

ФОРМУЛА МЕНЕДЖМЕНТА

ISSN 2587-8891



**Периодическое издание
Выпуск № 2
Казань, 2019**

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ
РЕЦЕНЗИРУЕМЫЙ ЖУРНАЛ**

"ФОРМУЛА МЕНЕДЖМЕНТА"

**Выпущено под редакцией
Научного объединения
«Вертикаль Знаний»**



РОССИЯ, КАЗАНЬ

2019 год

Основное заглавие: Формула менеджмента

Параллельное заглавие: The formula of the management

Языки издания: русский (основной), английский (дополнительный)

Учредитель периодического издания и издатель: Научное объединение «Вертикаль Знаний»

Место издания: г. Казань

Формат издания: электронный журнал в формате pdf

Периодичность выхода: 1 раз в месяц

ISSN: 2587-8891

Редколлегия издания:

1. Алексеев Алексей Викторович - канд. экон. наук, Кубанский государственный университет, филиал в г. Тихорецке.

2. Алкадырова Чолпон Мукамбетовна - канд. экон. наук, доцент, Кыргызский экономический университет, г. Бишкек, Кыргызстан.

3. Алымбеков Кенеш Асанкожоевич - д-р техн. наук, профессор, Кыргызский экономический университет, г. Бишкек, Кыргызстан.

4. Палий Наталья Сергеевна - канд. экон. наук, доцент, Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского, г. Донецк, Украина.

5. Семенов Андрей Анатольевич - канд. экон. наук, доцент, Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского, г. Донецк, Украина.

ISSN 2587-8891



9 772587 889002 >

ВЫХОДНЫЕ ДАННЫЕ ВЫПУСКА:

Формула менеджмента. - 2019. - № 2 (9).

**МЕЖДУНАРОДНОГО
РЕЦЕНЗИРУЕМОГО
НАУЧНОГО ЖУРНАЛА
«ФОРМУЛА МЕНЕДЖМЕНТА»**

Выпуск № 2

2019 год

Раздел «Управление персоналом»

Стр. 5 Горбунова О.В.

Харизма как ведущий аспект личности руководителя

Раздел «Менеджмент на предприятии»

Стр. 13 Фатхутдинова А.

Реструктуризация компании как инструмент улучшения функционирования компании. Риски реструктуризации

Раздел «Логистика»

Стр. 18 Косенко У.В., Прядко А.А.

Тенденции развития логистики в Донецкой области

УДК 65

ХАРИЗМА КАК ВЕДУЩИЙ АСПЕКТ ЛИЧНОСТИ РУКОВОДИТЕЛЯ

Горбунова Оксана Владимировна,
Автономная некоммерческая организация дополнительного
образования «Центр деловой практики», г. Тюмень

E-mail: centrdelovojpraktiki@list.ru

Аннотация. Актуальность исследования и в тоже время проблема в менеджменте связана с односторонним представлением в источниках понятия харизматичной личности. Целью данного исследования является демонстрация разностороннего подхода к исследованию категории «харизма» в качестве ведущего аспекта личности управленца. В работе использованы методы сопоставительного анализа харизматических черт с обаянием, ролями руководителя и чертами выдающегося руководителя. В ходе применения комбинированного метода результатом исследования послужила разработка «харизматического калейдоскопа» в рамках основных элементов проявления харизмы. Ключевой вывод исследования заключается в необходимости при оценке степени проявления харизмы учета выполняемых руководителем ролей и известных инструментов системы лидерства. Результаты исследования могут найти применение при проведении лекций-семинаров на тему лидерства, а также послужить подспорьем в разработке упражнений для проведения тренингов.

Abstract. The relevance of the study and at the same time the problem in management is associated with a one-sided representation in the sources of the concept of charismatic personality. The purpose of this study is to demonstrate a comprehensive approach to the study of the category of "charisma" as a leading aspect of the personality of the Manager. Methods of comparative analysis of charismatic features with charm, roles of the head and features of the outstanding head are used in work. During the application of the combined method, the result of the study was the development of a "charismatic kaleidoscope" in the framework of the main elements of charisma. The key conclusion of the study is the need to assess the degree of charisma of accounting for the roles performed by the head and the known tools of the leadership system. The results of the study can be used in lectures and seminars on the topic of leadership, as well as to assist in the development of exercises for training.

Ключевые слова: харизма, миссия, энергия, инструменты лидерства, постановка целей, обаяние, роли руководителя, выдающийся руководитель, харизматичный лидер.

Key words: charisma, mission, energy, tools, leadership, setting goals, charisma, the role of the leader, an outstanding leader, a charismatic leader.

Человек, у которого нет харизмы, присоединяется к группе и говорит: «А вот и я». Человек, у которого она есть, присоединяется к группе и говорит: «А вот и вы».

Джон Максвелл

Многие из нас слышали о харизме, но и о том, что ей можно научиться. Руководитель, обладающий харизмой, автоматически становится харизматичным лидером. Обязательно ли им быть? И почему харизма выступает главной стороной личности руководителя? Попробуем разобраться в этом вопросе.

Суть харизмы можно понять, характеризуя ее составляющие, наличие которых в полном комплекте для харизматичного лидера является обязательным (рис. 1).

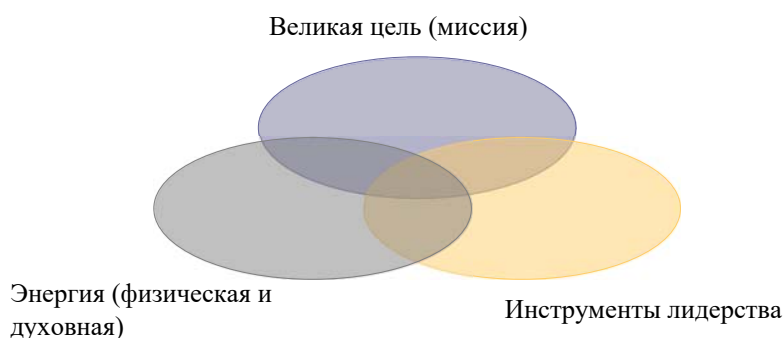


Рис. 1 Составляющие, отражающие суть харизмы

Миссия дает осознать свое предназначение, в которое нужно поверить. Это своеобразный идейный мир конкретного человека. Иначе, как можно увлечь за своими идеями, если самому в них не верить? Именно она задаст направление деятельности, которая осуществляется через достижение поставленных целей, ориентированных на реализацию миссии.

Энергия необходима для придания сил при каждом выполненном шаге в рамках реализации великой цели. Через осознание миссии руководитель может обрести эмоциональную энергию. Физическую же - через занятия спортом, йогой, к примеру. На рис. 2 представлены источники энергии и здоровья.

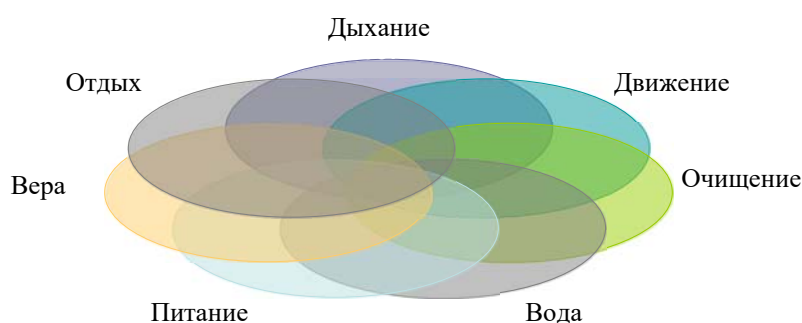


Рис. 2 Источники здоровья и получения энергии

Отдых служит для восстановления сил. Вера нужна для управления подсознанием. Пища необходима в целях восполнения затрат тела. Водные процедуры являются самыми легкими, но в тоже время одними из самых мощных источников повышения энергии. Очищающие мероприятия – для обновления тела, повышения и обретения им легкости. Движение – источник не только физической, но и психической энергии, а дыхательные техники открывают путь к медитации, повышению интуиции и осознанности действий.

Накопление энергии необходимо руководителю для того, чтобы он смог делиться ею с подчиненными, заряжая их своими идеями, своей миссией, которую он осознал, в которую он искренне поверил.

Инструменты же лидерства помогают реализовывать продуманные шаги (легкость в общении, стиль, собственные «фишки» и т.п., а самое главное – позитивный настрой и уверенность в себе в разных ситуациях, уверенность в своих идеях, умение и желание учиться, заниматься развитием и себя, и окружающих).

В дополнение отметим, что по данным исследования информационного потока во время общения, проведенных в 80-х гг., выявлено, что невербальные каналы (мимика, жесты) занимают порядка 55% всего потока информации. Остальное приходится на значение слов и интонацию, тембр голоса (рис. 3). Поэтому значение харизмы высоко.

Почему инструменты лидерства? Потому, что они выступают средствами достижения небольших целей во имя исполнения мечты. А лидерство имеет в этом вопросе значение оттого, что при принятии решений другие смотрят, ориентируются на лидера, прислушиваются к нему. Именно его голос является решающим. И для того, чтобы приобрести харизму, требуется быть целеустремленным, готовым внести свою «лепту» в решение проблем человечества, быть энергичным, чтобы лень не смогла остановить, и стать лидером. Или стоит вначале приобрести харизму, что, в конечном итоге, автоматически сделает ее носителя лидером целенаправленным и целеустремленным, собранным и устойчивым?

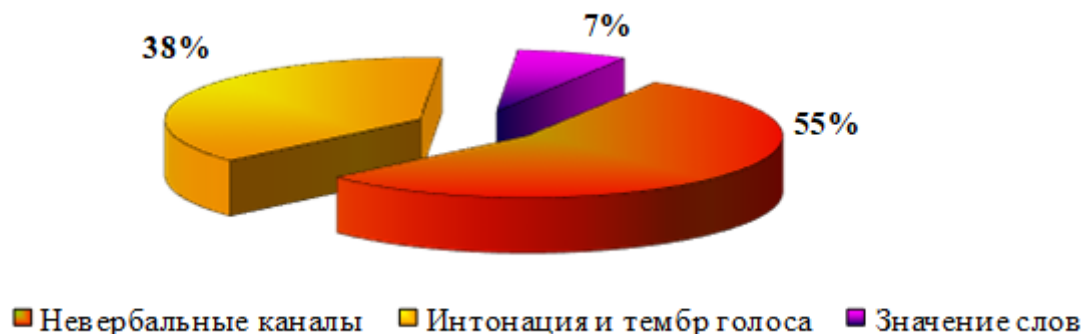


Рис. 3 Восприятие отдельных составляющих информационного потока

Чтобы разобраться в постановке цели, необходимо осознать, чего хотим, выбрать из набора желаний всего одно на ближайшие 4-7 недель, временно забыв про остальные намерения для реализации той самой одной цели. За таким руководителем подчиненные обязательно пойдут.

Также необходимо учесть критерии, которым должна соответствовать поставленная цель: конкретности (измеримости во времени и готовности результата), осязаемости (подробно описывающей результат через восприятие чувств), независимости (зависимости только от субъекта цели с продумыванием всех возможных неожиданностей), экологичности («жертвенности» со стороны субъекта цели) и стать истинной ценностью (высокой значимости) (рис. 4) [1].

Харизма является особым даром влияния на людей и ведения их за собой. В переводе с греческого означает "милость", "благодать", "божественный дар".

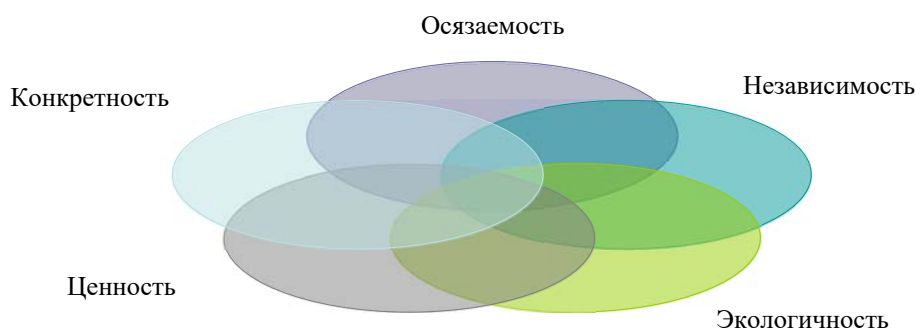


Рис. 4 Алгоритм постановки цели – К.О.Н.Э.Ц.

И. Пинтосевичем, выступающим автором книг и уникальных тренинговых программ по самосовершенствованию, предложен свой способ обретения «божественного дара», имеющий название «Алгоритм достижения». Данный способ заключается в нахождении успешных людей, добившихся немало, исследовании их стратегий мышления и действий, затем – в разработке собственной стратегии обучения и действий на основе приобретенных «практических» знаний о моделях стратегического мышления [1].

Руководитель, обладающий харизмой, приобретает авторитет не только в официальном плане из-за занимаемой должности, но и становится обладателем личной (референтной) власти [2]. Такой руководитель вызывает доверие и привлекателен для сотрудников. Так, почему же не научиться харизме, если это возможно? Ведь такой подход способен укрепить власть руководителя, за которым сотрудники всегда будут идти и ценностям которого будут верны. Именно такой руководитель точно знает, куда, в каком направлении движется компания, почему выбрано данное направление, и, самое главное, способен с уверенностью заявить об этом своим подчиненным. В этом и проявляется принцип «А вот и вы!».

Почему харизматичный руководитель так притягателен для подчиненных? Потому что он обаятелен. Обаяние человеку придают несколько «штрихов» (привычек). Проведем небольшое исследование.

В одном специальном журнале для руководителей приведены «тайны» обаяния [3]. Как эти «тайны» связаны с харизмой? (см Табл. 1). Представим результаты сопоставительного анализа по данному вопросу.

Таблица 1

Взаимосвязь обаяния и харизмы

Составляющие харизматичного характера	Привычки обаятельных людей					
	Задают вопросы	Искренни в меру и не сплетники	Привлечь внимание – не для них	Используют позитивный язык тела, улыбаются	Производят сильное впечатление при знакомстве	Умело сочетают энтузиазм и юмор
Великая цель						
Энергия						
Уверенность						
Легкость в общении						

Таким образом, уверенность и легкость в общении, являющиеся ведущими инструментами лидерства с точки зрения харизмы, и делают в наибольшей степени человека обаятельным (искренен, интересуется другими, имеет позитивную мимику, жесты и всегда производит сильное впечатление при знакомстве). И снова работает принцип «А вот и вы!».

Теперь разберемся, каждый ли руководитель способен стать харизматичным в зависимости от выполняемых им ролей в компании. В табл. 2

отражены, по мнению практиков, главные роли, выполняемые руководителем [4]. В таблице покажем результаты проведенного сопоставительного анализа.

Итак, миссия требует от руководителя быть стратегом, вводить инновации и заботиться о передаче своих полномочий в случае ухода. Чтобы вдохновлять нужных людей для реализации своих целей, нужна энергия. Инструменты лидерства помогут при выполнении повседневных задач, наставничестве и при взаимодействии компании с внешним миром.

Таблица 2

Составляющие харизматичного характера	Роли руководителя в компании						
	Исполнитель (решает задачи сегодняшнего дня)	Стратег (заботится о перспективах компании)	Энерджайзер (вдохновляет персонал на достижение целей)	Ментор (наставник) (обеспечивает обучение и развитие персонала)	Новатор (обновляет компанию)	Посол (обеспечивает связь компании с внешним миром)	Хозяин (занимается поиском преемника)
Великая цель							
Энергия							
Инструменты лидерства							

Выполняемые руководителем роли и элементы харизмы

Целью следующего исследования послужило установление взаимосвязи черт выдающихся руководителей с чертами харизматичного лидера, чтобы определить, обязательно ли выдающийся руководитель – руководитель, обладающий харизмой (табл. 3) [4].

Таблица 3

Сопоставительный анализ черт выдающегося руководителя и харизматичного лидера

Черты харизматичного лидера	Черты выдающегося руководителя						
	Осознает важность дела	Постоянно развивается	Желает стать мастером дела	Связывает самореализацию с успехом компании	Строит управленческую компанию	Формирует систему «распределенного лидерства»	Считает саморазвитие частью должностных обязанностей
Имеет великую цель							
Энергичен							
Уверен в себе и в своих идеях							
Позитивен							

Таким образом, осознав свою миссию, руководитель осознает ее важность. Для саморазвития необходим запас энергии. Убежденность в собственных идеях и уверенность в себе позволяет связывать самореализацию с успехом компании. А позитивный настрой гарантирует создание эффективной команды, которая и реализует все задуманное.

Ранее было оговорено, что харизматичный руководитель ведет за собой

подчиненных, да и сами подчиненные не против идти за его идеями. Д. Новак, являющийся автором программы в области мотивации и вовлечения сотрудников, выделил 5 составляющих успеха по умению вести за собой людей [6]. Они заключаются в собственной уникальности (быть верным себе, но при этом быть притягательным), искать новые знания (новатор), а полученными знаниями делиться с окружающими (распространение идей), раскрывать потенциал людей (активное подключение к решениям задач) и не останавливаться на достигнутом (постоянное самосовершенствование). И эти составляющие, как видим, тоже «отражение» харизмы. Инструменты лидерства, как составляющая харизмы, включают и уникальность, и генерацию идей, и наставничество. Постоянное самосовершенствование нуждается в энергии, являющейся также компонентом харизмы.

Итак, на основе проведенного исследования по сопоставимости черт харизматичного руководителя с чертами обаятельных людей и выдающегося руководителя, а также выполняемыми им ролями, представим, так называемый, «харизматичный калейдоскоп» для руководителя (рис. 5).

В заключение отметим, что необходимо помнить: сильный характер и обаяние, отражающие суть харизмы, не только могут быть достоинством руководителя, но и недостатком в силу того, что коллеги, порой, боясь личности своего начальника, могут доводить до него далеко не все факты. Об этом пишет автор книги «От хорошего к великому» Д. Коллинз. В этом вопросе главное – «золотая середина».

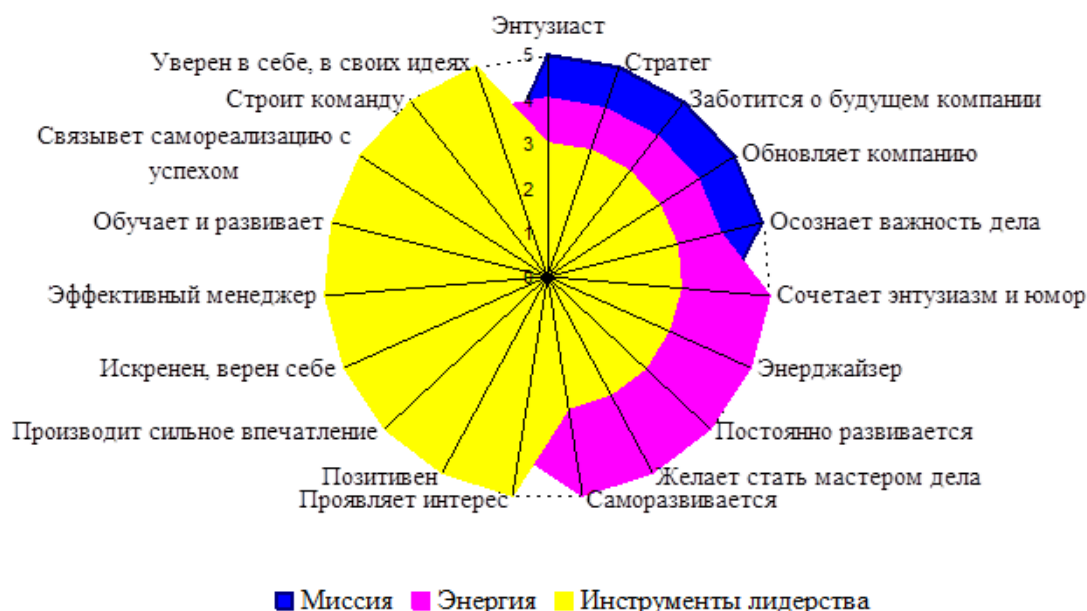


Рис. 5 «Харизматичный калейдоскоп» для руководителя

Таким образом, исследование отражает характеристику харизматичной личности руководителя путем соизмерения данной категории менеджмента с выполняемыми ролями руководителя и инструментами лидерства.

Список использованных источников:

1. Пинтосевич, И. Влияй! 7 заповедей лидера / И. Пинтосевич. - М.: Эксмо, 2013. - 288 с.
2. Авторитет руководителя: 5 оснований власти // Генеральный директор: персональный журнал руководителя. - URL: <https://www.gd.ru/articles/2875-avtoritet-rukovoditelya> (дата обращения: 26.02.2018)
3. Как нравиться окружающим: 11 тайн обаяния // Генеральный директор: персональный журнал руководителя. - URL: <https://www.gd.ru/articles/4084-kak-nravitsya-okrujayushchim> (дата обращения: 10.01.2018)
4. 6 ролей, которые руководитель играет каждый день // Генеральный директор: персональный журнал руководителя. - URL: <https://www.gd.ru/articles/8860-qqq-16-m10-18-10-2016-rol-i-rukovoditelya> (дата обращения: 03.03.2018)
5. Умение вести людей за собой: 5 составляющих успеха // Генеральный директор: персональный журнал руководителя. - URL: <https://www.gd.ru/articles/4252-umenie-vesti-lyudey-za-soboy> (дата обращения: 17.01.2018)

УДК 338.24

РЕСТРУКТУРИЗАЦИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ, ВЛИЯЮЩИЙ НА ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ КОМПАНИИ. РИСКИ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ

Фатхутдинова Алина,
Научный руководитель:
Пахальчак Галина Юрьевна
Уральский государственный экономический
университет, г. Екатеринбург
E-mail: geller.a@list.ru

Аннотация. В статье рассмотрено понятие, виды, основные этапы, а также значение процессов реструктуризации для компаний, которые нуждаются в постоянном развитии и повышении стоимости бизнеса, и проведен структурированный анализ рисков, с которыми могут столкнуться предприятия на пути к достижению целей реструктуризации в этом процессе.

Abstract. The article discusses the concept, types, main stages, as well as the significance of restructuring processes for companies that need to constantly develop and increase the value of a business, and conducted a structured analysis of the risks that enterprises may encounter on their way to achieving restructuring goals in this process.

Ключевые слова: реструктуризация, повышение стоимости бизнеса, управленческие задачи, риски.

Key words: restructuring, business value increase, management tasks, risks.

Повышение стоимости бизнеса является не только основной целью собственника или руководителя, но и первоочередной задачей для управляющих компаний в рыночной экономике.

Стоимость бизнеса является показателем результативности его функционирования, так как по ней видны и текущее состояние предприятия, и имеющиеся итоги деятельности. Одним из инструментов для улучшения функционирования работы компании выступает реструктуризация.

Реструктуризация — это комплекс мероприятий, направленных на реорганизацию предприятия, изменение формы собственности, системы управления, организационно-правовой формы [1]. Особенностью реструктуризации компании является четкое увеличение эффективности управления, а также формирование механизмов ее адаптации к конкурентной рыночной среде. Процесс реструктуризации направлен, в первую очередь, на то, чтобы обеспечивать эффективное применение производственных ресурсов, которые приводят к повышению стоимости бизнеса [2]. Среди основных случаев, когда компания подлежит реструктуризации, следующие:

неудовлетворительные финансовые показатели, нехватка оборотных средств, высокий уровень дебиторской и кредиторской задолженности [3].

Таблица 1

Виды реструктуризации предприятия [4]

Виды реструктуризации	Определение понятий
Оперативная	Направлена на существенное изменение структуры предприятия. Этот вид применяют как инструмент для возможного финансового оздоровления и восстановления платежеспособности бизнеса.
Стратегическая	Преследует такие цели, как повышение привлекательности бизнеса в глазах инвесторов, удорожание ее стоимости.
Комплексная	Достаточно длительный процесс по обновлению бизнеса, который проводится поэтапно, а каждый следующий этап затрагивает новую структуру компании.
Частная	Изменение в работе только одного или нескольких элементов компании.

В зависимости от указанных выше причин используются различные виды реструктуризации, перечень которых указан в таблице 1. В практике деятельности большинства компаний наиболее используемый вид – оперативная реструктуризация, так как ее результатом является прозрачная и более управляемая компания, где как владельцы, так и топ-менеджеры могут прийти к выводу, что именно следует развивать в этой компании, а какие направления деятельности лучше исключить. Оперативная реструктуризация способствует улучшению результатов деятельности предприятия в краткосрочном периоде и является основой для проведения стратегической реструктуризации.

Зарубежная практика и опыт показывают, что реструктуризация — это одна из сложнейших управленческих задач, успешное проведение которой возможно только в случае, если персоналом компании изначально сформулированы четкие цели, концепция, понимание каждого из ее этапов и методов, с помощью которых необходимо действовать (рис.1).



Рис. 1 Этапы реструктуризации предприятия

Первый этап – это определение целей реструктуризации. Владельцы и менеджмент должны выявить то, что не устраивает их в нынешней деятельности компании, и что они хотят получить в результате структурных изменений. Судьба реструктуризационной программы зависит от того, насколько грамотно они определяют цели и круг задач.

Второй этап - диагностика компании. Она нужна для выявления проблем на предприятии, с её помощью можно определить ее слабые и сильные стороны, понять перспективы развития и рентабельность дальнейшего инвестирования в этот бизнес.

На третьем этапе разрабатываются стратегия и программы реструктуризации, а также составляется несколько альтернативных вариантов развития компании по данным, полученным в результате диагностики. Для каждого варианта определяются методы реструктуризации, производится расчет прогнозных показателей, оцениваются предполагаемые риски и объемы задействованных ресурсов.

На четвертом этапе формируется группа специалистов, кем непосредственно и будет осуществлен процесс реструктуризации, согласно с разработанной программой. Затем прорабатываются и последовательно реализуется каждый этап программы.

На последнем этапе команда, ответственная за реализацию программы,

осуществляет контроль за исполнением целевых показателей, анализирует полученные результаты и подготавливает итоговый отчет о проделанной работе [5].

Однако у любого процесса есть обратная сторона. Главной причиной возможных рисков и неэффективных или даже негативных результатов являются допущенные при проведении процедуры ошибки. Существует ряд довольно частых ошибок, при устранении которых сократится число рисков. К ним можно отнести следующие:

1. Неверный выбор вида реструктуризации. Например, предприятие выбрало оперативную реструктуризацию вместо комплексной, в результате чего проблемы компании никуда не исчезли, а всего лишь продлился срок деятельности этой компании. Другая ситуация: когда достаточно было внедрить незначительные оперативные изменения, предприятие пошло другим путем и ввело дорогостоящие нововведения гигантского масштаба, но они не решили текущих проблем.

2. Отсутствие четко поставленных задач реструктуризации, непонимание целей, которые преследуют изменения. Причем понимать эти цели должно как руководство, так и сотрудники компании. В противном случае, если, к примеру, ответственный за внедрение нововведений руководитель некомпетентен в вопросах реструктуризации, то она обречена на провал.

3. Негативные последствия изменений в социальной сфере. К ним относятся ликвидация рабочих мест, сокращение сотрудников. Таких результатов лучше избегать, чтобы не повышать социальной напряженности.

4. Преждевременное прекращение процедуры реструктуризации. Как правило, это происходит, если руководство сталкивается с первыми трудностями, преодолевать которые не хочет, или же наоборот – как только появляется первый положительный результат.

5. Затянувшаяся реструктуризация, однако, тоже является отрицательным моментом, ведущим к серьёзным сбоям в деятельности предприятия. Следует помнить, что для эффективного проведения процедуры достаточно одного года.

6. Конфликт интересов различных групп, так или иначе принимающих участие в процессе реструктуризации. Для успешного осуществления реструктуризации необходимо согласовать интересы всех лиц и, в случае необходимости, принимать компромиссное решение [6].

На основе изучения теоретических аспектов процесса реструктуризации и ее практического применения в компаниях можно сделать следующие выводы: реструктуризация может быть необходима любой области деятельности компании: и организационно-хозяйственной, и финансово-экономической, правовой и производственно-технической. Однако не стоит забывать о том, что это один из сложнейших процессов, требующий глубокого понимания и имеющий свои риски, так как в конечном итоге эффективность процесса реструктуризации будет зависеть именно от объективности их оценки.

Список использованных источников:

1. Тужик А.М., Кайгородова К.А., Ронова Г.Н. Реструктуризация предприятий в целях повышения финансовой устойчивости // Молодежный научный форум: Общественные и экономические науки: электр. сб. ст. по мат. XXVIII междунар. студ. науч.-практ. конф. № 9 (28) [Электронный ресурс]. - URL: [https://nauchforum.ru/archive/MNF_social/9\(28\).pdf](https://nauchforum.ru/archive/MNF_social/9(28).pdf) (дата обращения: 03.02.2018)
2. Лаврухина Н.В., Коробкин Ю.И. Оценка бизнеса: учебно–методическое пособие. – Калуга, 2016. – 620 с.
3. Реструктуризация предприятия [Электронный ресурс]. - URL: <http://finekon.ru/restrukturizaciya.php> (дата обращения: 04.02.2018)
4. Основные формы и виды реструктуризации предприятий [Электронный ресурс]. - URL: <http://econbooks.ru/books/part/16732> (дата обращения: 04.02.2018)
5. Основные этапы реструктуризации [Электронный ресурс]. - URL: <https://studfiles.net/preview/1478375/>, (дата обращения: 06.02.2018)
6. Реструктуризация предприятия: цели и методы [Электронный ресурс]. - URL: <https://m16-consulting.ru/articles/restrukturizaciya-predpriyatiya-celi-i/> (дата обращения: 04.02.2018)

УДК[658.7+656.073](477.62)"2014/..."

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЛОГИСТИКИ В ДОНЕЦКОЙ ОБЛАСТИ

*Косенко Ульяна Вячеславовна,
Прядко Анастасия Александровна,
Донецкий национальный университет экономики
и торговли имени Михаила Туган-Барановского, г. Донецк*

E-mail: nastia.priadko@yandex.ru

Аннотация. В статье обоснована важность развития логистики в Донецкой области, указаны возможные препятствия и средства их преодоления. Проанализирован опыт функционирования крупнейших логистических центров Донбасса с указанием дальнейших перспектив деятельности.

Abstract. The article substantiates the importance of logistics development in the Donetsk region, identifies possible obstacles and means to overcome them. The experience of functioning of the largest logistics centers of Donbass with the indication of further prospects of activity is analyzed.

Ключевые слова: логистика, нестабильность, предпринимательство, транспортные компании, экспедиторские услуги, логистические центры.

Key words: logistics, instability, entrepreneurship, transport companies, freight forwarding services, logistics centers.

Деятельность любого предприятия зависит от своевременных поставок сырья, комплектующих, материалов, готовой продукции, поэтому логистика занимает одно из самых главных мест в системе любого хозяйствующего субъекта.

В условиях нестабильной политической ситуации, разрыве кооперационных связей, снижения темпов внешнеэкономической деятельности, транспортной блокады предприятия Донецкой области столкнулись с такими трудностями:

- а) возможность утраты груза в связи с военными действиями;
- б) отсутствие возможности организовать поставки и перевозки несколькими видами транспорта;
- в) разрушены авиа и железнодорожные сообщения;
- г) сложности в построении маршрутов поставок и перевозок;
- д) простои транспорта на таможенных пунктах и пунктах пропуска;
- е) качество транспортного обслуживания не соответствует высоким ценам;
- ж) недостаточный уровень внедрения современных программных продуктов в сфере логистики.

Большинство предприятий Донбасса не имеет собственных полноценных отделов логистики, что связано с высокими затратами на содержание таких подразделений особенно в условиях кризиса. Поэтому руководство ориентируется на приобретение услуг у транспортных и экспедиционных компаний, сотрудники которых компетентны в сфере сбора консолидированного груза от нескольких продавцов, использовании более эффективных видов транспортных средств на отдельных этапах пути, учете индивидуальных запросов клиентов и т.д.

Логистические центры Донбасса ориентируются на рынок Российской Федерации, но в целях совершенствования таких отношений необходимо:

- разработать механизмы, обеспечивающие регулирование правовых аспектов при осуществлении торговых операций российских предприятий с компаниями, расположенными на территории Донбасса;
- устранение недобросовестных посредников и, следовательно, спекулятивных тарифов на логистическое обслуживание грузов;
- создать зону «прозрачности», повысить инвестиционную привлекательность региона.

Стоит отметить, что компании по предоставлению транспортировки и логистики на территории Донбасса используют возможности кратковременной выгоды в связи со снижением конкуренции на данном рынке.

Анализ рынка логистических и транспортных услуг на территории Донецкой области позволил выявить три крупных компании: компания «Визит», компания «Первый логистический центр» и ЦОТ «Мост».

Компания «Визит» успешно осуществляет свою деятельность с 2007 года, оказывая услуги складской, транспортной логистики, а также проводя мониторинг рынков и продвигая товар. Центр располагает 5350 м² складских помещений и 500 м² офисных помещений. Работа сотрудников направлена на обслуживание 2396 торговых точек линейной розницы, 83 точки оптовых продаж, 43 торговых точки хорека и 4 ключевых клиента (ГП «РТК», «Амстор-City», «Сарепта» и «Авоська»). Не смотря на такой широкий круг клиентов, компания имеет собственную сеть магазинов, представленную 12 розничными торговыми точками, и собственное производство хлебобулочных изделий.

Специалисты «Визит» отмечают стремительное развитие розничных магазинов с хорошим ассортиментом, наполнение рынков продукцией по единой ценовой модели дистрибьюторами, получающими эксклюзивные контракты от производителей. На рынке появились лидеры: дистрибьюторские компании «Мастер Торг», «Сладкая Жизнь» «Виола». В ритейле выделяют два явных лидера «Амстор» и «Первый Республиканский», так как их доля на потребительском рынке близка к 15%. Но, несмотря на то, что наблюдается положительная динамика в деятельности компаний (налаженные платежи, оперативность расчетов), они также сталкиваются с различными рисками: изменения в налоговой политике, тарифах и пошлинах, регулярные введения и отмены ТПП.

Компания «Первый логистический центр» предлагает транспортные и таможенные услуги. В своей деятельности сотрудники руководствуются конвенцией о договоре международной дорожной перевозки грузов (КДПГ) и инкотермсом.

Компанией в сфере таможенного дела гарантируется:

- таможенное оформление грузов любой сложности;
- предоставление услуг комиссионера, экспортера и импортера;
- оформление различной документации;
- расчет таможенных платежей;
- знание сотрудниками компании законодательства, понимание правил оформления.

ЦОТ «Мост» начал свое функционирование относительно недавно. Данный инвестиционный проект за три года своей деятельности имеет: собственный таможенный терминал, логистические площадки в 3 крупных экономических центрах, центр оптово-розничной торговли «МОСТ» с собственной службой доставки, выпуск и продвижение товаров под собственной торговой маркой (СТМ). Логистические центры, расположенные в Москве, Ростове-на-Дону и Донецке, позволяют: оптимизировать расходы, предложить выгодные цены партнерам и сэкономить время.

Сервисом доставки компании пользуется свыше 1000 предприятий малого и среднего бизнеса. Основной предпосылкой такой популярности является заинтересованность в эффективном использовании собственного времени и сокращении затрат на грузоперевозки. К достижениям компании можно отнести большой автопарк, оборудованный всем необходимым для перевозки продовольственных и непродовольственных товаров в соответствии с санитарным требованиями и нормами.

Специалистами центра заключаются договора на поставку товаров известных брендов (Nestle, Pepsi, Coca-Cola, Мираторг, Микадо, Приосколье, Объединенные Кондитеры, Полесье, LEGO, VESTA, Golden Lady и т.д.). Сотрудники также отмечают, что рынок Донбасса характеризуется высокой динамичностью развития, о чем свидетельствует рост товарооборота ЦОТ «Мост» до 2000 тонн.

Таким образом, перечисленные логистические компании, функционирующие на территории ДНР, нацелены на свое дальнейшее развитие, расширение ассортимента товаров и списка предоставляемых услуг. Руководители отмечают стремление к инновациям, что создаст основу для расширения числа профессиональных клиентов, а также стремление к внесению своего вклада в дальнейшее развитие логистики на территории области.

Государственные структуры, в свою очередь, должны способствовать развитию предпринимательства в сфере логистики, оказывая всестороннюю поддержку крупным логистическим центрам и создавая условия для безопасной инвестиционной деятельности.

Список использованных источников:

1. Краснова В.В. Управление экономической безопасностью предприятия в условиях нестабильного развития / В.В. Краснова, Я.С. Давлианидзе // Вестник Донецкого национального университета. Серия В. Экономика и право, 2017. – № 2. – С. 52-58.
2. Экономика Донецкой Народной Республики: состояние, проблемы, пути решения / А.В. Половян, Р.Н. Лепа, Н.В. Шемякина и др. – Донецк: ГУ «Институт экономических исследований», 2017. – 84 с.

ФОРМУЛА МЕНЕДЖМЕНТА

Международный научный рецензируемый журнал

Выпуск № 2 / 2019

Подписано в печать 15.04.2019

Рабочая группа по выпуску журнала

Главный редактор: Барышов Д.А.

Верстка: Сятынова А.В.

Корректор: Хворостова О.Е.

Издано при поддержке

Научного объединения

«Вертикаль Знаний»

Россия, г. Казань

Научное объединение «Вертикаль Знаний» приглашает к сотрудничеству студентов, магистрантов, аспирантов, докторантов, а также других лиц, занимающихся научными исследованиями, опубликовать рукописи в электронном журнале **«Формула менеджмента»**.

Контакты:

Телефон: +7 965 585-93-56

E-mail: nauka@znanie-kzn.ru

Сайт: <https://znanie-kazan.ru/>

