



**НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ
УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНОВ
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ И МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ**



**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
III МЕЖДУНАРОДНОЙ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ**

2020

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ
«ДОНБАССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТА

**НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ
УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНОВ
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ И МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ**

Сборник материалов

III Международной научно-практической конференции

24 апреля 2020 г.

Алчевск, 2020

Редакционная коллегия

Коваленко Н. В. — д-р экон. наук, проф.
Гришко Н.В. — д-р экон. наук, проф.
Коваленко А. Н. — канд. экон. наук, доц.
Кунченко А. В. — канд. экон. наук, доц.

Рецензенты:

Л. Е. Шульженко — доктор экономических наук, доцент, проректор по экономической и научно-педагогической работе ГОУ ЛНР «Луганский национальный аграрный университет» (г. Луганск);

Н. Н. Щепкина — кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента и инноваций ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Московский государственный строительный университет» (г. Москва).

*Рекомендовано Ученым советом экономического факультета ГОУ ВПО ЛНР «ДонГТУ»
(Протокол № 8 от 15.06.2020)*

Н27

Направления повышения эффективности управленческой деятельности органов государственной власти и местного самоуправления : сборник материалов III Международной научно-практической конференции. — Алчевск : ГОУ ВПО ЛНР «ДонГТУ», 2020. — 151 с.

Сборник посвящен актуальным направлениям повышения эффективности управленческой деятельности органов государственной власти и местного самоуправления, проблемам становления и развития государственного и муниципального управления, развития системы управления финансами организаций и предприятий, маркетинга территории и перспектив развития логистической инфраструктуры. Значимое место в сборнике занимают вопросы совершенствования социальных и правовых механизмов регулирования управленческой деятельности органов государственной власти и муниципального управления, вопросам совершенствования деловой коммуникации в сфере государственного управления, проблемам совершенствования кадрового обеспечения управленческой деятельности.

В сборнике представлены статьи III Международной научно-практической конференции. Проведение конференции инициировано кафедрой менеджмента ГОУ ВПО ЛНР «ДонГТУ». Взгляды, выраженные в материалах, являются исключительно позицией авторов.

УДК 35.07; 35.08+332.14+336+351/354

© ГОУ ВПО ЛНР «ДонГТУ», 2020
© Чернышова Н. В., художественное оформление обложки, 2020

Секция 4
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АУДИТ. ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ
И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСАМИ
ПРЕДПРИЯТИЙ И ОРГАНИЗАЦИЙ

<i>Кунченко А. В., Евсеева И. А.</i> СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО АУДИТА В ЛНР	118
<i>Мартыненко А. В.</i> ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ФОРМИРОВАНИЕ ФИНАНСОВОГО РЕЗУЛЬТАТА	121
<i>Шпиль Е. Ю., Вавулин Л. С.</i> ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	123

Секция 5
МАРКЕТИНГ ТЕРРИТОРИЙ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ
ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ

<i>Склепович М. В., Шаповалова С. Л., Черкашин В. В.</i> ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ ЛОГИСТИКИ ПОСТАВОК	127
<i>Склепович М. В., Бахтына Е.</i> ПОСТРОЕНИЕ СИСТЕМЫ АДМИНИСТРАТИВНОГО МАРКЕТИНГА	130

Секция 6
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ СФЕРЫ
ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ.
РЕЧЕВАЯ КОМПЕТЕНЦИЯ КАК ЭЛЕМЕНТ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

<i>Закутаева Д. А., Коцалап С. А.</i> ВЛИЯНИЕ МУЖСКОГО И ЖЕНСКОГО МЫШЛЕНИЯ НА ПОСТРОЕНИЕ РАБОТЫ В ОРГАНИЗАЦИИ	133
---	-----

Секция 7
КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

<i>Аганесянц Р. А.</i> СТАТУС ГОСУДАРСТВЕННОГО СЛУЖАЩЕГО В ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ ...	136
<i>Леценко Д. О., Вавулин Л. С.</i> МЕТОДЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ СТРУКТУРЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ	139
<i>Медведицкая Д. В., Тисунова В. Н.</i> ТРУДОВОЙ ПОТЕНЦИАЛ В СИСТЕМЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ	141
<i>Пономаренко А. С.</i> ВЛИЯНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ НА КАДРОВУЮ ПОЛИТИКУ ПРЕДПРИЯТИЯ	144
<i>Фотинова В. В.</i> УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ ГОСУДАРСТВЕННЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ	147
<i>Яцына В. И., Ульяницкая О. В.</i> СУЩНОСТЬ И ВЛИЯНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ НА ДЕЛОВЫЕ КАЧЕСТВА ПЕРСОНАЛА	149

Шпиль Е. Ю.
магистрант 2-го курса направл. подг. «Менеджмент»,
Вавулин Л. С.
ст. преп. каф. «Экономики и управления персоналом»
ГОУ ВПО ЛНР «ЛНУ имени Тараса Шевченко», г. Луганск, ЛНР

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

В статье исследовано понятие и сущность «конкурентоспособности предприятия», а также изложены основные пути повышения конкурентоспособности предприятия в современных условиях.

Ключевые слова: конкурентоспособность предприятия, конкурентоспособность товара, повышение конкурентоспособности, инновации, рынок.

Постановка проблемы. Предприятие является основной силой экономики, а также основным звеном для создания необходимой обществу продукции и предоставления услуг. Именно поэтому особое внимание следует уделить обеспечению высокого уровня конкурентоспособности предприятия.

Формирование конкурентных отношений способствует созданию развитого, цивилизованного рынка. Устойчивое положение предприятий на рынке обеспечивается в первую очередь его внутренней политикой, которая ориентирует всех сотрудников на активное развитие деятельности в условиях непрерывных изменений внешней среды.

Все предприятия в изменяющихся условиях существования должны осуществлять такое управление, которое будет обеспечивать приспособленность предприятия к различным непредвиденным ситуациям в будущем. Выход на рынок с конкурентоспособным товаром — это лишь начальный, исходный момент в работе предприятия по освоению рынка и закреплению на нем, в дальнейшем проводится систематическая работа по управлению конкурентоспособностью предприятия.

В связи с нестабильностью внешней среды, политическими событиями и экономической ситуацией, деятельность предприятий испытывает значительные изменения, которые связаны с их низкой адаптивной способностью к рыночным преобразованиям. Учитывая это, особую роль играют исследования методологических и эмпирических основ реализации экономического потенциала предприятия, с точки зрения его оперативного диагностирования и эффективного использования с целью повышения конкурентоспособности.

Анализ последних исследований и публикаций. Конкурентоспособность предприятия исследовалась многими учеными, начиная с работ А. Смита, Д. Рикардо, Дж. С. Милля, К. Маркса, М. Портера, и заканчивая трудами их последователей. Среди современных научных подходов к определению конкурентоспособности предприятий и повышения ее уровня следует выделить научные труды Агаркова А. П., Квасникова В. В., Кониной Н. Ю., Парамоновой П. Ф. и других.

Цель статьи. Несмотря на значительное количество работ по данной теме, проблемы формирования конкурентоспособности предприятий в связи с изменением эффективности их деятельности и приспособление к изменяющейся среде еще недостаточно исследованы. Так как, большинство исследований проблем конкурентоспособности предприятий касаются получения долгосрочной конкурентоспособности, то ее достижение требует непрерывного процесса поиска новых возможностей совершенствования не только производства, но и активной конкурентной борьбы.

Изложение основного материала. В современных условиях предприятия стремятся различными способами получить над конкурентами определенные преимущества, которые позволят ему в будущем улучшить финансово-экономические результаты, а также обеспечить рост масштабов потребительского спроса.

В условиях рыночной экономики многим предприятиям достаточно сложно добиться высоких финансовых показателей и вывести свое предприятие на лидирующие позиции, если не планировать его эффективное развитие. Успех и высокая конкурентоспособность любого предприятия в большей степени зависит от потребителей, их удовлетворенности, отсутствия жалоб, и готовности потребителей покупать этот товар.

Толкование термина «конкурентоспособность» довольно разнообразно. По классическому определению М. Портера, «конкурентоспособность — это определенное совокупностью факторов положение товаропроизводителя на внутренних и внешних рынках, отраженное через совокупность показателей» [7]. Экономист, Харченко Т. Б. под конкурентоспособностью понимает: «обусловленное экономическими, социальными и политическими факторами положение страны или отдельного товаропроизводителя на внутреннем и внешнем рынках» [8]. Украинский маркетинголог Л. В. Балабанова отмечает, что «конкурентоспособность предприятия — это уровень его компетентности по сравнению с другими конкурентами по таким параметрам, как технология, практические навыки и профессиональные знания персонала, уровень стратегического и текущего планирования, политика сбыта, уровень управления, коммуникации, качество систем управления, производства продукции и т. п.» [2].

Другие авторы рассматривают конкурентоспособность предприятия как особую черту, которая выражает степень отличия одного предприятия от другого в сфере удовлетворения человеческих потребностей, при этом получить прибыль, которой будет достаточно для развития производства, улучшения качества товара, а также для стимулирования работников [1]. Таким образом, обеспечение конкурентоспособности одна из важнейших проблем в экономике.

Однако, нужно понимать, что предприятие может быть неконкурентоспособно, при этом предоставляя конкурентоспособный товар или услугу. Из этого следует, что конкурентоспособность продукции и конкурентоспособность предприятия — это не одно и то же. Автор статьи «Конкурентоспособность фирмы в глобальном мире» Н. Ю. Кониная считает, что под конкурентоспособностью предприятия понимается его фактическая и возможная способность в действительности конструировать, создавать и реализовывать продукты, которые по стоимостным и нестоимостным параметрам являются более заманчивыми для покупателей, чем продукты конкурентов. Конкурентоспособность продукции означает способность конкурировать продуктам между собой. Главное отличие этих терминов заключается в том, что конкурентоспособность предприятия определяется за более длительный временной промежуток в отличие от конкурентоспособности продуктов и услуг [4].

Для повышения конкурентоспособности предприятия надо обращать внимание на продуманное и обоснованное управление производством с учетом нестандартных условий, а также на планирование и создание внешней и внутренней конкурентоспособной политики предприятия. Существует группа факторов, которая влияет на конкурентоспособность предприятия. Они подразделяются на внутренние и внешние.

К внешним факторам относятся: политическая обстановка в стране и влияние правительства страны на ценовую политику, налоговую политику, финансово-кредитную политику, внешнеэкономическую политику, научно-техническую и инновационную политику, система мер поддержки государством отечественного производителя, государственное регулирование качества товаров, состояние спроса и предложения на рынке, расположение производственных сил и уровень концентрации производства, состояние спроса и предложения на рынке, развитость инфраструктуры рынка, присутствие конкурентов и положение конкуренции на рынке, присутствие сырьевых ресурсов, всеобщий уровень техники, технологий и инноваций в отрасли.

К внутренним факторам относятся: система и методы управления предприятием, система стратегического планирования, уровень технологий процесса производства, ориентирование на маркетинговую концепцию, система управления качеством в компании, присутствие квалифицированных трудовых ресурсов, ассортиментная политика, инновационный характер производства, доступ к высококачественному сырью и оптимизация эффективного использования сырьевых ресурсов.

Особое место и большое значение на предприятии занимают маркетинговые отделы. Так как, именно этот отдел анализирует потребительский спрос, предпочтения, его изменения, планируют задачи по повышению конкурентоспособности предприятия [5]. Также, важным условием выявления конкурентоспособности предприятия является наличие конкуренции. Ведь именно она является основным двигателем в производстве новых товаров и услуг. Чем разнообразней производитель представит свой товар на рынке, тем выше подымется уровень его способности в конкурентной борьбе.

Значительная роль отводится способности товара к конкуренции — это возможность товаров и услуг отвечать всем запросам потребителей, по сравнению с другими аналогичными товарами, которые представлены на рынке [3]. Конкурентоспособность товара определяется с одной стороны — качеством товара, его техническим уровнем, потребительскими свойствами; с другой стороны — ценами, которые устанавливаются продавцами товаров. Кроме того, на конкурентоспособность влияют такие признаки как: соотношение «цена — качество», сезонность, мода, реклама, имидж производителя, ситуация на рынке и т. д. Конкурентоспособностью продукции необходимо управлять в первую очередь, поскольку она играет важную роль в обеспечении конкурентоспособности предприятия.

Многие крупные организации обладают конкурентными преимуществами, которые выступают в виде долгосрочной выгоды от реализации уникальной стратегии, которая не может быть скопирована ни одним из конкурентов, а также, являются частью экономической системы и могут развиваться или изменяться на самых разных этапах [6]. Они могут потерять свое значение, если будут использовать дешевую рабочую силу, применять методы и технологии которые будут легкодоступны для конкурентов. Удержать конкурентоспособность на рынке помогут надежные и запатентованные технологии, уникальные торговые предложения, налаженные каналы сбыта, высококвалифицированные кадры и высокая репутация предприятия.

Для достижения конкурентоспособности предприятия необходимо:

1. Обеспечить конкурентоспособность выпускаемой продукции в целевых сегментах рынка. В данном случае, по конкурентоспособностью товара, подразумевается свойство товара, на основе которого данный товар превосходит по качественным и ценовым характеристикам аналогичные товары в конкретном сегменте рынка без ущерба для производителя.

2. Поднять потенциал конкурентоспособности предприятия, а соответственно и его подразделений, до уровня мировых производителей в данной отрасли. Этот показатель характеризует возможность успешной работы организации в будущем.

Помимо вышеперечисленного, на конкурентоспособность также влияет конъюнктура рынка, степень конкуренции предприятий, которые функционируют на рынке, материально-техническое обеспечение предприятий, квалификация и мотивация сотрудников предприятий.

Большое значение в деятельности предприятия отводится анализу сильных и слабых сторон как своих, так и конкурентов. С помощью данного анализа можно оценить реальные возможности предприятия в конкурентной борьбе, обеспечить его ресурсами для повышения конкурентоспособности.

На сегодняшний день, одним из самых эффективных путей повышения конкурентоспособности являются инновации. Инновация — это внедренный в употребление новый или улучшенный продукт (товар, услуга) или процесс, новый метод продаж или новый организационный метод [4]. Инновации значительно влияют на рост эффективности производства, от которого в дальнейшем зависит повышение прибыли предприятия в условиях конкуренции.

Выводы. Таким образом, рассмотрев вопрос обеспечения конкурентоспособности, мы пришли к выводу, что конкурентоспособность предприятия — это поддержание предприятия на высоком уровне, которое обеспечивается всеми возможными маркетинговыми средствами. Для повышения конкурентоспособности предприятия можно дать некоторые рекомендации:

- использовать современные разработки и технологии производства;
- создать достойную конкурентоспособность выпускаемой продукции;
- наладить эффективную работу отделов менеджмента и маркетинга.

Именно высокая конкурентоспособность означает, что все ресурсы предприятия используются продуктивно и что оно является более прибыльным, нежели его основные конкуренты. Соответственно для поддержания высокой конкурентоспособности предприятию необходимо совершенствовать товарную политику, внедрять новые технологии, модернизировать формы сбыта продукции, выходить на новые рынки. При этом все изменения, которые будут проводиться на предприятии должны соответствовать общей стратегии предприятия.

Подводя итог, можно сказать, что процесс создания концепции комплексного подхода повышения конкурентоспособности предприятия является сложной задачей. Решение поставленной задачи будет отличаться даже для двух очень схожих предприятий, которые работают на одном рынке и ставят перед собой одинаковые цели. Именно поэтому в зависимости от влияния внешней среды, внутренних факторов, долгосрочных задач, каких-либо отличительных особенностей организации концепция повышения конкурентоспособности может включать в себя различные элементы: организационно-управленческие, технологические, инвестиционные, финансовые, маркетинговые и т. д. Таким образом, высококачественное производство и высокая реализация товаров является важнейшими задачами предприятия, над которыми предприятие должно работать непрерывно.

Список литературы

1. Агарков, А. П. Экономика и управление на предприятии : учебник / А. П. Агарков, Р. С. Голов, В. Ю. Теплышев. — М. : Дашков и К°, 2014. — 400 с.
2. Балабанова, Л. В. Управление конкурентоспособностью предприятий на основе маркетинга : монография / Л. В. Балабанова, А. В. Кривенко. — Донецк : ДонГУЕТ им. Туган-Барановского, 2012. — 147 с.
3. Квасникова, В. В. Конкурентоспособность товаров и организаций : практикум / В. В. Квасникова, О. Н. Жучкевич. — М. : Инфра-М, 2016. — 192 с.
4. Кони́на, Н. Ю. Конкурентоспособность фирмы в глобальном мире / Н. Ю. Кони́на. — М. : Проспект, 2012. — 368 с.
5. Коробкин, А. З. Экономика организации отрасли / А. З. Коробкин. — М. : Издательство Гревцова, 2016. — 288 с.
6. Парамонов, П. Ф. Экономика организаций : учеб. пособ. / П. Ф. Парамонов, В. С. Колесник, И. Е. Халявка. — Краснодар : КубГАУ, 2013 — 488 с.
7. Портер, М. Международная конкуренция : пер. с англ. / М. Портер, под ред. В. Д. Щетинина. — М. : Международные отношения, 1993. — 896 с.
8. Харченко, Т.Б. Обеспечение конкурентоспособности предприятий как способ рыночного реформирования экономики / Т. Б. Харченко. — Харьков : АПЕ, 2003. — 168 с.

© Шпиль Е. Ю.

© Вавулин Л. С.

Леценко Д. О.
студент 4-го курса направл. подг. «Менеджмент»,
Вавулин Л. С.
ст. преп. каф. экономики и управления персоналом
Институт экономики и бизнеса, г. Луганск, ЛНР

МЕТОДЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ СТРУКТУРЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

В данной статье рассмотрена эффективность методов проектирования организационных структур управления персоналом на предприятиях с учетом сложившейся экономической обстановки в регионе.

Ключевые слова: организационная структура, методы и модели проектирования, управленческие решения, управленческие процессы.

Постановка проблемы. Организационная структура занимает одно из ключевых мест в функционировании предприятия. Многие исследователи и руководители стремятся создать эффективную организационную структуру работ, функциональных единиц и подразделений на предприятии. Организация сотрудников и правильное распределение их обязанностей помогает: создать благоприятные поведенческие взаимосвязи; достигнуть установленных цели при минимальных издержках; улучшить межличностные отношения между сотрудниками [1].

Анализ последних исследований и публикаций. На данный момент в развивающейся экономике региона данная тема наиболее актуальна. Так как, предприятия потерпели уменьшение количества сотрудников. В них отсутствует ориентация на перспективу, существует внутренняя экономическая неблагоприятная обстановка и уменьшена в масштабах деятельность. Все эти ситуации или их комбинации на предприятиях региона требуют изучения и использования методов проектирования организационных структур управления персоналом для их преодоления.

Изложение основного материала. Под методом проектирования организационной структуры управления персоналом понимают как на создаваемых предприятиях, а так и при совершенствовании уже имеющихся, научно-методологические основы производственной структуры. Методы проектирования являются вспомогательными элементами при оценке и анализе эффективности принятого управленческого решения касающегося организационной структуры [2].

Выделяют такие основные методы проектирования организационных структур управления персоналом:

1. Метод аналогий состоит в применении определенных элементов управления и опыта в проектировании организационных структур прошедшие проверку и доказавшие свою эффективность на других предприятиях с похожими чертами. Например, целями, формой собственности, размерами, используемой производственной технологией и т. д. В большинстве случаев менеджеры используют этот метод интуитивно, изучая конкурентов, коллег и профессионалов. На данный момент в регионе метод аналогий следует использовать, опираясь на опыт предприятий в Российской Федерации. Так как при принятии опыта местных предприятий большая вероятность повторения ошибок.

2. Метод структуризации целей заключается в том, что организационная структура на предприятии, разрабатывается для достижения конкретно поставленных целей высшим руководством. Поставленные цели следует рассматривать, включая их количественные и качественные параметры для достижения максимальной эффективности в процессе их достижения. Данный метод позволяет достичь поставленных целей при минимальных затратах. Проблемой является отсутствие гибкости в организационной структуре, сложность в изменении структуры

для достижения новой цели. Метод в данном регионе является не самым подходящим, так как подталкивает предприятия постоянно корректировать цели под экономическую ситуацию.

3. Метод организационного моделирования заключается в отображении распределения ответственности и полномочий в организации на базе различных моделей, таких как: натуральные, статистические, графоаналитические, математические и другие. Метод организационного моделирования позволяет четко сформулировать критерии оценки рациональности организационных решений. Так же, метод позволяет рассматривать пути решения проблем комплексно. Начиная с расчета количественных показателей, и заканчивая регламентированием ответственности подразделений. Метод позволяет моделировать различные варианты организационной структуры, в виде экспериментов и управленческих игр. Таким образом, метод организационного моделирования является наиболее универсальным для региона. Так как не требует высоких затрат и высокой квалификации со стороны управленцев.

4. Экспертно-аналитический метод состоит в объективном изучении предприятия квалифицированными управленцами и специалистами для выявления слабых мест в организационной структуре. Кроме того, данный метод позволяет со стороны увидеть «узкие места» в системе организации работы предприятия. Увеличить квалификацию управленцев и специалистов на предприятии по средствам принятия опыта у экспертов. Экспертно-аналитический метод в регионе следует использовать в том случае, когда применить иные методы проектирования проблематично. Так как он дорогостоящий и в решениях экспертов преобладает доля субъективизма.

5. Реинжиниринг заключается в фундаментальном перепроектировании управленческих процессов для улучшений в ключевых показателях. Таких, как: качество, затраты, прибыль, количество сотрудников и т.д. Обычно данный метод в условиях полноценного хозяйствования приводит к незначительному улучшению. На цикле спада или в условиях кризиса эффективность реинжиниринга возрастает на порядок. В регионе основной трудностью использования данного метода является отсутствие квалифицированных специалистов [3].

Выводы. На основании таких исследований необходимо сделать следующие выводы о том, что корректировка или планирование структуры управления персоналом в соответствии с экономическими условиями является одной из важных задач менеджеров. В регионе сложилась экономическая обстановка при которой, на большинстве предприятий следует или воссоздать заново организационную структуру управления или скорректировать уже имеющуюся. Рассмотренные методы позволяют менеджерам решить данную проблему с наименьшими затратами и с наибольшей экономической эффективностью. Данные методы менеджеры в процессе организационного проектирования должны использовать во взаимосвязи друг с другом, а также с учетом складывающейся экономической ситуации [4]. Перед выбором тех или иных методов следует провести соответствующие анализы, а именно, наличие трудовых ресурсов на тот или иной метод, наличие необходимой информации, стратегического плана развития предприятия, а также сроков проектирования и внедрения соответствующей структуры управления.

Список литературы

1. Бурков, В. Н. Введение в теорию управления организационными системами / В. Н. Бурков, Н. А. Коргин, Д. А. Новиков. — М. : Либроком, 2017. — 264 с.
2. Мюллер, А. П. Организационная коммуникация. Структуры и практики / Андреас П. Мюллер, Альфред Кизер. — М. : Гуманитарный центр, 2016. — 440 с.
3. Бланшар, К. 3 ключа к созданию новой структуры управления / Кеннет Бланшар, Джон П. Карлос, Ален Рэндолф. — М. : Попурри, 2016. — 304 с.
4. Тысленко, А. Г. Менеджмент. Организационные структуры управления / А. Г. Тысленко. — М. : Альфа-пресс, 2015. — 320 с.

© *Лещенко Д. О.*
© *Вавулин Л. С.*