

## The main tasks of leadership development and team building in a modern organization (on the example of State Corporation «Rosatom»)

I.E. Lyskova

*The Komi Republican Academy of State Service and Administration, Syktyvkar, Russia  
e-mail: IrinaLyskova@mail.ru*

**Abstract** – The article settles the importance of effective human resources management in the modern socioeconomic conditions. It emphasizes the tasks of leadership development and team building in a modern organization on the example of State Corporation «Rosatom».

**Keywords:** organization, human resources management, human resources quality, leadership, team building, State Corporation «Rosatom».

УДК 338.012

## ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ АТОМНОЙ ЭНЕРГЕТИКИ НА ОСНОВЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА

Т.С. Попова\*, А.А. Воронов\*\*

\*Волгодонский инженерно-технический институт – филиал Национального исследовательского ядерного университета «МИФИ», Волгодонск, Ростовская обл., Россия

\*\*Кубанский государственный аграрный университет, Краснодар, Россия

В работе рассмотрены особенности использования экологического маркетинга в атомной промышленности и исследована целесообразность применения инструментов экологического маркетинга на предприятиях Госкорпорации «Росатом» в целях обеспечения конкурентоспособности предприятий, входящих в состав объединения.

*Ключевые слова:* экологические катаклизмы, маркетинговые инструменты, ядерная энергетика, конкурентоспособность, национальный проект «Экология», коммуникационная политика.

Сокращение техногенных выбросов углекислого газа признано одной из наиболее значимых цивилизационных проблем человечества. Это нашло своё отражение в многосторонних международных договорах и соглашениях (Киотский протокол, 1997; Парижское соглашение, 2015). Между тем деятельность мировой энергетики обуславливает около половины этих выбросов. Поэтому создание масштабной «безуглеродной энергетики», основанной на иных физических принципах, кроме сжигания органического топлива, является важнейшей задачей современности. А именно такова атомная энергетика.

Очевидно, что в России, как и во всем мире, особо приоритетными и заметными в последнее время являются экологические протесты против строительства полигонов, мусоросжигательных заводов, и прочих предприятий, отравляющих воздух в регионе. Тем не менее, строительство подобных заводов является частью национального проекта «Экология» и поэтому не является единичным случаем.

Следует отметить, что сжиганием мусора, его консервацией, общим системным ухудшением качества жизни людей не ограничиваются проблемы с экологией у нас в стране. За последнее время экологические катаклизмы увеличились как в объемах, так и по частоте. Примечательно, что официальная экологическая повестка в России включает в себя следующие ключевые компоненты: борьба с глобальным потеплением, сортировка и переработка отходов, охрана воздуха, почв и воды. Но данные темы на

фоне коронавирусной инфекции, экономической рецессии, последовавшей после ней, и политических событий выглядят не самыми приоритетными.

Если обратиться к постулатам теории модернизации, то очевидно, что важность заботы об экологии входит в набор постиндустриальных ценностей, когда потребности в экономической стабильности и безопасности удовлетворены, то наступает время позаботиться и о качестве жизни человечества на планете. На сохранение экологии, на разумность пользования ресурсами, на потребление экологичных товаров и услуг ориентирован экологический маркетинг. Используя его инструменты, ГК «Росатом» популяризирует свои достижения в области охраны потенциала окружающей среды, тем самым имея возможность повышать уровень своей конкурентоспособности, уровень потребительской лояльности.

Современный маркетинг ориентирован на рынок, все его инструменты используются для того, чтобы достигнуть баланса экономических интересов производителя и потребителя, то есть в целом он преследует достижение исключительно экономических целей. Однако реальность такова, что правительство, ученые, широкую общественность все больше стали волновать вопросы влияния производственной сферы на компоненты окружающей среды. Именно потребитель сыграл решающую роль в становлении экомаркетинга. Бизнес уловил изменение общественных настроений. Запрос на экологичность быстро превратился в новый маркетинговый тренд. «Зеленые настроения» общественности и реалии сегодняшнего мира привели к тому, что в экологической деятельности предприятий, относящихся к разряду энергетических, возникли новые направления деятельности: экологический менеджмент, экологический аудит, экологический маркетинг, появилась международная система стандартов, возникли определённые требования к «экологической прозрачности» товаров.

Экологический маркетинг в ГК «Росатом» можно представить как некий алгоритм, включающий в свой состав следующие операции:

- обеспечение открытости деятельности корпорации перед широкой общественностью, которая основана на надежности и достоверности всей той информации, которая поступает во внешнюю среду;
- разъяснение контактными аудиториями информации относительно безопасности ядерной энергетики путем использования такого маркетингового инструмента как маркетинговые коммуникации;
- обеспечение экобезопасности, под которой следует понимать использование ресурсосберегающих технологий и четкость процесса обращения с отходами;
- реализация мероприятий, направленных на получение экоконтурных преимуществ и формирование нового взгляда на проблемы защиты окружающей среды.

В распоряжении Госкорпорации «Росатом» имеется мощная внутриведомственная автоматизированная система контроля радиационной обстановки (АСКРО). Обладая новейшим аппаратным и информационным обеспечением, АСКРО объединяет в единую структуру службы радиационных измерений и экологического мониторинга на всех 11 АЭС России и 4 важнейших предприятий атомной отрасли. Экологизация спроса на услуги предприятий энергетического комплекса находит свое отражение в стратегиях их бизнеса. Для удовлетворения растущих требований со стороны экологического законодательства и роста числа запросов потребителя предприятия дивизиона вынуждены полностью модифицировать технологические процессы, ориентируя их на экологизацию производства.

Таким образом, современный маркетинг вышел на новый уровень, создав такую новейшую тенденцию как «зеленый» бренд, и, как следствие крупнейшие компании, к числу которых можно отнести корпорацию «Росатом» встают на путь экологизации своего производства. Но очевидно, что для усовершенствования имеющихся

экологических практик предприятиям необходимо поощрять инновации и внедрять наилучшие экологические технологии в процесс создания и реализации своей продукции.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гельманова З. С., Осик Ю. И. Экологический маркетинг / З. С. Гельманова, Ю. И. Осик // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2016. – № 4-2. – С. 494-499.
2. Зиновьев В. В. Как организовать экологический контроль на предприятии / В. В. Зиновьев, С. А. Варягов, С. В. Коняев, Е. В. Маслова // Экология производства. – № 10(39). – 2016. – С. 45-51.

### **Ensuring the Competitiveness of Nuclear Energy Through the Use of Environmental Marketing**

**T.S. Popova<sup>\*1</sup>, A.A. Voronov<sup>\*\*2</sup>**

*\*Volgodonsk Engineering Technical Institute the branch of National Research Nuclear University «MEPhI»,  
Volgodonsk, Rostov region, Russia*

*\*\*Kuban State Agrarian University, Krasnodar, Russia*

*<sup>1</sup>e-mail: ivanov\_123@yandex.ru*

*<sup>2</sup>e-mail: petr\_345@mail.ru*

**Abstract** – The work considered the peculiarities of using environmental marketing in the nuclear industry and investigated the feasibility of using environmental marketing tools at ROSATOM enterprises in order to ensure the competitiveness of enterprises that are part of the association.

**Keywords:** environmental disasters, marketing tools, nuclear energy, competitiveness, national project «Ecology», communication policy.

УДК 339.9

### **МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА ПОСЛЕ ПЕРВОГО ПОЛУГОДИЯ 2020 ГОДА**

**С.Ю. Субачев, В.В. Корниенко**

*НАН ЧО ВО «Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ»,  
Краснодар, Россия*

Показаны причины текущего экономического кризиса, утверждается, что экономика до эпидемии находилась в крайне напряженном состоянии – любое масштабное воздействие вывело бы ее из неустойчивого равновесия в масштабный кризис.

**Ключевые слова:** всемирные торговые отношения, мировая экономика, экономический кризис, глобализация, роль государства, суверенитет, прекариат.

По результатам исследований мировая экономика продолжает замедляться ускоренными темпами, несмотря на стимулирующую политику ведущих центробанков мира. Неопределенность в отношении дальнейшего развития пандемии коронавируса привела к тому, что деловой оптимизм находится на историческом минимуме. В США динамика опережающих индикаторов указывает на резкое торможение экономики. Участники консенсус-прогноза ожидают резкое ухудшение экономической ситуации в крупнейших странах и регионах мира в текущем году. При этом торможение или спад вызван не столько накопленными диспропорциями в экономике различных стран, сколько временной приостановкой услуг и производства. Прогноз на следующий год