



**Стратегия устойчивого
развития
в антикризисном управлении
экономическими системами**

ТОМ III

**Актуальные проблемы управления
социально-экономическим развитием**

Донецк 2017

ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



СТРАТЕГИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ В АНТИКРИЗИСНОМ УПРАВЛЕНИИ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ

Материалы

III Международной научно-практической конференции
г. Донецк
19 апреля 2017 г.

Том 3



ДОНЕЦК
ГОУВПО ДОННТУ
2017

Редакционная коллегия:

Б.Г.Шелегеда – д.э.н., проф., профессор кафедры менеджмента и хозяйственного права ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет»; Н.Ю. Омарова – д.э.н., проф., зав. кафедрой финансов, денежного обращения и кредита ФГБОУ ВО «Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого»; С.Г. Симонов – д.с.н., проф., зав. кафедрой экономики и организации производства ФГБОУ ВО «Тюменский индустриальный университет»; Ш.К. Кутаев – д.э.н., зав. отделом воспроизводства населения и трудовых ресурсов Института социально-экономических исследований Дагестанского научного центра Российской академии наук, профессор кафедры экономики труда и управления персоналом ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный университет»; Ю.Г. Тюрина – д.э.н, доц., доцент кафедры финансов ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный университет»; Я.В. Хоменко – д.э.н., проф., профессор кафедры международной экономики ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет»; А.Е.Пожидаев – кандидат наук по гос. управлению, доцент, заведующий кафедрой государственного и муниципального управления Луганского национального университета имени Тараса Шевченко; В.В. Жильченкова – к.э.н., доц., декан инженерно-экономического факультета ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет»; О.Н. Шарнопольская – к.э.н., доц., зав. кафедрой менеджмента и хозяйственного права ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет»; И.А. Кондаурова – к.э.н., доц., зав. кафедрой управления бизнесом и персоналом ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет»; Л.В. Шабалина – к.э.н., доц., зав. кафедрой международной экономики ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет»; Е.Г. Курган – к.э.н., доц., доцент кафедры менеджмента и хозяйственного права ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет».

С 83 Стратегия устойчивого развития в антикризисном управлении экономическими системами [Электронный ресурс]: материалы III Международной научно-практической конференции, г. Донецк, 19 апреля 2017 г. / отв. ред. И.А. Кондаурова / ГОУВПО ДОННТУ. – Донецк: ДОННТУ, 2017. – Том 3. – 302 с.

В материалах конференции представлены доклады ученых и специалистов по актуальным проблемам экономики и управления: стратегическим ориентирам реализации стратегии устойчивого развития экономических систем; повышению устойчивости экономических систем в условиях глобализации мировой экономики; актуальным проблемам управления социально-экономическим развитием.

Для специалистов народного хозяйства, ученых, преподавателей, аспирантов и студентов высших учебных заведений.

Рекомендовано ученым советом
ГОУВПО «Донецкий национальный технический университет»
протокол № 4 от 21.04.2017 г.

СОДЕРЖАНИЕ

СЕКЦИЯ 3.

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМ РАЗВИТИЕМ 11

Дариенко О.Л., Иванова К.А.

ОРГАНИЗАЦИОННОЕ ПОВЕДЕНИЕ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ
ПЕРСОНАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ

*Автомобильно-дорожный институт Донецкого национального
технического университета, г. Донецк, ДНР 11*

Горощенко В.В., Слепнев Д.С.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ
ПЕРСОНАЛА В ОРГАНИЗАЦИИ

Донецкий национальный технический университет, г. Донецк, ДНР 17

Коваленко Т.В., Ермолаев И.А.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ОБУЧЕНИЯ НА ОСНОВЕ
ВНЕДРЕНИЯ ДИСТАНЦИОННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В
ВУЗЕ МЧС

Донецкий национальный технический университет, г. Донецк, ДНР 23

Петрова Е.И.

ЦЕННОСТЬ ПРАВА В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

*Донецкий национальный университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского, г. Донецк, ДНР 28*

Кондратьев В.А.

ПРАВО НА АССОЦИАЦИЮ, ЗАБАСТОВКУ И ЛОКАУТ КАК ФОРМА
КОЛЛЕКТИВНОЙ ЗАЩИТЫ ТРУДОВЫХ ПРАВ: МЕЖДУНАРОДНО-
ПРАВОВОЙ АСПЕКТ

*Донецкий национальный университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского, г. Донецк, ДНР 33*

Бычкова О.В.

КАДРОВАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ В СИСТЕМЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ
БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Донецкий национальный университет, г. Донецк, ДНР 41

Котова Н.И., Котова А.А.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ
СТАНДАРТОВ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ

*Институт экономических исследований, г. Донецк, ДНР;
Белгородский государственный национальный исследовательский университет,
г. Белгород, РФ 45*

Зайцева А.М., Тимошенко А.А., Толкачева М.Г. РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА <i>Донецкий национальный технический университет, г. Донецк, ДНР</i>	52
Зайцева А.М., Денисенко А.М. ВЛИЯНИЕ ГИБКОСТИ МАЛОГО БИЗНЕСА НА УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ <i>Донецкий национальный технический университет, г. Донецк, ДНР</i>	56
Зайцева А.М., Ким Н.В. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПЕРСОНАЛА И МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ <i>Донецкий национальный технический университет, г. Донецк, ДНР</i>	60
Пехтерева В.В., Столярова А.С. МЕТОДЫ РАЗВИТИЯ И ОБУЧЕНИЯ ПЕРСОНАЛА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ <i>Автомобильно-дорожный институт Донецкого национального технического университета, г. Донецк, ДНР</i>	65
Гайдай И.Ю., Щербий С.А. МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ МАЛОГО БИЗНЕСА <i>Автомобильно-дорожный институт Донецкого национального технического университета, г. Донецк, ДНР</i>	71
Шеломенцева В.П., Санина Ю.О. ДИВЕРСИФИКАЦИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ <i>Инновационный Евразийский университет, г. Павлодар (Казахстан)</i>	76
Перевозчикова Н.А., Василенко Т.Д. ФОРМИРОВАНИЕ МЕХАНИЗМА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ РЫНКА ТРУДА И РЫНКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ <i>Институт экономических исследований, г. Донецк, ДНР</i>	80
Ляхова Л.С., Горенная Д.О. КАДРОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ <i>Донецкая академия управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики, г. Донецк, ДНР</i>	86
Ляхова Л.С., Полуднева Е.В. ВЛИЯНИЕ СТИЛЯ РУКОВОДСТВА НА ТИП И СОДЕРЖАНИЕ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ ОРГАНИЗАЦИИ <i>Донецкая академия управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики, г. Донецк, ДНР</i>	92

Баранник Ю.Г., Дяк Ю.С. ФОРМИРОВАНИЕ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА ПРЕДПРИЯТИЯ <i>Донецкая академия управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики, г. Донецк, ДНР</i>	96
Смирнов С.Н., Лаврова В.А. ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАДРОВЫХ АГЕНТСТВ НА РЫНКЕ ТРУДА <i>Донецкая академия управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики, г. Донецк, ДНР</i>	101
Смирнов С.Н., Павловец А.С. ПРИМЕНЕНИЕ МАТЕМАТИЧЕСКИХ МОДЕЛЕЙ ДЛЯ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ В СФЕРЕ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ <i>Донецкая академия управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики, г. Донецк, ДНР</i>	106
Котова Н.И., Абдалян Л.Н. ОПТИМИЗАЦИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ГАРАНТИЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ <i>Институт Экономических Исследований, г. Донецк, ДНР</i>	112
Мешков А.В., Новикова П.А. ФАКТОРЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ <i>Донецкий национальный технический университет, г. Донецк, ДНР</i>	116
Барыло И.В., Чех Е.С. МЕТОДЫ РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА <i>Донецкий национальный технический университет, г. Донецк, ДНР</i>	120
Пефтиев О.В. ДИСЦИПЛИНАРНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ В ТРУДОВЫХ ПРАВООТНОШЕНИЯХ <i>ООО «Агроконсалт», г. Донецк, ДНР</i>	125
Кондаурова И.А., Русина В.А. ЭФФЕКТИВНЫЕ МЕТОДЫ РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА <i>Донецкий национальный технический университет, г. Донецк, ДНР</i>	131
Надтока Т.Б., Панфилкина Э.Е. КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ КАК ФАКТОР КОМПЛЕКСНОГО ПОДХОДА В ПОВЫШЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ <i>Донецкий национальный технический университет, г. Донецк, ДНР</i>	137

- Малышко А.В., Филонов О.В.**
СТОИМОСТЬ ВРЕМЕНИ В ПРИНЯТИИ РЕШЕНИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫМИ
ОРГАНАМИ
Донецкий национальный технический университет, г. Донецк, ДНР 143
- Осипишина Т.Н.**
ИНВЕСТИЦИИ В УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА
ДЛЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ
Донецкий национальный технический университет, г. Донецк, ДНР 152
- Шевченко М.Н., Лыхобаба Ю.А.**
ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ СОЦИАЛЬНО-
ОРИЕНТИРОВАННЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ МЯСОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕГО
ПОДКОМПЛЕКСА
Луганский национальный аграрный университет, г. Луганск, ЛНР 157
- Пономарёв И.Ф., Кулик А.К., Савенков Д.А.**
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ РОЛЬ УСЛОВИЙ ТРУДА В
РЕАЛИЗАЦИИ ПОТЕНЦИАЛА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ
Донецкий национальный технический университет, г. Донецк, ДНР 164
- Кулик А.К., Шитец А.О.**
ПРОБЛЕМЫ ПРИМЕНЕНИЯ АУТСОРСИНГА НА ОТЕЧЕСТВЕННЫХ
ПРЕДПРИЯТИЯХ
Донецкий национальный технический университет, г. Донецк, ДНР 168
- Зорина М.С., Дзюбан А.С.**
КАДРОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ
МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА
Донецкий национальный технический университет, г. Донецк, ДНР 172
- Какунина А.А., Аракелова З.Г.**
ФАКТОРЫ СОЦИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ
ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ
Донецкий национальный технический университет, г. Донецк, ДНР 176
- Павловская И.Г., Гололобов К.А.**
СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПОДХОДОВ К РАЗВИТИЮ
ПЕРСОНАЛА В ЯПОНСКОЙ И АМЕРИКАНСКОЙ МОДЕЛИ
Донецкий национальный технический университет, г. Донецк, ДНР 180
- Шумаева Е.А., Брухаль А.А.**
ДЕЛЕГИРОВАНИЕ ПОЛНОМОЧИЙ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ
МЕТОД РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА
Донецкий национальный технический университет, г. Донецк, ДНР 183

Шумаева Е.А., Чумаков А.И. TALENTMANAGEMENT <i>Донецкий национальный технический университет, г. Донецк, ДНР</i>	188
Романюк Н.В. СИСТЕМА ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ <i>Донецкий национальный технический университет, г. Донецк, ДНР</i>	194
Кутаев Ш.К. ПОЛИТИКА ГОСУДАРСТВА ПО ФОРМИРОВАНИЮ И ИСПОЛЬЗОВАНИЮ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ <i>Институт социально-экономических исследований Дагестанского научного центра РАН; Дагестанский государственный университет, г. Махачкала, РФ</i>	202
Кондаурова И.А., Воплюшкина Ю.И. ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ КАК ОСНОВА СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ <i>Донецкий национальный технический университет, г. Донецк, ДНР</i>	209
Петрова Й.П. ЭМОЦИОНАЛЬНАЯ ИНТЕЛЛИГЕНТНОСТЬ В УПРАВЛЕНИИ <i>Хозяйственная академия им. Д.А. Ценова, г. Свиштов (Болгария)</i>	216
Штагер О.А., Федирцан А.В. ОБОСНОВАНИЕ НЕОБХОДИМОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРОЦЕДУРЫ СЕРТИФИКАЦИИ ПЕРСОНАЛА <i>Донецкий национальный технический университет, г. Донецк, ДНР</i>	220
Горчакова И.А, Демченко К.А. РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ <i>Донецкий национальный технический университет, г. Донецк, ДНР</i>	224
Шумаева Е.А., Липова Э.Е. СИСТЕМЫ АВТОМАТИЗИРОВАННОГО УЧЕТА ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОЧЕГО ВРЕМЕНИ СОТРУДНИКОВ <i>Донецкий национальный технический университет, г. Донецк, ДНР</i>	233
Зорина М.С., Перелыгина Н.П. КАДРОВАЯ ПОЛИТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ <i>Донецкий национальный технический университет, г. Донецк, ДНР</i>	237

- Кравцова Л.В., Вуйка Я.В.**
ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ НА ПРЕДПРИЯТИИ
Донецкий национальный технический университет, г. Донецк, ДНР 241
- Павловская И.Г., Репула А.А.**
СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА
Донецкий национальный технический университет, г. Донецк, ДНР 245
- Гадецкий В.Г., Гросова А.Н.**
СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
РАЗВИТИЯ КАДРОВОГО РЕЗЕРВА
Донецкий национальный технический университет, г. Донецк, ДНР 248
- Комарницкая Е.В., Гутцул А.Л., Педык А.А.**
МОТИВАЦИЯ ТРУДА ПЕРСОНАЛА
Донецкий национальный технический университет, г. Донецк, ДНР 254
- Савельева О.А., Кожевникова А.А.**
УЧЕТ РАБОЧЕГО ВРЕМЕНИ КАК ИНСТРУМЕНТ
УПРАВЛЕНИЯ ДИСЦИПЛИНОЙ НА ПРЕДПРИЯТИИ
Донецкий национальный технический университет, г. Донецк, ДНР 258
- Коваленко Т.В., Митасова А.А.**
ПОНЯТИЕ И СУЩНОСТЬ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО
УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ
Донецкий национальный технический университет, г. Донецк, ДНР 261
- Скляр Д.А., Маруха Е.О.**
НАУЧНЫЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫМ
КАПИТАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ
Донецкий национальный технический университет, г. Донецк, ДНР 267
- Куликова И.Р., Шайда И.И.**
ОРГАНИЗАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ КАК ФАКТОР УСПЕХА
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНЫХ ФИРМ
Донецкий национальный технический университет, г. Донецк, ДНР 271
- Кондаурова И.А., Кулик А.К., Пархоменко Н.В.**
АНТИКРИЗИСНАЯ ПОЛИТИКА УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ СУБЪЕКТА
ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
Донецкий национальный технический университет, г. Донецк, ДНР 275

- Пискун Е.И., Сафронова А.А.**
ИННОВАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ
И ОЦЕНКА ЕГО ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ
Севастопольский государственный университет, г. Севастополь, РФ 279
- Павловская И.Г., Супрун А.И.**
СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К ФОРМИРОВАНИЮ УПРАВЛЕНИЯ
ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ
Донецкий национальный технический университет, г. Донецк, ДНР 283
- Горощенко В.В., Нелень В.А.**
ОБОСНОВАНИЕ НЕОБХОДИМОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ
НЕМАТЕРИАЛЬНОЙ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА НА ПРЕДПРИЯТИИ
Донецкий национальный технический университет, г. Донецк, ДНР 286
- Остапенко Б.С.**
СОВРЕМЕННЫЕ ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИСТЕМЫ ОПЛАТЫ
ТРУДА НА ПРЕДПРИЯТИИ
Донецкий национальный технический университет, г. Донецк, ДНР 290
- Балашова Р.И., Подольская Л.Д.**
ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ
*Донецкий национальный технический университет, г. Донецк, ДНР;
Донецкий институт туристического бизнеса, г. Донецк, ДНР 293*
- Ифутина Е.А.**
ИЗМЕНЕНИЕ ПОДХОДОВ К ПОДГОТОВКЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ
КАДРОВ НА РЫНКЕ ТРУДА
Инновационный Евразийский университет, г. Павлодар, Казахстан 298

РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

А. М. Зайцева, к.э.н., доцент,

А.А. Тимошенко,

М.Г. Толкачева

*Донецкий национальный технический
университет, г. Донецк*

(Донецкая Народная Республика)

Аннотация. В статье рассмотрены особенности рекламной деятельности персонала предприятия в условиях кризиса и способы повышения ее эффективности. Предложены эффективные рекламные инструменты для продвижения товара на рынок в условиях кризиса.

Ключевые слова: рекламная деятельность, персонал, эффект замещения, прибыль, эффективность, кризис, предприятие, потребители.

Summary. The peculiarities of promotional activities by enterprises staff in crisis and ways to determine its effectiveness discusses are analyzed in the article. Effective advertise tools for product promotional on the market in the conditions of crisis are presentation.

Keywords: promotional activities, staff, replacement effect, profit, advertising effectiveness, crisis, company, consumers.

Постановка проблемы. Экономический кризис в стране заставил рекламодателей минимизировать затраты на рекламу и жестко оценивать, степень ее эффективности. Кризис стал индикатором эффективности не только рекламы, но и бизнеса, коммерческой деятельности как процесса, направленного на извлечение прибыли. Он показал, насколько бизнес-системы устойчивы и способны извлекать прибыль.

Анализ предыдущих исследований и публикаций. Исследованию теоретических аспектов рекламной деятельности, оценке ее эффективности в современных условиях посвящены труды таких ученых, как Цигельника И., Шмыги Ю., Миронова Ю., Боднарук Р., Чаплинского Ю., Карпенко М. и др.

Целью исследования является анализ рекламной деятельности персонала предприятия и ее совершенствование путем переоценки выбора рекламных средств в условиях кризиса.

Основные результаты исследования. В период кризиса по-другому воспринимаются привычные показатели оценки эффективности. Эффективность рекламы – расстановка приоритетов воздействия рекламных средств на покупателей в пользу производителя. Критерии знания продуктов, наиболее частого их потребления сейчас нельзя рассматривать как раньше [1].

Экономическая эффективность рекламой деятельности определяется путем соотношения результатов, полученных от рекламы и средствами,

вложенными на ее реализацию за определенный промежуток времени. Ее точность не высока, так как существует множество других факторов, кроме рекламы, влияющих на итоги продаж.

По параметрам эффективной рекламной деятельности можно выделить несколько способов, которые оценивают широкий круг основных процессов, происходящих в бизнесе (рис. 1). Исследование эффективности рекламной кампании позволяет оценить влияние рекламы на потенциального потребителя с помощью ряда показателей:

- охват целевой аудитории;
- активное, пассивное знание рекламируемой марки (товара);
- понимание и распознавание рекламного сообщения (рекламы);
- запоминание элементов рекламы, рекламного сообщения;
- притягательная и агитационная сила рекламного сообщения;
- намерение купить, пользоваться рекламируемым товаром;
- общее отношение к рекламе;
- сложившийся образ фирм [2].



Рисунок 1 – Классификация способов определения эффективности рекламы

Рекламная деятельность компании должна быть постоянно подготовлена к любым условиям при изменениях внешней среды. Эффективность предполагает разработку мер реагирования на изменяющуюся рыночную среду путем определения сегментов рынка и позиционирования офферов для этих сегментов. Кроме того, для успеха на рынке компании должны использовать активные стратегии – то есть, не реагировать на события, а создавать их [3].

Активный маркетинг в кризис может быть способом, с которым компания обратит негативные аспекты рецессии себе во благо. Финансовый кризис не сразу ударит по клиентам экономически – гораздо быстрее произойдет психологическое потрясение: через сокращение рабочих мест, ослабление валюты, рост цен и т.д. Люди начинают больше задумываться о будущем и им сложнее наслаждаться покупками. Например, клиенты могут ограничить расходы на продукты высшего класса (хотя доходы этих людей еще не успели сократиться). Более того, во время финансового кризиса люди больше задумываются над целесообразностью тех или иных трат, они стараются приобретать только предметы первой необходимости, переходят на бюджетные бренды и более скептически относятся к рекламе [4].

Компании должны пересмотреть свою рекламную деятельность, которая была эффективна в прошлом, и адаптировать ее к новой ситуации. В кризис люди покупают иначе, но не перестают покупать.

Во время кризиса основная проблема рекламодателя привлечь покупателя именно к своему товару качественной рекламой. Покупатель прекрасно понимает что значительная часть цены товара, который он приобретает, составляют затраты на рекламу. Поэтому большим спросом, будут пользоваться товары, не имеющие рекламной накрутки в цене.

Во время финансового кризиса внимание покупателя обострено. Производители и рекламодатели исходя из этого делают акцент на чем-либо и даже в сложных ситуациях могут улучшить состояние предприятия.

Покупателю во время кризиса стоит расширить свой кругозор при покупке привычных для него товаров и приобретать более дешевые товары в целях экономии своего бюджета. Таким образом, срабатывает эффект замещения привычных товаров более доступными.

Эффективная рекламная компания в условиях кризиса не должна быть затратной, поэтому идет переоценка выбора рекламного средства:

1) *PR* – наименее затратный инструмент по сравнению с рекламой и выставками, поэтому вполне разумно сместить маркетинговые акценты именно в его сторону.

2) *интернет-маркетинг*. Роль интернета, в том числе и on-line СМИ в условия кризиса однозначно возрастет, так как эти ресурсы окажутся в более выигрышном положении благодаря низким издержкам, и смогут сделать более выгодные предложения клиентам, продолжая инвестировать в маркетинг.

3) *коммерческие проекты со СМИ*. В этой сфере большую популярность приобретают антикризисные предложения. К радости рекламодателей при покупке рекламного блока они имеют теперь все шансы получить дополнительные услуги, площади под статьи своих специалистов, более лояльное отношение и внимание со стороны редакций. Кроме того, все чаще поступают предложения, вызванные отказами рекламодателей от уже согласованных размещений, что вынуждает СМИ продавать площади гораздо дешевле, чтобы заполнить пустующее место.

4) *мероприятия* – по-прежнему один из наиболее эффективных инструментов общения с целевой аудиторией. Мероприятия можно сделать

менее масштабными, проводя в более дешевых местах, иногда непосредственно в офисах компаний. Хотя нельзя не отметить, что бизнес-центры и гостиницы тоже предлагают клиентам скидки и бонусы. Сувениры и печатные материалы можно сделать гораздо скромнее или исключить вовсе [5].

Среди антикризисных мер для раскрученных брендов можно выделить проведение краткосрочной рекламной кампании с усиленной медианазгрузкой, при которой мощнейший стимулирующий удар наносится по потребителям, что приносит быстрые и качественные результаты.

Выводы. В период кризиса особенно важным является вопрос оценки эффективности. Применяемые ранее показатели могут быть недостаточными для реальной оценки. Крупные компании преследуют долговременные цели, но кризис привел к тому, что краткосрочные экономические показатели стали иметь первостепенное значение. Это создало трудности для оценки эффективности, так как обобщенной модели оценки краткосрочных показателей не существует.

Кризис спровоцировал сокращение расходов на рекламу, и бюджет стал определяться исходя из эффективности работы. Маленькие бюджеты ограничили рекламодателей в экспериментах с новыми форматами рекламы. Они вынуждены отказаться от исследований и переключиться на уже проверенные форматы рекламы, чтобы сократить риски.

Среди возможных сценариев деятельности компаний в условиях кризиса первый вариант – это сокращение расходов в тех отраслях бизнеса, которые убыточны, в том числе это касается и расходов на рекламу, таким образом, есть возможность переждать кризис и сохранить накопленный потенциал, который очень пригодится когда наступит благоприятная атмосфера. Второй вариант предполагает активные действия в момент кризиса, направленные на захват областей рынка, с которых уходят конкуренты. Реализовать данные действия возможно только с помощью интенсивной рекламы и грамотной политики.

Таким образом, оценка эффективности рекламной активности – важнейший этап коммерческой деятельности экономического субъекта. Несмотря на то, что такая оценка рекламы при оценке эффективности рекламной деятельности организации ведет к росту затрат на проведение маркетинговых исследований, она позволяет обоснованно подойти к планированию маркетинговых мероприятий и рационально использовать бюджет в условиях финансовых ограничений.

Список литературы

1. Цигельник И. Эффективность рекламы [Электронный ресурс] / И. Цигельник – Режим доступа: <http://neonplast.com.ua>.
2. Пономарева А. Основы рекламной деятельности: организация, планирование, оценка эффективности / А.А. Пономарева – Москва: Финансы и статистика, 2010. – 192 с.
3. Кутлалиев А., Попов А. Эффективность рекламы: 2-е изд.– Москва: Эксмо, 2013. – 416 с.

4. Лавриненко, Я.Б. Современные подходы к оценке эффективности рекламы / Я.Б. Лавриненко. – Москва: Пресс-К, 2014. – 112 с.
5. Рогожин М.Ю. Теория и практика рекламной деятельности: учебное пособие / М.Ю. Рогожин. – Москва: Изд-во РДЛ, 2010. – 310 с.

УДК 331

ВЛИЯНИЕ ГИБКОСТИ МАЛОГО БИЗНЕСА НА УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ

А. М. Зайцева, к.э.н., доцент,

А.М. Денисенко

*Донецкий национальный технический
университет, г. Донецк*

(Донецкая Народная Республика)

Аннотация. В статье рассмотрены особенности процесса управления персоналом под влиянием гибкости и оперативности реагирования на изменения маркетинговой среды предприятий малого бизнеса. Сформулированы достоинства и недостатки процесса управления персоналом под влиянием гибкости малого бизнеса.

Ключевые слова: малый бизнес, персонал, изменение, предприятие, управление, маркетинговая среда, экономическое развитие.

Annotation. The features of management process by personnel under the influence of flexibility and efficiency of reaction to changes of the marketing environment of the enterprises small business are considered in the article. The merits and demerits of the management process by personnel under the influence of the flexibility in small business are formulated.

Keywords: small business, personnel, change, enterprise, management, marketing environment, economic development.

Постановка проблемы. Малый бизнес, оперативно реагируя на изменения конъюнктуры рынка, придает экономике необходимую гибкость. Он способен оперативно реагировать на изменения потребительского спроса и за счет этого обеспечивать необходимое равновесие на потребительском рынке.

В настоящее время вопрос управления персоналом в зависимости от размера и сферы деятельности предприятия выходит на первый план. На развитие предприятий малого бизнеса оказывают влияние как общемировая, так и ситуация на государственном уровне. Появляются всё новые риски и угрозы, что в современных условиях конкуренции может стать критическим ударом по предприятию, и как следствие, привести к банкротству. Только те предприятия малого бизнеса, у которых работает наиболее квалифицированный персонал, зачастую имеют лучшие показатели экономического роста.

Электронное издание

СТРАТЕГИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ
В АНТИКРИЗИСНОМ УПРАВЛЕНИИ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ

Материалы III Международной
научно-практической конференции
г. Донецк
19 апреля 2017 г.

ТОМ III
АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНО-
ЭКОНОМИЧЕСКИМ РАЗВИТИЕМ

Ответственный редактор
Кондаурова Инна Александровна

Дизайн обложки Е.Г. Курган, О.А. Кляус

ГОУВПО «Донецкий национальный технический университет»
г. Донецк, ул. Артема, 96, каб. 136, 138, 215а
Кафедра «Управление бизнесом и персоналом»
Тел.: +38 (062) 301-03-62

kaf.ubp@mail.ru, kaf.mba@gmail.com