

ISSN 2072-0297

МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ



11 2023
ЧАСТЬ II

16+

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Akmamedova S., Ishangulyev D. T. International roads-connecting regions	71
Акулина О. В. Россия в Международном валютном фонде.....	72
Андрианова Е. Н. Как теория поколений влияет на экономику	74
Berdiyeva A. D., Atadzhanova S., Babadzhanova F., Bayramov A., Chariyev A. Development of the bank system of Turkmenistan.....	76
Дадаян А. Д. Влияние теории поколений на экономику.....	77
Даринская В. В., Никифоров А. М. Сбалансированная система показателей (BSC) и планирование ресурсов предприятия (ERP) ...	78
Джумаев Р. Р., Атаева М. Э., Чарыева О. И. Экономика знаний: концептуальная основа и опыт Туркменистана.....	81
Игнатьева А. А. Креативные товары и креативные услуги: понятие и особенности создания	83
Изотова В. М. Роль и место фермерских хозяйств в экономике России.....	84
Кочумова А. Г., Гылыджова Ш. М., Аманмырадов А. Р., Сейитлиев К. О. В поисках оптимальности: инновации, экономическое развитие и права интеллектуальной собственности	86
Кравченко А. В. Критерии оценки эффективности работы кадровой службы организации	88
Кувалдина М. О. Минимизация последствий геополитических рисков для отечественных компаний — участников ВЭД в условиях санкционного давления	90
Куцевольская А. В. Роль государства в поддержке отечественного производителя и методы осуществления такой поддержки	92

Кюрегян Р. Г. Организация процесса кадровой безопасности компании	94
Лебедева У. О. Роль государства в поддержке отечественного производителя и методы осуществления такой поддержки	96
Максимова М. А. Водородная энергетика в России: современное положение и перспективы развития	97
Matiyeva G. A., Tagiyeva B. T., Gurbandurdyev S. A., Khudayberdiyev A. D., Ovliyakuliyev O. E. The investment policy of Turkmenistan	100
Михайлов С. Л. Институциональная основа противодействия коррупции	102
Оразова С., Бекназаров Э. Б. Внешнеэкономические экспортные связи Туркменистана.....	104
Панова А. Ю. Проблемы механизма реализации кадровой политики на государственной службе	105
Пылаев Н. М., Ферова И. С. Банковские риски как угроза финансовой безопасности страны.....	107
Снектова М. А. Креативная экономика и становление креативного класса	109
Строкин И. В. Значение и особенности управления персоналом органов местного самоуправления на примере Бикинского муниципального района Хабаровского края	110
Строкина А. Г. Проблемы взаимодействия органов местного самоуправления и субъектов малого и среднего предпринимательства Бикинского муниципального района Хабаровского края...	113
Сысо А. А. Вклад креативных индустрий в экономику страны в различных государствах	116

Шаимов Х.
Туркменистан как страна с социально ориентированной экономикой 118

Шишкина М. С.
Конкуренция: понятие, виды. Экономическая эффективность конкурентного рынка 119

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И PR

Агальцова М. В.
Тренды фирменного стиля и айдентики брендов за 2022 год..... 121

Афанасьева Т. С., Веселова К. В., Тихомирова П. В.
Использование интернет-технологий в создании и развитии образа бренда 125

Вакорин М. П., Вебер И. В., Коваленко А. Г.
Разработка проекта рекламной кампании мобильного приложения 127

Garatayeva G. O., Toychyeva G. S., Dovletov G. D.
The role of English in developing marketing strategies in businesses 129

Хоменко Р. А.
Анализ процесса обслуживания пассажиров региональной авиации Приморья 130

НАУЧНАЯ ПУБЛИЦИСТИКА

Ашлапова А. Н.
Теория поколений и ее практическое использование в экономике 133

Бурматова А. Н.
Роль информации в поведении потребителя... 134

Каленикова А. И.
Место и роль государства в рыночной экономике России 136

Харина О. О.
Эволюция потребителя 137

There are unusual borrowings from English in the field of marketing. Is it any wonder that most of the words are untranslatable? For example, the phrase «brand image» can be translated into Russian as «brand image», but without translation it is clear that we are talking about how the product is perceived by the consumer. As the context suggests, this refers to a brand that is generally considered a luxury brand.

What hobby will never go away? That's right, marketers! It's one of the key functions in any company that keeps growing. After all, even bloggers now have their own internet marketers. However, just getting a degree is not enough to be relevant and desirable in the labor market. You need to be confident in English and constantly improve your skills in webinars, courses and conferences. While we can't help you with the latter, we certainly can with English!

How does an advertising and marketing professional benefit from knowing English? Everything is simple here. Marketing terminology comes from English. Knowing the language will make it easier for marketers to understand these terms. But the most important thing is to work without geographical boundaries, work or cooperate with international companies. Also as in many fields, access to the latest innovations and breakthroughs in marketing. This is an opportunity to study specialized literature in its original form, understand its meaning, and not wait for a translation.

Learning grammar is not enough for advertising in English. After all, advertising is a slogan, sometimes a play on words. So, a marketer

should also learn idioms and idioms. So if you want to create advertising slogans in English, you need to improve your English. How to do this as quickly and efficiently as possible? The course will enable you to work through reading, speaking, listening and — all you need — writing. As a result, you can enter foreign markets and give good results in your business.

One-on-one online English lessons ensure a good knowledge base, and group lessons will focus on communication, conversational skills and using sentences in practice.

There are two main reasons for pursuing this career:

- Marketing terminology comes from English, so it will be easier to understand the meaning of all the words, which is especially important for new marketers.

- It is easier to find the most up-to-date professional literature for marketers in English. You'll be aware of the latest concepts and trends, and if your competitors aren't yet familiar with these ideas, you'll be able to put them into practice. Remember that the ideas of foreign authors are not always correctly translated into Russian, especially if you are reading an excerpt from a book on the Internet. Knowing English will allow you to understand exactly what the author is trying to convey to you.

Knowing the basics of marketing in English will help you successfully pass an interview in a foreign company and find a high-paying job. By being fluent in professional vocabulary, you will have a better chance to prove yourself and show good results, increase the number of clients and increase the income of your employer.

References:

1. Atayev C. A., Yagmyrov A. Ya. — «Expertise of the quality of food goods», Ashgabat 2001.
2. Atayev Ch., Hojanazarova S., Kadyrov K., Sarygulov D. «Marketing» training book, part 1. 2010.
3. Gurbanov A., Gurbanova L. Methodology of teaching foreign languages. Test textbook for high schools. — A.: TDNG, 2011.
4. Borisov B. L. «Technology advertising and PR», Moscow-2001.
5. Kotler F. Focus on marketing. under the direction of Penkova M., Progress.

Анализ процесса обслуживания пассажиров региональной авиации Приморья

Хоменко Регина Алексеевна, студент
Владивостокский государственный университет

В современных условиях значительного увеличения спроса пассажирских перевозок на внутренние рейсы Приморского края и быстрого развития технологий обслуживания пассажиров, немаловажное значение приобретает совершенствование процесса обслуживания пассажиров на региональных посадочных площадках. Это происходит по причине удаленности между собой территориальных единиц Приморья, а использование самолетов или вертолетов сокращает время пути. Также стоит отразить, что кроме учебных и рабочих целей, зачастую люди используют данный способ перемещения, чтобы посетить самые красивые места края. В связи с тем, что спрос увеличился, важно обеспечить качественное предложение.

Ключевые слова: региональная авиация, авиапассажиры, процесс обслуживания, аэропорт, воздушная перевозка, Приморский край.

Организация процесса обслуживания авиапассажиров сервисного предприятия в современных условиях представляет собой взаимосвязанную совокупность экономических, логистических, технологических и научно-технических задач [9,

с. 66]. С учетом того, что потребность на авиаперевозки значительно возросла на внутренних линиях Российской Федерации, организация эффективного перевозочного процесса становится одной из важнейших проблем авиатранспортных предприятий.

Для обеспечения и обслуживания воздушных перевозок аэропорт осуществляет следующие виды деятельности [6]:

- обслуживание пассажиров, багажа, грузов и почты;
- штурманское обеспечение полетов;
- обеспечение полетов аэронавигационной информацией;
- метеорологическое обеспечение полетов;
- инженерно-авиационное обеспечение;
- аэродромное обеспечение;
- электросветотехническое обеспечение полетов;
- медицинское обеспечение полетов;
- режимно-охранное обеспечение полетов;
- аэродромное обеспечение полетов;
- заправка топливом.

В организации управления аэропортовой деятельностью по обеспечению воздушных перевозок существуют определенные сложности, такие как: большое количество участников (авиакомпания, службы, подразделения), вовлеченных в производственный процесс в аэропорту; слияние общественных и частных интересов государственных и частных фирм и авиакомпаний [10, с. 17].

Примеры эффективного управления аэропортами указывают на то, что большинство подобных предприятий управляет именно авиационной деятельностью аэропорта, неавиационные же виды деятельности отданы в управление специализированным компаниям.

Участники, которые взаимодействуют между собой в процессе организации процесса обслуживания, играют немаловажную роль для полноценного функционирования предприятия.

Критерии оценки процесса обслуживания — наличие определенного количества свойств и характеристик услуг, которые влияют на осуществления функций деятельности, направленных на обслуживание [9, с. 150].

Данные критерии устанавливаются на определенных этапах жизненного цикла осуществления услуги, и для каждого ее этапа могут быть выбраны свои показатели.

Региональная авиация приморья насчитывает 15 посадочных площадок. Осуществляет содержание, развитие и организацию эксплуатации аэропортов и (или) аэродромов, вертодромов, посадочных площадок гражданской авиации, воздушных судов, находящихся в собственности Приморского края.

Каждая площадка оснащена необходимым оборудованием для работы сотрудников и прохождения авиапассажирами всех этапов регистрации [3].

Каждый аэропорт предусматривает наличие таких помещений как: помещений (зон контроля пассажиров) для досмотра пассажиров, ручной клади и багажа, оборудованных техническими средствами досмотра; помещений для проведения личного (индивидуального) досмотра пассажиров; помещений для оформления оружия, боеприпасов и спецсредств, переданных пассажирами для временного хранения на период полета воздушного судна; служебных помещений для сотрудников САБ, сотрудников органов внутренних дел; помещений для отдыха дежурных смен САБ; караульных помещений; ограждения аэропортов по периметру; санитарно-гигиенические помещения; комната матери и ребенка; зона ожидания.

В зоне ожидания установлены сидячие места для комфортного ожидания. Такие услуги как общепит, продажа продуктов длительного хранения на посадочных площадках не практикуется.

После того как пассажир зашел в здание аэропорта и прошел досмотр, начинается регистрация его документов для полета.

Под регистрацией понимается сверка пассажиров, прошедших на рейс, со списками забронированных пассажиров, фамилии которых внесены в PNL (Passenger Name List — пофамильный список пассажиров рейса). Эта процедура осуществляется за регистрационной стойкой.

Временной регламент для оператора регистрационной стойки составляет не более 10 мин на человека.

После регистрации пассажир проходит на досмотр багажа и ручной клади в другую комнату, там с помощью портативных (ручных) металлоискателей, рентгенографических сканеров, системы интровидения в терагерцевом диапазоне электромагнитного спектра и другие сертифицированные в установленном порядке средства досмотра.

Осмотр одного багажа пассажира длится 2–3 минуты.

Потом пассажир самостоятельно относит багаж в зону ожидания вылета.

После того как регистрацию прошли все пассажиры предполагаемого рейса, их приглашают пройти до самолета.

Посадка пассажиров у аварийных выходов агентами ПО СОП производится согласно установленных ограничений авиакомпании.

На посадочных площадках не предусмотрена доставка багажа до воздушного судна, для этого есть лишь специальные тележки, ими пассажир может воспользоваться самостоятельно.

На территории некоторых посадочных площадок, предусмотрены гостиницы для пассажиров (стоимость проживания от 750–1200Р) [4].

Из дополнительных услуг только два аэропорта предлагают пассажирам услуги гостиничного сервиса, но таких услуг как: общепит и продажа продуктов питания длительного хранения на площадках не осуществляется, что, конечно же, ведет к снижению качества предоставления сервисных услуг.

Все процессы и установленный временной регламент прохождения регистрации на рейс и досмотра на посадочных площадках региональной авиации приморского края соответствуют общим требованиям к авиационным предприятиям.

Посадочные площадки оборудованы в соответствии с требованиями по безопасности.

Для обеспечения качественного процесса обслуживания пассажиров на авиапредприятиях в области региональной авиации приморского края нужны доработки в таких сферах как: бронирование, правила перевозки особых групп пассажиров в том числе лиц с ограниченными возможностями здоровья, детей и животных, а также дополнительных услуг в виде определенного питания.

Для любого предприятия, занимающегося региональными перевозками, важно иметь качественный уровень сервиса, от него во многом зависит спрос на перевозки, потому что потребители могут легко заменить воздушный транспорт наземным, так как передвижение им нужно на территории определенного

региона. Авиаационные предприятия имеют ряд обязательных правил и услуг, которые должны быть на каждом предприятии, и они ничем не отличаются между собой. Решение выявленных

проблем приведет предприятие к повышению уровня качества обслуживания пассажиров, а также увеличит спрос на данный вид перевозок.

Литература:

1. Костромина Е. В. *Авиатранспортный маркетинг: учебник* / Е. В. Костромина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2021. — 360 с. — <https://znanium.com/catalog/product/1375902>
2. Саломатова С. Н. Проблемы и пути развития рынка малой авиации на Дальнем Востоке РФ / С. Н. Саломатова // *Современные проблемы экономического развития предприятий, отраслей, комплексов, территорий: материалы международной научно-практической конференции.* — Хабаровск, 2018. — С. 245–248. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=35260660&selid=35260717>
3. Титарев В. В. Качество обслуживания пассажиров: начало / В. Титарев // *Авиапорт.* — URL: <https://www.aviaport.ru/news/2016/08/22/394035.html> (дата обращения: 17.12.2022).
4. *Аэропорты и аэропортовая деятельность: методические указания* / составитель А. Е. Островерхов. — Санкт-Петербург: СПбГУ ГА, 2020. — 109 с. <https://e.lanbook.com/book/157350>
5. *Сервис в авиации: учебное пособие* / Л. А. Королева, Е. В. Королев, И. А. Слесарчук, С. М. Учитель, И. А. Шеромова; Владивостокский гос. ун-т экономики и сервиса. — Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2019. — 336 с. <http://www.vvsu.ru/files/B3A39B5A-ACFF-4577-8301-72083DFC65E1.pdf>
6. Коникина Е. В. Исследование обслуживания вылетающих пассажиров в аэропортах / Е. В. Коникина, И. А. Тецлав, А. М. Лукошкина // *Транспорт России: проблемы и перспективы — 2020: материалы Юбилейной международной-научно-практической конференции* / ФГБУН Институт проблем транспорта им. Н. С. Соломенко РАН. — Москва, 2020. — С. 129–134. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44586827&selid=45728782>
7. Хасанов Д. С. Оценка эффективности обслуживания пассажиров в аэровокзальном комплексе / Д. С. Хасанов, А. С. Свищунова // *Транспорт России: проблемы и перспективы — 2020: материалы Юбилейной международной-научно-практической конференции* / ФГБУН Институт проблем транспорта им. Н. С. Соломенко РАН. — Москва, 2020. — С. 32–37. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44586827&selid=45728762>
8. Телегина В. А. Способы сокращения времени обслуживания пассажиров в аэропортах / В. А. Телегина, Е. О. Белькова // *Транспорт Азиатско-Тихоокеанского региона.* — 2019. — № 4 (21). — С. 23–27. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42610148>
9. Леяднова М. С. Анализ требований к инфраструктуре аэровокзальных комплексов в контексте обслуживания пассажиров и посетителей аэропорта / М. С. Леяднова, И. А. Слесарчук // *Международный студенческий научный вестник.* — 2021. — № 3. — С. 35. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=46241902>
10. Григорьев М. Д. Вопросы правового регулирования развития малой авиации в России / М. Д. Григорьев // *Лучший исследовательский проект: сборник статей Международного научно-исследовательского конкурса.* — Петрозаводск, 2020. — С. 217–227. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42660139>
11. *Управление качеством технологических процессов в аэропортах: методические указания* / составитель Е. Н. Сытых. — Санкт-Петербург: СПбГУ ГА, 2019. — 52 с. <https://e.lanbook.com/book/145712>