе должно способствовать улучшение логистики и транспортной инфраструктуры. Развитие логистической системы и транспортной инфраструктуры позволит более эффективно и быстро доставлять товары и услуги в регион и по территории самого региона. Более эффективный транспорт и логистика могут способствовать развитию торговли и улучшить доступность товаров для покупателей.

Следует отметить, что перспективы развития сферы торговли в ДНР могут подвергаться влиянию политической и экономической нестабильности. Это может быть вызвано военным конфликтом, международными санкциями и другими факторами. Поэтому для успешного развития торговли в ДНР необходима стабильность и соответствующие инвестиции [2].

Развитие торговли может способствовать налаживанию дипломатических и экономических отношений с другими странами. Международная торговля является важным фактором во внешней политике и может помочь ДНР установить контакты с другими государствами, развить внешнеэкономическую деятельность и привлечь потенциальных партнеров для сотрудничества.

Наконец, развитие сферы торговли может способствовать улучшению доступности товаров и услуг для населения. С развитием торговой инфраструктуры и магазинов люди имеют больше возможностей для выбора и доступа к различным товарам и услугам. Это может удовлетворить потребности населения и способствовать его благополучию [1].

В целом, развитие сферы торговли в ДНР имеет важное значение для экономического, политического и социального развития региона. Оно может содействовать созданию рабочих мест, привлечению инвестиций, повышению уровня жизни и укреплению позиций региона на мировом рынке [5].

На развитие торговой сферы ДНР также значительное влияние оказывают выявленные нами проблемы. Одной из основных проблем сферы торговли в ДНР является ее изоляция от международного рынка. Большинство стран не признают ДНР как государство, что создает серьезные ограничения на внешнюю торговлю.

Конфликтная ситуация также создает проблемы для торговли. Вооруженные столкновения и постоянные переговоры между сторонами конфликта затрудняют свободное движение товаров и услуг.

Экономическая ситуация в ДНР также вносит определенные проблемы в развитие торговли. Падение промышленного производства и ухудшение инфраструктуры в результате конфликта приводят к снижению объемов производства и торговли.

Низкий уровень инвестиций в сферу торговли является еще одной серьезной проблемой. Неуверенность в будущем положении ДНР приводит к нехватке финансирования для развития и модернизации торгового сектора.

С целью решения проблем в сфере торговли в ДНР видится перспективным применение ряда мероприятий:

1. Создание рабочей группы из представителей различных отраслей хозяйства и международных организаций, которые будут заниматься поиском конструктивных решений и координацией усилий.

2. Обновление торговой инфраструктуры. Необходимо обновить и восстановить торговую инфраструктуру, чтобы обеспечить свободный поток товаров и услуг.

3. Создание специальных экономических зон. Разработка и внедрение специальных экономических зон с упрощенными экономическими условиями и налоговой политикой может привлечь инвесторов и способствовать развитию торговли.

4. Международное содействие. Вовлечение международных организаций и сторон третьих для оказания содействия в развитии и поддержке торговли в регионе.

5. Применение новых технологий, таких как электронная коммерция и цифровизация торговых процессов [4], может существенно улучшить эффективность и привлекательность торговли в ДНР.

Вывод. Развитие торговли в ДНР может способствовать устойчивому экономическому развитию региона, удовлетворению потребностей и повышению качества жизни населения. Важно понимать, что решение проблемы в сфере торговли в ДНР требует комплексного и долгосрочного подхода, а также согласия и участия всех заинтересованных сторон.

Список литературы:

1. Малкова, Т. Б. Развитие потребительского рынка как основа повышения качества жизни населения региона / Т. Б. Малкова, Е. А. Балашова. – Текст: электронный // Международный научно-исследовательский журнал. – 2015. – № 2(33), часть 3. – С. 7–14. – URL: <https://research-journal.org/economical/razvitie-potrebitelskogo-rynkakak-osnova-povysheniya-kachestva-zhizni-naseleniya-region/> (дата обращения: 10.11.2023).

2. Азарян, Е. М. Стратегические ориентиры социально-экономического развития Донецкой Народной Республики / Е. М. Азарян, Ю. К. Яковлева // Экономика Донбасса: историческая проекция и траектория развития: материалы I-й Международной научно-практической конференции, 17.05.2018, Донецк: ГО ВПО «ДонНУЭТ» имени Михаила Туган-Барановского», 2018. – 469 с.

3. Бакаева, В. В. Управление размещением торговых предприятий в городе / В. В. Бакаева, Н. В. Курушина // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». – 2014. – № 1. – С. 71–76

4. Гришина, В. Т. Возможные маркетинговые решения магазина одежды на этапе открытия / В. Т. Гришина // Социально-экономическое развитие регионов на инновационной основе: сборник научных статей по материалам всероссийской научно-практической конференции. – Москва: Научный консультант, 2015. – С. 69–78.

5. Егерова, Ю. В. «Хантеры» и секонд-хенд потребление в Санкт-Петербурге / Ю. В. Егерова, О. Ю. Гурова. – Текст: электронный // Cyberleninka: [сайт]. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/hantery-i-sekond-hendpotreblenie-v-sanktpeterburge> (дата обращения: 12.11.2023).

Яковлева Е. В., студентка

Научный руководитель: Закотнюк О. Л., канд. экон. наук

Донецкий государственный университет, РФ

yakovleva.he@gmail.com

ОРГАНИЗАЦИЯ СИСТЕМНОГО ПОДХОДА В ПРИМЕНЕНИИ ПРОЕКТНОЙ ТЕХНОЛОГИИ В ГЕОГРАФИЧЕСКОМ ОБРАЗОВАНИИ

Актуальность. Проектная деятельность, как отдельная технология, в сферу образования вошла относительно недавно, на что указывает популярность применения в сравнении с другими образовательными технологиями при изучении географии как в общем среднем образовании, так географических дисциплин в среднего специального и высшего образования. Современные требования к будущим специалистам требуют навыков командной работы, коммуникации, творческого инициативного подхода к решениям поставленных задач. Проектная технология наиболее соответствует запросам образования на освоение необходимых компетенций. Однако, применение проектных технологий начиная со ступени высшего образования не дает желаемого результата, поэтому есть необходимость формирования навыков работы с проектными технологиями, ещё со школьного возраста. Это и служит основным фактором актуальности данного вопроса. Внедрение технологии проектной деятельности происходит на разных уровнях образовательной системы и обеспечивает преемственность между различными ступенями образования в приобретении навыков работы над проектами.

Анализируя современные источники информации, по данной теме, мы можем рассмотреть несколько подходов к изучению проблемы. Теоретическую часть, где рассматриваются основные вопросы организации обучения проектным технологиям в рамках современного этапа образования, рассматривают Л.В. Городий, И.М. Иляев, К.А. Карачаев. В работах Е.С. Полат и В.Е. Родионова, представлены более локальные вопросы о современной характеристике педагогической технологии проектов. Практическое применение проектных технологий находится в работах: Л.Б. Куценко-Барбовской и Т.В. Житиной, где авторы раскрыли методы и инструменты для использования проектных технологий в педагогической практике.

Цель работы: создать алгоритм действий для достижения итогового результата, на примере внедрения проектных технологий в разные ступени образовательного процесса, и определить преемственность единой системы образования в рамках данного вопроса.

Результаты исследования. Для анализа процесса внедрения проектных технологий в педагогической деятельности были взяты учебные заведения из двух разных ступеней образовательной системы.

В рамках представленной работы на «Республиканском конкурсе студенческих научно-образовательных проектов» были рассмотрены проектные технологии и способы их внедрения в школах. Проведены опросы среди учащихся трех школ на территории Донецкой Народной Республики, а так же педагогического состава этих учебных заведений. В опросе участвовали: школы №23 и №29 г. Горловка, школа с. Розовка. По итогам анкетирования были сделаны выводы, о недостаточном информационном обеспечении педагогов для использования проектного метода в рамках образовательного процесса изучения географии. Недостатком педагоги считают отсутствие учета возрастных требований при разработке требований к проектам, отсутствие преемственности в применении проектных методик в школе и вузе. Кроме того, необходимо актуализировать систему оценивания готовых проектов.

Итогом первого этапа исследования стала разработка модели школы проектной деятельности для обеспечения благоприятного климата ученикам, активизации и развития лидерского потенциала, а также профессионального роста педагогов общего среднего образования.

На следующем этапе, проведено анкетирование студентов ФГБОУ ВО «ДонГУ», ФГБОУ ВО «Горловский институт иностранных языков», ГБПОУ «Донецкий педагогический колледж» в 2022 году при подготовке к Мастер-классу на базе кафедры национальной и региональной экономики Донецкого государственного университета. Основной задачей которого, было способствовать формированию у педагогов и студентов установки на эффективное взаимодействие в ходе образовательного процесса с применением проектной технологии.

Организаторы мероприятия выступили с предложением, как использовать проектные технологии в рамках географических дисциплин, на примере работы «Школа Чистого Города», которая была представлена на «I Республиканском конкурсе студенческих научно-образовательных проектов». Кроме этого, были рассмотрены такие виды работ: ментальные карты и интерактивные веб-доски в работе учителя географии; применение облака-тэгов на уроках географии; игра анимированная презентация как средство итоговой проверки географических знаний; библиотека цифрового образовательного контента на уроках географии.

Итогом мероприятия является подробное представление возможных ресурсов в работе учителя географии, список он-лайн ресурсов для учителей, варианты реализации проектов, и готовый кейс к работе, это мероприятие является традиционным в рамках работы студенческого научного географического общества, что позволяет совершенствовать свои знания ежегодно.

Итоговым третьим этапом является, создание модели преемственности школа-вуз-специалист, в рамках реализации проектных технологий.

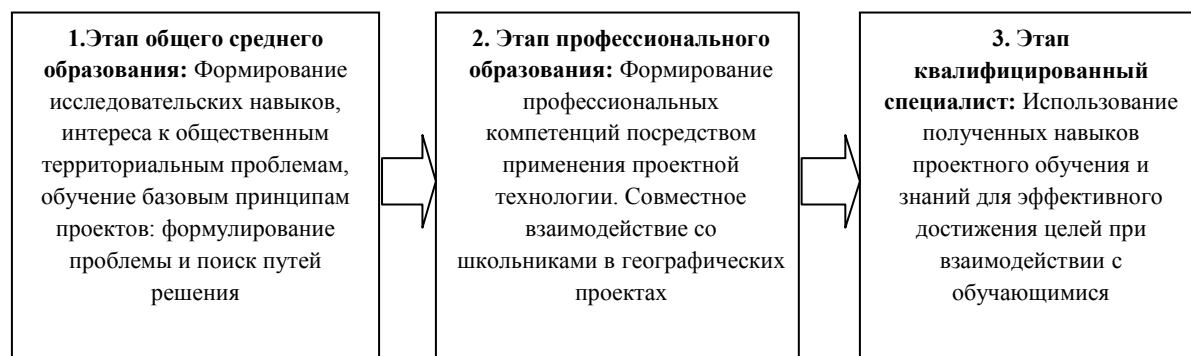


Рис. 1. Системный подход в применении проектной технологии в географическом образовании

Представленный подход обосновывает последовательность формирования навыков проектной деятельности в зависимости от уровня умственной активности на разных этапах становления личности и ее вовлечения в общественные проблемы.

Выводы. Организация системного подхода в применении проектной технологии при изучении географии на различных образовательных уровнях способствует преемственности актуальных компетенций и повышению качества географического образования. В последующих исследованиях необходимо формировать инструментарий для диагностики эффективности проектного образования и совершенствовать требования к проектам в зависимости от образовательного уровня. Формирование инструментария мониторинга и мотивационное воздействие на

педагогов позволит повысить эффективность проектных технологий в географическом образовании.

Список литературы:

1. Закотнюк, О.Л. Творческие индустрии как инновационный сектор российского рынка труда / О.Л. Закотнюк // Географические и экономические исследования в контексте устойчивого развития государства и региона: Материалы IV Международной научно-практической конференции (Донецк, 12 – 13 ноября 2022 г.) / под общей редакцией Е. Г. Кошелевой. – Донецк: Изд-во ДонНУ, 2022. – С. 118-121.

2. Новые педагогические и информационные технологии в системе образования: [учебное пособие] / [Е. С. Полат и др.]; под ред. Е. С. Полат. – 4-е изд., стер. – Москва: Академия, 2009. – 268 с.

СОДЕРЖАНИЕ

Полшков Ю. Н. Вступительное слово к сборнику материалов XXIV Международной научной конференции молодых учёных и студентов «Управление развитием социально-экономических систем: глобализация, предпринимательство, устойчивый экономический рост».... 3

Секция «Теория и практика управления экономическими системами»

Арсланбекова М. Р. *Научный руководитель:* Комарницкая Е. В.
Управление персоналом: основные принципы построения сильной команды 5

Батуа А. С. *Научный руководитель:* Лапшина Е. А.
Особенности инновационного управления в современных реалиях на примере крупных предприятий и стран..... 8

Буданова А. Р., Янковская А. С. *Научный руководитель:* Лапшина Е. А.
Проблемы менеджмента в современности..... 11

Бунзя О. С. *Научный руководитель:* Комарницкая Е. В.
Развитие лидерства в менеджменте..... 14

Горбань К. К., Поляков Е. Д. *Научный руководитель:* Ялунер А. Ф.
Применение инновационных методов для повышения эффективности управления предприятием 17

Гудова Е. Д. *Научный руководитель:* Ялунер А. Ф.
Управление человеческими ресурсами на предприятии..... 19

Дениченко В. Ю., Дубык С. В. *Научный руководитель:* Ялунер А. Ф.
Факторы влияющие на трансформацию менеджмента в современных условиях..... 22

Есипова А. Н. *Научный руководитель:* Лапшина Е. А.
Особенности стратегического управления..... 24

Ефименко С. А. *Научный руководитель:* Ялунер А. Ф.
Влияние глобализации на международный менеджмент..... 27

Зинченко Е. Е. *Научный руководитель:* Шевчук Е. Ю.
Система контроля в управленческой деятельности предприятий..... 30

Зудин И. А. *Научный руководитель:* Ялунер А. Ф.
Проблема противоречий собственников и менеджеров..... 32

Коротыч В. В. *Научный руководитель:* Комарницкая Е. В.
Современные направления развития управленческой науки..... 35

Костюк А. О. *Научный руководитель:* Комарницкая Е. В.
Особенности применения искусственного интеллекта в экономических процессах..... 38

Котова В. С. *Научный руководитель:* Ялунер А. Ф.
Управление персоналом в условиях развития цифровой трансформации... 41

Латыпов К. Д. *Научный руководитель:* Кравец Е. О.
Влияние цифровой трансформации на затраты предприятия..... 44

Матюшина М. А. *Научный руководитель:* Комарницкая Е. В.
Цифровая трансформация системы менеджмента..... 47

Митина М. С. *Научный руководитель:* Ялунер А. Ф.
Влияние промышленного производства на состояние окружающей природной среды..... 50

Приходько М.А. <i>Научный руководитель:</i> Лапшина Е. А. Инновационные подходы в управлении персоналом: адаптация к меняющимся рыночным потребностям.....	53
Прохоренко С. Д. <i>Научный руководитель:</i> Ялунер А. Ф. Особенности формирования корпоративной культуры организации.....	56
Рвачёв Д. В., Нечаева А. Ю. <i>Научный руководитель:</i> Лапшина Е. А. Специфика влияния национальной культуры на деятельность менеджеров	59
Савичев В. А. <i>Научный руководитель:</i> Лапшина Е. А. Игровые подходы как инструмент для улучшения процесса обучения.....	62
Свидерская М. А. <i>Научный руководитель:</i> Комарницкая Е. В. SWOT-анализ авиационной компании в условиях кризиса.....	65
Сологуб Р. А. <i>Научный руководитель:</i> Шарнопольская О. Н. Исследования представителей научной школы управления относительно структур управления организациями.....	68
Сутягин В. Д. <i>Научный руководитель:</i> Лапшина Е. А. Адаптация менеджмента к национальным особенностям: ключевые принципы и эволюция подходов.....	72
Телюк А. В. <i>Научный руководитель:</i> Лапшина Е. А. Основные аспекты стратегического управления.....	75
Тимофеева Е. И. <i>Научный руководитель:</i> Гурджиян В. Л. Идентификация причин кризиса в системе антикризисного управления предприятием.....	78
Чаркова Р. В. <i>Научный руководитель:</i> Гурджиян В. Л. Исследование трансформации понятия «кризис».....	81
Чебакова М. Д. <i>Научный руководитель:</i> Ялунер А.Ф. Инструментарий совершенствования деятельности предприятия.....	84
Шульга Н. И., Корниенко М. А. <i>Научный руководитель:</i> Лапшина Е. А. Дистанционный (виртуальный) менеджмент: современное состояние и перспективы развития.....	86
 Секция «Международный бизнес и GR-менеджмент» 	
Бондарь Е. В. <i>Научный руководитель:</i> Костина Т. В. Анализ проблем, рисков и возможностей Vodafone Group PLC.....	89
Vashchenko V.V. Innovative service management strategy based on a marketing approach.....	92
Коваленко А. А., МаксUTOва Л. В. <i>Научный руководитель:</i> Ходова Я. А. Современные особенности принятия и реализации управленческих решений.....	94
Мазно К. Э. <i>Научный руководитель:</i> Забавина Е. Ю. Стратегические ориентиры развития ПАО «МТС».....	97
Попов Я. В. <i>Научный руководитель:</i> Костина Т. В. Анализ особенностей национальной и региональной экономики в современном мире.....	100
Пузырев М. И. <i>Научный руководитель:</i> Костина Т. В. Инфляция: ее сущность и типы, особенности в Российской Федерации...	103
Романенко А. С. <i>Научный руководитель:</i> Козаченко Ж. Н. Конкурентоспособность компании как экономическая категория.....	106
Салистая А. Р. <i>Научный руководитель:</i> Забавина Е. Ю. Бренд-менеджмент компаний: стратегический подход.....	109

Усатюк А. Ю. <i>Научный руководитель:</i> Костина Т. В. Проблемы процесса финансового прогнозирования компаний.....	112
Харченко Д. С. <i>Научный руководитель:</i> Костина Т. В. Финтех в Катаре: платформа для мировой экспансии.....	115
Шабанов М. А. <i>Научный руководитель:</i> Воробьева Ю. С. Факторы, влияющие на деятельность российских компаний за рубежом....	118
Эккерт У. С. <i>Научный руководитель:</i> Козаченко Ж. Н. Влияние информационных технологий на эффективность международного бизнеса компании.....	121

Секция «Государственное и муниципальное управление»

Билизе А. Ю. <i>Научный руководитель:</i> Капыльцова В. В. Повышение эффективности муниципального управления в сфере культуры и досуга.....	124
Гаврилко А. М. <i>Научный руководитель:</i> Дурнева Л. А. Роль и функции государственных закупок в экономике России.....	127
Заболотная А. Е. <i>Научный руководитель:</i> Кошелева Е. Г. Бюрократия в системе государственного управления.....	129
Лохманова Е. Н. <i>Научный руководитель:</i> Зайцева А. М. Кадровый резерв как перспективный ресурс организации.....	132
Малохатка Е. С. <i>Научный руководитель:</i> Андреева Л. А. Проектная деятельность в органах власти: региональный аспект.....	135
Печкина А. А. <i>Научный руководитель:</i> Оленичева Ю. А. Региональная демографическая политика: особенности ее реализации в Донецкой Народной Республике	138
Резниченко Л. А. <i>Научный руководитель:</i> Орлова Л. В. Цифровизация национальной валюты.....	141
Рыбачук Т. П. <i>Научный руководитель:</i> Хромов Н. И. Государственное управление чрезвычайными ситуациями.....	144
Сенькин В. А. <i>Научный руководитель:</i> Адаменко Е. А. Анализ эффективности деятельности управления федеральной службы исполнения наказаний по Ханты-мансийскому автономному округу – Югре по профилактике повторной преступности.....	147
Старкова Е. Н. <i>Научный руководитель:</i> Хромов Н. И. Государственное управление отраслями социальной сферы.....	149
Третьякова М. О. <i>Научный руководитель:</i> Белова И. В. Проблема снижения престижа государственной гражданской службы и нехватка квалифицированных кадров.....	152
Хаймахан Е. А. <i>Научный руководитель:</i> Хромов Н. И. Борьба с коррупцией в государственном управлении.....	155
Хачиков Г. И. <i>Научный руководитель:</i> Решетняк С. Р. Формирование регионального управления в новых субъектах Российской Федерации.....	158
Школярская Д. И. <i>Научный руководитель:</i> Капыльцова В. В. Пути совершенствования кадрового обеспечения в органах муниципального управления.....	161

Секция «Маркетинг и логистика: теория и практика»

Акиньшина А. Н. <i>Научный руководитель:</i> Ибрагимхалилова Т. В. Специфика мерчендайзинга в торговой сети.....	163
Балабанов А. И. <i>Научный руководитель:</i> Чижова Н. Е. Проблемы формирования имиджа организации.....	166
Бондаренко М. А. <i>Научный руководитель:</i> Ибрагимхалилова Т. В. Мультиатрибутивная модель в контексте разработки инновационного продукта	169
Боса Е.Ч.Н.Ч. <i>Научный руководитель:</i> Авакова Э. Б. The impact of globalization on marketing and logistics strategies.....	172
Бочарова Е. М. <i>Научный руководитель:</i> Беспятая М. Н. Особенности маркетинга в сфере спортивно-оздоровительных услуг.....	174
Валиулина Е. Н. <i>Научный руководитель:</i> Кусков А. Е. Оптимизация складской логистики: современные стратегии и технологии управления для повышения эффективности предприятия.....	177
Вошиков Д. <i>Научный руководитель:</i> Левкин Г. Г. Организация логистических процессов малого предприятия при использовании маркетплейсов.....	180
Крмаджян К. А. <i>Научный руководитель:</i> Кужелева А. А. Десять трендов маркетинга 2024 года.....	182
Манько А. А. <i>Научный руководитель:</i> Дудник В. В. Роль маркетинга в создании узнаваемого бренда страховой компании....	185
Папий В. Г. <i>Научный руководитель:</i> Беспятая М. Н. Специфика маркетинга предприятия автопрома.....	187
Раевская У. В. <i>Научный руководитель:</i> Божко Е. В. Тренды стратегического маркетингового планирования.....	190
Рябинина О. А. Соловьева А. Ю., Подшибякин М. Е. <i>Научный руководитель:</i> Левин Д. Ю. Инфографика как метод эффективного представления информации в маркетинге.....	193
Савенков А. А. <i>Научный руководитель:</i> Чижова Н. Е. Маркетинговый анализ госкорпорации «Росатом».....	197
Свистун П. П. <i>Научный руководитель:</i> Дудник В. В. Исследование феномена имиджа ЧВК «Вагнер».....	199
Тупица М. В. <i>Научный руководитель:</i> Кусков А. Е. Анализ информационных технологий и тенденций, используемых в логистике сегодня.....	201
Унгурян Е. В. <i>Научный руководитель:</i> Чижова Н. Е. Влияние глобализации на мировой рынок торговли.....	204
Фирсова Е. М. <i>Научный руководитель:</i> Кузьменко В. В. Особенности влияния упаковки на продвижение товара мелких производителей.....	206
Хуруджи Д. И. <i>Научный руководитель:</i> Беспятая М. Н. Оформление магазина как важнейший элемент мерчендайзинга.....	208
Чернякова М. Б. <i>Научный руководитель:</i> Кужелева А. А. Инновации книжного маркетинга.....	211
Чирах В. Г. <i>Научный руководитель:</i> Ибрагимхалилова Т. В. Разработка стратегии маркетинга сферы услуг.....	213

Секция «Управление персоналом и экономика труда»

Басалаева Е. В. <i>Научный руководитель:</i> Адаменко Е. А. Актуальные проблемы подбора персонала в реальности современного мира.....	216
Безкоровайная Е. С. <i>Научный руководитель:</i> Плешова К. К. Совершенствование системы мотивации труда персонала.....	219
Белякович Е. А. <i>Научный руководитель:</i> Плешова К. К. Управление реакцией персонала на изменения в организации.....	222
Борюшова П. А. <i>Научный руководитель:</i> Севрюкова С. В. Развитие управленческого потенциала как фактор успешного преодоления кризисных ситуаций в бизнесе.....	225
Ватутина К. Н. <i>Научный руководитель:</i> Плешова К. К. Методы оценки результатов труда персонала в организации.....	228
Гапоненко А. Д. <i>Научный руководитель:</i> Плешова К. К. Безработица в Российской Федерации: проблемы и пути решения.....	231
Данилова И. С. <i>Научный руководитель:</i> Сердюк О. Ю. Влияния вызовов цифровой экономики на качество системы мотивации труда персонала.....	233
Еверзов Н. М. <i>Научный руководитель:</i> Плешова К. К. Управление производительностью труда для обеспечения устойчивого экономического роста.....	236
Елисеев О. Г. <i>Научный руководитель:</i> Елисеева Н. А. Оптимизация процессов в управлении персоналом через цифровизацию с целью применения на предприятиях ДНР.....	239
Журавлев Б. А. <i>Научный руководитель:</i> Воробьева О. Г. Обострение проблем оплаты труда и пути их устранения в современных условиях.....	242
Журавлева Д. С. <i>Научный руководитель:</i> Адаменко Е. А. Современные методы оценки персонала: достоинства и недостатки.....	245
Золотарев А. В. <i>Научный руководитель:</i> Чистов И. В. Процесс увольнения, как часть системы кадрового менеджмента.....	248
Каращук Е. А. <i>Научный руководитель:</i> Бочарова Н. А. Управление персоналом как стратегическая функция в системе менеджмента предприятия.....	250
Котов В. В. <i>Научный руководитель:</i> Коваленко А. А. Лучшие практики управления HR-ресурсом: источник эффективности и устойчивой конкурентоспособности.....	253
Лазепниченко Д. М. <i>Научный руководитель:</i> Бунтовская Л. Л. Мотивация управленческого персонала в контексте устойчивого развития современной экономики.....	256
Мартынова А. Е. <i>Научный руководитель:</i> Плешова К. К. Методы диагностики уровня мотивации персонала	259
Осинцев В. И. <i>Научный руководитель:</i> Бочарова Н. А. Управление профессиональным развитием персонала.....	262
Остапченко А. Ю. <i>Научный руководитель:</i> Ганич Л. В. Кадрового потенциала в современных условиях: теоретический аспект.....	264
Петраш О. В. <i>Научный руководитель:</i> Балтачьева Н. А. Анализ современного состояния рынка труда Российской Федерации.....	267

Подопригора А. В. <i>Научный руководитель:</i> Подопригора М. Г. Разработка методики повышения мотивации персонала промышленного предприятия.....	270
Сазонова А. К. <i>Научный руководитель:</i> Денисов А. Ф. Изучение особенностей коммуникативной культуры в китайских компаниях.....	273
Скурыдина А. А., Солдаткина О. В. Проблемы формирования клиентоориентированности персонала в организациях сферы услуг.....	275
Срыбник-Серебряный А. С. <i>Научный руководитель:</i> Адаменко Е. А. Особенности комплексной оценки персонала в профессиональном театре..	278
Татарченко Ю. А. <i>Научный руководитель:</i> Племешова К. К. Отбор и наём персонала: актуальные проблемы и пути решения.....	281
Федота А. А. <i>Научный руководитель:</i> Бабанская А. С. Анализ трудовых ресурсов. Факторный анализ производительности труда в экономическом анализе.....	284
Федюшина К. В. <i>Научный руководитель:</i> Елисеева Н. А. Принципы и методы развития и обучения персонала для минимизации оттока кадров с предприятий	288
Чиркова Д. А. <i>Научный руководитель:</i> Племешова К. К. Роль руководителя в управлении организацией и его основные навыки....	291

Секция «География и обществознание»

Бесфамильная Е. Г. <i>Научный руководитель:</i> Закотнюк О. Л. Культурологическое содержание школьной географии и средства его реализации на уроках.....	294
Бирюкова К. Н. <i>Научный руководитель:</i> Ефимова А. Ю. Географический мониторинг природных систем.....	296
Воробьева А. В. <i>Научный руководитель:</i> Чижикова О. А. Таяние ледников как опасный природный процесс.....	299
Гусельникова М. Г. <i>Научный руководитель:</i> Ефимова А. Ю. Географическое прогнозирование как элемент экологической подготовки школьников на уроках географии.....	302
Ермоленко Е. С. <i>Научный руководитель:</i> Закотнюк О. Л. Применение VR-технологий на уроках географии.....	305
Кирияшева И. А. <i>Научный руководитель:</i> Дубель В. М. Особенности и эффективность применения методов проблемного обучения на уроках географии.....	308
Кожемяко М. С. <i>Научный руководитель:</i> Дубель В. М. Особенности размещения населения мира.....	311
Лютая К. Э. <i>Научный руководитель:</i> Закотнюк О. Л. Социальное неравенство на уровне макрорегионов мира.....	314
Морозова Ю. И. <i>Научный руководитель:</i> Ефимова А. Ю. Экологическая подготовка школьников при обучении курсу география ...	317
Рудницкая Е. Д. <i>Научный руководитель:</i> Чижикова О. А. Прогноз развития опасных природных и техногенных процессов.....	320
Сухурова Э. Э. <i>Научный руководитель:</i> Ефимова А. Ю. Проблема дифференцированного подхода в процессе обучения географии в психолого-педагогической литературе.....	323

Содержание

Цупрун О. А. <i>Научный руководитель:</i> Чижикова О. А. Проблема качественного мониторинга состояния агроландшафтов.....	326
Чуканова Е. А. <i>Научный руководитель:</i> Дубель В. М. Перспективы развития сферы торговли в Донецкой Народной Республике.	330
Яковлева Е. В. <i>Научный руководитель:</i> Закотнюк О. Л. Организация системного подхода в применении проектной технологии в географическом образовании.....	333

Научное издание

**Управление развитием социально-экономических систем:
глобализация, предпринимательство, устойчивый экономический рост**

Материалы XXIV Международной научной конференции
молодых учёных и студентов
(Донецк, 07 декабря 2023 г.)

Том 2

*Ответственный за выпуск
председатель Совета молодых ученых экономического факультета
ФГБОУ ВО «ДонГУ» Воробьева Ю. С.*

Оргкомитет конференции не несёт ответственности за достоверность информации,
предоставленной в рукописях
Напечатано с оригинал-макета, предоставленного авторами

Под общей редакцией *Ю. Н. Поликова*
Ответственный за выпуск *Ю. С. Воробьева*

Дизайн обложки *К. А. Амирханян*
Технический редактор *Ю. С. Воробьева*

Электронный макет разработан оргкомитетом конференции
в Совете молодых ученых экономического факультета
ФГБОУ ВО «ДонГУ»
РФ, Донецкая Народная Республика, 283015, г. Донецк, ул. Челюскинцев, 186.
e-mail: smuefek@mail.ru

Подписано в печать 25.12.2023 г.
Формат 60x84/8. Бумага офсетная.
Печать цифровая. Усл. печ. л. 25,41
Тираж 100 экз. Заказ №31 декабрь

Донецкий государственный университет
83001, г. Донецк, ул. Университетская, 24.
Свидетельство о внесении субъекта
издательской деятельности
в Государственный реестр
Серия ДК 1854 от 24.06.2004 г.