

Согласно Росстату, оборот малого и среднего бизнеса в российской экономике на 2021 год составил 13,7 трл. руб.

Таким образом, наши потенциальные заказчики - те предприятия, которые пытаются масштабировать свой бизнес и перейти на новый уровень, а также оптимизировать организационную структуру. Благодаря этому, путем исключения некоторых управленческих уровней, возможно сэкономить достаточно крупные суммы, которые в последствии могут быть заново инвестированы в предприятие.

Библиографический список

1. ГК РФ Статья 55. Представительства и филиалы юридического лица //Консультант– URL:
https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/2137d34030da23ed0f386d72ed9836b8e071a6e4/
2. Росстат впервые раскрыл долю малого и среднего бизнеса в экономике// РБК:
<https://www.rbc.ru/economics/05/02/2019/5c5948c59a794758389cfd7https://www.vedomosti.ru/economics/articles/2021/11/14/895810-dolya-malogo-biznesa-v-oborote-dostigla-minimuma>
3. Аммельбург Г. Предприятие будущего: структура, методы и стили руководства / Г. Аммельбург; Пер. с нем. В.А. Чекмарева. – М.:
4. Тематический выпуск: Предприятие и его обособленные подразделения // Экономико-правовой бюллетень. 2001 № 3 С. 11–12.

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ ЗАТРАТАМИ ГРУЗОВОЙ АВИАКОМПАНИИ ПРИ ВЫПОЛНЕНИИ НЕРЕГУЛЯРНЫХ РЕЙСОВ

Т.А. Мигалевич

Научный руководитель – Тонкович И.Н., канд. хим.наук, доцент
Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники

Динамичный рынок грузоперевозок требует от белорусских авиационных предприятий постоянного совершенствования моделей управления. Конкурентоспособность авиационного предприятия зависит не только от финансовых и кадровых ресурсов, эффективного менеджмента, но и от управления затратами. Исследование подходов к управлению затратами в современных условиях – одна из приоритетных задач управления в грузовых авиакомпаниях.

Затраты – это объем ресурсов, используемых на производство и сбыт производственной продукции, трансформирующихся в себестоимость продукции, работ или услуг [1].

Авиатранспортная продукция имеет существенные отличия в структуре затрат, входящих в себестоимость продукции. Во-первых, в отличие от большинства отраслей продукцией авиатранспорта является услуга (авиаперевозка). Во-вторых, для оказания транспортных услуг не требуется сырье и, следовательно, отсутствует незавершенное производство. В-третьих, стоимость чартерных рейсов не тарифицируется и является

договорной, в зависимости от конъюнктуры мирового рынка. Стоимость договоров рассчитывается для каждой перевозки отдельно и формируется исходя из уровня понесенных переменных затрат и объемов выполненных работ.

Изучение структуры затрат авиакомпании по степени зависимости от объемов авиатранспортных работ показало, что затраты, как правило, делятся на постоянные и переменные [2]. Проведенное исследование позволило установить, что переменные затраты являются слабой стороной авиакомпании, так как подвержены постоянным изменениям и требуют тщательного анализа. Необходимо проводить анализ отклонений фактических затрат от затрат, рассчитанных в договоре по каждому чартерному рейсу. Установлено, что данные затраты включают в себя следующие статьи расходов: стоимость авиатоплива; стоимость аэропортового обслуживания; стоимость аэронавигационного обслуживания; стоимость полетного времени; суточные экипажу; гостиница; борТПитание. Основная задача – нахождение оптимального соотношения между затратами, фактически понесенными авиакомпанией при выполнении рейса и предварительно рассчитанными затратами по договору, на основе метода сравнительного анализа. Решение данной задачи позволит контролировать и анализировать затраты по договору, и в конечном итоге оценивать хозяйственную деятельность авиакомпании.

Библиографический список

1. Зазерская, В.В. Управление затратами: учеб. пособие / В.В. Зазерская, С.Ф. Курган, Н.В. Потапова. – Брест: Издательство БрГТУ, 2020. – 59 с.
2. Немчиков, О.А. Экономика авиатранспортной отрасли: учеб. пособие / О.А. Немчиков, В.А. Хайтбаев. – Самара: Изд-во Самарского университета, 2018. – 112 с.

ГЕЙМИФИКАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ

В.С. Ольховик

Научный руководитель – Гладков Леонид Анатольевич, к.т.н., профессор

Инженерно-технологическая академия Южного федерального университета

В данной статье рассматривается применение геймификации на предприятии, приведены примеры игровых механизмов, используемых в геймификации. Приводятся статистические данные, показывающие пользу и интерес к геймификации. Рассмотрен процесс внедрения геймификации организации.

Геймификация — это концепция, которая используется для повышения мотивации к выполнению определенных задач и определяется как использование элементов игрового дизайна в неигровом контексте.

Геймификация может использоваться во многих областях. Предприятия часто применяют принципы геймификации в процессе обучения