

организации.

На данном этапе развития мировой экономики компании конкурируют в постоянно меняющихся условиях, что актуализирует проблемы продвижения их брендов как на внутренний, так и на внешний рынок. Интернет-маркетинг выступает в качестве эффективного инструмента, который позволяет компании успешно достигнуть поставленной цели в условиях глобальной конкуренции. В наши дни информационные технологии стали фактором возникновения новых видов бизнеса и новых методов продвижения бренда компании в глобальное рыночное пространство через сеть Интернет. Для успешного продвижения бренда компании в интернете важно провести анализ текущей ситуации, определить цели и инструменты, которые необходимы для реализации стратегии продвижения. На сегодняшний день использование возможностей сети Интернет для продвижения бренда является самым важным условием в развитии бизнеса. Глобальная сеть дает возможность сформировать положительную репутацию компании, повысить узнаваемость её брендовых товаров и услуг.

Список источников:

1. Данилина М.В., Дейнекин Т.В. Инструментарий интернет-маркетинга и его значение в современной экономике [Электронный ресурс] // Интернет-журнал «Науковедение». – 2014. – №6 (25). – С. 70. – URL: <https://naukovedenie.ru/PDF/70EVN614.pdf> (дата обращения: 10.04.2020).
2. Комплексный интернет-маркетинг. Какие инструменты являются эффективными на сегодняшний день [Электронный ресурс]. – URL: <https://seo.artox-media.ru/wiki/kompleksnyj-internet-marketing.html> (дата обращения: 10.04.2020).
3. Гущина Е.Г., Чеботарева С.С. Методика формирования стратегии продвижения бренда компании с использованием инструментария интернет-маркетинга // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: экономика. – 2018. – №2. – С. 23-28.
4. Капилевич Д.Н. Организация интернет-маркетинга // Молодой ученый. – 2017. – №49 (183). – С. 176-179.
5. Джабарова С.С. Развитие интернет-маркетинга в России // Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки. – 2017. – №7. – С. 183-186.

УДК 005.962.1

Буланникова И.Ю.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ И СОЦИАЛЬНАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОГРАММ АДАПТАЦИИ ПЕРСОНАЛА

*Буланникова Ирина Юрьевна**; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, Октябрьская ул., д. 12; e-mail: bulannikova2017@yandex.ru

Роль адаптации в системе и процессе управления персоналом весьма значительна, так как она необходима практически на каждом этапе этого процесса: как при приеме новых работников, так и при смене их должности, расширении функций или при других организационных изменениях. С точки зрения науки управления персоналом, наибольший интерес представляет производственная адаптация, но не менее важное значение для вхождения сотрудника в коллектив имеет социально-психологическая адаптация.

* Научный руководитель: Голоктионова Юлия Геннадьевна, к.э.н., доцент; e-mail: golokdim@mail.ru

Ключевые слова: адаптация персонала, эффективность адаптации, удовлетворенность работой, критерии эффективности адаптации, период адаптации.

Bulannikova I.Yu.

ECONOMIC AND SOCIAL EFFICIENCY OF PERSONNEL ADAPTATION PROGRAMS

Bulannikova Irina Yurievna; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: bulannikova2017@yandex.ru

The role of adaptation in the system and process of personnel management is great, as it is necessary practically at each stage of this process – both at employment of new workers, and at change of their post, expansion of functions or other organizational changes. From the point of view of personnel management, industrial adaptation is of the greatest interest, but collective social-psychological adaptation plays not less value for becoming a member of a team.

Keywords: personnel adaptation, adaptation efficiency, job satisfaction, criteria of adaptation efficiency, adaptation period.

Проблематика адаптации персонала в современных экономических и социальных условиях является сложной, но очень важной задачей. Грамотный и научно обоснованный подбор сотрудников, адаптация и закрепление на рабочих местах предприятия новых работников, партнерские отношения в коллективе в итоге приводят к экономической стабильности и конкурентоспособности организации. Именно поэтому процессы адаптации являются предметом научных исследований как в России, так и за рубежом.

Главная цель управления адаптацией – создать более короткий и безболезненный процесс закрепления новых работников на предприятии, что возможно при эффективной работе кадровой службы.

Работа по развитию персонала, его профессиональной адаптации для большинства российских компаний в настоящее время приобретает особую актуальность. Это связано с тем, что работа в условиях рынка предъявляет высокие требования к уровню квалификации персонала, знаниям и навыкам сотрудников. Те знания и навыки, которые помогали персоналу успешно работать вчера, сегодня теряют свою действенность, а завтра станут вообще устаревшими, поэтому как никогда важно иметь объективную оценку, насколько эффективно была проведена работа по адаптации вновь принятых работников.

Можно оценить экономическую эффективность разных аспектов процесса адаптации: систему адаптации в целом, адаптацию отдельного сотрудника, конкретное мероприятие, выполняются ли расчеты и как на их основании принимаются обоснованные управленческие решения.

Цель настоящей статьи заключается в том, чтобы, рассмотрев теоретические основы адаптации персонала компании, оценить эффективность мероприятий по совершенствованию процесса профессиональной адаптации сотрудников компании.

Работа кадровой службы в разрезе обеспечения организации рабочего персонала представляет собой затратный по ресурсам процесс, еще до начала работы сотрудника на рабочем месте организация несет затраты по подбору персонала, созданию рабочего места и другие.

Поэтому любая организация имеет ярко выраженный интерес в удержании сотрудника на новом рабочем месте.

Согласно мировой статистике, наиболее вероятен уход сотрудника с предприятия в первые три месяца работы, хотя работники кадровых служб Нидерландов выражают мнение о том, что адаптация сотрудника в коллектив длится не менее одного года.

В отечественных реалиях основная причина увольнения сотрудника вначале рабочего

процесса – несоответствие зарплатных ожиданий.

Сделать вхождение сотрудников в рабочий коллектив более простым и легким как со стороны работников, так и со стороны организации призваны процедуры адаптации.

Термин «адаптация» чрезвычайно широк и применяется в различных областях науки.

Выделяют социальную и производственную адаптацию, которые в какой-то мере являются двумя сторонами одной монеты, но при этом каждая из них проявляет свои точки приложения к производственному процессу – производственная часть включает в себя и технико-экономические, биологические и социальные аспекты.

Трудовая адаптация – это процесс двухстороннего взаимодействия между работником и новыми условиями труда, которые обеспечиваются организацией.

Отдел кадров не является производственным отделом любой организации и не может обеспечить ей финансовую прибыль, тем не менее, отдел кадров косвенно влияет на экономические и финансовые показатели деятельности предприятия. Он подготавливает нового работника к адаптации в коллективе. От качества работы специалистов отдела кадров (или кадровой службы) зависит: сможет ли остаться новичок в коллективе, какую пользу будет приносить производственным целям организации, потребуется ли вновь организации тратить временные и финансовые ресурсы на поиск нового работника?

Для любой организации выгодно, когда максимальная эффективность работника достигается в наименее короткие сроки времени, когда новый сотрудник начинает приносить прибыль буквально с первой минуты работы в компании. Так организовать вхождение сотрудника в рабочую среду – это сложная, но достойная задача для современного предприятия.

При слаженной и эффективной работе кадровой службы предприятия процесс адаптации происходит максимально безболезненно как для сотрудника, так и для коллектива, и объективные результаты работы проявляются в максимально быстрые сроки.

Можно привести определение адаптации Эдгара Штейна [5, с. 115]: «процесс познания нитей власти, процесс достижения доктрин, принятых в организации, процесс обучения, осознания того, что является важным в этой организации или ее подразделениях».

Целями адаптации по А.Я. Кибанову [7] являются: уменьшение издержек на начало работы, снижение тревожности и озабоченности новых работников, сокращение текучести рабочей силы, значительная экономия времени руководящего состава, развитие позитивного отношения к работе и многое другое.

Если процесс адаптации в разумные сроки предоставит компании мотивированных сотрудников и грамотных специалистов, то в таком случае нужно вести речь об эффективности процесса адаптации, реализованном на имеющемся предприятии. Вновь принятый сотрудник становится ресурсом, приносящим выгоду в рабочем процессе компании, отмечает его позитивное влияние на экономическую эффективность компании, ее стабильность на рынке, конкурентоспособность и многое другое.

Конечный эффект адаптации зависит не от количества проведенных мероприятий, а от их качественного состава, их полезности в имеющейся корпоративной и производственной среде организации.

Перед разработкой мероприятий полезно провести анализ текущей среды, разработать графики сроков овладения профессиональными навыками, их зависимость от условий труда, психологических особенностей личности работника.

В зарубежной практике довольно широко распространено тестирование работников по методике типологии Майерс-Бриггс [10] (типология личности, возникшая на базе типологии Юнга в 1940-х годах), также называемой MBTI. На основе полученных данных определяют предпочтения работников к следующим областям деятельности:

- самопознание и личностный рост;
- карьерный рост и профориентация;
- развитие организаций;
- тренинги управления и лидерства;

- решение проблем;
- семейные консультации;
- образование и составление учебного плана;
- научная работа;
- тренинги межличностного взаимодействия.

Для оценки экономической эффективности процесса адаптации персонала должен быть разработан стандарт предприятия по адаптации.

В стандарт предприятия будут входить различные метрики, включающие в себя оценку удовлетворенности работником условий труда в организации, оценку организации труда работника, набор объективных показателей деятельности работника (например, на базе KPI).

Основным инструментом оценки эффективности адаптации работника в коллективе организации является анкетирование.

При разработке анкет для определения эффективности процесса адаптации работником организации (адаптантом) следует придерживаться следующих рекомендаций:

- начальный (первый) раздел анкеты должен включать себя отношение работника к общим положениям работы организации, к ее миссии, организационной и корпоративной культуре;
- второй раздел анкеты предназначен для выяснения отношения работника о текущем месте его работы (цехе, отделе, бюро и так далее), согласия и несогласия с основами материального стимулирования, социальной политикой и тому подобным;
- третий раздел самый обширный, он включает в себя набор критериев, по которым адаптант должен выразить свою удовлетворенность морально-психологическим климатом (например, взаимоотношениями в коллективе, отношением коллег к выполнению своих обязанностей и тому подобное);
- четвертый раздел содержит вопросы, касающиеся удовлетворенности адаптантом результатом своей деятельности на благо компании;
- конечный (пятый) раздел анкеты должен включать в себя предложения работника по совершенствованию тактики и стратегии деятельности организации в целом.

На практике традиционно рассматривают уровень удовлетворенности работника как меру его адаптированности к предприятию, считая, что чем выше степень насыщения потребностей и притязаний адаптанта, тем выше уровень его адаптации к микросреде. Количественно можно измерить глубину адаптированности работника, измерив, удовлетворенность персонала следующими факторами: производственной ситуации, морально-психологическим климатом в коллективе.

Рассмотрим экономические показатели эффективности адаптации работника в организации. Показателями успешности финансовой деятельности любой организации являются (в порядке их значимости) масштабные, абсолютные, относительные, структурные и показатели прироста.

Рассмотрим влияние успешной адаптации на каждую группу показателей. Влияние на масштабные показатели будет опосредованным через увеличение технико-экономических характеристик организации, обусловленных снижением затрат на персонал. Увеличение абсолютных показателей при успешной адаптации связано с возрастанием эффективности использования трудовой силы организации. При возрастании абсолютных показателей финансовой деятельности предприятия автоматически сформируются более качественные относительные его показатели. Наибольшее влияние успешная адаптация окажет на структурные показатели и отразится на их приросте.

Подводя итог, можно сказать, что успешная адаптация новых работников является важной составляющей процветания любой организации и отражается на всех аспектах ее деятельности, улучшая как технико-экономические, производственные, финансовые, так и социальные показатели деятельности предприятия.

Список источников:

1. Алехина Л.Л., Болтёнова Т.А., Прошляков С.В. Адаптация новых сотрудников на предприятии в современных условиях хозяйствования // Научные Записки ОрелГИЭТ. – 2016. – №4 (16). – С. 63-67.
2. Аникин Б.А., Рудая И.Л. Аутсорсинг и аутстафтинг: высокие технологии менеджмента. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Инфра-М, 2006. – 286 с.
3. Вендров Е.Е. Психологические проблемы управления. – М.: Проспект, 2002. – 245 с.
4. Веснин В.Р. Технология работы с персоналом и деловыми партнерами: Учебно-практическое пособие. – М.: ТД Элит-2000, 2002. – 589 с.
5. Десслер Г. Управление персоналом / пер. с 9-го англ. изд. Д.П. Коньковой; под общ. ред. И.М. Степанова. – М.: БИНОМ. Лаб. знаний, 2004. – 799 с.
6. Ильминская С.А. Система стимулирования труда персонала// Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. – 2017. – №5. – С. 149-151.
7. Кибанов А.Я., Захаров Д.К., Коновалова В.Г. Управление персоналом: теория и практика. Этика деловых отношений. – М.: Проспект, 2014. – 87 с.
8. Раздолянский С.В. Проблемы управления человеческими ресурсами на современном этапе // Экономическая среда. – 2018. – №3 (25). – С. 76-80.
9. Скворцова Н.А. Управление деловой карьерой в системе профессионального развития персонала организации // Вестник ОрелГИЭТ. – 2018. – №3 (45). – С. 36-41.
10. Типология Майерс-Бриггс: что оценивает и как использовать HR-специалисту? [Электронный ресурс]. – URL: <https://hurma.work/rf/blog/tipologiya-majers-briggs-cto-ocenivaet-i-kak-ispolzovat-hr-speczialistu-2/>.
11. Тычинская И.А. Проблемы кадрового обеспечения аграрного предпринимательства и пути их решения / И.А. Тычинская, Е.Н. Караева, Ю.Г. Голоктионова, Г.Н. Мартынов // Экономика и предпринимательство. – 2019. – №4 (105). – С. 342-347.
12. Ярин Г.А., Хворов Ю.И., Янина Е.Г. Анализ хозяйственной деятельности: Учебное пособие для студентов вузов. – Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, - 2004. – 184 с.
13. Jeannin L. The adaptation process of international lecturers in a South African university: The centrality of agency and collegiality // Journal of Research in International Education. – 2017. – Том. 16. – Выпуск 3. – С. 236-247.
14. Gerrish K., Griffith V. Integration of overseas Registered Nurses: evaluation of an adaptation programme // Journal of Advanced Nursing. – 2004. – Том 45. – Выпуск 6. – С. 579-587.
15. Rozheliuk V.M., Kalchenko O.M. Research of Influence Factors of Professional Competence on Efficiency Activity of Accounting Personnel // Scientific Bulletin of Polissia. – 2017. – Выпуск 4. – С. 137-143.

УДК 658.8:659.1

Сотникова Е.А., Титова Т.А.

ТЕХНОЛОГИЯ КРОСС-МАРКЕТИНГ В РЕКЛАМЕ

Сотникова Елена Анатольевна; кандидат экономических наук, доцент; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, Октябрьская ул., д. 12; e-mail: sotnikovaE76@mail.ru

Титова Татьяна Александровна; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, Октябрьская ул., д. 12; e-mail: tanyatitova14@yandex.ru

В современном мире используется немало число различных маркетинговых технологий, которые развиваются с высокой скоростью. Одной из таких технологий является кросс-маркетинг. В данной