



Сибирский государственный университет
науки и технологий имени академика М.Ф. Решетнева

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

*Материалы региональной студенческой
научно-практической конференции
(ноябрь 2021 г., Красноярск)*

Электронное издание

Красноярск 2022

© СибГУ им. М. Ф. Решетнева, 2022

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Сибирский государственный университет науки и технологий
имени академика М. Ф. Решетнева

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

*Материалы региональной студенческой
научно-практической конференции
(ноябрь 2021 г., Красноярск)*

Электронное издание

Красноярск 2022

© СибГУ им. М. Ф. Решетнева, 2022

УДК 330.0
ББК 65.0
О75

Ответственный редактор – **Мисинева Ирина Алексеевна**,
заведующий кафедрой международного бизнеса
(Сибирский государственный университет науки и технологий
имени академика М. Ф. Решетнева)

Публикуется по решению редакционно-издательского совета
университета

О75 Основные тенденции развития экономики и менеджмента [Электронный ресурс] : материалы регион. студ. науч.-практ. конф. (ноябрь 2021 г., Красноярск). – Электрон. текстовые дан. (1 файл: 2,1 МБ). – Систем. требования : Internet Explorer; Acrobat Reader 7.0 (или аналогичный продукт для чтения файлов формата .pdf) / отв. ред. И. А. Мисинева ; СибГУ им. М. Ф. Решетнева. – Красноярск, 2022. – Режим доступа: <https://www.sibsau.ru/scientific-publication/>. – Загл. с экрана.

В сборник включены доклады, представленные на одноименной конференции, которую проводила кафедра международного бизнеса Сибирского государственного университета науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева.

Доклады посвящены актуальным вопросам экономики и менеджмента.

Сборник предназначен для научных и практических работников, аспирантов и студентов, а также всех, кто интересуется проблемами экономики и менеджмента.

Информация для пользователя: в программе просмотра навигация осуществляется с помощью панели закладок слева; содержание в файле активное.

УДК 330.0
ББК 65.0

Подписано к использованию: 24.02.2022. Объем: 2,1 МБ. С 389/22.

Корректор *П. С. Бороздов*
Макет и компьютерная верстка *Л. В. Звонаревой*

Редакционно-издательский отдел СибГУ им. М. Ф. Решетнева.
660037, г. Красноярск, просп. им. газ. «Красноярский рабочий», 31.
E-mail: rio@mail.sibsau.ru. Тел. (391) 291-90-96.

СОДЕРЖАНИЕ

Секция

«ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ЭКОНОМИКИ»

Глухова К. Е. Роль и место малых и средних компаний в международном бизнесе	6
Мартынова О. А. К вопросам оценки рынка гостиничных услуг	9
Ким Ю. В. Характеристика российского рынка услуг изучения иностранных языков	15
Корнев Н. Ю. Характеристика ключевых международных договоров в области вооружения, влияющих на мировую экономику	19
Путинцева Е. В. Возможности и ограничения международного бизнеса в современном мире	23
Завгороднев Е. Е. Роль транснациональных корпораций в международном бизнесе	27
Нагорнова О. Н. Развитие цифровой экономики России в сравнении с другими странами	31
Григорьева Л. В. Основные проблемы современной экономики	35
Алексеева А. И., Феоктистова К. В., Гущина М. Р. Анализ деятельности национальных игроков на Forex	39
Емельянова А. С., Николенко Е. А. Информационные технологии в конкурентной борьбе между США и Китаем	43
Клемюк Н. В. Гиг-экономика и изменение человеческого капитала	48
Мелехина Н. Ю. Проблемы развития банковской системы в России	53
Тугаринова А. А. Венчурное предпринимательство: роль в современной экономике и проблемы развития	56
Чугунов И. С. Проблемы развития международного бизнеса	60
Ботвич К. Н. Характеристика реализованных решений в регулировании банковской деятельности в Российской Федерации	64
Путинцева Е. В. К вопросам оценки развития алюминиевой промышленности в Красноярском крае	66

Секция

«ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ МЕНЕДЖМЕНТА»

Шамсутдинова Л. Р. Инновации в деятельности торговых предприятий как фактор повышения их конкурентоспособности	73
Фукс К. С. Проблемы сбыта продукции ОАО «Красцветмет», возникшие в период пандемии	76
Ляйхлер А. К. Вопросы стратегического управления домом отдыха «Дружба» на туристском рынке Красноярского края	81

Федоренко А. В. Управление рисками в деятельности современных организаций	84
Полухин В. Н. Главные тренды управления персоналом в 2021 году	88
Петрова Т. Н. Управление имитационным моделированием транспортных процессов при составлении маршрутов автомобильного транспорта	92
Писарчик А. С. Формирование кадровой политики	96
Жуков А. А. Маркетинг в международном бизнесе	100
Чуваев И. А. Программное обеспечение в бизнес-планировании	104
Глушко А. А. Характеристика конкурентных преимуществ BMW Group	107
Ермахан Б. А. К вопросам взаимодействия с поставщиками	111
Паратникова А. И. Анализ направлений стратегического развития компании Costa Bella	116
Мырзалы А. Н. Синдром выгорания у сотрудников	119
Пешина М. С. Характеристика современных методов развития персонала в организациях	123
Азанкалыева Г. К. К вопросам решения межкультурных конфликтов в бизнес-среде	130
Габдулина Э. Р. Опыт ПАО «НК «Роснефть» в обеспечении эффективности деловой коммуникации	133
Попов Д. Д. Особенности и стратегические задачи современного менеджмента организаций	137
Бондаренко А. М. Характеристика инноваций в деятельности современных торговых организаций	141
Кравченко М. А. Проблемы развития кадрового потенциала и его оценки в организации	145
Карх Е. В. Современные проблемы управления человеческими ресурсами	149
Махмудов О. Ф. Управление рисками на российских предприятиях	153
Гнатюк В. О. Управление бизнесом, основанным на дружбе собственников: преимущества и недостатки	157
Задонский В. С. Формирование собственной точки зрения руководителя в процессе принятия решений: зарубежный опыт	162
Путинцева Е. В. К вопросам управления портфелем проектов	166

УДК 334.7.01

**РОЛЬ И МЕСТО МАЛЫХ И СРЕДНИХ КОМПАНИЙ
В МЕЖДУНАРОДНОМ БИЗНЕСЕ**

К. Е. Глухова
Научный руководитель – В. Г. Акулич

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева
Российская Федерация, 660037, г. Красноярск, просп. им. газеты «Красноярский рабочий», 31
E-mail: gluhova28082000@mail.ru

В данной статье рассматриваются вопросы состояния малого и среднего бизнеса в современной мировой экономике. Приводится статистика развития данных предприятий в ряде зарубежных стран и в России. Представлен вклад данной части бизнеса в ВВП, влияние на экономический рост. Приводятся формы поддержки данного сектора экономики в зарубежных странах. Даны рекомендации по его развитию в России на основе изучения опыта зарубежных стран.

Ключевые слова: малый бизнес, средний бизнес, экономический рост, ВВП.

**THE ROLE AND PLACE OF SMALL AND MEDIUM-SIZED COMPANIES
IN INTERNATIONAL BUSINESS**

К. Е. Glukhova
Scientific supervisor – V. G. Akulich

Reshetnev Siberian State University of Science and Technology
31, Krasnoyarskii rabochii prospekt, Krasnoyarsk, 660037, Russian Federation
E-mail: gluhova28082000@mail.ru

This article examines the state of small and medium-sized businesses in the modern world economy. Statistical data on SMEs in a number of foreign countries are provided. Analysis of the state of small and medium-sized businesses in Russia. The contribution of business to GDP, the impact on economic growth. The forms of support in foreign countries are given. Analysis of the SME sector in the United States, Japan, China and Singapore. Recommendations for the development of small and medium-sized businesses in Russia are given based on the study of the experience of foreign countries.

Keywords: small business, medium business, SME, economic growth, GDP.

Развитие малого и среднего предпринимательства в России идет более медленными темпами по сравнению с западными странами. Этот факт обуславливается историей нашего государства, внутренними и внешними барьерами для успешного развития предпринимательства в целом. К ним можно отнести экономические, социальные и политические факторы, которые в совокупности сильно замедляют развитие МСП, не позволяя в полной мере способствовать функционированию столь важного для национальной экономики сектора.

Многие западные страны преуспели в развитии этой сферы, и в каждой из них есть свои особенности развития и функционирования МСП.

На данный момент малое и среднее предпринимательство в западных странах представляет слой среднего класса и из всех предприятий в стране на долю МСП приходится примерно 70-90 %: в США 53 % от работоспособного населения страны, в Японии – около 71 %, страны Евросоюза имеют половину работающего населения в этом секторе предпринимательства. Средние предприятия составляют 1 % от общего количества компаний в стране, однако обеспечивают 20 % общего оборота и на 17 % занятость населения [2].

Рассмотрим основные характерные черты функционирования предпринимательства в зарубежных странах, с целью вынести благоприятный опыт с дальнейшим применением в российской экономике.

Однако по сравнению с развитыми странами запада и некоторыми развивающимися странами, вклад МСП в макроэкономические показатели в России заметно ниже. По статистике доля сегмента МСП в зарубежных странах составляет 50 % от общего объема ВВП [1].

Также Россия отстает от количества рабочих мест созданных малым и средним бизнесом – всего лишь четверть всех занятых работают в сфере МСП, в то время как на западе этот показатель варьируется от 35–80 %.

Солидный опыт развития малого и среднего предпринимательства в европейских странах говорит о важности данной сферы для национальной экономики, в первую очередь развитие здоровой конкуренции на рынке товаров и услуг и предотвращение монополизации отраслей.

Главной целью европейского МСП является согласование интересов государства и предпринимателей, создания для них оптимальных условий для открытия и дальнейшего развития бизнеса. Такие условия стали складываться еще в 70-х годах прошлого века, и продолжают совершенствоваться с каждым годом. В эти условия входят: создания специальных фондом поддержки МСП, финансирование, упрощение нормативно-правовой базы для преодоления административных барьеров, участие различных организаций для поддержки малого и среднего предпринимательства.

Также крайне важно содействие и поддержка в сфере технологий и инноваций и подготовка высококвалифицированных кадров для качественного развития этой сферы. Развитие происходит гармонично и всесторонне, начиная от культивирования духа предпринимательства, заканчивая разработкой политики Министерствами экономики, промышленности и торговли, а также другими государственными органами. Страны члены ЕС имеют хорошо развитую сеть институтов по регулированию, поддержке и консультации ведения малого и среднего бизнеса. Данные организации готовы оказать максимальную помощь для МСП, способствовать их выход на рынок, проконсультировал по определенным правовым аспектам и предоставление важной информации. Некоторые частные финансовые и венчурные организации осуществляют финансовую поддержку МСП путем кредитов и инвестиций.

В последнее время в Европе стали очень популярны интерактивные формы обучения начинающих предпринимателей, такие как информационные порталы или вебинары. Например, континентальная сеть European Enterprise Network объединяет в себе более 600 предприятий и агентств, которые играют посредническую роль между Евросоюзом и субъектами МСП. Любой предприниматель может получить от данной сети всю важную информацию о новых технологиях и методах по оценке рисков, обрести прямые контакты и информацию в Европейском фонде. Все вышеперечисленные возможности способствуют улучшению функционирования и развития МСП в Европе и стимулируют граждан заниматься предпринимательством [3].

Таким образом, зарубежные страны опережают Россию по уровню развития сферы малого и среднего предпринимательства. Рассмотрены характерные черты функционирования предпринимательства на примере Европы, США, Японии, Китая и Сингапура. МСП обладают замечательной способностью стимулировать экономический рост. Они не только создают много новых возможностей для трудоустройства, стимулируют инновационную привлекательность и расширяют налоговую базу, но и обеспечивают поток денег на разных уровнях общества.

В долгосрочной перспективе МСП могут обеспечить существенный рост доходов, возможностей и общего ВВП. Если бизнес-среда будет благоприятной и благоприятной для новых предприятий, они будут не только создавать больше рабочих мест, но и создавать разнообразные продукты и услуги для потребителя.

Библиографические ссылки

1. Заболоцкая В. В., Нафсет Х. А. Сравнительный анализ мер государственной поддержки малого и среднего в России и за рубежом // Теория и практика общественного развития. 2015. № 10. С. 46–49.
2. Малое и среднее предпринимательство в России. М. : Росстат, 2017. 176 с.
3. Государственная поддержка малого предпринимательства в странах Центральной и Восточной Европы. М. : Наука, 2016. 258 с.

References

1. Zabolotskaya V. V., Nafset Kh. A. Sravnitel'nyy analiz mer gosudarstvennoy podderzhki malogo i srednego v Rossii i za rubezhom // Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya. 2015. № 10. S. 46–49.
2. Maloye i sredneye predprinimatel'stvo v Rossii. M. : Rosstat, 2017. 176 s.
3. Gosudarstvennaya podderzhka malogo predprinimatel'stva v stranakh Tsentral'noy i Vostochnoy Evropy. M. : Nauka, 2016. 258 s.

© Глухова К. Е., 2021

УДК 33.338.3

К ВОПРОСАМ ОЦЕНКИ РЫНКА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ

О. А. Мартынова
Научный руководитель – М. В. Кравченко

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева
Российская Федерация, 660037, г. Красноярск, просп. им. газеты «Красноярский рабочий», 31
E-mail: kraftmarina@yandex.ru

В статье представлен обзор основных игроков рынка гостиничных услуг и тенденциях развития рынка, возможностях и трудностях развития, ряд важных факторов, которые следует принимать в расчёт при анализе рынка.

Ключевые факторы: гостиничные услуги, гостиница, качество услуг, инвестиции.

ASSESSING THEON THE ISSUE OF HOTEL SERVICES MARKET

O. A. Martynova
Scientific supervisor – M. V. Kravchenko

Reshetnev Siberian State University of Science and Technology
31, Krasnoyarskii rabochii prospekt, Krasnoyarsk, 660037, Russian Federation
E-mail: kraftmarina@yandex.ru

The article presents the an analysis overview of the main players in the hotel services market and market development trends, opportunities and difficulties of development, a number of important factors that should be taken into account when analyzing the market.

Keywords: friendship, personal relationships, work, team, opinion formation.

Мировой рынок гостиничных услуг завоёвывают сети. Мировая практика убедительно доказывает, что инвестиции в индустрию гостеприимства по своей отдаче сравнимы с вложениями в нефтедобычу. При этом большую часть доходов гостиницам приносит номерной фонд, обеспечение питанием постояльцев и дополнительный набор услуг.

Количество и качество услуг, предоставляемых гостиницей, зависит от размеров предприятия и влияет на его категорию престижа. Основные опции (кроме проживания и питания):

- обеспечение минимальными бытовыми условиями;
- побудка к определенному времени;
- предоставление различной информации;
- предоставление аптечки;
- вызов скорой помощи;
- обеспечение корреспонденцией (или интернетом);
- уборка жилых помещений.

За перечисленные гостиничные опции не взимается плата. Их предоставляют все виды отелей: от студенческого хостела, до крупных гостиничных комплексов. Увеличения списка и качества основных услуг прямо пропорционально статусу заведения.

Индустрия туризма и гостеприимства является быстро растущей и высоко рентабельной сферой бизнеса, являясь одной из наиболее важных составляющих на рынке

услуг. Благодаря тому, что гостиничный бизнес способен давать стабильный доход в федеральный бюджет, количество отелей и гостиниц в России растет с каждым годом. Всемирная организация по туризму (ЮНВТО) прогнозирует, что до 2022 года в сфере международного туризма будет продолжаться рост в среднем на 4 %. Таким образом, российские компании могут в перспективе ежегодно обслуживать не менее 70 миллионов иностранных и российских туристов.

Менеджеры гостиничной индустрии, которая находилась почти в полном упадке, стали интенсивно осваивать науку управления гостиничным бизнесом. В результате этого за последние 10 лет гостиничный бизнес стал индустрией с миллиардными доходами. За эти годы гостиничный рынок России ежегодно рос на 16–20 %. В настоящее время функционирует около 4 000 гостиниц (сюда же включены санатории и пансионаты), а это более 420 тысяч мест.

На отечественный рынок гостиничных услуг проникают международные сетевые компании. Это связано с нехваткой опыта отечественных компаний в этой сфере. Международные компании выкупают уже построенные гостиницы, поглощают конкурентов, строят новые объекты на свои средства и по своим технологиям.

Для инвесторов московский рынок является наиболее перспективным. За одно полугодие каждый московский гостиничный номер приносит его владельцу примерно 149 евро чистой прибыли. Всего в российской столице около 34,4 тысяч гостиничных номеров. 8 % приходится на гостиницы категории «5 звезд», 18 % – на «4 звезды», 28 % – на «2 звезды», 40 % – на «3 звезды». Гостиницы высшей категории занимают хоть и небольшую, но существенную часть рынка.

В настоящее время основной проблемой данного бизнеса является дефицит квалифицированных кадров. В России резервы подготовленных работников отсутствуют, а для качественного обучения неопытных сотрудников требуется большое количество времени. Работа неквалифицированного гостиничного персонала приводит к убыткам в данной отрасли. Например, горничная, имеющая высокую квалификацию, может больше на 60 % убрать номеров в течение дня, чем стажер без опыта.

Гостиничная система – это система гостеприимства и традиций, которые сложились уже в древности, это уважение гостя. Сегодня в гостиничную индустрию включаются предоставление услуг и организацию кратковременного проживания в мотелях, гостиницах за вознаграждение. Гостиничная индустрия представляет собой важный сегмент туристического бизнеса. Для привлечения туристов требуется обеспечение привлекательного инвестиционного климата, развитие рекламы, а также организация индустрии досуга [13].

Гостиничный бизнес обладает очень большим потенциалом развития. Сейчас в России функционируют гостиницы с самым различным уровнем. Большинство из них не уступает даже лучшим гостиницам мирового уровня. Но гостиничный бизнес, в целом, в России еще не полностью сформировался. Недостаток 2–3-звездочных гостиниц не дает возможность принимать гостей с небольшими финансовыми возможностями.

Большую роль сейчас отводят дополнительному сервису и развлечениям. В результате чего в России ведут активное строительство разнообразных развлекательных центров.

Большинство специалистов данной отрасли утверждают, что у российского гостиничного бизнеса очень большой потенциал. И при сотрудничестве правительства страны с гостиничными предприятиями и зарубежными инвесторами данный сектор экономики будет интенсивно развиваться.

Гостиничный бизнес – один из самых быстро и успешно развивающихся в России и во всем мире. Так, например, в последние годы огромных масштабов достигло строительство гостиниц Москвы, Санкт-Петербурга, Екатеринбурга, значительно возросло число гостиниц и в других крупных городах нашей страны. Не менее активно идет строительство гостиниц Новосибирска и Нижнего Новгорода.

Гостиница – это идеальный вариант размещения и для тех, кто отправляется на отдых, и для тех, кого ждут деловые встречи. В мире сложилось более 300 гостиничных цепей, вышедших за рамки национальных границ. На их долю приходится более 7 млн номеров из почти 13 млн (более 50 % гостиничных номеров в мире). Такой ажиотаж в сфере гостиничного бизнеса, в первую очередь вызван огромным спросом на гостиничные номера.

В настоящее время объем гостиничного бизнеса составляет около 2 млрд долл., половина доходов которого приходится на Москву. Гостиничный рынок Москвы растет в среднем на 20 % в год. Годовой рост объема рынка колеблется от 20 до 25 %.

Среднегодовая загрузка отелей в настоящий момент составляет 70–80 % в Москве и 50–60 % в регионах. Причем, в основном рост обусловлен увеличением числа гостиниц высокого сегмента – «4 звезды» и «5 звезд».

Такая тенденция объясняется тем, что сроки окупаемости дорогих отелей гораздо меньше, а наполняемость остается наиболее высокой среди всех сегментов.

Важной тенденцией российского рынка гостиничных услуг является проникновение международных сетевых компаний на наш рынок. Из новых тенденций также можно отметить открытие гостиниц в составе многофункциональных комплексов. Однако на рынке по-прежнему наблюдается дефицит качественных средств размещения, что позволяет отелям в этих условиях постоянно поднимать тарифы на проживание и сдерживает рост спроса на гостиничные услуги.

Еще одной важной тенденцией является приход на российский рынок крупных иностранных гостиничных сетей, а также передача отелей под управление профессиональным операторам.

В последние годы, по оценке экспертов компании DISCOVERY Research Group, отмечена тенденция к росту числа инвестиционных проектов по строительству и реконструкции гостиниц, где наиболее привлекательными являются г. Москва, г. Санкт-Петербург и Краснодарский край.

Основными проблемами российского гостиничного рынка, по оценке DISCOVERY Research Group, являются завышенная стоимость гостиничных номеров (особенно в Москве и Санкт-Петербурге), причем особенно остро стоит вопрос о резком поднятии цен в период проведения важных мероприятий. Также, остро стоит вопрос о несоответствии спроса и предложения: в крупных городах ощущается явная нехватка дешевых гостиниц категории 2–3 звезды, а в регионах, наоборот, очень плохо развит рынок бизнес-отелей категорий 4–5 звезды. Не менее важной проблемой является изношенность большинства российских гостиниц, высокая стоимость строительства гостиниц и низкая и длительная окупаемость новых проектов.

Гостиничный рынок, как и многие другие рынки, характеризуется существованием большого числа групп потребителей, отличающихся друг от друга вкусами, предпочтениями, уровнем доходов.

Традиционно в самом общем виде эксперты гостиничного рынка делят гостей городских отелей по цели прибытия: работа или личные цели.

Бизнес-туризм, деловой туризм – это поездки (командировки) сотрудников компаний с рабочими целями, либо организация корпоративных мероприятий. Средний срок пребывания бизнес-туриста в городе составляет 3 дня. Особенностью данного вида туризма является более высокая доходность по сравнению с остальными типами туризма, которая обеспечивается в первую очередь за счет предоставления гостиницами помимо основных услуг (кровать и завтрак) ряда дополнительных, таких как конференц-услуги, аренда переговорных комнат и др.

Среди бизнес-групп спросом пользуются гостиницы, оборудованные переговорными комнатами, конференц-залами, банкетными залами, обладающие достаточным количеством номеров для размещения больших групп. Предоставляя скидки на прожи-

вание, отель получает дополнительный доход от сдачи в аренду банкетных и конференц-залов, переговорных комнат, услуг бизнес-центров, ресторанов и зон досуга отдыха.

Отели, ориентированные на деловой туризм, расположены, как правило, в ЦАО и имеют хорошую транспортную доступность до вокзалов, аэропортов и центров делового притяжения (выставочных площадок, конференц-центров, бизнес-центров).

Спрос в рамках данного сегмента рынка зависит от состояния экономики и уровня деловой активности, традиционное падение спроса наблюдается в сезон отпусков и праздников, а также в выходные дни. Потенциал спроса тесно связан с тенденциями коммерческой (деловой) активности города.

На текущий момент под управлением международных марок работают 3 гостиницы – это Hilton Garden Inn, его открытие в январе 2014 года стало большим событием для гостиничного рынка города, Ibis и Novotel открытие которых состоялось в ноябре 2016 года на Театральной площади Красноярска. Комплекс из двух отелей построен вблизи мэрии, рядом с уже действующей гостиницей «Красноярск».

Основная часть гостиниц, открывшихся в последние несколько лет – это небольшие несетевые предприятия рассчитанные не более чем на 100 номеров, такие как «Soft_hotel» (25 номеров), «Дом-Отель» (92 номера), «Купеческий» (19 номеров) и другие.

Если рассматривать ряд гостиничных предприятий г. Красноярска и проводить их сравнительную характеристику, то необходимо сказать и об их особенностях [14].

В настоящее время в городе функционируют гостиниц с общим номерным фондом около 2 200 номеров, из которых доля отелей 3–4 звезды составляет порядка 48 % общего объема номерного фонда. Объем 4-х звездочных гостиниц не более 300 номеров. Гостиниц категории «5 звезд» в Красноярске не представлено. Категории гостиниц в Красноярске в процентном соотношении представлены на рис. 1.



Рис. 1. Категории гостиниц в г. Красноярске

Рынок средств размещения Красноярска, как и многих городов-миллионников, представлен в основном гостиницами советского периода и мини-отелями, большинство из которых предлагает низкий уровень сервиса.

В структуре предложения доля мини-гостиниц составляет более половины от общего объема гостиниц в городе. Следует отметить, что доля мини-гостиниц в общей структуре предложения с каждым годом увеличивается и этот сегмент оказывает все более серьезную конкуренцию полноценным гостиницам Красноярска.

Стоимость гостиничного номера зависит от категории гостиницы и типа номера (стандартный, номер-люкс, номер-апартаменты и т. п.). Средняя стоимость размещения

в двухместном стандартном номере (стоимость включает НДС) в гостиницах города Красноярск [14] (см. таблицу).

Средняя стоимость размещения в двухместном стандартном номере

Звездность гостиницы	Цена
Категория 4 звезды	От 4000 руб. до 6000 руб.
Категория 3 звезды	От 2100 руб. до 5000 руб.
Категория 1-2 звезды	От 800 руб. до 2500 руб.

Наполняемость гостиниц обеспечивается в первую очередь деловыми туристами, их доля в общем количестве гостей составляет около 81 %, в том числе 4 % составляют молодожены, и 15 % туристы прибывшие с целью отдыха. Таким результатам способствует как рост деловой активности в Красноярске, так и недостаточная развитость в городе туристической инфраструктуры. Структура гостей по целям проживания представлена на рис. 2.



Рис. 2. Структура гостей по целям проживания

Наиболее интересными и часто посещаемыми гостиницами остаются гостиницы города Красноярск, расположенные в районах, с наиболее развитой инфраструктурой. Учитывается: близость к музейным и выставочно-деловым центрам, сети общественного питания, концертно-развлекательным центрам, транспортные развязки и т. д.

Это местоположение таких гостиниц как:

- «Сибирь» и «Hilton Garden Inn» в Советском районе г. Красноярск со стремительно развивающейся инфраструктурой;
- гостиница «Амакс», расположенная в центре правого берега с хорошей транспортной развязкой;
- гостиницы «Красноярск», «Ibis» и «Novotel» в центре города и встречающие деловых гостей прямо у городской администрации;

Средний уровень загрузки гостиниц составляет 60 %, при средней продолжительности проживания 2–3 дня.

Во время проведения в Красноярске крупных мероприятий, например, Красноярского экономического форума (КЭФ), загрузка гостиниц может достигать 90–100 %.

Необходимо отметить высокую загрузку гостиниц в будние дни и спад – в выходные, что объясняется структурой туристического потока – большая часть туристов приезжает в город с деловым визитом в рабочие дни.

Библиографические ссылки

1. Ермилова В. С., Дубова Ю. И. Гостиничный бизнес как путь к развитию регионов в Российской Федерации // Гостиничный бизнес. 2018. № 6. С. 56–62.
2. Джанджугазова Е. А. Маркетинг в индустрии гостеприимства: учебное пособие для студентов высшего учебного заведения. М. : Академия, 2018. 224 с.
3. Медлик С., Инграм Х. Гостиничный бизнес : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям сервиса (230000) / пер. с англ. А. В. Павлов. М. : Юнити-Дана, 2019. 239 с. (Сер. «Зарубежный учебник»).
4. Кусков А. С. Гостиничное дело : учеб. пособие. М. : Дашков и К, 2019. 328 с.
5. Ольшанская О. Г. Мировой рынок гостиничных услуг: место России : монография. М. : Научная книга, 2017. 152 с. (Сер. «Россия в мировой экономике»).

References

1. Ermilova V. S., Dubova Yu. I. Hotel business as a way to the development of regions in the Russian Federation // Hotel business. 2018. No. 6. Pp. 56–62.
2. Dzhandzhugazova E. A. Marketing in the hospitality industry: textbook for students of higher educational institutions. Moscow : Academy, 2018. 224 p.
3. Medlik S., Ingram H. Hotel business: Textbook for university students studying in the specialties of service (230000) / translated from english by A. V. Pavlov. M. : Unity-Dana, 2019. 239 p. (Ser. “Foreign textbook”).
4. Kuskov A. S. Hotel business : textbook. M. : Dashkov and K, 2019. 328 p.
5. Olshanskaya O. G. The world market of hotel services: the place of Russia : monograph. M. : Scientific book, 2017. 152 p. (Ser. “Russia in the world economy”).

© Мартынова О. А., 2021

УДК 338.138

ХАРАКТЕРИСТИКА РОССИЙСКОГО РЫНКА УСЛУГ ИЗУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ

Ю. В. Ким

Научный руководитель – И. А. Мисинева

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева
Российская Федерация, 660037, г. Красноярск, просп. им. газеты «Красноярский рабочий», 31
E-mail: imisineva@mail.ru, Yuliyakim321@gmail.com

В статье описана актуальность изучения иностранных языков, описаны возможные варианты изучения с учетом ситуации распространения COVID-19 в мире, приведены примеры ведущих авторских школ и методик изучения, выявлены тренды российского рынка языковых услуг.

Ключевые слова: изучение иностранных языков, образовательные программы в сфере предоставления языковых услуг, экспресс-курсы, языковые школы.

CHARACTERISTIC OF THE RUSSIAN MARKET OF SERVICES FOR LEARNING FOREIGN LANGUAGES

Yu. V. Kim

Scientific supervisor – I. A. Misineva

Reshetnev Siberian State University of Science and Technology
31, Krasnoyarskii rabochii prospekt, Krasnoyarsk, 660037, Russian Federation
E-mail: imisineva@mail.ru, Yuliyakim321@gmail.com

The article describes the relevance of studying foreign languages, describes possible options for studying, taking into account the situation of the spread of COVID-19 in the world, gives examples of leading author's schools and study methods, identifies trends in the Russian language services market.

Keywords: learning foreign languages, educational programs in the field of providing language services, express courses, language schools.

В настоящее время, люди со всего мира придают большое значение изучению иностранных языков, а особенно – английского языка. Это объясняется тем, что люди стали чаще путешествовать, открывать для себя новые возможности обучения за рубежом, работы в международных компаниях и т. д. И все это подталкивает людей к изучению новых языков, чтобы чувствовать себя в той или иной сфере успешнее, отчасти спокойнее, а порой и погрузиться с головой в культуру полюбившейся страны.

Изучение показывает, что целевая аудитория языковых курсов разнообразна, поскольку иностранные языки являются приоритетом для общего образования.

Благодаря этому, рынок по предоставлению образовательных услуг изучения иностранных языков становится все шире и многообразнее. Сейчас различные организации или частные лица предоставляют услуги начиная от изучения английского и заканчивая кечуанским языком.

Современный российский рынок языковых услуг получил мощный импульс для развития после распада СССР, когда произошло полноценное включение России

в мировое сообщество, и такие факторы, как активное налаживание международных связей, выход российского бизнеса на иностранные рынки, активное вливание западных инвестиций в российскую экономику, а также растущая популярность зарубежного туризма, стимулируют изучение иностранных языков.

Большинство россиян убеждены в необходимости изучения иностранных языков. Согласно статистике, опубликованной Всероссийским центром изучения общественного мнения, 92 % респондентов считают английский язык самым важным иностранным языком для изучения. Тем не менее, несмотря на это, Россия отстает от развитых стран по уровню владения английским языком.

Мировой рынок насыщен различными образовательными учреждениями по оказанию образовательных услуг в сфере изучения различных языков. Последующее развитие рынка привело к росту и улучшению качества коммерческих школ и курсов в абсолютно новых форматах, предлагающих современные, хорошо зарекомендовавшие себя на Западе или оригинальные авторские методы обучения языкам.

Рынок дополнительного лингвистического образования в Мире, в России в том числе, сегодня характеризуется разнонаправленными стратегиями развития. Первая стратегия – это масштабирование сети, так как сетевой бизнес более стабилен, также это позволяет расширять спектр предлагаемых услуг и минимизировать потери в условиях кризиса. Вторая стратегия, которая особо популярна среди частных школ, – это узкая специализация в некоторых областях, таких как корпоративное обучение языку, деловой язык, монопольное образование, обучение детей дошкольного и школьных возрастов. Также стоит отметить экспресс-курсы в изучении языков, так как в настоящее время наблюдается растущая потребность в овладении языком наиболее быстрым и оптимальным способом, при этом с минимальными отрывами от привычной жизни и каждодневной деятельности.

В числе примеров, экспресс-курсов можно привести вариант онлайн-занятий, дистанционный формат, который стал особенно популярен в условиях пандемии, когда обучение онлайн – это вынужденная необходимая мера. Подстроившийся под условия рынок позволяет быстро и качественно пройти программу по изучению языка за кратчайшие сроки, так как инструментов для изучения стало в разы больше, к тому же, это значительно уменьшило рутинность в процессе образования. То есть вполне можно утверждать, что будущее языкового рынка связано с использованием инновационных онлайн-методик обучения.

К сожалению, в настоящее время данная тенденция в России не является ярко выраженной и свойственна лишь узко специализированному кругу потребителей. В стране все еще преобладает традиционный способ обучения в режиме оффлайн, в отличие от большинства регионов мира, где около 90 % обучения осуществляется в режиме онлайн [1].

В отношении перспектив развития российского рынка по предоставлению образовательных услуг, в области изучения языков ситуация весьма неплоха. Эксперты отмечают, что в настоящее время в России и наблюдается отсеивание некачественного образования, так как в кризис непрофессиональные игроки не выдерживают конкуренцию на рынке. Основная тенденция на языковом рынке заключается в стремлении поставщиков услуг и их потребителей к более высокому качеству, а также их мышлению с позиции окупаемости вложенных инвестиций [1]. Таким образом, высоко ценится методика, преподавательский состав и формат обучения, как залог результата и эффективности обучения.

Большинство лингвистических школ работают по иностранным методикам, поскольку они являются наиболее эффективными и современными с точки зрения изучения языка. Современные российские методики во многом уступают уже давно прове-

ренным западным, поэтому языковые школы выбирают наиболее подходящий вариант для своего потребителя, иногда комбинируя авторские и зарубежные методики.

Рынок образовательных услуг по изучению иностранных языков – в целом, достаточно сложный сегмент. Например, в России начинающему центру довольно сложно конкурировать, если только у нового агентства нет большой клиентской базы от какого-нибудь другого бизнеса. Конкуренция очень высокая. К тому же в настоящее время очень много развивающихся мини-центров, во дворах домов в шаговой доступности, которые предлагают и изучение языков, как дополнительную услугу, что часто является решающей для клиента из-за удобства. Но, в то же время, настоящая языковая школа проходит очень серьезную систему лицензирования, что не всегда под силу маленьким центрам, поэтому других преимуществ они не имеют.

Наиболее преуспевающей школой изучения языков на российском рынке можно выделить – школу Skyeng. Чем примечательна данная школа и почему ее можно выделить среди остальных школ. Во-первых, это онлайн-школа, что уже подразумевает под собой один из самых удобных и востребованных форматов обучения в настоящее время. Во-вторых, школа славится своими обучающими материалами на программе учебников New English File [2]. Также для вас составляется индивидуальный удобный план занятий. Всегда обеспечивается оперативность в планировании уроков и удобная организация материалов в личном кабинете. И что немаловажно, помогать изучать языки вам всегда будут профессиональные, вежливые, интересные в общении преподаватели.

Анализ изучения потребительского поведения показывает, что всегда популярны школьные обучающие программы, так как в настоящее время в школах и университетах не уделяется должного внимания каждой теме и каждому ученику на запоминание и полноценное освоение языка, а также на сдачу экзамена, где важно постоянное повторение. Также в настоящее время есть интерес к нестандартным программам, как к дополнительному образованию, и в каждой школе есть свои «фишки», которые так или иначе удерживают внимание своего потребителя [3]. И такая ситуация далеко не только в России, но и по всему Миру, в странах, где предоставляют образовательные услуги.

Касательно российских языковых школ, наиболее актуален тренд дистанционного формата обучения языкам, так как по статистике с каждым годом россияне все больше берегут свое время и стараются сделать свой день наиболее продуктивным, ставя перед собой множество задач [4]. Так же, для российских языковых школ актуален тренд комбинативной формы образования, то есть совмещение западных методик и составление уникальных программ непосредственно самого образовательного учреждения. И чем более уникальная и необычная программа образования, тем лучше. Так как, людям уже давно наскучила типичная школьная методика.

Библиографические ссылки

1. Исследование рынка школ иностранных языков в столичном мегаполисе: тенденции развития [Электронный ресурс] // CyberLeninka. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-rynka-shkol-inostrannyh-yazykov-v-stolichnom-megapolise-tendentsii-razvitiya> (дата обращения: 12.05.2021).

2. Рынок английского [Электронный ресурс] // SkyEng. URL: <https://skyeng.ru/mediacenter/market/> (дата обращения: 12.05.2021).

3. Обзор рынка и анализ конкурентов [Электронный ресурс] // Studwood.ru. URL: https://studwood.ru/1005739/menedzhment/obzor_rynka_analiz_konkurentov (дата обращения: 12.05.2021).

4. На разных языках: как онлайн-школы английского конкурируют с офлайном [Электронный ресурс] // Forbes. URL: <https://www.forbes.ru/karera-i-svoy-biznes/348975->

na-raznyh-yazykah-kak-onlayn-shkoly-angliyskogo-konkuriruyut-s-oflaynom (дата обращения: 12.05.2021).

References

1. Market research of foreign language schools in the capital city: development trends [Electronic resource] // CyberLeninka. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-rynka-shkol-inostrannyh-yazykov-v-stolichnom-megapolise-tendentsii-razvitiya> (accessed: 12.05.2021).
2. The English market [Electronic resource] // SkyEng URL: <https://skyeng.ru/mediacenter/market/> (accessed: 12.05.2021).
3. Market overview and analysis of competitors [Electronic resource] // Studwood.ru URL: https://studwood.ru/1005739/menedzhment/obzor_rynka_analiz_konkurentov (accessed: 12.05.2021).
4. In different languages: how online English schools compete with offline ones [Electronic resource] // Forbes. URL: <https://www.forbes.ru/karera-i-svoy-biznes/348975-na-raznyh-yazykah-kak-onlayn-shkoly-angliyskogo-konkuriruyut-s-oflaynom> (accessed: 12.05.2021).

© Ким Ю. В., 2021

УКД 355

ХАРАКТЕРИСТИКА КЛЮЧЕВЫХ МЕЖДУНАРОДНЫХ ДОГОВОРОВ В ОБЛАСТИ ВООРУЖЕНИЯ, ВЛИЯЮЩИХ НА МИРОВУЮ ЭКОНОМИКУ

Н. Ю. Корнев
Научный руководитель – В. Г. Акулич

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева
Российская Федерация, 660037, г. Красноярск, просп. им. газеты «Красноярский рабочий», 31
E-mail: keksarkadievich@gmail.com

Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что международные договоры являются одним из самых важных элементов международного права, на них, в некоторой степени, «держится вся мировая экономика».

Ключевые слова: международный договор, договор о нераспространении ядерного оружия, Договор об обычных вооруженных силах в Европе, Договор о ликвидации ракет средней и меньшей дальности.

CHARACTERISTICS OF KEY INTERNATIONAL TREATIES IN THE FIELD OF ARMAMENTS AFFECTING THE WORLD ECONOMY

N. Y. Kornev
Scientific supervisor – V. G. Akulich

Reshetnev Siberian State University of Science and Technology
31, Krasnoyarskii rabochii prospekt, Krasnoyarsk, 660037, Russian Federation
E-mail: keksarkadievich@gmail.com

The relevance of the chosen topic is due to the fact that international treaties are one of the most important elements of international law, they, to some extent, “hold the entire world economy”.

Keywords: international treaty, Treaty on the Non-Proliferation of Nuclear Weapons, Treaty on Conventional Armed Forces in Europe, Treaty on the Elimination of Intermediate-range and Shorter-Range Missiles.

Договор о нераспространении ядерного оружия (ДНЯО). Бессрочный договор, вступивший в силу 5 марта 1970 г., подписанный пятью ядерными державами – СССР, США, КНР, Францией и Великобританией и еще 40 странами. Его участниками является 190 стран, однако Израиль, Индия, Пакистан, Южный Судан и КНДР отказались участвовать в договоре, что позволяет им практически беспрепятственно наращивать ядерный потенциал.

В рамках договора о нераспространении ядерного оружия обеспечивается международный контроль за ограничением возникновения вооруженного конфликта, с применением ядерного оружия, а также создания условий для расширения потенциала мирного использования атомной энергии. Однако существуют определенные трудности и проблемы, связанные с контролем за ядерной деятельностью стран. Одной из главных таких проблем – процесс обогащения урана, который может быть использован как для мирной деятельности (создания топлива для АЭС), так и для тайного создания ядерного

оружия [1]. К тому же, как показал опыт с КНДР, страна может просто выйти из данного соглашения и практически беспрепятственно производить ядерное оружие.

Обзорная конференция по ДНЯО 2010 г. завершилась консенсусным принятием заключительного документа, состоящего из двух частей. Первая – анализ ситуации с выполнением статей Договора (этот раздел принят со ссылкой, что он лишь отражает мнение председателя). Вторая – согласованные выводы и рекомендации (так называемый План действий), которые содержат 64 практических «шага», нацеленных на укрепление Договора на основе выверенного баланса между тремя его основными составляющими: ядерное разоружение, нераспространение и мирное использование атомной энергии.

Для надлежащего контроля за ядерной деятельностью каждая страна-участница ДНЯО обязана иметь законодательство об учете и контроле ядерных материалов и их производства, а также законодательство, регламентирующее систему экспортного контроля, препятствующего нелегальному и контрабандному вывозу за рубеж подпадающих под запрет материалов, технологий и информации, которые могли бы быть использованы при создании ядерного оружия, а также государственная система физической защиты ядерных материалов, ядерных установок и пунктов хранения ядерных материалов [2].

Данный договор имеет огромное значение, особенно в связи с непрерывным прогрессом и научным совершенствованием технологий, поскольку развязанная война с применением ядерного оружия будет стоить человечеству миллиарды жизней.

Договор об обычных вооруженных силах в Европе (ДОВСЕ)

Бессрочный договор подписан 19 ноября 1990 г. в Париже руководителями 16 государств – участников НАТО и 6 государств – участников Организации Варшавского договора (ОВД).

На сегодняшний день участниками ДОВСЕ являются 28 государств Европы (Армения, Азербайджан, Белоруссия, Бельгия, Болгария, Великобритания, Венгрия, Германия, Греция, Грузия, Дания, Исландия, Испания, Италия, Казахстан, Люксембург, Молдавия, Нидерланды, Норвегия, Польша, Португалия, Россия [*], Румыния, Словакия, Турция, Украина, Франция и Чехия), а также США и Канада.

Целью данного договора является снижение угрозы внезапного нападения и вероятности начала крупномасштабных военных операций в Европе путем ограничения возможности размещения обычных (неядерных) вооруженных сил вдоль границ, установленных договором территориальных блоков.

ДОВСЕ ограничивал количество обычных вооруженных сил по пяти категориям – боевые танки, боевые бронированные машины, артиллерию, ударные вертолёты и боевые самолёты. Согласно Договору, в пределах района его применения (от Атлантического океана до Уральских гор, реки Урал и Каспийского моря, включая островные территории) обеим группам государств-участников Договора разрешалось иметь равное количество обычных вооружений и боевой техники, при этом их суммарное количество не должно было превышать:

- 40 000 боевых танков;
- 60 000 боевых бронированных машин (ББМ);
- 40 000 артиллерийских единиц калибра 100 мм и выше;
- 13 600 боевых самолётов;
- 4 000 ударных вертолётов [3].

Принятие ДОВСЕ как бы подводило черту под эпохой межблокового противостояния. Договор устанавливал равновесие сил ОВД и НАТО на пониженных уровнях, ограничивал возможности размещения обычных вооружений двумя союзами вдоль линии их соприкосновения. Он позволил провести быстрое и сбалансированное сокращение большого количества избыточных вооружений и техники, доставшихся странам – участницам в наследство от времён «холодной» войны.

В 1999 г. в Стамбуле было подписано соглашение под адаптации ДОВСЕ, в рамках которого от блоковой структуры было решено отказаться в пользу установления национального и территориального уровня вооружений для каждого государства. Адаптированный ДОВСЕ должны были ратифицировать все участники базового договора. Однако процесс ратификации завершили лишь четыре страны – Белоруссия, Украина, Казахстан и Россия.

13 июля 2007 г. Владимир Путин подписал Указ «О приостановлении Российской Федерацией действия Договора об обычных вооружённых силах в Европе и связанных с ним международных договоров» [4].

Договор о ликвидации ракет средней и меньшей дальности (ДРСМД)

Бессрочный договор подписан 8 декабря 1987г. в Вашингтоне Генеральным секретарем ЦК КПСС Михаилом Горбачевым и президентом США Рональдом Рейганом.

В рамках договора страны-участники обязаны были уничтожить все имеющиеся ракеты наземного базирования с радиусом действия от 500 до 5500 км в течение трех лет, а также проводить взаимные проверки, касающейся выполнения условий договора.

Причиной заключения ДРСМД послужило размещение американских баллистических ядерных ракет на территории Западной Европы, что сократило их время подлета на территорию СССР с 20–30 минут до 7–10 минут. Безусловно, такое расположение ракет является угрозой не только для СССР, но и для стран, на территории которых размещены американские ракеты, поскольку советские ракеты за такое же время могли поразить цели в Европе. Данные факты значительно увеличивали риск возникновения ядерной войны.

ДРСМД стал первым в истории документом о ликвидации целого класса вооружений. Его участники обязались уничтожить все баллистические и крылатые ракеты наземного базирования средней (от 1000 до 5500 км) и малой (от 500 до 1000 км) дальности. Срок ликвидации РМД – 1,5 года, РСД – три года.

Кроме того, стороны договорились не производить и не испытывать новые РСМД (при этом договор не запрещает проведение исследовательских работ, которые не ведут к производству и проведению летных испытаний запрещенных систем). В целях контроля за соблюдением положений договора каждой стороне было предоставлено право проведения инспекций. Крылатые ракеты морского и воздушного базирования, попадающие в диапазон дальности от 500 до 5500 км, остались за рамками этого документа.

Вопросы выполнения обязательств, согласования мер повышения жизнеспособности и эффективности Договора рассматривались на заседаниях Специальной контрольной комиссии (СКК). К октябрю 2003 года в Женеве состоялось 29 заседаний. Затем в течение 13 лет комиссия не созывалась (лишь в сентябре 2014 года в Москве проводились закрытые консультации по вопросу выполнения договора). 30-е заседание состоялось в ноябре 2016 года, 31-е – в декабре 2017 года. Участники подтвердили необходимость укрепления договора.

Со стороны СССР заключению ДРСМД способствовал курс на «перестройку» и «новое мышление», по условиям договора советская сторона обязана уничтожить шесть типов вооружения, американская же, в свою очередь, – три. При этом американская сторона сохранила крылатые ракеты морского базирования, так как аналогичных ракет у советской стороны не было.

В ходе реализации ДРСМД к 1 июня 1991 года на территории СССР было уничтожено 1 846 ракет (половина из которых не находилась на боевом дежурстве), 825 ПУ и 812 корпусов головных частей, все вспомогательные сооружения и оборудование, а в США – 846 ракет и 289 пусковых установок [5].

На данный момент действие договора приостановлено, что привело к началу испытания наземных ракет средней дальности, ранее запрещенных условиями договора, со стороны США.

26 октября 2020 года Владимир Путин выступил с заявлением о взаимном отказе от ракет средней и меньшей дальности в условиях прекращения действия договора.

Таким образом, важнейшим документом в области вооружения является договор о нераспространении ядерного оружия, поскольку в случае его нарушения и применения хотя бы одной страной ядерного оружия, последствия будут катастрофическими. К сожалению, такая вероятность существует, однако все страны, понимают, что ядерная война может закончиться только полным уничтожением человечества.

Библиографические ссылки

1. Харитонов И. А. Договор о нераспространении ядерного оружия // Математика и математическое моделирование. 2018. С. 46.
2. Селезнева Д. А. Проблемы поддержания Договора о нераспространении ядерного оружия // Мировая экономика и международные отношения. 2020. Т. 64, № 3. С. 29–35. DOI: 10.20542/0131-2227-2020-64-3-29-35.
3. Тузин А. М., Данилина М. В. Особенности контроля над обычными вооружёнными силами в Европе : монография. Москва : Русайнс, 2015. 220 с. ISBN 978-5-43650-482-7. DOI: 10.15216/978-5-4365-0482-7.
4. Справка к Указу «О приостановлении Российской Федерацией действия Договора об обычных вооруженных силах в Европе и связанных с ним международных договоров». МИД РФ, 15.07.2007. Доступ из справ.-правовой системы «Консультант-Плюс»
5. Матвеев О. В., Волков А. П. Договор о ликвидации ракет средней и меньшей дальности в российско-американских отношениях: история и политика // Вестник Екатеринбургского института. 2019. № 1(45). С. 71–78.

References

1. Kharitonov I. A. Treaty on the non-proliferation of nuclear weapons // Mathematics and mathematical modeling. 2018. p. 46.
2. Selezneva D. A. Problems of maintaining the Treaty on the Non-Proliferation of Nuclear Weapons // World Economy and International Relations. 2020. Vol. 64, No. 3. Pp. 29–35. DOI: 10.20542/0131-2227-2020-64-3-29-35.
3. Tuzin A. M., Danilina M. V. Features of control over conventional armed forces in Europe : monograph. Moscow : Rusains Publishing House, 2015. 220 p. ISBN 978-5-43650-482-7. DOI: 10.15216/978-5-4365-0482-7.
4. Reference to the Decree “On the suspension by the Russian Federation of the Treaty on Conventional Armed Forces in Europe and related international treaties”. Ministry OF Foreign Affairs OF the Russian Federation, 15.07.2007. Access from help.-legal system “ConsultantPlus”.
5. Matveev O. V., Volkov A. P. The Treaty on the Elimination of intermediate-range and shorter-range missiles in Russian-American relations: history and politics // Bulletin of the Catherine Institute. 2019. № 1(45). Pp. 71–78.

© Корнев Н. Ю., 2021

УДК 334.02

ВОЗМОЖНОСТИ И ОГРАНИЧЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Е. В. Путинцева
Научный руководитель – В. Г. Акулич

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева
Российская Федерация, 660037, г. Красноярск, просп. им. газеты «Красноярский рабочий», 31
E-mail: akulichviktoria@mail.ru

Неоспоримо важную роль в сфере международного бизнеса занимает вопрос об ограничениях и возможностях. Сегодня международный бизнес является актуальной темой, необходимость достижения сверхприбылей толкает современных предпринимателей за пределы страны базирования собственной организации. Тем самым возникает вопрос как преодолеть ограничения для выхода на мировой рынок.

Ключевые слова: международный бизнес, санкции, пандемия COVID-19, предпринимательство, интернет – площадки.

OPPORTUNITIES AND LIMITATIONS OF INTERNATIONAL BUSINESS IN THE MODERN WORLD

E. V. Putinseva
Scientific supervisor – V. G. Akulich

Reshetnev Siberian State University of Science and Technology
31, Krasnoyarskii rabochii prospekt, Krasnoyarsk, 660037, Russian Federation
E-mail: akulichviktoria@mail.ru

The question of limitations and opportunities is indisputably important in the field of international business. Today, international business is an urgent topic, the need to achieve super-profits pushes modern entrepreneurs beyond the home country of their own organization. This raises the question of how to overcome the restrictions for entering the world market.

Keywords: international business, sanctions, COVID-19 pandemic, entrepreneurship, internet platforms.

Международный бизнес исторически и логически возникает вследствие развития и углубления международного разделения труда и формирование мирового рынка. В XXI веке, в мире современных нанотехнологий, в сфере международного бизнеса исследователи и ученые, как в России, так и за рубежом, до сих пор не пришли к единому мнению о его возможностях и ограничениях

Цель международного бизнеса, иметь доход с помощью выгодных межгосударственных операций в сфере деловых отношений. Также он представляет собой определенную структуру с целым сводом правил взаимодействия субъектов межгосударственных отношений. В роли субъектов в сфере международного бизнеса выступают непосредственные участники – это могут быть и физические лица, и фирмы, и государственные учреждения.

Сегодня международный бизнес является актуальной темой, необходимость достижения сверхприбылей толкает современных предпринимателей за пределы страны базирования собственной организации [1].

Предпринимательству свойственны общие черты любой экономической деятельности и характеризуется определенной, направленностью и последовательностью процедур, проводимых предпринимателем. Каждый предприниматель, для достижения собственных целей – максимизации прибыли должен обладать расширенным инструментарием из различных областей знания, в таких как: менеджменте, маркетинге, финансах, а так же быть в курсе гражданского, трудового законодательства и административного права, применять методы бухгалтерского учета и аудита. Широкая эрудиция в данных областях не только позволит предпринимателю вести правильно международный бизнес, но и повлияет на результаты его деятельности. Все методы, применяемые в данных областях, прямо или косвенно влияют на результаты деятельности современного предпринимателя. Кроме того, современный предприниматель для достижения наиболее оптимального результата обязан обладать знанием той предметной области, в которой осуществляет деятельность его организация.

Если смотреть со стороны конкуренции, то на международной арене она значительно велика, ограничивает большинство предпринимателей для выхода на международный рынок. В связи с большим потоком предпринимателей на мировом рынке, некоторым необходимо находить новые возможности для развития международного бизнеса. Как факт, предприниматели, осмысляющие всю ситуацию рынка и свои возможности, ищут новые выгодные условия, рынки сбыта своей продукции, а так же задумываются о новом инвестиционном пространстве.

Так, к примеру, можно рассмотреть интернет-площадки. В наше время, люди всё чаще стали покупать продукцию в интернете. На это повлияло множество факторов включая пандемию COVID-19. Находясь в изоляции, люди не выходили в магазины и приноровились делать заказы на дом из различных интернет-магазинов. К примеру, интернет-сайты по продаже одежды, множество женщин, следящих за модой, заказывали из зарубежных магазинов одежду и получали ее с доставкой на дом. Когда режим изоляции ослабел люди поняли, что намного удобнее заказывать продукцию через интернет, так как покупатель меньше тратит времени, не находится в большом скоплении людей и выбирает из огромного количества предложений.

Также удобство интернет-площадок заключаются в переговорах, предприниматели могут из различных уголков мира выйти в прямую трансляцию и обсудить тонкости сделки, при этом не затрачивая никаких средств, что значительно влияет на бюджет организации. Данные площадки предоставляют возможность реализовать свой бизнес за рубежом, обойти ограничения и конкуренцию, а также, что очень важно, увеличить свой доход.

Изучая возможности и ограничения международного бизнеса, исследователь В. Ерохин в своей работе «Актуальные проблемы развития предпринимательства: теория и практика» пишет, что спутниковая связь повышает работоспособность и взаимодействие партнеров, так как имеет хорошую возможность контролировать международные операции [2].

Рассмотрим недостатки международного бизнеса в России. Ни для кого не секрет, что прости Российской Федерации применяется большое количество санкций, которые влияют на рынок в стране. Данная ситуация повлияла на снижение импорта большинства товаров из стран ЕС и, как результат, убытки потерпели обе стороны: наше государство лишилось многочисленных международных сделок и выгодных контрактов, а ЕС потеряли один из самых крупных рынков сбыта. Также стоит обратить внимание на снижение рубля, что немаловажно и влияет на реализацию возможностей.

В настоящее время, можно считать экономическую ситуацию в стране, вызванную введением против России санкций, не самой благоприятной. Пандемия значительно повлияла на развитие бизнеса, не только сократила возможности, но и ограничила большинство предпринимателей в заработке, развитии своего дела и тем самым снизила доходы страны.

Также есть существенный недостаток предпринимательства, это покупательская способность. Из-за введения санкций, снижения курса рубля, у многих людей снизились доходы, поэтому снизилась и покупка товаров.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод о том, что главными проблемами, которые ограничивают развитие международного бизнеса в нашем государстве, являются: пандемия, санкции, снижением курса рубля и покупательской способности населения

Если рассматривать поддержку предпринимательства со стороны государства. То здесь можно увидеть, что малый бизнес получил помощь во время пандемии от президента В. В. Путина, который предоставил возможность сохранить рабочие места людей, не оставив свой народ без компенсации [3]. Эти меры хорошо повлияли на саму сферу предпринимательства как в стране, так и за рубежом. Ведь предприниматели, которые вышли на международную арену смогли удержать своё дело и в России, и в других странах.

Если рассматривать ограничения международного бизнеса в России. То можно сказать, что самое главное – это ментальность торговцев, а не производителей. Желание получить финансовый результат, а не какой-либо новый продукт. По-прежнему уровень прибыли остается важным показателем эффективной работы, а не численность клиентов в настоящий момент и в будущем. Часто управляют бизнесом, делая краткосрочные планы, не рассчитывая долгосрочные. На многих предприятиях делают ставку на физические свойства продукта, а не на желание потребителя и установления крепких эмоциональных связей с ним. Не происходит развитие маркетинга и менеджмента либо происходит, но не так, как хотелось бы.

Подводя итог, нужно обратить внимание на то, что в нашей стране, принимая во внимание последние события, необходимо исследовать тенденциям современного предпринимательства, учитывая развитие усовершенствованных информационных технологий и методов расчетов во всем мире, для того чтобы оно развивалось и поднималась экономика государства.

В будущем интернет-площадки станут ведущими, бизнес-профессии, человек будет усовершенствовать свои знания, тем самым развивая новые технологии и международный бизнес за границей.

Библиографические ссылки

1. Спартак А. Н. Направления и методы международной конкуренции в начале XXI века: геоэкономические и торгово-политические аспекты [Электронный ресурс] // Российский внешнеэкономический вестник. 2011. № 9. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/napravleniya-i-metody-mezhdunarodnoy-konkurentsii-v-nachale-xxi-veka-geoekonomicheskie-i-torgovo-politicheskie-aspekty> (дата обращения: 25.05.2021).
2. Ерохин В. Л. Актуальные проблемы развития предпринимательства: теория и практика // Ставрополь : АГРУС, 2010. С. 53–55.
3. Зайцев В. Д. Возможности и ограничения развития международного бизнеса в современном мире // Достижения науки и образования. 2020. № 12 (66). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vozmozhnosti-i-ogranicheniya-razvitiya-mezhdunarodnogo-biznesa-v-sovremennom-mire> (дата обращения: 24.05.2021).

References

1. Spartak A. N. Directions and methods of international competition at the beginning of the XXI century: geo-economic and trade-political aspects // Russian Foreign Economic Bulletin. 2011. No. 9. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/napravleniya-i-metody-mezhdunarodnoy-konkurentsii-v-nachale-xxi-veka-geoekonomicheskie-i-torgovo-politicheskie-aspekty> (accessed: 25.05.2021).
2. Erokhin V. L. Actual problems of entrepreneurship development: theory and practice // Stavropol : AGRUS, 2010. Pp. 53–55.
3. Zaitsev V. D. Opportunities and limitations of international business development in the modern world // Achievements of Science and education. 2020. No. 12 (66). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vozmozhnosti-i-ogranicheniya-razvitiya-mezhdunarodnogo-biznesa-v-sovremennom-mire> (accessed: 05.24.2021).

© Путинцева Е. В., 2021

УДК 339.74

РОЛЬ ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫХ КОРПОРАЦИЙ В МЕЖДУНАРОДНОМ БИЗНЕСЕ

Е. Е. Завгороднев
Научный руководитель – В. Г. Акулич

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева
Российская Федерация, 660037, г. Красноярск, просп. им. газеты «Красноярский рабочий», 31
E-mail: akulichviktoriiia@mail.ru

В статье исследуются возникновение ТНК и их влияние на мировую экономику, а также на отдельные страны. Показывает процесс глобализации, который способствует расширению транснациональных корпораций. Приведены отрицательные и положительные аспекты воздействия на национальную экономику и экономику стран.

Ключевые слова: ТНК, мировая экономика, прибыль, международная торговля.

THE ROLE OF TRANSNATIONAL CORPORATIONS IN INTERNATIONAL BUSINESS

E. E. Zavgorodnev
Scientific supervisor – V. G. Akulich

Reshetnev Siberian State University of Science and Technology
31, Krasnoyarskii rabochii prospekt, Krasnoyarsk, 660037, Russian Federation
E-mail: akulichviktoriiia@mail.ru

The article examines the emergence of TNCs and their impact on the world economy, as well as on individual countries. Shows the process of globalization, which contributes to the expansion of multinational corporations. The negative and positive aspects of the impact on the national economy and the economy of the countries are, presented.

Keywords: TNC, country, profit, international trade.

Иностранный капитал, глубоко укоренившийся в экономике многих стран мира, стал неотъемлемой частью процесса их воспроизводства. Доля компаний с иностранным капиталом в общем объеме производства в Австралии, Бельгии, Ирландии, Канаде превышает 33 %, в основных странах Западной Европы 21–28 %, в США более 10 % промышленного производства в компаниях, контролируемых иностранным капиталом.

Иностранный капитал в форме прямых инвестиций играет еще большую роль в экономике развивающихся стран. В них на компании с иностранным участием приходится около 40 % промышленного производства, а в некоторых странах оно преобладает.

В современных условиях принимающие страны, как развитые, так и развивающиеся, в целом принимают деятельность транснациональных корпораций на своей территории. Кроме того, между странами мира существует конкуренция за привлечение прямых иностранных инвестиций, в том числе транснациональных [1].

Наиболее распространенное заблуждение относительно последствий деятельности транснациональных корпораций состоит в том, что в результате международных операций транснациональных корпораций одна страна обязательно получает выгоду,

а другая терпит убытки. В реальной жизни таких ситуаций исключать нельзя, но есть и другие результаты: обе стороны могут оказаться в выигрыше (или в проигрыше).

Кроме того, принимающие страны склонны полагать, что прибыль, получаемая транснациональными корпорациями, является чрезмерной. Получая налоги от транснациональных корпораций, они убеждены, что могли бы получить гораздо больше, если бы транснациональные корпорации не декларировали свою прибыль в странах с низкими налогами.

Внутренние корпоративные потоки транснациональных корпораций составляют значительную долю международной торговли (около 30 %). Они создали особую форму передачи капитала через трансфертные цены (в том числе специально дисконтированные или завышенные), устанавливаемые самими транснациональными корпорациями при поставке товаров и оказании услуг своим филиалам и филиалам внутри компаний (т. е. транзакции осуществляются между филиалами аналогичных транснациональных корпораций) компании по ценам, установленным самой компанией).

Поэтому вопрос трансфертного ценообразования на продукцию транснациональных корпораций очень актуален.

Многие транснациональные корпорации достаточно велики и обладают монопольной властью. Некоторые из них по товарообороту обгоняют целые страны, и руководители этих компаний часто ведут дела напрямую с главами государств.

Отметим основные негативные характеристики влияния транснациональных корпораций на экономику принимающей страны [1]:

- опасность превращения принимающей страны в свалку устаревших и экологически опасных технологий;

- захват иностранными компаниями наиболее развитых и перспективных сегментов промышленного производства и исследовательских структур принимающей страны. Транснациональные корпорации, которые также обладают большими финансовыми ресурсами даже в периоды турбулентности, активно используют плохие рыночные условия для поглощения других компаний;

- возможность навязывания компаниями страны пребывания бесперспективных направлений в системе разделения труда внутри транснациональных корпораций;

- ориентация транснациональных компаний на поглощение ведет к усилению нестабильности инвестиционного процесса. Стабильны крупные инвестиционные проекты, связанные с реальными инвестициями, они не могут быть начаты без длительной подготовки и внезапно завершены без значительных потерь. С другой стороны, политика конфискации подразумевает финансовую мобильность;

- стабильное положение транснациональных компаний позволяет им принимать более решительные меры в случае кризисов, закрытия компаний, сокращения производства, ведущего к безработице и т. д. негативные явления. Этим объясняется феномен вывода инвестиций (массовый вывод капитала из страны);

- склонность транснациональных компаний остро реагировать на изменения ситуации дает множество причин для падения производства, если по той или иной причине снижается конкурентоспособность государства.

Хотя влияние иностранных инвестиций на принимающую экономику может быть неоднозначным, нельзя сбрасывать со счетов огромное положительное экономическое влияние транснациональных корпораций [2].

Приток иностранных инвестиций способствует развитию внутрирегиональной торговли, поскольку значительная часть их спроса на материалы, компоненты и устройства удовлетворяется филиалами иностранных компаний за счет импорта из страны-инвестора.

В условиях усиления международной конкуренции создание смешанных компаний с участием местного капитала стало важным направлением развития транснацио-

нальных компаний, что ускоряет концентрацию капитала. Участие местных акционеров дает возможность учитывать их интересы, хотя наиболее важные решения принимает головной офис.

В настоящее время вывоз капитала осуществляется не только ведущими промышленно развитыми странами. Также он экспортируется из развитых стран Азии и Латинской Америки (Тайвань, Южная Корея, Сингапур, Бразилия). Крупнейшие компании в этих странах экспортируют капитал с целью расширения сферы своей деятельности и использования рабочей силы или научно-технических достижений принимающих стран для получения более высоких прибылей.

Модели развития транснациональных компаний существенно отличаются от моделей развития большинства национальных компаний.

Среди основных направлений их развития можно выделить следующие [3]:

- незначительное снижение (или отсутствие сокращения) оборота транснациональных корпораций в периоды кризиса, их независимость даже от длительных депрессивных явлений в отдельных отраслях;
- транснациональные корпорации имеют возможность добиться успеха независимо от состояния национальной экономики;
- транснациональные корпорации меньше выигрывают от улучшения внутренних условий.

Таким образом, компании международного характера становятся в значительной степени независимыми от развития ситуации в каждой стране, а успех транснациональных корпораций мало помогает национальной экономике. Другими словами, типичной чертой гипотетической «экономики ТНК» является резкий контраст между благополучием крупнейших компаний и тяжелыми трудностями экономики страны в целом, неустойчивое развитие производства, инфляция, недостаточные инвестиции и массовая безработица.

Развитие международного производства связано не только с прямыми инвестициями, но и с рядом других форм международного сотрудничества [3]:

- лицензионные соглашения, которые позволяют многонациональным компаниям участвовать в бизнесе иностранных компаний и получать прибыль и роялти от использования патента;
- соглашения об управлении, в соответствии с которыми транснациональные компании организуют управление и предоставление услуг иностранным компаниям в обмен на вознаграждение и доли в капитале;
- международный субподряд, при котором транснациональные компании заключают субподряды с иностранными компаниями на выполнение специальных работ или на поставку определенных товаров.

Суверенные государства должны сначала разделить власть с вышперечисленными организациями в экономической сфере, а затем в политической. В то же время влияние государств ослабевает, и власть все больше переходит в руки транснациональных корпораций и международных институтов, которые они контролируют.

Библиографические ссылки

1. Дерен В. И. Мировая экономика и международные экономические отношения : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. М. : Юрайт. 2019. 588 с.
2. Ермолаева Н. М. Ермолаева Н. М. Мировая экономика и мировые экономические отношения. М. : Аспект Пресс. 2018. 396 с.
3. Хасбулатов Р. И. Международные корпорации в мировой экономике : учебник. М. : Юрайт, 2020. 396 с.

References

1. Deren V. I. World economy and international economic relations : textbook and workshop for undergraduate and graduate studies. М. : Yurayt. 2019. 588 p.
2. Ermolaeva N. M. Ermolaeva N. M. World economy and world economic relations. М. : Aspect Press. 2018. 396 p.
3. Khasbulatov R. I. International corporations in the world economy : textbook. М. : Yurayt, 2020. 396 p.

© Завгороднев Е. Е., 2021

УДК 330.341

РАЗВИТИЕ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ РОССИИ В СРАВНЕНИИ С ДРУГИМИ СТРАНАМИ

О. Н. Нагорнова
Научный руководитель – А. И. Чуваева

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева
Российская Федерация, 660037, г. Красноярск, просп. им. газеты «Красноярский рабочий», 31
E-mail: olenkanagornova@mail.ru, ale210812@yandex.ru

В статье рассмотрены перспективы экономического развития России по сравнению с другими странами, в части вклада стран в цифровую трансформацию экономики. Выделены основные направления в области влияния цифровой трансформации и предложены рекомендации по выведению страны на лидирующие позиции.

Ключевые слова: цифровая экономика, электронные госуслуги, цифровые инвестиции.

DEVELOPMENT OF THE DIGITAL ECONOMY IN RUSSIA IN COMPARISON WITH OTHER COUNTRIES

O. N. Nagornova
Scientific supervisor – A. I. Chuvaeva

Reshetnev Siberian State University of Science and Technology
31, Krasnoyarskii rabochii prospekt, Krasnoyarsk, 660037, Russian Federation
E-mail: olenkanagornova@mail.ru, ale210812@yandex.ru

The article examines the prospects for the economic development of Russia in comparison with other countries, namely, the contribution of countries to the digital transformation of the economy. The main directions in the field of influence of digital transformation are highlighted and recommendations are proposed for bringing the country to a leading position.

Keywords: digital economy, electronic government services, digital investments.

Бесперывное развитие цифровых технологий ежегодно определяет траектории направлений развития экономики и общества, что приводит к кардинальным изменениям в жизни людей. Реализация стратегий цифровой экономики является приоритетной задачей для многих стран – экономических лидеров, включая США, Великобританию, Германию, Японию и другие. Как правило, для них характерны длительный период реализации «повестки цифрового развития» и преемственность приоритетов – от построения базовой информационно-коммуникационной инфраструктуры до формирования скоординированной политики в этой сфере и программ поддержки повсеместного внедрения цифровых технологий [1]. Российская Федерация с декабря 2016 года начала активное движение по пути цифровой трансформации экономики, приняв Стратегию развития информационного общества в Российской Федерации [3] и утвердив программу «Цифровая экономика Российской Федерации» [4], а затем и планы мероприятий («дорожные карты») по основным направлениям программы [2].

Цифровизация экономики представляет одну из основных опор стратегии «Европа 2020», которая устанавливает цели экономического роста Евросоюза (одобрена в мае 2015 г.). Она включает в себя 16 специальных инициатив, выдвинутых Комиссией в январе 2017 г. и обсуждённых в Европарламенте и Совете ЕС. Главная цель цифровизации – совершенствование использования потенциала информационных и коммуникационных технологий для продвижения инноваций, поддержки хозяйственного развития и стимулирования научно-технического прогресса в целом и в конечном итоге содействие формированию «умного», устойчивого и инклюзивного роста экономики региона [2].

Вклад каждого государства в международное развитие трендов цифровизации оценивается на распределении патентов, грантов, инвестиций, опубликованных научных статей, сделанных открытий. То, как государство распределяет ресурсы внутри своей экосистемы, и является его вкладом в общемировую эволюцию цифровых технологий. Направляя ресурсы в цифровизацию «сегодня», страна непременно займет лидирующие позиции в экономике «завтра», так как развитые цифровые технологии обеспечат не только экономическую стабильность, но и гарантируют высокий уровень жизни для граждан государства. На рис. 1, отображен вклад стран в развитие цифровизации в 2020 году.



Рис. 1. Вклад стран в развитие цифровизации [3]

Данный рейтинг вклада в развитие стран основан на мониторинге глобальных трендов цифровизации в 2020 году от Ростелекома. На рисунке отчетливо видно, что лидером позиций является Китай, значение интегрального веса которого достигло отметки 2,44 – скачек в развитие поднебесной отсчитывается с 2015 года, именно тогда страна вышла на первое место, и продолжает увеличивать, отрыв по количеству патентов и научных публикаций. США стараются не уступать, значение интегрального веса достигает 1,9, что говорит об уверенном лидерстве по объему инвестиций. Россия занимает в общем рейтинге 9-е место, опередив Италию, Канаду и Австралию, так, в 2019 году наблюдался рост абсолютных значений таким показателям как: рост инвестиционной активности +217 %, рост по количеству научных публикаций +28 % и грантам +24 %. Рост инвестиций за счет E-commerce (Advertising), Social Networks, Cloud, E-health. Крупнейшие сделки: Naspers увеличил долю в Avito – 1,16 млрд долл.; покупка Сбербанком акций Mail.ru Group 170 млн долл. [3]. Таким образом, для выхода России на новый уровень важны перспективы формирования принципиально новой экономики, основу которой составляют инвестиции в уже имеющиеся цифровые продукты и принципиально новые.

Если рассматривать развитие в сфере государственных услуг, согласно результатам исследования международной компании, The Boston Consulting Group (BCG), специализирующаяся на управленческом консалтинге по вопросам стратегии бизнеса, Россия входит в топ-10 стран выборки по интенсивности использования цифровых госуслуг. На рис. 2 отображен опрос в разрезе стран по частоте использования электронными государственными услугами. В опросе приняли участие 14 тыс. интернет-пользователей из 30 стран мира.

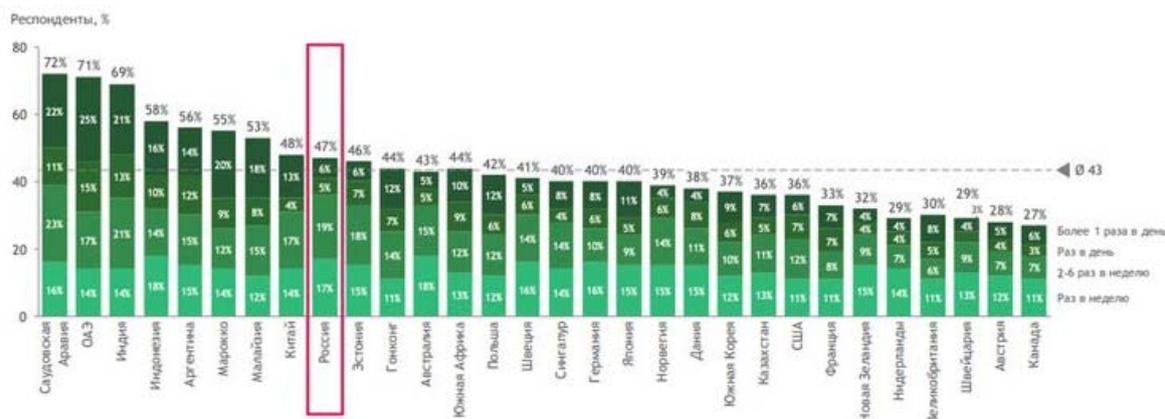


Рис. 2. Частота использования электронных государственных услуг по странам [4]

По результатам опроса, уступая Китаю на 1 %, около 47 % граждан России пользуются электронными услугами хотя бы раз в неделю. Лидером по использованию услуг является Саудовская Аравия, набравшая 72 %. Также, опираясь на данные исследования, электронные госуслуги, доступные населению в России, достаточно разнообразны – в среднем каждый россиянин использует 9,1 различных типов таких услуг в электронной форме, обгоняя жителей Нидерландов (8,2) или Швеции (8,8). Наибольшее число услуг востребовано у жителей Индии (14,5), занявшей первое место, Аргентине (11), а также ряду стран Азии [4].

Таким образом, своевременный учет зарубежного опыта и существующих тенденций, будут способствовать наращиванию потенциала цифровой экономики России и росту качества жизни граждан. Динамичное развитие электронных госуслуг с полной поддержкой государства включает множество качественных онлайн-сервисов в сфере электронного правительства, однако еще остаются вне онлайн-доступа некоторые востребованные госуслуги в сфере образования, медицинского обслуживания и другие. Недостаточный набор дистанционных сервисов не позволяет России занять лидирующие позиции в рейтинге.

Библиографические ссылки

1. Абдрахманова Г. И., Вишневский К. О. Что такое цифровая экономика? Тренды, компетенции, измерение [Электронный ресурс] : XX Апр. междунар. науч. конф. URL: https://www.hse.ru/data/2019/04/12/1178004671/2%20%D0%A6%D0%B8%D1%84%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F_%D1%8D%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D0%BA%D0%B0.pdf (дата обращения: 12.05.2021).

2. In.minenergo.gov.ru/ Национальный индекс развития цифровой экономики: Пилотная реализация [Электронный ресурс]. М. : Госкорпорация «Росатом». URL: <https://in.minenergo.gov.ru/upload/iblock/df0/df063a504b10a3af5a1ce7cbb07e35fd.pdf> (дата обращения: 12.05.2021).

3. Бакуменко Л. П., Минина Е. А. Международный индекс цифровой экономики и общества (I-DESI): тенденции развития цифровых технологий [Электронный ресурс] // Статистика и экономика. 2020. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mezhdunarodnyy-indeks-tsifrovoy-ekonomiki-i-obschestva-i-desi-tendentsii-razvitiya-tsifrovyyh-tehnologiy> (дата обращения: 12.05.2021).

4. Company.rt.ru/ Мониторинг Глобальных трендов цифровизации 2020 [Электронный ресурс]. URL: https://www.company.rt.ru/upload/iblock/6e0/ROSTELECOM_TRENDS2020_INTERACTIVE_FINAL.pdf (дата обращения: 12.05.2021).

References

1. Abdrakhmanova G. I., Vishnevsky K. O. What is the digital economy? Trends, competencies, measurement [Electronic resource] : XX Apr. international Scientific Conference. URL: https://www.hse.ru/data/2019/04/12/1178004671/2%20%D0%A6%D0%B8%D1%84%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F_%D1%8D%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D0%BA%D0%B0.pdf (accessed: 12.05.2021).

2. In.minenergo.gov.ru / National Index of Digital Economy Development: Pilot Implementation. Moscow, Rosatom State Corporation [Electronic resource]. URL: <https://in.minenergo.gov.ru/upload/iblock/df0/df063a504b10a3af5a1ce7cbb07e35fd.pdf> (accessed: 12.05.2021).

3. Bakumenko L. P., Minina E. A. International Index of Digital Economy and Society (I-DESI): trends in the development of digital technologies // Statistics and economics. 2020. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mezhdunarodnyy-indeks-tsifrovoy-ekonomiki-i-obschestva-i-desi-tendentsii-razvitiya-tsifrovyyh-tehnologiy> (accessed: 12.05.2021).

4. Company.rt.ru / Monitoring of Global Digitalization Trends 2020 [Electronic resource]. URL: https://www.company.rt.ru/upload/iblock/6e0/ROSTELECOM_TRENDS2020_INTERACTIVE_FINAL.pdf (accessed: 12.05.2021).

© Нагорнова О. Н., 2021

УДК 338.124.1(48+17)

ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ

Л. В. Григорьева
Научный руководитель – А. И Чуваева

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева
Российская Федерация, 660037, г. Красноярск, просп. им. газеты «Красноярский рабочий», 31
E-mail: grigorevalilia33@gmail.com

Данная статья посвящена анализу проблем российской экономики в современных условиях, в частности, техническому и технологическому отставанию России от развитых стран. Проведен анализ причин низкого уровня конкурентоспособности национальной экономики, а также исследованы пути возможного ее повышения. Показана необходимость смены экспортно-сырьевой модели экономического развития, на модель, основанную на производстве высокотехнологичных конкурентоспособных продуктов.

Ключевые слова: продовольственная проблема, бедность, прожиточный минимум, помощь других стран, критерии бедности, населенность планеты, внутренний валовый продукт, продолжительность жизни населения

THE MAIN PROBLEMS OF THE MODERN ECONOMY

L. V. Grigoreva
Scientific supervisor – A. I. Chuvaeva

Reshetnev Siberian State University of Science and Technology
31, Krasnoyarskii rabochii prospekt, Krasnoyarsk, 660037, Russian Federation
E-mail: grigorevalilia33@gmail.com

This article analyzes the problems of the Russian economy in modern conditions, in particular, technical and technological gap between Russia and developed countries. The analysis of the reasons for the low level of competitiveness of the national economy, and also studied possible ways to improve it. The necessity of changing raw materials export model of economic development based on boosting capacity of fuel and raw materials exports, to a model based on the production of hightech competitive products.

Keywords: food problem, poverty, living wage, assistance from other countries, poverty criteria, population of the planet, gross domestic product, life expectancy

Основными глобальными проблемами экономического характера является: – проблемы бедности – проблемы с продовольствием. Бедность во всех странах определяется через категорию прожиточного минимума в стране. Если доход человека представляет собой величину, меньшую, чем прожиточный минимум в стране, это значит он относится к категории бедных людей. Проблема бедности существует во всех странах. Она возникает из-за пробелов экономики, включая неспособность правительства той или иной страны к обеспечению своих граждан.

Существует два главных критерия проблемы бедности: международный и национальный. На национальном уровне речь идёт о людях, которые относятся к бедному классу. Эти группы характерны для многих стран, и Россия не является исключением.

Решение проблемы бедности заключается в экономическом росте страны. Также одной из причин бедности является не качественное образование.

Как показывают данные официальной статистики, чем ниже уровень образования в стране, тем выше риск бедности. По данным Всемирного банка за 2019 г. самой бедной страной в мире является – Центральноафриканская Республика.

В стране очень низкая продолжительность жизни – 51 год у женщин, 48 лет у мужчин. Так же, как и во многих других беднейших странах, в ЦАР напряженная военная обстановка, множество враждующих группировок, процветает преступность. Поскольку в стране имеются достаточно большие запасы природных ресурсов, значительная их часть экспортируется: древесина, хлопок, алмазы, табак и кофе. Главным источником развития экономики (более половины ВВП) является сельскохозяйственная отрасль [1, с. 23].

Россия по данным Всемирного банка занимает 47 место по размеру валового национального дохода на душу населения. Россия – огромная страна с населением свыше 143 миллионов человек, из них порядка 19 миллионов получают доход ниже прожиточного минимума, что, по данным Росстата, составляет 13 процентов от всего населения.

В России растет количество бедных людей, борьба с бедностью стала серьезной проблемой для правительства [2, с. 109].

Еще одним из вариантов решением проблемы может быть международная государственная помощь людям, которые находятся за гранью бедности. Такой подход способен справиться с проблемой только при помощи других государств. Данный вариант является единоразовым, потому как решит проблему лишь на определенное время, многие государства не смогут регулярно помогать гражданам других государств.

Продовольственная проблема – одна из самых важных экономических проблем человечества. С точки зрения известного российского специалиста Е. Ковалева, «Мировая продовольственная проблема имеет двойную природу: социально-экономическую, связанную со способом производства и распределением продуктов питания, который предопределяет дифференциацию их распределения и потребления, включая голод и недоедание, и глобальную, отображающую конечность природных ресурсов для производства продовольствия» [3, с. 90].

По мнению О. Гойчук, продовольственная проблема рассматривается в настоящее время как в узком значении – нехватка продовольствия через недостаточное развитие производительных сил в аграрном секторе экономики или отдельных его звеньев, через неблагоприятные погодные условия или социально-экономические события в отдельной стране или в регионе; так и в широком – комплекс экономико-технических, социально-демографических, политических проблем производства, распределения, обмена, потребления продуктов питания, нехватка которых приводит к недоеданию, голоду и эпидемиям, социально-политической нестабильности, революции, бунту и др. [1, с. 278].

Продовольственная проблема была всегда. На нашей планете ресурсы продовольствия распределены неравномерно, и продуктов питания недостаточно для всех регионов планеты. Какие-то страны страдают от голода, другие страны, наоборот, вынуждены бороться с излишками пищевых продуктов. Существует много факторов, которые напрямую влияют на проблему с продовольствием, относятся следующие:

- рост населения Земли стремительно растет;
- влияние экономики развивающихся государств;
- политическая обстановка в мире;
- повсеместная индустриализация.

Это не полный список причин, которые оказывают влияние на вопрос, касающийся продовольственной проблемы человечества. Продовольственная проблема на нашей

планете не существует сама по себе. Эта проблема связана с другими проблемами: экономической, экологической, сырьевой и др.

Наличие продовольствия является показателем жизнедеятельности человека, которое может сказываться на здоровье следующих поколений. Из-за этой проблемы среди основных проблем особое место занимает проблема продовольствия, так как напрямую связана с экономикой. Продовольственный кризис напрямую связан с экономическими проблемами. Даже у государств, которые развиваются не всегда получается обеспечивать необходимыми продуктами питания свой народ. Развивающихся стран очень богаты природными ресурсами, при этом сама экономика имеет огромные перспективы. Но проблема ограничения продовольствия все равно существует, которая требует оперативного решения для ее устранения. Проблема голода не актуальна в данный момент только для развитых стран, у которых удается покрывать потребности своего народа.

Для решения этой проблемы требуется участие других государств в развитии этой отрасли, которые включают вложения внутри страны и привлечение инвестиций. Уже сейчас многие учёные уже говорят, что мировой голод не избежать. А прирост населения идёт одновременно с истощением сельскохозяйственных земель, запасов и экологическая деградация идёт за нами в след. Предсказывается что потребность в продовольствии возрастёт минимум в два раза в течение следующих пятидесяти лет.

На Земле в данный момент уже свыше шести миллиардов людей. А к 2045 людей будет уже около 9 миллиардов. К 2065 на Земле будет уже свыше 12 миллиардов. Многие страны надеются на Зеленую революцию, которая может дать возможность внедрить новую технику в сельскохозяйственные отрасли, использовать высококачественные высокоурожайные культуры, лучшую обработку земель и др.

Библиографические ссылки

1. Фатихова Л. Э., Волосянков С. А., Махмутов Ф. А. Экономические проблемы и пути их решения [Электронный ресурс] // Молодой ученый. 2018. № 51 (237). С. 301–302. URL: <https://moluch.ru/archive/237/55010/> (дата обращения: 12.05.2021).
2. Ашаганов А. Ю., Таштамиров М. Р. Бедность – экономическая проблема России // Молодой ученый. 2015. № 19. С. 353–356.
3. Ковалев Е. Новые аспекты мировой продовольственной проблемы [Электронный ресурс] // Мировая экономика и международные отношения. 2018. № 3. С. 3–9.
4. Продовольственная проблема человечества / Экономические проблемы и пути их решения. URL: <https://obrazovaka.ru/geografiya/globalnaya-prodovolstvennaya-problema-chelovechestva.html> (дата обращения: 12.05.2021).
5. Экономические проблемы и пути их решения [Электронный ресурс]. URL: http://spravochnick.ru/ekonomika/ekonomicheskie_problemy_i_puti_ih_resheniya/ (дата обращения: 12.05.2021).
6. Гойчук О. И. Продовольственная безопасность [Электронный ресурс] // Проблемы экономики. Житомир : Полесье, 2019. С. 348. URL: utmagazine.ru/posts/9250-problemy-ekonomiki (дата обращения: 12.05.2021).

References

1. Fatikhova L. E., Volosyankov S. A., Makhmutov F. A. Economic problems and ways to solve them [Electronic resource] // Young scientist. 2018. № 51 (237). Pp. 301–302. URL: <https://moluch.ru/archive/237/55010> (accessed: 12.05.2021).
2. Ashaganov A. Yu., Tashtamirov M. R. Poverty – the economic problem of Russia // Young scientist. 2015. No. 19. Pp. 353–356.

3. Kovalev E. New aspects of the world food problem // World Economy and International Relations. 2018. No. 3. P. 3–9.

4. The food problem of mankind [Electronic resource] // Economic problems and ways to solve them. URL: <https://obrazovaka.ru/geografiya/globalnaya-prodovolstvennaya-problema-chelovechestva.html> (accessed: 12.05.2021).

5. Economic problems and ways to solve them [Electronic resource]. URL: spravochnik.ru/ekonomika/ekonomicheskie_problemy_i_puti_ih_resheniya/ (accessed: 12.05.2021).

6. Goychuk O. I. Food security // Economic problems. Zhytomyr : Polesie, 2019. P. 348. URL: utmagazine.ru/posts/9250-problemy-ekonomiki (accessed: 12.05.2021).

© Григорьева Л. В., 2021

УДК 336.7

АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НАЦИОНАЛЬНЫХ ИГРОКОВ НА FOREX

А. И. Алексеева, К. В. Феоктистова, М. Р. Гущина
Научный руководитель – И. С. Фадеева

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева
Российская Федерация, 660037, г. Красноярск, просп. им. газеты «Красноярский рабочий», 31
E-mail: fadeeva_is@mail.ru

Рассмотрен индикатор деловой активности статистики индекса менеджера по закупкам в производственном секторе Британии. Выявлена проблема, как анализировать рынок Форекс. Цель статьи понимание событий на рынке и составление соответствующих выводов. В процессе исследования использованы общенаучные методы логического и сравнительного анализа. Информационной основой послужили работы ведущих ученых в области финансов.

Ключевые слова: Forex, анализ, систематизация данных, индикатор деловой активности, торговая война.

ANALYSIS OF THE ACTIVITIES OF NATIONAL PLAYERS ON FOREX

A. I. Alekseeva, K. V. Feoktistova, M. R. Gushchina
Scientific supervisor – I. S. Fadeeva

Reshetnev Siberian State University of Science and Technology
31, Krasnoyarskii rabochii prospekt, Krasnoyarsk, 660037, Russian Federation
E-mail fadeeva_is@mail.ru

The indicator of business activity of the statistics of the purchasing manager's index in the manufacturing sector of Britain is considered. The problem of how to analyze the Forex market is revealed. The purpose of the article is to understand market events and draw appropriate conclusions. In the course of the research, general scientific methods of logical and comparative analysis were used. The information basis was the work of leading scientists in the field of finance.

Keywords: Forex, analysis, data systematization, business activity indicator, trade war.

Анализ и прогноз развития рынка происходили одновременно с торговлей. Сначала собиралась и обрабатывалась информация о передвижениях караванов и судов с шерстью и чаем, а затем открывалась для анализа новая богатая область – рыночная биржа. Важным аспектом является правильная интерпретация получаемой информации, так как в случае правильно сделанных выводов возможность получения многомиллионного дохода очень высока, как и высока вероятность, в случае неверных выводов стать абсолютным банкротом.

Именно поэтому понимание событий на рынке и составление соответствующих выводов стали прибыльной профессией в области консультирования и управления активами.

Конечно, такая наука не осталась без внимания участников валютного рынка. Сам поиск ответа на вопрос, как анализировать рынок Форекс, является хорошим призна-

ком. Очень часто начинающие трейдеры пытаются искать «инсайдерскую» информацию или следовать трендам и практикам других, более успешных коллег, не понимая глубинных причин их успеха. Да, такой путь является предположительно наиболее легким, однако вероятность успеха мала, а вероятность потери денежных средств на оборот достаточно высока [1].

Анализирование финансовых данных на Форекс лучше всего проводить по ряду следующих причин без зависимости от того, к какому виду трейдеров себя может отнести инвестор:

- систематизация данных по значимости дает возможность производить прогнозирование потенциала движения котировки, к примеру, поднятие курса после того, как опубликовать новый показатель сможет достичь и 200 пунктов – и это за пару часов;

- фон новостей сможет влиять на динамику курса и часто возникает конфликт с техническими индексами. Подобное дисбалансное положение влечет нечасто убытки, избежание которых всегда возможно;

- для того чтобы ощущать и чувствовать рынок нужно понимать экономические процессы и их ход;

- нужно помнить, что трейдеры, когда реагируют на публикацию финансовых показателей, уже приступают к обработке вторичных данных, которые они получают от новостных фирм, получающие их уже от специализированных на этом, агентств, занимающиеся расчетом основных показателей. Крайне нечасто после публикации подобной новости торговый рынок изменяет движение, но само оживление рынка случается постоянно.

В основном, отслеживанием финансовых показателей трейдеры занимаются только по валютам, включенных в их торговый профиль. И почти постоянно туда входит USD, EUR, GBP и JPY. Сильно облегчает работы и то, что все основные показатели уже есть в финансовом календаре Форекс.

На сегодняшний день, т. е. на 19 марта 2021 года ситуация на евродолларе держится на отметке 1,19, что является нижней границей текущего накопления, а также это отметка является ориентиром, ниже которого не советуют работать в покупке [2]. Однако, в случае появления активности крупных продавцов ниже данной отметки (1,19) рекомендуется рассматривать продажи в расчете на продолжение нисходящего движения представлены на рисунке.



Изменение курса евродоллора на Forex

Есть предположение работать по евродоллару на данный момент только кратко-срочно, так как активность крупных игроков неоднозначна и единственный сценарий по которому можно удерживать покупки в среднесрочной перспективе это начало мощного импульсного движения, пробой верхней границы накопления без какого либо сопротивления, закрепление и движений к значению 1,21. Именно такое движение позволит удерживать позицию в полном объеме, однако оно слабореализуемо. Поэтому следует сосредоточиться только на внутредневной торговле.

Также на данный момент рассматривается прогноз в период с 22 марта по 26 марта [3]. В пятницу 26 марта пройдет европейская сессия по результатам которой индекс делового климата IFO Германии подрастет с 92,4 до 93, что является положительным знаком для единой европейской валюты. Ситуация на сегодняшний день показывает то, что наиболее быстрая вакцинация в США (34 % вакцинированных) и разная скорость экономического роста напрямую влияют на ситуацию с евродолларом. Поэтому можно говорить о том, что приближение весны положительно повлияло на укрепление доллара против основных мировых валют, так как по сравнению с февралем, когда розничные продажи, промышленное производство и прочее показывали разочаровывающую статистику.

Розничные продажи, которые являются британским индикатором, также покажут свою статистику 26 марта, здесь ожидается проседание на 3,8 % в годовом исчислении и рост на 4,5 % в месячном исчислении. В условиях ускоренной вакцинации Британии улучшается эпидемиологическая ситуация, и соответственно может улучшиться макро-статистика, что окажет поддержку британскому фунту. Также данная ситуация скажется и на других индикаторах, таких как инфляция, деловая активность, рынок труда.

Ситуация на фунт-доллар такова, что там прослеживается консолидация в диапазоне 1,38–1,4 и по рекомендациям следует «идти на пробой» верхней границы, т. е. выше значения 1,4.

Результат заседание национального банка Швейцарии будут известны 25 марта, но по данным статистики на данный момент идет восстановление швейцарской экономики, так как с октября по январь наблюдается рост от 3,2 до 3,7, и также падает уровень безработицы. Однако ситуация может измениться, так как главным торговым партнером Швейцарии является еврозона, которая находится в плачевном состоянии [4]. Таким образом, существуют определенные риски для швейцарского франка, так как выведение Швейцарии из дефляции способствует ослаблению национальной валюты.

Рассматривая индикатор деловой активности статистика индекса менеджера по закупкам в производственном секторе Британии прогнозируется оказаться на показателе 55,6, а также предполагается положительная динамика статистики сферы услуг после снятия ограничений. В тоже время индикатор деловой активности в еврозоне показывает не столь хорошие результаты, это связано с медленной вакцинацией и с большими ограничениями в странах валютного блока (Франция), однако даже сфера услуг по прогнозам не способствует улучшению данной ситуации в Еврозоне.

Особенно важным событием на данный период являются переговоры между США и Китаем, и, по отрицательным прогнозам, если доходность казначейских облигаций продолжит расти, а на Фогех будет виднеться торговая война, то китайская и европейская валюта может оказаться под дополнительным давлением, что может способствовать движению основной валютной пары (евродоллар) вниз [5].

Таким образом ситуация на рынке Форекс складывается неоднозначно. В мире начинается третья волна пандемии коронавируса. Растет количество заболевших, несмотря на вакцинацию населения, Однако мы можем только просчитывать вероятность положительного влияния на евродоллар из-за быстрой вакцинации США. Но опубликованный накануне отчет по заявкам на пособие по безработице в США показал 770 тысяч новых обращений при прогнозе 700 тысяч. Опубликованная на этой неделе амери-

канская отчетность показывает, что экономика Соединенных Штатов не спешит восстанавливаться.

Печальная ситуация также складывается и в Евророзоне, и в данный момент говорить о восстановлении стабильной ситуации на рынке не имеет смысла. Остается только ждать результатов апрельской сессии и надеяться на улучшение ситуации.

Библиографические ссылки

1. Финансовые показатели на торговом рынке Forex [Электронный ресурс]. URL: <https://forexareal.ru/finansovye-pokazateli-na-torgovom-rynke-forex-chast-1-iz-3.html> (дата обращения: 12.05.2021).

2. Анализ рынка Форекс [Электронный ресурс]. URL: <https://gerchik.co/blog/stati-dlya-treyderov/tehnicheskij-analiz-rynka-foreks> (дата обращения: 12.05.2021).

3. Торговля на рынке Форекс [Электронный ресурс]. URL: <https://forexareal.ru/> (дата обращения: 12.05.2021).

4. События на рынке Форекс с 15 по 19 марта 2021 года [Электронный ресурс]. URL: <https://ru.investing.com/> (дата обращения: 12.05.2021).

5. Торговые инструменты [Электронный ресурс]. URL: <https://my.liteforex.com/ru> (дата обращения: 12.05.2021).

References

1. Financial indicators on the Forex trading market [Electronic resource]. URL: <https://forexareal.ru/finansovye-pokazateli-na-torgovom-rynke-forex-chast-1-iz-3.html> (accessed: 12.05.2021).

2. Forex Market Analysis [Electronic resource]. URL: <https://gerchik.co/blog/stati-dlya-treyderov/tehnicheskij-analiz-rynka-foreks> (accessed: 12.05.2021).

3. Forex Trading [Electronic resource]. URL: https://forexareal.ru (accessed: 12.05.2021).

4. Events on the Forex market from March 15 to March 19, 2021 [Electronic resource]. URL: <https://ru.investing.com/> (accessed: 12.05.2021).

5. Trading instruments [Electronic resource]. URL: <https://my.liteforex.com/ru> (accessed: 12.05.2021).

© Алексеева А. И., Феоктистова К. В., Гущина М. Р., 2021

УДК 751.4

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В КОНКУРЕНТНОЙ БОРЬБЕ МЕЖДУ США И КИТАЕМ

А. С. Емельянова, Е. А. Николенко
Научный руководитель – И. С. Фадеева

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева
Российская Федерация, 660037, г. Красноярск, просп. им. газеты «Красноярский рабочий», 31
E-mail: fadeeva_is@mail.ru

В конкурентной борьбе на уровне глобальной экономики используются различные современные информационные технологии, результаты применения которых, отражаются на деятельности компаний, стран, отношениях между ними. Поэтому данная тема является весьма актуальной. Яростными конкурентами современности, которым посвящена статья, стали США и Китай.

Ключевые слова: конкурентная борьба, информационные технологии, международная торговля.

INFORMATION TECHNOLOGY IN THE COMPETITION BETWEEN THE UNITED STATES AND CHINA

A. S. Emelyanova, E. A. Nikolenko
Scientific supervisor – I. S. Fadeeva

Reshetnev Siberian State University of Science and Technology
31, Krasnoyarskii rabochii prospekt, Krasnoyarsk, 660037, Russian Federation
E-mail :fadeeva_is@mail.ru

In the competition at the level of the global economy, various modern information technologies are used, the results of which are reflected in the activities of companies, countries, and relations between them. Therefore, this topic is very relevant. The USA and China have become fierce competitors of modernity, to which the article is devoted.

Keywords: competition, information technology, international trade.

Еще с давних времен существовала борьба между группировками, в современном мире ведется борьба за лидерство между государствами с использованием всего набора достижений научно-технического прогресса. Развитие информационных и других прорывных технологий во второй половине XXI века позволило создать качественно новое поколение средств информационного воздействия, что существенно расширило сферы их применения, а также послужило материальной базой развития существующих и появлением новых угроз в информационном пространстве на глобальном, региональном и национальных уровнях.

В условиях экономики смешанного типа предприниматели находятся в постоянной конкуренции и ведут постоянную борьбу за внимание потребителей [5]. Конкурентная борьба – это меры и действия компании, направленные на сохранение и рост доли рынка, а значит на удержание и увеличение числа своих клиентов.

Цели конкурентной борьбы бывают двух типов. Минимальная цель конкурентной борьбы – удержать текущих покупателей и не дать им переключиться на конкурентов.

Максимальная цель конкурентной борьбы – отобрать покупателей у основных конкурентов компании, страны-конкурента. На конкурентном рынке соперники используют различные методы борьбы: ценовые, неценовые, нечестные (рисунок 1). На современной рыночной арене, перенасыщенной компаниями, для того чтобы удерживать свои позиции на рынке, предприниматели должны четко видеть собственную стратегию фирмы, а также внимательно следить за изменениями законодательства касаясь своей деятельности.

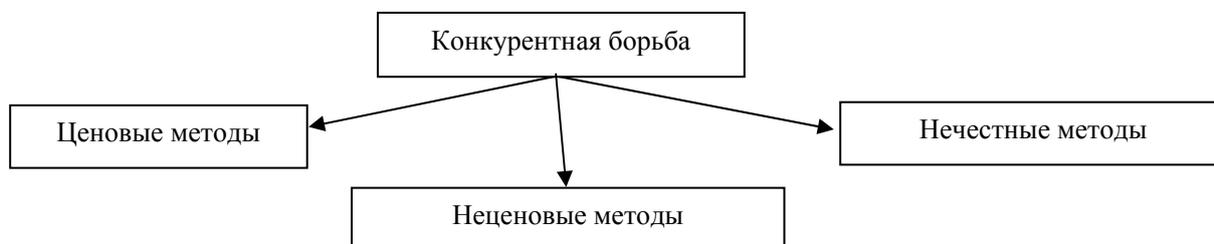


Рис. 1. Методы конкурентной борьбы

Использование современных информационных технологий в конкурентной борьбе между компаниями или странами представляет собой комплексное воздействие или совокупность информационных мероприятий на систему управления конкурирующей стороны, с применением специально разработанных информационных кампаний. Информационная кампания, в свою очередь, является спланированным с определенными целями и задачами поток информации, распространяемый с помощью различных средств и каналов массового и индивидуального информирования, который характеризуется протяженностью во времени и интенсивностью [6].

Многие государственные системы управления стали информационно зависимыми. Любой сбой в стандартной работе компьютерных систем и телевизионных коммуникаций может нанести непоправимый урон в энергетической и финансовой сфере. Сохранять конфиденциальную информацию становится все сложнее в связи с тем, что объем генерируемой информации непрерывно увеличивается. Никто не сможет гарантировать сохранность личных данных.

Применение современных информационных средств в конкурентной борьбе между странами опасно, поскольку подрывает политические, экономические и социальные основы государств-противников, их территориальное раздробление, обеспечение благоприятных материальных и экологических условий жизни своего населения за счет других государств.

С развитием информационных технологий и способов передачи данных появилось много возможностей для распространения выгодной информации и для узнавания личной информации соперника (взлом данных). То, что средства массовой информации и политические деятели так или иначе представлены в интернете – можно сказать, что сейчас конкурентная борьба на основе информационных технологий проходит в сети Интернет. Самой главной целью при этом, является получение экономического, финансового доминирования, будь то борьба между двумя фирмами-конкурентами, или государствами, которые хотят получить больше с меньшими затратами – вот как раз Интернет и средства связи и помогают добиваться такой цели.

Интернет является уникальной технологией, которая в сочетании с современными методами политических технологий по соотношению цена-эффективность на несколько порядков превосходит все остальные. Также к плюсам ведения войн в Интернете можно отнести: анонимность, масштабность распространения, отсутствие верификации, многонациональность пользователей. Следовательно, из существующих средств

массовой коммуникации Интернет предоставляет наиболее удобные и широкие возможности для ведения информационного противоборства [6].

Наиболее ярким примером современной конкурентной борьбы с масштабным использованием информационных технологий можно назвать отношения одних из ведущих экономик мира США и Китая. Одним из важнейших орудий в данном противостоянии является информационная война с помощью средств массовой информации (СМИ).

Все началось, еще во время предвыборной компании осенью 2016 года Дональд Трамп начал информационную борьбу – критиковал торговые отношения с Китаем. Также он инициировал расследование о краже интеллектуальной собственности США Китаем в августе 2017 года (расследование поручили торговому представителю), обвинение заключалось в том, что: торговая политика Китая в отношении интеллектуальной собственности наносит ущерб американскому бизнесу и рабочим местам. Несколько администраций уже пытались решить данную проблему [1]. Из-за того, что агрессивных действий на законодательном уровне или межнациональных отношениях не было, можно назвать данные высказывания «информационной атакой» с целью привлечения внимания к проблеме.

На рисунке 2 наглядно видно, как велась торговля между странами. Торговля между странами была однобокой, поскольку США имели большой и растущий торговый дефицит с Китаем. Дефицит торгового баланса США составлял 375,6 млрд долларов США в 2017 году до начала торговой войны, а во время проведения достиг 378 млрд долларов США в 2018 году [4]. Началом торговой войны была новость от 2018 года о введении США 25 % тарифа на импорт Китая на сумму 34 миллиарда долларов США.

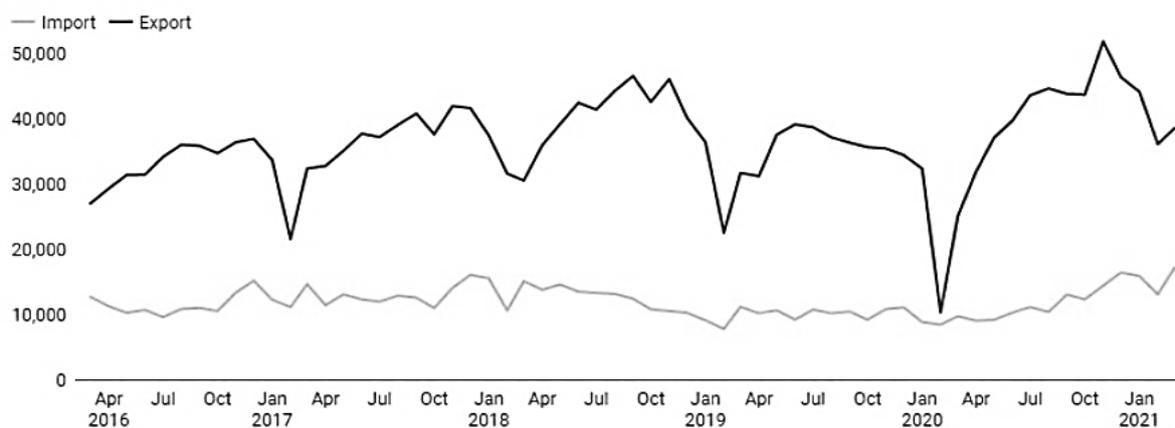


Рис. 2. Ежемесячная торговля Китая с США в млн. дол. США

В период осложнения экономической ситуации в связи с коронавирусной инфекцией конфликт стал более явным: группа сенаторов США вынесла на рассмотрение законопроект, предусматривающий санкции против Китая из-за распространения инфекции. По информации на сайте сенатора ограничительные меры против Китая предполагалось ввести, если Пекин не предоставит полной информации о событиях, вызвавших пандемию [2].

Продолжающаяся по сей день пандемия наносит крайне негативное влияние на мировую экономику, а ее окончательные итоги можно только прогнозировать. От ограничений на трансграничную торговлю, транспорт и другие виды мобильности и бизнеса в наиболее существенной степени страдают страны, которые глубже интегрированы в мировые цепочки производства и поставок.

Подводя итоги в отношении США и Китая, мы можем сказать, что конкурентная борьба, основанная на использовании современных технологий не существует сама по

себе. Конфликт между странами был вызван дефицитом торгового баланса и обострился на фоне пандемии. Так как пандемия негативно повлияла на мировой экономический рост, огромное количество стран не смогли с ней совладать, в том числе и США. По данным Американских СМИ можно заметить, что чем хуже было экономическое положение США, там больше было резких заявлений главы государства в сторону Китая. Китай закрылся с целью снизить распространение коронавирусной инфекции, но такое положение дел ухудшило экономические отношения страны, но это позволило Китаю начать восстановление уже к середине 2020 года. После спада в 1-м квартале года ВВП Китая уже весной 2020 года возобновил экономический рост наряду с основными макроэкономическими параметрами [3; 7].

В то время, когда Китай начал восстанавливаться, США пытались найти союзников в виде других стран против Китая. Основная задача конкурентной борьбы, основанной на широком применении современных, в первую очередь, информационных технологий, – ослабить соперника, пусть и заведомо ложной информацией. В данной войне невозможно определить победителя, она не возникает сама по себе, это скорее оружие для поиска союзников, как со стороны других государств, так и среди населения страны. В условиях ограничений и напряженных ситуаций в странах легко вести информационные войны на мировом уровне, так как люди подвержены верить слухам, распространяемым в информационном поле. Следовательно, можно сделать вывод, что с помощью использования современных информационных технологий в конкурентной борьбе с другими странами, можно намного легче направить ситуацию на экономической арене в свою сторону. Чем сложнее и прогрессивнее становятся технологии, тем изощреннее становится конкурентная борьба.

Библиографические ссылки

1. Wroughton L., Mason J. Trump orders probe of China's intellectual property practices [Электронный ресурс] // Reuters. 2017. URL: <https://www.reuters.com/article/us-usa-trump-trade-china-idUSKCN1AU23N> (дата обращения: 12.05.2021).
2. В сенат США внесли проект закона о санкциях против Китая из-за COVID-19 [Электронный ресурс] // RBC. 2020. URL: <https://www.rbc.ru/politics/13/05/2020/5ebb39af9a7947afaf4414b6> (дата обращения: 12.05.2021).
3. Ерохин В. Л. Влияние пандемии COVID-19 на экономику Китая: предварительная оценка и прогноз восстановления [Электронный ресурс] // Маркетинг и логистика. 2021. № 1(33). С. 5–16. URL: <https://marklog.ru/vlijanie-pandemii-covid-19-na-jekonomiku-kitaja-predvaritel'naja-ocenka-i-prognoz-vosstanovlenija/> (дата обращения: 12.05.2021).
4. Отношения США И Китая: Продолжается ли торговая война при президентстве Джо Байдена? [Электронный ресурс] // Акции Китая. 2021. URL: <https://chinastocks.net/china-2/usa-china-war-2021/?lang=ru> (дата обращения: 12.05.2021).
5. Парфенов А. А., Семенова Ю. Е. Современные методы конкурентной борьбы [Электронный ресурс] // Интеграция науки и производства. 2019. № 6. С. 110–114. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=42336471> (дата обращения: 12.05.2021).
6. Сулейманова Ш. С., Назарова Е. А. Информационные войны: история и современность : учебное пособие. М. : Международный издательский центр «Этносоциум», 2017. 124 с.
7. Подходы к оценке информационной обстановки в Соединенных Штатах Америки [Электронный ресурс] / В. П. Эльяс, Р. П. Баранов, М. О. Маричев [и др.] // Информационные войны. 2020. № 4(56). С. 28–31. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=44386774> (дата обращения: 12.05.2021).

References

1. Wroughton L., Mason J. Trump orders probe of China's intellectual property practices [Electronic resource] // Reuters. 2017. URL: <https://www.reuters.com/article/us-usa-trump-trade-china-idUSKCN1AU23N> (accessed: 12.05.2021).
2. The US Senate introduced a draft law on sanctions against China due to COVID-19 [Electronic resource] // RBC. 2020. URL: <https://www.rbc.ru/politics/13/05/2020/5ebb39af9a7947afaf4414b6> (accessed: 12.05.2021).
3. Erokhin V. L. The impact of the COVID-19 pandemic on the Chinese economy: a preliminary assessment and forecast of recovery [Electronic resource] // Marketing and Logistics. 2021. № 1(33). Pp. 5–16. URL: <https://marklog.ru/vlijanie-pandemii-covid-19-na-jekonomiku-kitaja-predvaritelnaja-ocenka-i-prognoz-vosstanovlenija/> (accessed: 12.05.2021).
4. US-China Relations: Does The Trade War Continue Under Joe Biden's Presidency? [Electronic resource] // Chinese Stocks. 2021. URL: <https://chinastocks.net/china-2/usa-china-war-2021/?lang=ru> (accessed: 12.05.2021).
5. Parfenov A. A., Semenova Yu. E. Modern methods of competitive struggle [Electronic resource] // Integration of Science and production. 2019. No. 6. Pp. 110–114. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=42336471> (accessed: 12.05.2021).
6. Suleymanova S. S., Nazarova E. A. Information wars: History and modernity: A textbook. Moscow : International Publishing Center “Ethnosocium”, 2017. 124 p.
7. Approaches to assessing the information situation in the United States of America [Electronic resource] / V. P. Elyas, R. P. Baranov, M. O. Marichev [et al.] // Information Wars. 2020. № 4(56). Pp. 28–31. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=44386774> (accessed: 12.05.2021).

© Емельянова А. С., Николенко Е. А., 2021

УДК 338

ГИГ-ЭКОНОМИКА И ИЗМЕНЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА

Н. В. Клемюк

Научный руководитель – Е. В. Логинова

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева
Российская Федерация, 660037, г. Красноярск, просп. им. газеты «Красноярский рабочий», 31
E-mail: Klemuk_natali@mail.ru, lasfloresofdespiration@gmail.com

Цифровая экономика способствует развитию новых моделей бизнеса, позволяют объединять усилия для создания инноваций, инвестирования, поиска сотрудников, партнеров, ресурсов и рынков сбыта. Она обеспечивает возможность коммуникаций, обмена идеями и опытом. Цифровые технологии могут играть ключевую роль в обучении сотрудников, обмене знаниями, реализации инновационных идей, в том числе и в социальной сфере. В статье рассматривается появление нового феномена – гиг-экономика и его влияние на изменение человеческого капитала.

Ключевые слова: цифровая экономика, гиг-экономика, человеческий капитал, фриланс, информационно-коммуникационные технологии, цифровые ресурсы, управление социально-экономическими отношениями.

GIG ECONOMY AND HUMAN CAPITAL CHANGE

N. V. Klemyuk

Scientific supervisor – E. V. Loginova

Reshetnev Siberian State University of Science and Technology
31, Krasnoyarskii rabochii prospekt, Krasnoyarsk, 660037, Russian Federation
E-mail: Klemuk_natali@mail.ru, lasfloresofdespiration@gmail.com

The digital economy contributes to the development of new business models, allows you to combine efforts to create innovation, investment, search for employees, partners, resources and sales markets. It provides an opportunity for communication, exchange of ideas and experiences. Digital technologies can play a key role in training employees, sharing knowledge, and implementing innovative ideas, including in the social sphere. The article examines the emergence of a new phenomenon – the gig economy and its impact on the change in human capital.

Keywords: digital economy, gig economy, human capital, freelance, information and communication technologies, digital resources, management of socio-economic relations.

Гиг-экономика (gig-economy) – новоявленный феномен, который можно отнести к альтернативной модели цифровой экономики. Сегодня многие сферы экономики и общественной жизни привлечены в данное активно развивающееся явление [1].

Причина, по которой гиг-экономика находится под пристальным вниманием экономистов последнее десятилетие, заключается в том, что современные информационные технологии настолько снизили барьеры для участия в экономических взаимосвязях, что различные формы участия в гиг-экономике стали легкодоступными для беспрецедентного количества экономических агентов. То, что воспринималось как побоч-

ная деятельность всего пару лет назад, превратилось в отрасль экономики с миллионами участников и миллиардным оборотом в долларах США [2].

Это происходит потому что гиг-экономика обеспечивает занятость населению в глобальном масштабе, но не каждый работник гиг-экономики доволен и перешел в эту сферу добровольно. Да, значительная часть работников делают это по собственному выбору и довольны, для них гиг-экономика принесла более высокую автономию и гибкость, что хорошо в большинстве случаев, но некоторые преимущества, которые были доступны для традиционных работников, стали для них теперь не доступны.

Трудности, вызванные соответствием, уже являются проблемой для многих компаний, и в случае если эти компании заинтересованы в последующем развитии и повышении показателей финансово-хозяйственной деятельности, они также должны понимать потребности своих внештатных сотрудников. Теперь работники гиг-экономики также являются важной частью рабочей силы, и поэтому их интеграция также должна быть в центре интересов предприятия.

Аутсорсинг – это общая тенденция в экономике, когда услуга, являющаяся вспомогательной по отношению к основной миссии компании, часто передается на аутсорсинг компании, специализирующейся на данном конкретном виде услуг. Для каждой задачи мы хотим найти наиболее эффективный способ ее выполнения. Если мы передаем задачи только сотрудникам компании – будь то основная компания или компания, которую мы передаем на аутсорсинг, – мы ограничиваем круг возможных работников. Во многих случаях для выполнения данной задачи лучший человек для ее выполнения находится за пределами компании – и в гиг-экономике этот самый лучший человек будет назначен для выполнения этой задачи.

Чаще всего гиг-экономика ценится за более высокий уровень самостоятельности, который она принесла работникам, и ценовое преимущество, которое она принесла работодателям. Однако цена такой свободы — нестабильность, которая, кажется, не исчезает со временем.

Профессиональные навыки и компетенции, сами по себе не могут принести дохода, так как требуется продать их на рынке. Вы не можете и дальше называть себя высокооплачиваемым и требуемым рынком свободным фрилансером-консультантом, если например клиенты больше не нуждаются в ваших услугах. Именно поэтому постоянная производительность становится особенно важной для независимых профессионалов.

Использование цифровых технологий позволило исключить посредников между исполнителем и его клиентами, что положительно повлияло на время исполнения операций и производительность.

По мнению специалистов в области цифровизация экономических отношений, помимо всего вышесказанного цифровые технологии также предоставляют бизнесу следующие дополнительные преимущества [3].

1. Упрощение денежных операций, повышение роли электронных и цифровых денег.
2. Становление и развитие возможностей дистанционной работы.
3. Внедрение электронного документооборота.
4. Использование достоинств открытости и доступности рынков.
5. Увеличение значения уровня производительности.
6. Понижение себестоимости товаров и услуг.
7. Понижение уровня бюрократии.

Доступность интернета и рост автоматизации создали новую среду, в которой организации могут заключать краткосрочные контракты с независимыми работниками. Компании могут заключать контракты с экспертами для конкретных проектов, которые могут быть дорогостоящими для содержания персонала. Также предприятия могут экономить ресурсы на аренде офисных помещений и обучении персонала.

По мнению Л. В. Лapidус, гиг-экономика (gig economy) – это всеобщее распространение новых видов частичной занятости и краткосрочных трудовых контрактов вместо долгосрочных трудовых отношений с работодателем на основе штатного трудоустройства. В то же время под гиг-экономикой следует понимать новую социально-экономическую модель совместного использования трудовых ресурсов/ профессиональных навыков при условии, что работник может одновременно совмещать сразу несколько должностей в разных компаниях, расположенных в любой точке мира посредством цифровых (электронных) сервисов [4].

Особенно очевидно это в настоящее время, когда финансовый кризис, вызванный последствиями COVID-19 ударил и по этому специфическому сегменту экономики. Одним из важных факторов, которые поддерживали рост гиг-экономики, был интернет, эта тенденция поддерживается компьютерными и интернет-технологиями. Объем гиг-экономики может достичь еще большего объема, но необходимо учитывать и некоторые негативные моменты, которые могут и должны быть успешно преодолены.

Говоря о преимуществах гиг-экономики, в первую очередь подразумевают ее экономические выгоды. Гиг-экономика как новая форма экономических отношений и как новая модель занятости выгодно отличается снижением расходов на оплату труда, например, когда для разработки социально значимых и коммерческих проектов используется труд добровольцев краудсорсеров без какой-либо оплаты. Такая модель отношений становится экономически привлекательной для работодателей, т.к. ее применение влечет снижения расходов на оплату труда персонала и содержание офисов для его размещения. При этом формат гиг-экономика является привлекательным не только для заказчика-работодателя.

Фрилансер чаще всего не является официально трудоустроенным и может участвовать сразу в нескольких проектах в различных организациях в отличие от штатных сотрудников компаний. Между тем заработок фрилансера зависит, как правило, от количества выполненных заданий, а не от времени работы. Таким образом, реализовывая одновременно несколько проектов, фрилансер зарабатывает больше, чем штатный работник. Фриланс позволяет также отслеживать современные тренды на рынке труда и подстраиваться под него, получая соответствующую квалификацию и расширяя свой опыт, навыки, а значит и свою ценность на конкурентном рынке труда.

В современных условиях необходима оценка социально-экономической эффективности подготовки кадров. Вытекает необходимость применения методических подходов, учитывающих сложную взаимозависимость экономических и социальных показателей деятельности личности в процессе труда [5].

В то же время для получения широкого спектра навыков фрилансеру недостаточно просто освоить современные технологии, их нужно еще и уметь применять в практической деятельности. В таком случае на первый план выходят преимущества краудсорсинга. Краудсорсинг в первую очередь подходит молодым специалистам, которые только примеряются к существующему спросу на специальность. Участвуя в краудсорсинговых проектах, они не несут репутационных и финансовых рисков, так как в краудсорсинге изначально труд фрилансера является бесплатным. Ценным же приобретением фрилансера становится новый опыт и практические навыки. В выгоде остается также заказчик-работодатель, реализующий свой проект без лишних денежных затрат.

Реальная удаленная работа на дому уже перестала быть чем-то новым и непривычным обывателям. Всё больше людей интересуются удаленной и свободной работой, превращая её как в дополнительный заработок, так и в основной источник дохода.

По данным компании PwC, платформы, которая занимается цифровыми платежами, в прошлом году Россия вошла в ТОП-5 стран с наибольшим ростом рынка фриланса. Показатели составили, исходя из данных 300 тысяч пользователей, которые уже вышли на аутсорс-рынок.

А по оценке фриланс-платформы Upwork, российский рынок фриланса уже не первый год лидирует в Европе и занимает четвёртое место в мире. А Freelancehunt утверждает, что сегодня в России больше полумиллиона фрилансеров. Все эти данные только доказывают, что рынок фриланса активно развивался в нашей стране, а пандемия только подстегнула этот процесс. Когда миллионы человек оказались запертыми дома, десятки тысяч потеряли работу или остались без регулярных выплат, тогда актуальность фриланса приобрела новую значимость. Freelancehunt отмечает, что если раньше на сервисе регистрировалось 550–800 человек в день, то сегодня этот показатель возрос до 900–1200 человек в сутки.

Специалисты отмечают некоторые проблемные аспекты данного формата выстраивания трудовых отношений, например, отсутствие ответственности заказчиков-работодателей за условия труда самозанятых работников или правомерность применения дисциплинарных санкций в отношении людей, не являющимися постоянными работниками.

Фрилансеры в значительном числе случаев являются более мотивированными и компетентными работниками. Так, они имеют возможность извлекать выгоду из своего труда непосредственно, напрямую, без каких либо посредников, и размер этой выгоды будет зависеть только от их профессиональных качеств и способностей воспользоваться полностью имеющимися у них ресурсами: их профессиональными навыками (комплексом когнитивных, цифровых, поведенческих, социальных и др. умений) и располагаемым свободным временем.

Что касается работодателей, компании используют онлайн-фрилансеров во многих проектах, начиная от маркетинга и заканчивая до разработки приложений.

Фрилансеры – люди, которые работают не по найму и имеют право выбирать, с какими людьми и проектами им хотелось бы работать. Их заработок напрямую зависит от их желания и количества клиентов.

Обычные виды деятельности для фриланса:

- 1) SMM (продвижение в социальных сетях);
- 2) таргетинг (настройка рекламы);
- 3) дизайн (веб-дизайн, дизайн интерьеров, создание фирменного стиля и т. д.);
- 4) работа с текстом (копирайтинг, написание статей и дипломных работ, перевод иностранных текстов и т. д.);
- 5) программирование.

Рост фриланса напрямую связан с оцифровкой. Например, грамотный маркетолог сейчас нужен компаниям, которые занимаются продвижением своих продуктов в социальных сетях. Маркетолог должен быть в курсе последних тенденций рынка, знать потребности потребителей и уметь удовлетворять их. Этот специалист занимается настройкой таргетированной рекламы, e-mail-рассылками, продвижением в Instagram, YouTube, Facebook. На hh.ru есть вакансии, предлагающие зарплату 50000–70000 рублей маркетологам на удалёнке.

Оксфордский интернет-институт определил три основных мотивации для онлайн-найма: интернет источники фриланса обеспечивают доступ к расширяемому месту работы и навыкам, снижают стартовые и транзакционные издержки по сравнению с обычными источниками условного труда и снижают барьеры при найме, такие как география, то есть предприятия стремятся получить доступ к навыкам на платформах фрилансеров и преимуществам в инновациях, а также к созданию знаний, которые становятся результатом того, что корпоративная граница становится более проницаемой, и доступ к работникам за пределами их обычных каналов с различным опытом и историей работы.

Одним из недостатков найма фрилансера является неопределенность в компетенции будущего сотрудника – нет гарантии, что фрилансер будет выполнять проект

качественно и вовремя. Аналогичным образом, некоторые предприятия могут столкнуться с различными проблемами при внедрении онлайн-платформ фриланса, такими как внутреннее сопротивление, предотвращающее усиление координации.

Подводя итоги, можно сказать, что фриланс с каждым годом становится все более популярнее и оказывает все более значительное влияние на экономику разных стран. Работодатели видят плюсы во фрилансе, поэтому они стараются поддерживать новую форму занятости. Для людей возможность работать удаленно, иметь гибкий график и самому выстраивать свой коллектив становится все более и более привлекательной. Также пандемия и самоизоляция дала новый толчок к развитию удаленной работы, показав, что люди могут работать из дома и, даже, выбирать то, чем они хотят заниматься. Цифровая экономика способствует развитию новых моделей бизнеса, позволяют объединять усилия для создания инноваций, инвестирования, поиска сотрудников, партнеров, ресурсов и рынков сбыта. Она обеспечивает возможность коммуникаций, обмена идеями и опытом.

Библиографические ссылки

1. Burkard R., Dell'Amico M., Martello S. Assignment Problems, SIAM, Philadelphia, Pennsylvania, 2012.
2. Workforce Solutions for Enterprises and Independent Professionals [Электронный ресурс] / MBO Partners. URL: <https://www.mbopartners.com> (дата обращения: 12.05.2021).
3. Романец И. И. Ключевые аспекты трансформации экономики в современных условиях // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2020. Т. 9, № 4 (33). С. 310–313.
4. Машкин А. Л., Гоголина Е. С., Глаголева С. В. Тенденции гиг-экономики на современном этапе // Вектор экономики. 2020. № 9 (51). С. 8.
5. Шилович О. Б., Лихачева О. Н. Социально-экономическая эффективность повышения квалификации персонала на предприятии // Высокие технологии и инновации в науке : сб. междунар. науч. конф. СПб., 2020. С. 136–138.

References

1. Burkard R., Dell'Amico M., Martello S. Assignment Problems, SIAM, Philadelphia, Pennsylvania, 2012.
2. Workforce Solutions for Enterprises and Independent Professionals [Electronic resource] / MBO Partners. URL: <https://www.mbopartners.com> (accessed: 12.05.2021).
3. Romanets I. I. Key aspects of economic transformation in modern conditions // Azimuth of scientific research: economics and management. 2020. V. 9, No. 4 (33). S. 310–313.
4. Mashkin A. L., Gogolina E. S., Glagoleva S. V. Trends in the gig economy at the present stage // Vector of Economics. 2020. № 9 (51). S. 8.
5. Shilovich O. B., Likhacheva O. N. Socio-economic efficiency of personnel training at the enterprise // High technologies and innovations in science : International scientific conference. St. Petersburg, 2020. S. 136–138.

© Клемюк Н. В., 2021

УДК 336.7

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ В РОССИИ

Н. Ю. Мелехина
Научный руководитель – Л. Н. Ревуцкая

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева
Российская Федерация, 660037, г. Красноярск, просп. им. газеты «Красноярский рабочий», 31
E-mail: revutckayaln@sibsau.ru

В статье рассмотрены проблемы развития банковской системы в России, от функционирования которой, как неотъемлемой и важной части экономики страны, зависит динамика экономического развития в целом.

Ключевые слова: банковская система, кредитные организации, банк, Центральный банк Российской Федерации, дерегулирование.

PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF THE BANKING SYSTEM IN RUSSIA

N. Yu. Melekhina
Scientific supervisor – L. N. Revutskaya

Reshetnev Siberian State University of Science and Technology
31, Krasnoyarskii rabochii prospekt, Krasnoyarsk, 660037, Russian Federation
E-mail: revutckayaln@sibsau.ru

The article discusses the problems of the development of the banking system in Russia, on the functioning of which, as an integral and important part of the country's economy, the dynamics of economic development in general depends.

Keywords: banking system, credit organizations, bank, Central Bank of the Russian Federation, deregulation.

Современная банковская система – это система функционирования совокупности банков в стране, сложившаяся исторически, закреплённая национальными законами и основанная на единых правилах.

Завершённость переходного периода по развитости институтов рыночной экономики свидетельствует о том, что в настоящее время Российская банковская система, практически, имеет трёхуровневую структуру. Трёхуровневая система создаётся для того, чтобы в экономике присутствовали финансовые институты, способные максимально полно удовлетворить запросы потребителей. В связи с чем на территории РФ действует более 534 кредитных организаций.

Первый уровень банковской системы – наиболее крупные, системно значимые банки, которым является Центральный банк РФ, род функций и полномочия которого отличают его от других банков. Прежде всего, это установление и методическое обеспечение правил совершения и учёта банковских операций и выпуск наличных денег, организация платёжного оборота [3].

Второй уровень представлен банками с универсальной лицензией и минимальным объёмом капитала до 1 млрд рублей, у которых имеется выход, в том числе на международный рынок. На конец октября 2019 года 144 кредитные организации имели уставной капитал 1 млрд и более рублей [6]. К таким банкам в настоящее время относятся

ВТБ, Россельхозбанк, Газпромбанк, ФК «Открытие», Альфа-Банк, БинБанк, Росбанк, Северный Морской Путь, МТС-Банк, Сбербанк [4].

Третий уровень банковской системы – банки с базовой лицензией и минимальным требованием к капиталу от 300 млн рублей, рассчитанные на работу с физическими лицами, малым и средним бизнесом. Такие банки могут осуществлять практически все банковские операции, ограничения касаются только работы с иностранными клиентами, а также не имеют права открывать счета в зарубежных банках, кроме как для участия в иностранной платёжной системе [2]. В России зарегистрировано 50 банков с базовой лицензией [5]. Например, Народный инвестиционный банк, Черноморский банк развития и реконструкции, Витабанк, Жилстройбанк, Объединённый резервный банк, Почтобанк, Русский Банк сбережений, Северо-западный инвестиционно-промышленный банк, Мурманский социально-коммерческий банк и др. [5].

В настоящее время процесс, ставший результатом приспособления современной кредитной системы страны к изменившимся условиям экономики, – перестройка самой банковской деятельности, традиционных банковских операций. Этому способствовала отмена административных правил, регулирующих банковскую деятельность, т. е. дерегулирование, цель которого состоит в том, чтобы побудить банки использовать более широкий инструментарий конкуренции, активизировать рынок банковских услуг [1].

Изменения, происходящие в экономике России, позволили выявить проблемы современной банковской системы РФ, тормозящие её развитие, к которым можно отнести:

- финансовую нестабильность кредитных учреждений: не все банки оказываются способными следовать жестоким требованиям ЦБ, это касается не только «мелких» банков, но и крупных учреждений, примером тому служит отзыв лицензии у Татфондбанка, входившего в ТОП-50 по размеру активов, и в целом кризис у большого числа крупных татарстанских банков;

- проблемы ипотечной системы в России, главная из которых состоит в несоответствии цен на жильё среднему уровню доходов населения;

- конкуренцию со стороны новых кредитно-финансовых институтов, страховых фирм и инвестиционных фондов, которые привлекают вклады населения по принципу «пирамиды»;

- падение спроса на кредиты из-за высоких процентных ставок: стоимость кредитов для населения, по-прежнему, является чрезмерно высокой, поэтому гражданам тяжело расплачиваться по взятым на себя обязательствам;

- ужесточение условий банков по всем видам кредитов для населения и юридических лиц в условиях нестабильности экономической ситуации;

- нестабильную экономическую ситуацию в стране: резкие колебания курса национальной валюты, рост инфляции, безработица – всё это негативным образом сказывается на функционировании банковской системы.

Все эти проблемы существенным образом тормозят развитие банковской системы России, для решения которых необходимо расставить приоритеты в развитии этой системы и поставить задачи для их достижения.

Первейшим приоритетом в развитии банковской системы считается подготовка кадров с более высокой квалификацией, банковской культурой, представлением о бизнесе, организаторскими способностями. Банкиры нуждаются в серьёзном изучении банковского дела.

Вторым приоритетом следует признать формирование законодательного обеспечения банковской деятельности. На очереди должен быть закон о кредитном деле, в котором речь должна идти об оздоровлении кредита в России, восстановлении его производительных качеств и снижении инфляционных последствий для экономики.

Третьим приоритетом можно назвать формирование банковского сектора как системы, отрасли народного хозяйства. Сегодня в ней отсутствуют целые блоки: нет учреждений мелкого кредита, кредитной кооперации, банков развития, банковской

инфраструктуры, информационного, полного методического, научного, кадрового обеспечения, без чего не обходится ни одна отрасль современной экономики.

Четвёртым приоритетом считаем необходимость скорректировать сложившиеся представления о связи банка с производством, клиентами, ради которых они работают на рынке. У финансовых и банковских структур нет иного пути выживания кроме поворота в сторону реальной экономики. Яркое подтверждение тому состояние банковской системы в посткризисный период. Именно банки, инвестировавшие неоправданно большой объём заёмных средств, в том числе вкладчиков в спекулятивные инструменты, и при этом не проводившие анализ кредитных рисков и ликвидности в погоне за сверхприбылями, потерпели серьёзное фиаско.

Следует отметить, что банковская система России в настоящее время уже имеет довольно чёткие очертания и можно говорить о том, что её становление уже завершилось. Она соответствует рыночной структуре и рыночному механизму, но в то же время, так как идут процессы трансформации, связанные с изменениями экономики страны, а также международной ситуации, то возникают проблемы в её развитии, которые, в свою очередь, должны быть проанализированы и решены.

Библиографические ссылки

1. Афанасьева О. Н. Направления институциональной трансформации российской банковской системы // *Банковское дело*. 2016. № 4. С. 35–37.
2. Эзрох Ю. С. Меры Банка России и Правительства РФ по реструктуризации банковской системы в 2014–2015 гг. // *Банковское дело*. 2016. № 5. С. 24–32.
3. Глава ЦБ: трёхуровневая система банков позволит удовлетворить потребности экономики [Электронный ресурс]. URL: <https://tass.ru/ekonomika/4008413> (дата обращения: 14.03.2021).
4. Завьялова К., Фабричная Е. Набиуллина обрисовала новый план создания трёхуровневой банковской системы [Электронный ресурс]. URL: <https://www.banki.ru/news/bankpress/?id=9215438> (дата обращения: 14.03.2021).
5. Информационный портал banki.ru [Электронный ресурс]. URL: <https://www.banki.ru/news/lenta/?id=10204056> (дата обращения: 13.03.2021).
6. Официальный сайт Центрального банка России [Электронный ресурс]. URL: <https://cbr.ru> (дата обращения: 13.03.2021).

References

1. Afanas'eva O. N. institutional transformation of the Russian banking system // *Banking*. 2016. No. 4. P. 35–37.
2. Ezrahy Y. S. Measures of the Bank of Russia and the Russian Government on the restructuring of the banking system in 2014–2015 // *Banking*. 2016. No. 5. P. 24–32.
3. The head of the Central Bank: a three-tier system will allow banks to meet the needs of the economy [Electronic resource]. URL: <https://tass.ru/ekonomika/4008413> (accessed: 14.03.2021).
4. Zavyalova K., Fabrichnaya E. Nabiullina outlined a new plan for the creation of a three-tier banking system [Electronic resource]. URL: <https://www.banki.ru/news/bankpress/?id=9215438> (accessed: 14.03.2021).
5. Information Portal banki.ru [Electronic resource]. URL: <https://www.banki.ru/news/lenta/?id=10204056> (accessed: 13.03.2021).
6. Official website of the Central Bank of Russia [Electronic resource]. URL: <https://cbr.ru> (accessed: 13.03.2021).

УДК 871

ВЕНЧУРНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: РОЛЬ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ

А. А. Тугаринова
Научный руководитель – Д. В. Зябликов

Сибирский федеральный университет
Российская Федерация, 660041, г. Красноярск, просп. Свободный, 79
E-mail: rewtyu@mail.ru

Особого внимания удостоена существующая в большинстве развитых стран система разделения инновационного финансирования между государством, крупными промышленными компаниями и малыми инновационными фирмами частного сектора, высшими учебными заведениями и неприбыльными организациями. Один из ее центральных элементов – постоянно развивающийся механизм венчурного финансирования.

Ключевые слова: венчурный капитал, риск, инновационное предпринимательство.

VENTURE ENTREPRENEURSHIP: ITS ROLE IN THE MODERN ECONOMY AND DEVELOPMENT PROBLEMS

A. A. Tugarinova
Scientific supervisor – D. V. Zyablikov

Siberian Federal University
79, Svobodny Av., Krasnoyarsk, 660041, Russian Federation
E-mail: rewtyu@mail.ru

Particular attention was paid to the existing in most developed countries system of division of innovative financing between the state, large industrial companies and small innovative firms of the private sector, higher educational institutions and non-profit organizations. One of its central elements is a constantly evolving venture funding mechanism.

Keywords: venture capital, risk, innovative entrepreneurship.

Инженерные исследования, новые отрасли науки, развитие передовых технологий – всё это может принести огромную прибыль. Однако, всё это тесно связано с достаточно большим риском провала бизнес-идеи. Поэтому особого внимания удостоена существующая в большинстве развитых стран система разделения инновационного финансирования между государством, крупными промышленными компаниями и малыми инновационными фирмами частного сектора, высшими учебными заведениями и неприбыльными организациями. Один из ее центральных элементов – постоянно развивающийся механизм венчурного финансирования.

В целом, рискованные венчурные (от английского «venture» – рисковать) предприятия заняты разработкой научных идей и превращением их в новые технологии и продукты. На современном этапе научно-технической революции роль малого бизнеса в научных исследованиях и разработках существенно возросла. Это связано с тем, что научно-техническая революция дала мелким и средним внедренческим и высокотехно-

логичным фирмам современную технику, соответствующую их размерам – микропроцессоры, микрокомпьютеры, позволяющую вести производство и разработки на высоком техническом уровне и требующую сравнительно доступных затрат [1].

Благодаря поддержке венчурного капитала из малых инновационных компаний выросли такие гиганты как HP, Microsoft, Apple, Oracle, Yahoo, Google, Intel. Большинство перечисленных компаний приходится на США, и это не удивительно. США достигли уровня начала развития венчурной индустрии в 1980 году, в то время как Россия только в 2004 году сделала это.

Венчурное предпринимательство – это вид предпринимательской деятельности, который нацелен на инвестирование небольших исследовательских или внедренческих фирм для разработки, доводки и внедрения нововведений, имеющих рисковый, но перспективный характер. Как правило, инвестиции при венчурном предпринимательстве идут в малые и средние отрасли, частные и приватизированные. Это объясняется прибыльностью данного вложения.

Впервые о венчурном предпринимательстве узнали в 1940-х годах в США. Самостоятельную форму венчурное предпринимательство обрело в 1960–1970 годах, когда было сделано множество научных открытий в сфере электроники, а ученые, изобретатели и их менеджеры достигли немалых успехов [2, с. 56]. Успехи малых венчурных предприятий оказались настолько высоки, что большие корпорации начали создавать свои внутренние венчурные предприятия. Обострение международной конкуренции, сжатие сроков разработки технических новшеств заставило руководителей крупного капитала объединять усилия. Резкий скачок в развитии венчурного бизнеса произошел в конце 70-х годов, когда государство. Венчурный капитал поддерживает наиболее динамично развивающиеся отрасли, обеспечивающие международную конкурентоспособность, способствует появлению и развитию новых отраслей экономики, таких как электроника, современная биотехнология, е-коммерция и др.

Инновационные предприятия венчурного типа способствуют росту инвестиций в экономике, обеспечивают высокие налоговые сборы и доходы от экспорта. Рынок США представлен высокоразвитой инфраструктурой венчурного финансирования и выступает самым крупным рынком венчурного капитала в мире. Капитал для венчурных инвестиций предоставляется корпоративными и индивидуальными венчурными инвесторами. Основную часть корпоративного сектора составляют независимые венчурные фонды (компании, фирмы). Основной объем капитала фондов (более 50 %) образуется взносами государственных и частных пенсионных фондов США. Индивидуальный сектор венчурного бизнеса представляют частные инвесторы, так называемые «бизнес-ангелы», оказывающих помощь на ранних стадиях зарождения и формирования компаний.

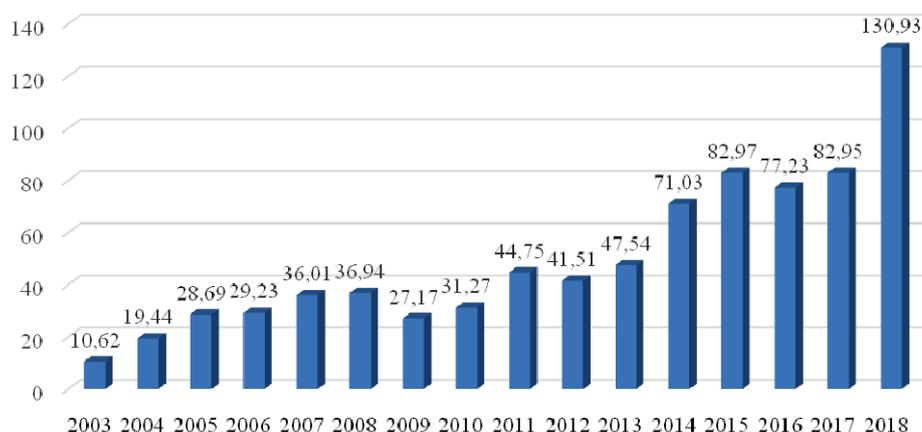


Рис. 1. Объемы венчурных инвестиций в США в 2003–2018 гг.

Тенденция роста объемов венчурных инвестиций характерна для периода с 2003 по 2008 год. Но на фоне мирового финансового кризиса (2008–2013 гг.) поток инвестиций в 2009 году упал до довольно низких значений – 27,17 млрд долл., что ниже показателя за 2008 год на 26,4 %.

К началу 2010 года венчурный капитал снова стал набирать обороты, причем в 2011 году превысил докризисный уровень на 21,1 %. Небольшой спад в 2012 году можно отнести к остаточному влиянию последствий финансового кризиса. После стабильного роста объемов венчурных инвестиций в 2012–2015 годах падение потока инвестиций в 2016 году можно связать с неустойчивым состоянием экономики США в данный период времени [3; 4]. В целом можно сделать вывод, что, несмотря на существенный спад в период кризиса, рынок венчурного капитала в США продолжает развиваться и быстрыми темпами восстанавливать и улучшать прежние показатели.

Динамика развития венчурного инвестирования в России с 2005 года приведена в табл. 3 (см. стр. 9, источник данных [5]). Тенденции развития венчурного предпринимательства (рис. 3) впечатляют. С 2005 по 2008 годы наблюдаем рост объемов венчурных инвестиций. Если в 2008 г. объемы венчурного капитала в РФ не превышали 1,5 млрд долл. США, то к концу 2011 г. суммарный объем инвестиций оценивался уже в 3,1 млрд долл. США.

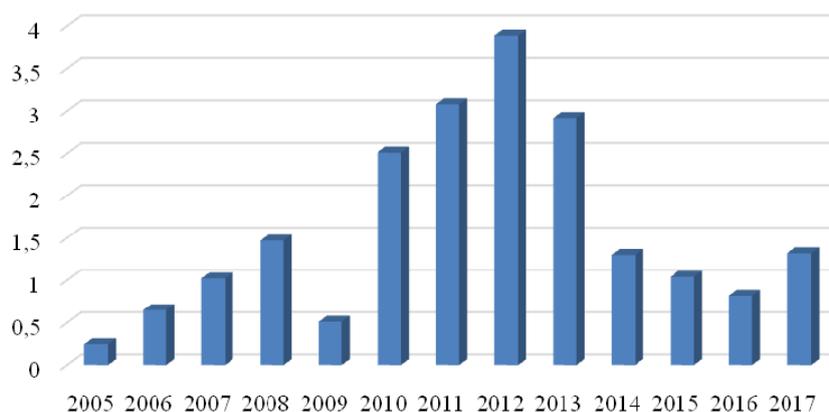


Рис. 2. Объемы венчурных инвестиций в России в 2005–2017 гг.

Но необходимо отметить значительный спад венчурных инвестиций в 2009 году до 0,51 млрд долл. (что на 65,3 % меньше по сравнению с предыдущим годом). Таким образом, глобальный экономический кризис наиболее сильно коснулся российского венчурного рынка, нежели американского. Этот факт говорит о нестабильности источников финансирования венчурного предпринимательства.

Несмотря на быстрое восстановление объемов венчурного финансирования в посткризисный период, результаты 2013–2016 годов имеют тенденцию значительного уменьшения объемов венчурных инвестиций. Они практически приобретают кризисный уровень 2009 года. Это явление можно связать с обострившейся политической ситуацией в мире и, как следствие, со значительной девальвацией российского рубля по отношению к доллару США.

В 2005–2014 годах тройка наиболее привлекательных отраслей для венчурных инвестиций выглядела следующим образом: потребительский рынок, IT-сектор, финансовые услуги. Однако минимальная доля финансирования инновационных проектов в электронике, энергетике, медицине и здравоохранении не является положительным показателем.

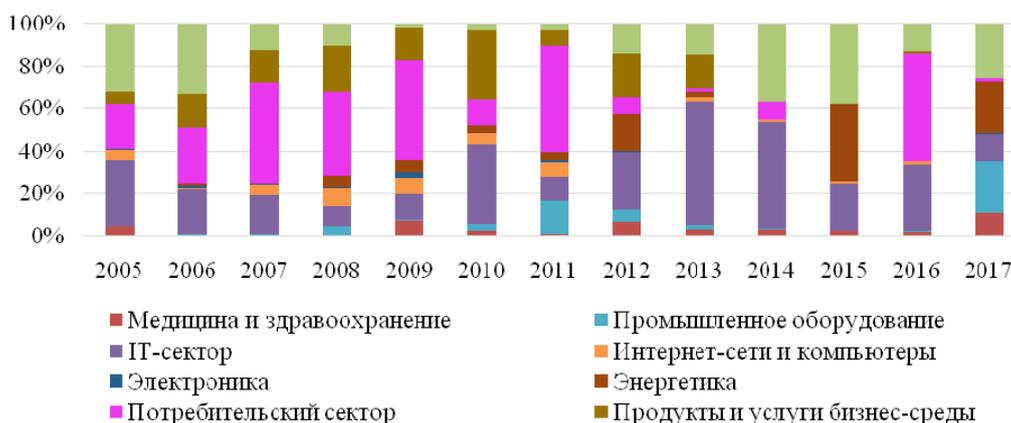


Рис. 3. Распределение венчурных инвестиций в России с 2005 по 2017 год по секторам экономики (в %)

Несмотря на ряд положительных тенденций в развитии венчурного предпринимательства в России, рынок венчурного капитала еще находится на этапе становления и имеет существенные проблемы для дальнейшего развития и расширения. Российские компании с участием государственных инвестиций постепенно увеличивают собственные вложения в инновации, но действительное еще не соответствует желаемому.

Библиографические ссылки

1. Серпилин А. Венчурные фонды – катализатор экономического роста // Рынок ценных бумаг. 1999. № 6. С. 15–19.
2. Введение в венчурный бизнес : учеб.-практ. пособие / Российская ассоциация венчурного инвестирования. СПб. : РАВИ, 2003. 356 с.
3. Kortum S., Lerner J. Assessing the contribution of venture capital to innovation // RAND Journal of Economics. 2000. Vol. 31, № 4. С. 674–692.
4. Аналитические сборники РАВИ [Электронный ресурс] : Российская ассоциация венчурного инвестирования. URL: <http://www.rvca.ru/rus/resource/library/rvca-yearbook/#download> (дата обращения: 12.05.2021).
5. Богзыкова А. Ю. Оценка современного состояния венчурных инвестиций в России: проблемы и возможные пути совершенствования // Российский экономический интернет-журнал. 2018. № 1. С. 35–50.

References

1. Serpilin A. Venture funds – a catalyst for economic growth // Securities Market. 1999. No. 6. Pp. 15–19.
2. Introduction to venture business : an educational and practical guide / Russian Venture Investment Association. Saint Petersburg : RAVI, 2003. 356 p.
3. Kortum Kortum S., Lerner J. Assessing the contribution of venture capital to innovation // RAND Journal of Economics. 2000. Vol. 31, № 4. С. 674–692.
4. Analytical collections of RAVI [Electronic resource] : Russian Venture Investment Association. URL: <http://www.rvca.ru/rus/resource/library/rvca-yearbook/#download> (accessed: 12.05.2021).
5. Bogzykova A. Yu. Assessment of the current state of venture investments in Russia: problems and possible ways of improvement // Russian Economic Online Journal. 2018. No. 1. Pp. 35–50.

УДК 339.97

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА

И. С. Чугунов

Научный руководитель – В. Г. Акулич

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева
Российская Федерация, 660037, г. Красноярск, просп. им. газеты «Красноярский рабочий», 31
E-mail: ilacugunov1@gmail.com

Международный бизнес во многом схож с национальным бизнесом, однако имеются и существенные различия, которые необходимо принимать во внимание для успешной реализации международных стратегий.

Ключевые слова: международный бизнес, экономика, риски.

PROBLEMS OF INTERNATIONAL BUSINESS DEVELOPMENT

I. S. Chugunov

Scientific supervisor – V. G. Akulich

Reshetnev Siberian State University of Science and Technology
31, Krasnoyarskii rabochii prospekt, Krasnoyarsk, 660037, Russian Federation
E-mail: ilacugunov1@gmail.com

International business is in many ways similar to national business, but there are various differences that must be taken into account for the successful implementation of international strategies.

Keywords: international business, economics, risks.

Историческое и логическое развитие международного бизнеса происходило в связи с развитием и расширением международного разделения труда и с формированием мирового рынка.

Международный бизнес – это взаимодействие организаций разных форм собственности или корпоративных подразделений, расположенных в разных странах, целью которых является получение дохода именно из-за преимущественного использования международной деятельности в сфере деловых отношений [1]. Включают различные бизнес-операции, осуществляемые двумя или более государствами. Подобные деловые отношения могут существовать между коммерческими организациями и между государственными учреждениями.

Если рассматривать международные бизнес с точки зрения международных отношений в сфере экономики, то это определенная конфигурация субъектов межгосударственной экономической деятельности, которая направлена на достижение взаимовыгодного сотрудничества.

Процесс развития международного бизнеса проявляется в особой форме взаимодействия субъектов. Этот процесс имеет определенную структуру, определенную технику, а также договоренности и стандарты поведения.

Субъектами международной торговли являются как независимые люди, так и целые социальные структуры, у которых есть внутренние мотивы, интересы, цели

и возможности для достижения в любой сфере международной экономической деятельности.

Для повышения своей конкурентоспособности на мировом рынке компании должны выходить за пределы своей страны происхождения, осваивать зарубежные рынки, привлекать и эффективно использовать иностранный капитал, ориентировать экономическое развитие на путь научно-технического прогресса и активно взаимодействовать со своими партнерами, постоянно улучшается. Если при этом страна имеет собственные природные и промышленные ресурсы, развитый научно-технический потенциал, у нее есть благоприятные стартовые условия для расширения международной торговли [1].

Условия глобализации международных бизнес-рисков являются фундаментальными изменениями в развитии новых информационных технологий, глобальных сетей связи – физических и виртуальных. Это условие можно назвать коммуникационным и маркетинговым условием для развития международного бизнеса. В то же время, наряду со снижением транспортной составляющей в цене товаров и повышением эффективности управления глобальными компаниями, на развитие международного бизнеса влияют финансовые кризисы, терроризм и преступность, которые имеют все большее значение [2]. Если раньше наиболее важными инструментами управления рисками можно было считать координацию международных бизнес-критических мер, связанных с валютной, правовой и политическим режимами каждой страны, то в настоящее время необходимо внести значительные коррективы в международные показатели, особенно связанные с ростом цен на нефть в мировой экономике или колебаниями цен на мировые валюты. Анализ глобальных рисков показывает, что они могут радикально повлиять на экономические реалии нашего мира.

Основными рисками международного бизнеса, вызванными глобализацией экономики, являются пять факторов это:

1. Ослабление позиций мировых валют. Обменные курсы оказывают существенное влияние на внешнюю торговлю различных стран, влияя на соотношение цен экспорта и импорта, вызывая изменение внутренней экономической ситуации, а также конкурентоспособность предприятий, прибыль предприятий. Это дает возможность определять результаты внешнеэкономических операций как отдельных фирм, так и страны в целом.

Сильные колебания обменного курса усиливают нестабильность международных экономических, валютных и финансовых отношений, вызывают негативные социально-экономические последствия, убытки для одних и выгоды для других.

В частности, девальвация местной валюты позволяет экспортерам этой страны снижать цены на свою продукцию в иностранной валюте, получать надбавку при обмене валюты цены на более дешевую местную валюту и продавать товары. По ценам ниже среднемировых, что приводит к их обогащению за счет материальных потерь своих стран. В то же время девальвация национальной валюты увеличивает стоимость импорта, так как иностранные экспортеры вынуждены повышать цены, чтобы получить такую же сумму в своей валюте, что стимулирует их рост в стране, снижение импорта товаров и потребление, или развитие отечественных. Производство товаров взамен импортных.

Несмотря на значительную долю доллара и евро в золотовалютных резервах таких стран, как Япония, Китай и Россия, снижение обменного курса не может не увеличивать риски, связанные с международным бизнесом.

2. Национальные кризисы в экономике. Развитие китайской экономики, 40 % ВВП которой идет на экспорт, означает, что Китай уже сыграл значительную роль в развитии мировой экономики. Но его экономика, несмотря на сильную государственную экономическую политику, может привести к тому, что кризис в некоторых секторах,

доля которых в международной торговле значительна, затронет всю экономику мира [2]. Точно так же кризис в российской экономике, которая является источником и местом назначения стран Триады, может иметь глобальные последствия для международных отношений.

3. Глобализация мировой экономики развивает распространение инфекционных заболеваний. COVID-19 оказал огромное влияние на мировую и российскую экономику. Из-за карантина многие предприятия были вынуждены временно закрыться, произошло снижение общего спроса и увеличение доли безработных. Последствия коронавируса для экономики России носят долгосрочный характер, поэтому перед компаниями по-прежнему стоит вопрос о принятии решений в условиях кризиса.

Состояние мировой экономики в 2020 году можно охарактеризовать как самое непредсказуемое в 21 веке. Циклический характер экономики сигнализирует о надвигающемся глобальном финансовом кризисе в ближайшем будущем. Ранее глобализация приводила к очень быстрому распространению птичьего гриппа в Азии, а затем и в Восточной Европе. Этот вид риска влияет на мировую экономику двояко: из-за высокой смертности, вызывая разрушение основной производительной силы общества и напрямую вызывая убытки, связанные с государственным финансированием антипандемических программ. Индустрия туризма в мировой экономике может особенно сильно пострадать из-за развития пандемии.

4. Политическая стабильность. Чтобы принять решение о будущих инвестициях в зарубежные страны, информация о политическом состоянии страны собирается из следующих источников: личный визит в страну для получения информации от местных предприятий, банка, фондового рынка, посольства страны, Международная торговая палата, которая является одним из лучших источников информации [3].

Страны считаются экономически стабильными, если у них высокий национальный доход, стабильные цены, высокая производительность в производстве товаров и услуг и высокий уровень занятости в области технологических инноваций и инвестиций.

Высокие темпы экономического роста ВВП также характеризуют высокий уровень жизни, благосостояния и инвестиций. Эти факторы очень важны для международных компаний, вкладывающих средства в эту страну. Международный бизнес сначала анализирует экономическую ситуацию, прежде чем инвестировать в страну.

5. Культурные обычаи – религия, этика и поведение различаются в каждой стране. Они имеют прямое влияние на образ жизни, образование, экономику, политическое устройство, законы. Чтобы попасть в страну с консервативными взглядами, с другой религией, необходимо будет адаптировать сам товар или услугу, создать новую рекламу, понятную для местного населения. Довольно часто компании создают эксклюзивную продукцию для страны, которая не смогла бы прижиться в другом государстве.

Таким образом, из вышесказанного можно сделать вывод, что международный бизнес – один из ключевых аспектов развития страны. Но для выхода компаниям, желающим попасть на мировой рынок, нужно проанализировать развитие капитала, экономическую, политическую культуру, правовую стабильность государства, рынок, местную культуру. Также большое значение имеет государственная поддержка международного бизнеса. Если страны объединят свои усилия, вскоре можно будет наблюдать стабильные деловые отношения между странами.

Библиографические ссылки

1. Мировая экономика и международный бизнес : учебник / под ред. В. В. Полякова. М. : КноРус, 2018. 94 с.

2. Гуреева М. А. Мировая экономика : учеб. пособие. М. : Форум, 2018. 496 с.
3. Любецкий В. В. Мировая экономика и международные экономические отношения : учебник. М. : Инфра-М, 2018. 224 с.

References

1. World Economy and International Business : textbook / ed. V. V. Polyakova. M. : KnoRus, 2018. 94 p.
2. Gureeva M. A. World economy : textbook. M. : Forum, 2018. 496 p.
3. Lyubetsky V. V. World economy and international economics. relations : textbook. M. : Infra-M, 2018. 224 p.

© Чугунов И. С., 2021

УДК 336.7

ХАРАКТЕРИСТИКА РЕАЛИЗОВАННЫХ РЕШЕНИЙ В РЕГУЛИРОВАНИИ БАНКОВСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

К. Н. Ботвич

Научный руководитель – И. А. Мисинева

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева
Российская Федерация, 660037, г. Красноярск, просп. им. газеты «Красноярский рабочий», 31
E-mail: kristina.botvich97@yandex.ru

В данной статье рассмотрены тенденции развития банковской деятельности посредством разрешения проблем, существовавших в разный период развития. Вместе с тем, отмечено, что в дальнейшем также необходимо осуществлять мониторинг развития банковского сектора экономики и распространять лучшие практики.

Ключевые слова: банковская система, реальный сектор, проблема, тенденция, кризис.

CHARACTERISTICS OF IMPLEMENTED SOLUTIONS IN THE REGULATION OF BANKING ACTIVITIES IN THE RUSSIAN FEDERATION

K. N. Botvich

Scientific supervisor – I. A. Misineva

Reshetnev Siberian State University of Science and Technology
31, Krasnoyarskii rabochii prospekt, Krasnoyarsk, 660037, Russian Federation
E-mail: kristina.botvich97@yandex.ru

This article examines the trends in the development of banking activities by solving the problems that once existed. At the same time, it was noted that in the future it is also necessary to develop the banking sector.

Keywords: banking system, real sector, problem, trend, crisis.

Вопросы, связанные с устойчивым развитием банковского сектора в современных реалиях экономики РФ, являются достаточно актуальными, что связано с потребностью в обеспечении роста эффективности государственного регулирования денежных и кредитных отношений в условиях пандемии и финансового кризиса.

По-прежнему особенно важен вопрос обеспечения стабильности национальной валюты, а также вопрос, связанный с общими условиями достижения устойчивого развития банковской системы государства. Огромную роль в развитии экономики и банковского сектора в настоящее время играют механизмы банковского надзора.

Вместе с тем, в настоящее время существует опыт решения проблем, связанных с регулированием банковского сектора [1].

1. Так, в начале двухтысячных существовала проблема, связанная с сокращением числа кредитных организаций в экономической системе РФ. Кроме того, наблюдалось снижение обеспеченности граждан многих регионов государства банковским обслуживанием.

Для решения данной проблемы были использованы следующие меры:

1) было сокращено институциональное представительство на рынке банковских услуг;
2) было проведено укрупнение кредитных организаций в регионах РФ через рационализацию внутренней структуры и совокупного предложения банковских продуктов.

2. В середине 10-х гг. наблюдался рост роли и места банковского сектора в осуществлении регулирования движения денежной массы в РФ. Был зафиксирован рост доли безналичной денежной массы с 63,6 до 77,8 %.

Данная проблема была решена следующим образом [3]:

- 1) было осуществлено повышение роли кредитных организаций в становлении экономической системы РФ через регулирование реализуемых финансовых потоков;
- 2) банковская система стала активно исполнять роль провайдера в экономике РФ;
- 3) были внедрены инновационные технологии управления в банковскую систему в экономике РФ.

3. В прошлом десятилетии констатировалось недостаточное участие банковской системы в инвестиционных процессах, которые протекали в экономике РФ. Для решения данной проблемы были применены следующие меры [2]:

- 1) сформирована мощная связь между производственными и кредитными предприятиями;
- 2) расширена функциональность кредитных организаций в осуществлении программ поддержки инвестиционной активности в экономике государства.

В заключение необходимо указать, что исследования, которые были проведены за последнее время российскими учеными, позволяют определить особенности развития банковской системы, связанные с вопросами регулирования ее функционирования. Актуальные тенденции выдвигают на передний план новые технологические, правовые, организационные и иные задачи. Это, в свою очередь, предопределяет необходимость осуществления мониторинга функционирования банковского сектора и регулярного анализа тенденций ее становления.

Библиографические ссылки

1. Лисицын И. К. Проблема ликвидности в банковском сектора // Новая модель экономического роста на основе структурной модернизации в России : материалы XVI Междунар. межвуз. науч.-практ. конф. 2019. С. 385–388.
2. Михайлова О. В. Проблема повышения конкурентоспособности банковского сектора в современных условиях // Ноосферная парадигма модернизации экономики региона: возможности и реалии устойчивого развития : сб. науч. тр. Всерос. науч.-практ. конф. 2019. С. 99–102.
3. Панкова Н. В. Анализ проблем развития банковской системы Российской Федерации // Инновационные технологии нового тысячелетия : сб. ст. Междунар. науч.-практ. конф. 2019. С. 97–100.

References

1. Lisitsyn I. K. The problem of liquidity in the banking sector // A new model of economic growth based on structural modernization in Russia : materials of the XVI International Interuniversity Scientific and Practical Conference. 2019. Pp. 385–388.
2. Mikhailova O. V. The problem of increasing the competitiveness of the banking sector in modern conditions // Noospheric paradigm of modernization of the economy of the region : opportunities and realities of sustainable development collection of scientific papers of the All-Russian Scientific and Practical Conference. 2019. Pp. 99–102.
3. Pankova N. V. Analysis of problems of development of the banking system of the Russian Federation // Innovative technologies of the new Millennium : a collection of articles of the International Scientific and Practical Conference. 2019. Pp. 97–100.

УДК 33.338.3

К ВОПРОСАМ ОЦЕНКИ РАЗВИТИЯ АЛЮМИНИЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В КРАСНОЯРСКОМ КРАЕ

Е. В. Путинцева
Научный руководитель – М. В. Кравченко

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева
Российская Федерация, 660037, г. Красноярск, просп. им. газеты «Красноярский рабочий», 31
E-mail: kraftmarina@yandex.ru

В статье представлен обзор развития рынка алюминия на фоне пандемии коронавируса основным заказчиком рынка, варианты сокращения производств и формы поддержки алюминиевой промышленности на территории Красноярского края.

Ключевые слова: алюминий, стратегия развития, ключевые потребители, пандемия, продажи.

QUESTIONS ABOUT OF ASSESSING THE DEVELOPMENT OF THE ALUMINUM INDUSTRY IN THE KRASNOYARSK TERRITORY

E. V. Putinceva
Scientific supervisor – M. V. Kravchenko

Reshetnev Siberian State University of Science and Technology
31, Krasnoyarskii rabochii prospekt, Krasnoyarsk, 660037, Russian Federation
E-mail: kraftmarina@yandex.ru

The article presents the an analysis the development of the aluminum market against the background of the coronavirus pandemic by the main customers of the market, options for reducing production and forms of support for the aluminum industry in the Krasnoyarsk Territory.

Keywords: aluminum, development strategy, key consumers, pandemic, sales.

На фоне пандемии коронавируса 2020 года мировой рынок алюминия по итогам первого квартала сжался на 6,4 %, до 14,4 млн тонн. Больше половины этих потерь спроса – 7,8 млн тонн – пришлось на крупнейший в мире китайский рынок [1].

На российском рынке в 2020 году произошло падение потребления алюминия на 30 %. Еще в апреле компании – производители продукции из алюминия (в первую очередь это производители транспортных средств, строительных материалов и упаковки) заявили, что их собственные объемы выпуска резко сократились, на 50–80 % от планировавшихся объемов. В частности, падение продаж новых легковых автомобилей в России в апреле достигло 72,4 %.

На внешних рынках падение потребления алюминия началось еще раньше, чем в России. Ключевые потребители алюминиевой продукции – автомобильная промышленность и авиастроение – сообщили о катастрофическом падении продаж в марте–апреле и о сокращении выпуска на будущие года.

По данным ассоциации European Aluminium, автомобильная промышленность потребляет 36 % выпуска алюминиевой продукции в странах ЕС, и сейчас падение миро-

вого производства автомобилей становится большой проблемой для производителей алюминиевой продукции. При этом производство автомобилей в ЕС в марте–апреле 2020 года сократилось на 2,3 млн по сравнению с аналогичным периодом 2019-го. Ряд производителей, включая Nissan и Renault, в мае выступили с заявлениями о сокращении производственных мощностей и закрытии отдельных предприятий.

Ведущие мировые авиаконцерны Boeing, Airbus и Embraer уже сообщили об остановках производства и сокращении объемов выпуска. Это автоматически отражается и на возможностях поставок алюминиевой продукции для авиаиндустрии (учитывая, что на алюминий приходится 75–80 % массы современного самолета).

Спрос на алюминиевую продукцию со стороны ключевых потребителей не сможет быстро восстановиться даже после полного завершения пандемии. Участники рынка ожидают, что восстановление спроса на алюминиевую продукцию будет происходить крайне медленно, на это уйдет от четырех до пяти лет.

И это при том, что и до пандемии ситуация на этом рынке не радовала производителей: цены на алюминий в начале текущего года находились в районе 1800 долларов за тонну (сейчас 1500 долларов), ровно год назад цены стремились к отметке 2300 долларов, а в «золотые» для отрасли времена до кризиса 2009 года они штурмовали отметку 3000 долларов за тонну.

Российская алюминиевая промышленность сосредоточена в руках одной корпорации – «РУСАЛа» – и большей частью ориентирована на экспорт. Доля экспортных поставок достигает 75 % производства, что делает зависимость отрасли от внешнеторговой конъюнктуры критической.

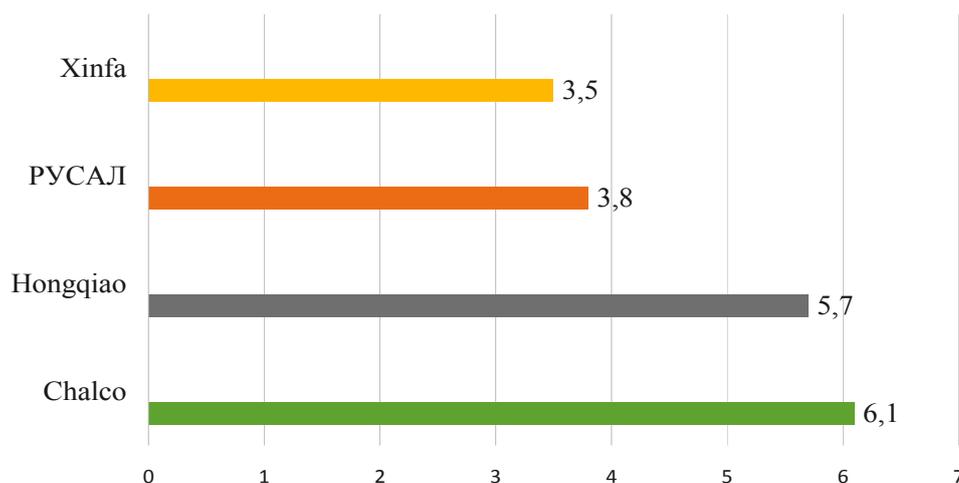
Нынешний кризис и медленное восстановление спроса влечет за собой риск существенного сокращения производственных мощностей. Аналитики оценивают потенциальный размер сокращения с производственных мощностей «РУСАЛа» в 40 %, что предполагает остановку ряда заводов (Кандалакшский АЗ, БрАЗ, НкАЗ) и сокращение производства на БрАЗе, ИркАЗе. В свою очередь остановка предприятий, основная масса которых находится в Сибири и которые являются крупными работодателями и крупными налогоплательщиками в региональные и местные бюджеты, повлечет за собой массу негативных последствий, что может дестабилизировать ситуацию в ряде регионов, где алюминиевые предприятия – градообразующие. Перезапуск алюминиевых производств после консервации тоже дорогостоящий процесс. Например, в 2018 году возобновление выпуска жидкого алюминия на БрАЗе (производство было законсервировано в 2013 году) потребовало затрат на уровне семь-восемь миллиардов рублей.

Рыночные ниши, освободившиеся в результате сворачивания внутреннего производства, в перспективе будут заполнены импортной продукцией, прежде всего из Китая, пользующейся активной поддержкой государства. Это означает потерю добавленной стоимости создаваемой в стране продукции, которая используется в производстве широкого перечня высокотехнологичных товаров – современных компонентов автомобилей, медицинского оборудования, в авиастроении, а также в строительной сфере.

Как следует из данных Геологической службы США (USGS), по итогам 2019 года всего в мире наличествовало производственных мощностей по производству первичного алюминия на 77,9 млн тонн в год, из которых на Китай приходилось 44,4 млн тонн. Для сравнения: российские мощности составляют чуть менее четырех миллионов тонн в год.

И с такими показателями еще недавно «РУСАЛ» был мировым лидером. Однако уже в 2014 году компания уступила первенство китайской Hongqiao, которая всего за год нарастила свои мощности на треть, до четырех миллионов тонн в год. По итогам 2019 года, как следует из годового отчета «РУСАЛа», российская компания в мировой таблице о рангах уже третья. Впереди другая китайская компания – Chalco, с объемом

производства 6,1 млн тонн. Следом за ней идет Hongqiao с показателем 5,7 млн тонн. А на четвертой строчке в спину «РУСАЛу» (3,8 млн тонн) дышит китайская Xinfra (3,5 млн тонн) [1].



Мировой таблицей о рангах металлургической промышленности

Точкой отсчета «китаизации» мирового алюминиевого рынка можно считать 2001 год, когда была завершена реструктуризация старого монополиста Chalco, в ходе которой корпорация утратила 50 % персонала, но сохранила 70 % активов.

Вследствие бурного развития китайской алюминиевой промышленности мировой алюминиевый рынок сейчас можно условно поделить на две сопоставимые по объемам части – китайскую и некитайскую. Причем если некитайская в посткризисный период сталкивается даже с некоторым дефицитом предложения, то китайская живет в условиях перманентного профицита, который толкает китайских производителей к экспортной экспансии. В 2018 году китайский алюминиевый экспорт приблизился к отметке 6 млн тонн, в 2019 году он составил 5,7 млн тонн. Такие объемы с лихвой покрывают имеющийся в некитайской части рынка дефицит – это в полтора раза больше, чем весь объем производства алюминия в России.

В настоящее время китайская алюминиевая промышленность, если верить расчетам USGS, уже в 2016–2018 годах работала с загрузкой 70–80 %. Простаивающие мощности – свыше 8 млн тонн, или два с лишним «РУСАЛа».

Этот масштабный «навес» китайского металла оказывает перманентное давление на остальной рынок и тянет цены вниз [1].

Сегодня на Россию и СНГ приходится лишь 24 % продаж «РУСАЛа» в денежном выражении. Среднедушевое потребление алюминия в России замерло на отметке 5,5 кг в год, тогда как среднемировой показатель составляет 7,5 кг в год, в США и Японии достигает 16 кг, а в странах с развитым металлоемким машиностроением, таких как Германия или Южная Корея, превышает 26 кг.

По оценкам «РУСАЛа», только существующий потенциал импортозамещения алюминий содержащей продукции составляет 750 тыс. тонн в год в пересчете на металл. Основной объем экспорта приходится на прокатную продукцию и фольгу (плиты, листы, лента) для производства упаковки и продукции машиностроения, а также на прутковую экструзию – те отрасли, где мы имеем развитые компетенции еще с советских времен. В нашу же страну импортируется продукция потребительского сектора: алюминиевые радиаторы отопления, посуда, профиль для мебели, полуфабрикаты для строительства и отделки.

Основными областями потребления алюминия в мировой практике в настоящее время являются транспорт (26 %) и прочие отрасли машиностроения (10 %), строительство (26 %), фольга и упаковка (15 %), энергетика (13 %).

При этом если мировое потребление алюминия в сфере строительства составляет 23 млн тонн и уверенно растет, то в России этот показатель не превышает 350 тыс. тонн [1].

Алюминий может использоваться при производстве линий электропередачи и телефонных проводов, радиолокаторов, конденсаторов. В электротехнической промышленности алюминий и его сплавы применяют для изготовления кабелей, шинопроводов, конденсаторов, выпрямителей переменного тока. В приборостроении он используется при производстве кино- и фотоаппаратуры, радиотелефонной аппаратуры, различных контрольно-измерительных приборов. Отдельная перспективная тема – использование алюминиево-магниевого сплава в машиностроении.

Алюминиевая фольга стала очень распространенным упаковочным материалом, так как она гораздо прочнее и дешевле оловянной. Алюминий стал широко использоваться и для изготовления тары для консервирования и хранения продуктов сельского хозяйства. Но хранение не ограничивается маленькими баночками, алюминий используется для строительства зернохранилищ и других быстровозводимых сооружений, востребованных в сельском хозяйстве.

В транспортном машиностроении алюминий остается основным конструкционным материалом для авиапрома и ракетно-космической отрасли. В автопроме использование алюминия в расчете на один выпущенный автомобиль увеличилось с 35 кг в 1970-м более чем до 150 кг сейчас, и, по оценкам экспертов, достигнет 250 кг уже до 2025 года. Общий объем потребления алюминия мировой автомобильной промышленностью (без учета Китая) превышает три миллиона тонн. В США запущен серийный выпуск автомобилей с полностью алюминиевым кузовом.

В России уже есть примеры использования алюминия в вагоностроении. Еще в 2017 году компания «РМ Рейл» представила вагоны-хопперы модели 19–1244 с кузовом из алюминия. Такой вагон на две тонны легче обычного. Коэффициент тары для него составляет 0,26, что на 14 % меньше, чем у традиционных моделей. В «РМ Рейл» утверждают, что алюминиевый хоппер позволяет экономить в среднем до 10 % при перевозке одной тонны минеральных удобрений.

Алюминий вместо стали в качестве основного материала намерена использовать при производстве своей продукции компания «Транспортные системы»: она является исполнителем по договору поставки трамваев между «Метровагонмашем» (входит в «Трансмашхолдинг») и «Мосгортрансом». Для трамваев «Витязь М», которые закупает в том числе Москва, будет изготавливаться алюминиевый кузов.

«Развитие продаж на внутреннем рынке – одно из приоритетных стратегических направлений нашей компании. В период с 2014 по 2018 год объем поставок на внутренний рынок увеличился более чем на 30 процентов, соответственно выросла и доля в структуре продаж компании. В 2019 году мы не только сохранили достигнутый в 2018 году рекордный уровень продаж в один миллион тонн, но и немного увеличили его, несмотря на замедление роста российской экономики», – прокомментировали представители компании.

Наибольшие перспективы внутри страны «РУСАЛ» видит в строительной отрасли. В России отмечается высокая потребность как в современных жилых площадях (по уровню обеспеченности жильем Россия почти втрое отстает от европейских стран), так и в объектах транспортной и социальной инфраструктуры.

Сегодня всеми силами пытаются спасти рынок металлургии в России. В конце 2019 года власти сообщили о начале реализации в Красноярском крае, появлении

технологической долины. Губернатор Красноярского края Александр Усс назвал это событие историческим: «Над проектом создания особой экономической зоны мы работали достаточно давно. Несмотря на сложный для всего мира период, связанный с пандемией, мы продолжаем работать над реализацией долгосрочных проектов, стратегически важных и для края, и для России. Мы уже обсуждаем дальнейшие планы по развитию ОЭЗ. Убежден, что создаваемая в Красноярске особая экономическая зона станет хорошим примером и образцовой моделью» [2].

Подобные зоны уже давно действуют в других регионах и показали свою эффективность. Так, на сегодня в Сибири расположено пять таких территорий. За время их существования в СФО было создано более 1 700 новых рабочих мест, а объем налоговых поступлений превысил 3 млрд руб. По информации Минэкономразвития РФ, одновременно с Красноярской долиной ОЭЗ появится в Омске – на старте здесь планируется запустить четыре якорных проекта с инвестициями в 23 млрд руб. Новые предприятия позволят создать более 700 новых рабочих мест в сфере нефтехимии. Кроме того, в данный момент совместно с Кемеровской областью Минэкономразвития РФ работает над созданием новой промышленной ОЭЗ.

По данным министерства, сегодня в стране 38 особых экономических зон в 31 регионе – 19 промышленно-производственных, семь технико-внедренческих, 10 туристско-рекреационных и две портовые. На середину марта в этих зонах зарегистрированы 856 резидентов, в том числе 149 компаний с участием иностранного капитала из 41 страны. Общий объем уже реализованных инвестиций со стороны частных инвесторов составляет порядка 497 млрд руб. В общей сложности запуск новых предприятий позволил создать более 42 тыс. новых рабочих мест [2].

В Минэкономразвития утверждают, что все площадки обеспечены современной инфраструктурой. И предлагают бизнесу ряд конкурентных преимуществ для реализации проектов, в том числе по локализации производства в России и выходе на евразийский рынок.

Соглашение о создании особой экономической зоны (ОЭЗ) «Красноярская технологическая долина» подписано Минэкономразвития РФ, правительством края и мэрией Красноярска в конце января. В стране сегодня реализуется почти 40 подобных проектов, однако именно красноярский является самым масштабным как по охвату территории, так и по объему инвестиций. До 2030 года инвестиции превысят 18,5 млрд руб., в том числе в первые три года реализации проекта – 6,6 млрд руб. Старт якорных производств позволит обеспечить более полутора тысяч рабочих мест [4]

Ранее власти озвучивали, что в случае дальнейшей реализации проекта инвестиции до 2040 года превысят 40 млрд руб., а суммарный выпуск продукции составит порядка 900 млрд руб. При этом будет создано до трех тысяч новых рабочих мест.

Соглашение предусматривает, что его реализация начнется уже в этом году. Технологическая долина является частью комплексного инвестиционного проекта «Енисейская Сибирь» и предполагает создание ряда производств по глубокой переработке алюминия, в машиностроении и выпуск высокотехнологичной продукции с высокой добавленной стоимостью. Кроме того, в рамках проекта предполагается тесное взаимодействие горнодобывающей, нефтегазовой и энергетической сферы. Размещение в подобных зонах дает предприятиям ряд преференций: позволяет минимизировать административные барьеры, воспользоваться налоговыми льготами и сниженными арендными платежами. Кроме того, резиденты могут получить консультационную поддержку со стороны управляющих компаний при реализации своих проектов [4].

Непосредственное размещение рядом с источником производства алюминия даст компаниям возможность использовать сырье КраЗа – транспортные и технологические издержки будут сведены к минимуму. При этом сами металлурги ранее уточняли, что

не намерены расширять производство и увеличивать объемы производимого алюминия: запуск новых местных производств позволит перераспределить сбыт металла и обеспечить постоянный рынок.

На сегодня соглашения о намерениях заключены с шестью компаниями. Базовыми проектами станут три производства по глубокой переработке алюминия и три по выпуску специализированной техники для добывающих отраслей и металлургии. В частности, речь идет о крупногабаритном экструдированном профиле длиной до 30 метров и диаметром от 450 до 700 миллиметров из алюминиевых сплавов. Эта продукция широко используется в вагоностроении, мостостроении, при монтаже большепролетных конструкций. Сегодня в стране нет ни одного подобного производства, а это означает, что запуск линии в Красноярске – это стопроцентное импортозамещение. Впрочем, пока ни инвесторы, ни власти не озвучивают объемов предполагаемого производства и потребность рынка сбыта именно этого направления. В целом потенциал по замещению иностранной продукции велик [3]. Так, на сегодня объем импорта алюминиевых полуфабрикатов в Россию составляет 138 тыс. тонн, в том числе львиная доля – это плоский прокат, фольга, литые конструкции, радиаторы и автомобильные литые диски. Предполагается, что мощности особой экономической зоны хватит, чтобы производить около 20 тыс. тонн листов и лент для строительной сферы, 25 тыс. тонн алюминиевой фольги, 40 тыс. тонн автомобильных дисков, 15 тыс. тонн строительного профиля и конструкций, 50 тыс. тонн радиаторов отопления и 10 тыс. тонн алюминиевой посуды.

Также в рамках особой экономической зоны планируется выпускать дробилки, элеваторы, грохоты и питатели, реакторы, фильтры, плавильные печи для добывающей отрасли и деревопереработки, мульдозавалочные машины, погрузчики и так далее. В правительстве региона рассчитывают, что весь этот комплекс продукции будет востребован компаниями – участниками комплексного инвестиционного проекта «Енисейская Сибирь», в рамках которого реализуется множество подпроектов.

Все производства планируется разместить в пустующей ныне промышленной зоне. Базовыми площадками особой экономической зоны являются невостребованные территории площадью почти 250 гектаров, расположенные к северу от Красноярского металлургического завода, и частично разместятся в его периметре. Треть этих земель уже зарезервирована потенциальными резидентами Красноярской технологической долины.

В особой экономической зоне промышленно-производственного типа применяется смягченный налоговый режим, а в перспективе возможно введение режима свободной таможенной зоны

В краевом правительстве сообщили о готовности предоставить необходимую инфраструктуру всем участникам проекта, тем более частично она уже присутствует на территории. Планируется начать со строительства систем электроснабжения, в том числе распределительных пунктов, кабельных линий и понизительных подстанций, а также систем тепло-, водоснабжения и канализации, автодорог.

В региональном министерстве экономики и регионального развития подчеркнули, что особенное внимание при реализации любого начинания будет уделено экологической составляющей: уже сегодня для оценки текущего состояния окружающей среды и возможных последствий для будущего в районе проведены инженерно-экологические изыскания. При исследованиях учитывалось, что производства будут оснащены современным и эффективным пылегазоочистным оборудованием.

Библиографические ссылки

1. Вверх и внутрь [Электронный ресурс]. URL: <https://expert.ru/expert/2020/23/vverh-i-vnutr/> (дата обращения: 12.05.2021).

2. Долина особого назначения [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4770948> (дата обращения: 12.05.2021).
3. Metallurgical Combine [Электронный ресурс]. URL: [201237-dolgovaya-yama-metallurgicheskie-kompaniiteryayut-platezhesposobnost](https://www.kommersant.ru/doc/4770948) (дата обращения: 12.05.2021).
4. РУСАЛ [Электронный ресурс]. URL: <https://rusal.ru/about/facts/> (дата обращения: 12.05.2021).

References

1. Up and inside [Electronic resource]. URL: <https://expert.ru/expert/2020/23/vverh-i-vnutr/> (accessed: 12.05.2021).
2. Valley of special purpose [Electronic resource]. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4770948> (accessed: 12.05.2021).
3. Article Metallurgical Combine [Electronic resource]. URL: [201237-dolgovaya-yama-metallurgicheskie-kompaniiteryayut-platezhesposobnost](https://www.kommersant.ru/doc/4770948) (accessed: 12.05.2021).
4. RUSAL [Electronic resource]. URL: <https://rusal.ru/about/facts/> (accessed: 12.05.2021).

© Путинцева Е. В., 2021

УДК 339

**ИННОВАЦИИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ
КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ИХ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ**

Л. Р. Шамсутдинова
Научный руководитель – И. А. Мисинева

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева
Российская Федерация, 660037, г. Красноярск, просп. им. газеты «Красноярский рабочий», 31
E-mail: 13lilya@list.ru

Актуальность выбранной темы обусловлена высоким уровнем конкуренции в торговой отрасли и появлением современных способов повышения конкурентоспособности предприятия через внедрение инноваций. А также повышением возможностей использования инновационных технологий и процессов автоматизации в ритейле.

Ключевые слова: инновации, конкурентоспособность, технологии, торговля, автоматизация.

**INNOVATIONS IN TRADE AS A FACTOR OF INCREASING
COMPETITIVENESS**

L. R. Shamsutdinova
Scientific supervisor – I. A. Misineva

Reshetnev Siberian State University of Science and Technology
31, Krasnoyarskii rabochii prospekt, Krasnoyarsk, 660037, Russian Federation
E-mail: 13lilya@list.ru

The relevance of the chosen topic is due to the high level of competition in the trade industry and the emergence of modern ways to increase the competitiveness of an enterprise. As well as increasing the importance of using innovative technologies and automation processes in retail.

Keywords: innovation, competitiveness, technology, trade, automation.

В современных рыночных условиях в РФ торговая отрасль показывает наибольший рост, среди других секторов российской экономики. Вследствие этого, внутри данной сферы наблюдаются жесткие конкурентные условия.

На международном уровне тенденция ужесточения конкуренции в торговле объясняется увеличением роста торгового сектора с использованием инновационных технологий. В российских торговых предприятиях уровень внедрения новшеств достаточно ниже.

Для использования инновационных технологий в торговле необходима последовательная стратегия с алгоритмом действий [5], обоснованием необходимости использования данных средств и описание инновационного инструментария.

Исследователи отмечают, что эффективность достижима тогда, когда инновационная стратегия соответствует специфике торгового предприятия, а также легко может адаптироваться под существующие рыночные условия [4].

Правильная стратегическая политика в области инновационного развития торгового предприятия помогает обеспечить компанию всеми необходимыми факторами для получения конкретных преимуществ на рынке.

Большинство инновационных проектов в торговле направлено на использование информационных технологий, так как данные технологии предоставляют широкие возможности для развития бизнеса.

С ростом количества торговых розничных сетей значительно повышается уровень конкуренции в рыночной среде. Все большее значение для эффективного управления организацией приобретает внедрение современных новшеств и инновационных технологий и систем. Данные средства упрощают рабочий процесс, начиная с поставки необходимых для организации видов торгового оборудования и установкой специализированного программного обеспечения до ввода его в эксплуатацию и проведения необходимого сервисного обслуживания и сопровождения.

Информационные технологии позволяют решать множество задач для торговых предприятий: оптимальное планирование процедуры закупки, управление запасами, анализ экономической эффективности, обработка данных.

Для того чтобы занять устойчивые позиции на рынке ритейла, многие компании уже достаточно давно автоматизировали свои бизнес-процессы.

Сфера торговли стоит на пороге серьезных изменений, которые произойдут под влиянием цифровизации, считают ученые [3]. Цифровизация предоставляет большие преимущества как для торговых предприятий, так и для потребителей. Данные тенденции способствуют повышению эффективности торговли и развитию национальной экономики в целом.

Современные информационные системы предоставляют предприятиям возможность оптимизации управления товарным ассортиментом и складскими запасами, разрабатывают гибкое и оптимальное ценообразование [3], адаптируемое под определенное предприятие, а также системы повышения лояльности потребителей. Диапазон существующих применяемых технологий обширен, начиная от ручных сканеров, заканчивая автоматическими упаковщиками и сортировщиками.

Как результат, инвестиции в инновации оборачиваются для владельцев торговых организаций появлением полного контроля над рабочими процессами, а так же увеличением финансовых показателей. Все эти элементы напрямую влияют на конкурентоспособность компании.

Библиографические ссылки

1. Ендовицкий Д. А. Организация анализа и контроля инновационной деятельности хозяйствующего субъекта / под ред. Л. Г. Гиляровской. М. : Финансы и статистика, 2019. 272 с.
2. Инновационный менеджмент : учебник / С. Д. Ильенкова, Л. М. Гохберг, С. Ю. Ягудин и др. М. : Юнити, 2020. 270 с.
3. Фатхутдинов Р. А. Инновационный менеджмент : учебник. 4-е изд. СПб. : Питер, 2018. 400 с.
4. Шмелев В. Инновации в России // Инновации. 2018. № 4(81), май. С. 15.
5. Щербаков А. И. Маркетинг инноваций. Новосибирск : НГАСУ, 2019. 21 с.

References

1. Endovitskiy D. A. Organizatsiya analiza i kontrolya innovatsionnoy deyatel'nosti khozyaystvuyushchego sub'yekta / pod red. L. G. Gilyarovskoy. M. : Finansy i statistika, 2019. 272 s.
2. Innovatsionnyy menedzhment : uchebnik / S. D. Il'yenkova, L. M. Gokhberg, S. Yu. Yagudin i dr. M. : Yuniti, 2020. 270 s.
3. Fatkhutdinov R. A. Innovatsionnyy menedzhment : uchebnik. 4-e izd. SPb. : Piter, 2018. 400 s.
4. Shmelev V. Innovatsii v Rossii // Innovatsii. 2018. № 4(81), may. S. 15.
5. Shcherbakov A. I. Marketing innovatsiy. Novosibirsk : NGASU, 2019. 21 s.

© Шамсутдинова Л. В., 2021

УДК 339.9

**ПРОБЛЕМЫ СБЫТА ПРОДУКЦИИ ОАО «КРАСЦВЕТМЕТ»,
ВОЗНИКШИЕ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ**

К. С. Фукс

Научный руководитель – А. И. Чуваева

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева
Российская Федерация, 660037, г. Красноярск, просп. им. газеты «Красноярский рабочий», 31
E-mail: fuchs.christina@mail.ru

В статье рассматривается характеристика деятельности крупнейшего регионального предприятия цветной металлургии, и одна из главных проблем в сфере сбыта, возникшая при глобальной пандемии COVID-19 для ОАО «Красцветмет».

Ключевые слова: аффинаж, COVID-19, экспорт, взаимодействие с Российским экспортным центром, антикризисные меры.

**PROBLEMS OF SELLING PRODUCTS OF JSC “KRASTSVETMET”
THAT AROSE DURING THE PANDEMIC**

K. S. Fuchs

Scientific supervisor – A. I. Chuvaeva.

Reshetnev Siberian State University of Science and Technology
31, Krasnoyarskii rabochii prospekt, Krasnoyarsk, 660037, Russian Federation
E-mail: fuchs.christina@mail.ru

The article examines the characteristics of the activities of the largest regional non-ferrous metallurgy enterprise, and one of the main problems in the field of sales that arose during the global COVID-19 pandemic for JSC “Krustsvetmet”.

Keywords: refining, COVID-19, export, interaction with the Russian Export Center, anti-crisis measures.

Аффинаж драгоценных металлов – процесс очистки извлеченных драгоценных металлов от примесей и сопутствующих компонентов, доведение драгоценных металлов до качества, соответствующего государственным стандартам и техническим условиям, действующим на территории Российской Федерации, или международным стандартам. Аффинаж драгоценных металлов могут осуществлять только организации в соответствии с перечнем, утвержденным Правительством Российской Федерации (ст. 4 Федерального закона от 26.03.1998 № 41-ФЗ «О драгоценных металлах и драгоценных камнях») (далее – Закон № 41-ФЗ) [1].

Одной из организаций, имеющих право осуществлять аффинаж драгоценных металлов является Открытое акционерное общество «Красноярский завод цветных металлов имени В. Н. Гулидова» [2]. Завод основан в 1943 году для производства аффинированных платиновых металлов из сырья Норильского месторождения. ОАО «Красцветмет» единственный в мире завод, который извлекает все восемь драгоценных металлов – золото, платину, палладий, родий, иридий, рутений, осмий и серебро.

В 2019 году по результатам анализов, выполненных центральной заводской лабораторией, аффинажное производство ОАО «Красцветмет» вновь подтвердило высокий

статус признанного во всем мире производителя золота и серебра и вновь включено в список «Good Delivery» Лондонского рынка по золоту и серебру [3].

Ежегодно ОАО «Красцветмет» перерабатывает драгоценные металлы на сумму около 1 триллиона рублей. Высокий уровень сохранности металлов, которые принадлежат партнерам компании, является одним из конкурентных преимуществ ОАО «Красцветмет». Предприятие предлагает заказчикам оптимальные и обоснованные решения конкретных задач, учитывающие специфику отрасли и особенности организации. Для реализации проектов компания обладает всеми необходимыми лицензиями и сертификатами.

ОАО «Красцветмет» стал первым в России, получившие аккредитацию Шанхайской биржи золота, поэтому они в приоритете. Остальную часть золота отправляют на Лондонский и Дубайский рынок, их общий процент экспорта составляет 30 %.

Серебро поставляется почти в половину меньше золота на Лондонский рынок драгоценных металлов и Дубайскую многопрофильную товарно-сырьевую биржу, где процент равен 18 %. Палладий – производимый предприятием наиболее востребованные на рынке и большой процент от производства, который равен 70 %, экспортируется в Лондонский рынок драгоценных металлов, Нью-Йоркскую торговую биржу и Токийскую товарную биржу. Экспорт платины составляет 68 %, что имеет незначительную разницу от палладия. И отправляется на Лондонский рынок драгоценных металлов и Нью-Йоркскую торговую биржу. Вышеперечисленная продукция имеет наибольшую популярность экспорта за рубеж, потому что является валютой между странами и зачастую все бумажные деньги имеют подкрепление драгоценными металлами.

ОАО «Красцветмет» входит в число мировых лидеров по поставкам стандартных образцов металлов, сплавов, изделий с содержанием драгоценных металлов. Имеет высокую конкурентоспособность продукта на мировом рынке, уникальность разработок и отсутствие технологических рисков эксплуатации делают данный продукт уникальным для начала взаимодействия с новыми заказчиками.

Из-за пандемии COVID-19 возникли проблемы с экспортом в страны, где наиболее распространилось заболевание. Также из-за ограничений удлиняются сроки поставок, проблемы с санкциями, возможен спад цен на нефть, который может привести к снижению цен экспортных товаров, маржа снижается.

Мировая экономика замедлится на 1 процентный пункт и это может сильно повлиять на спрос потребителя, так как происходит массовое закрытие предприятий в различных странах. Все еще существует проблема с точным прогнозированием влияния последствий пандемии, однако кризисы зачастую открывают новые возможности.

Так, АО «Российский экспортный центр» (далее – РЭЦ) в условиях мировой пандемии COVID-19 готовы расширить работу с экспортерами для помощи разрешении проблем. Среди мер поддержки – финансирование поставок, предоставление внешне-торговых гарантий, страхование контрактов, поиск партнеров за рубежом, выставочная деятельность, бизнес-миссий, обучающие программы Школы экспорта РЭЦ, аналитика и исследования для экспортеров, помощь в сертификации и патентовании. Существенно упростит жизнь экспортеров, система «Одно окно», которое разрабатывает РЭЦ. Запуск системы в эксплуатацию намечен на ноябрь 2020 года. С ее помощью экспортеры получают электронный доступ к государственным услугам, мерам поддержки, комплексному оформлению экспорта, к сервисам группы РЭЦ, институтов развития и других организаций. Более того, в перспективе «Одно окно» будет сопряжено с платформой цифрового правительства, которая разрабатывается на федеральном уровне [4].

Также в сложившиеся ситуации многие поставщики в данное время могут иметь проблемы с выполнением всех условий договора в срок. Существует вероятность, что из-за перенесения даты окончания выполнения договора, предприятие, которое является поставщиком, может обанкротиться за этот срок. Китай, является основным потре-

бителем российских поставщиков. Пандемия уже усложнила транспортировку, а также процесс заключения сделок, поскольку люди привыкли вести все переговоры лично, а сейчас приходится отдавать предпочтение видеосвязи, многие программы не выдерживают перенагрузку системы и зачастую переговоры длятся не один день. Российская сторона предложила в порядке исключения пересекать границу транзитом.

Пандемия обрушила продажи ювелирных украшений на 50–70 %, кризис в ювелирной отрасли можно объяснить тем, что произошло смещение потребительского спроса к товарам первой необходимости, массовое закрытие магазинов и ТЦ и также плохая оснащенность сайтов к полностью перемещению заказов в онлайн-режим. Традиционно весна является пиковым сезоном продажи ювелирных украшений, и даже в самоизоляции люди продолжают отмечать семейные и различные гендерные праздники. Было подмечено онлайн-площадкой Wildberries, что не зависимо от сокращения расходов людей на различные предметы роскоши, спрос на ювелирные изделия восстанавливается и даже растет. Народ продолжает покупать украшения в подарок, и даже некоторые покупатели рассматривают ювелирные изделия, как инвестиции. Российский экспортный центр усиливает поддержку экспортоориентированных предприятий в период пандемии. Независимо отводимых различных ограничений, система ТПП РФ продолжает предоставлять сертификаты происхождения товаров и акты экспертизы организациям в целях осуществления внешнеэкономической деятельности.

РЭЦ запустил антикризисный штаб для экспортеров, в котором проводят анализ экспортной географии и определяют потенциальные рынки 67 для российских предприятий. Формируется комплекс мер, с помощью которых появляется возможность в оперативном выявлении экспортной ниши, а также верифицировать потенциал новых экспортных поставок в связи с изменением международной торговой конъюнктуры. РЭЦ помогает открыть новые возможности для предприятий вовремя пандемии и стоит воспользоваться их услугами для облегчения жизненного цикла организации в сложное время.

Кроме того, РЭЦ предоставил новые антикризисные меры для экспортеров, которые содержат подробное разъяснение о порядке и требованиях законодательства при проведении таможенного оформления экспорта и также перечень обязательных документов и форм осуществления таможенного контроля [5].

В рекомендации по ведению экспортной деятельности в кризисный период включаются такие разделы, как:

- логистика;
- получение разрешительных документов для экспорта;
- получение документов о подтверждении соответствия продукции;
- кредитно-страховая поддержка, субсидиарная поддержка;
- экспорт по каналам электронной торговли;
- меры, принимаемые в России и за рубежом в связи с пандемией COVID-19 и другое.

Рассмотрим более подробно экспорт по каналам электронной торговли. ОАО «Красцветмет» имеет дополнительный сайт по продаже ювелирных изделий, что является комфортным поиском необходимой информации для заказчиков [6].

Одним из больших минусов для осуществления экспорта является длительное прохождение различных инстанций. На данный момент для отчетности по многим субсидиям экспортерам необходимо привозить десятки килограммов бумаг. Зачастую сроки получения нужных документов существенно разнятся. Где-то бумаги выдаются за несколько дней, где-то и за месяц. Поэтому приведение цифровой обработке документов, будет являться огромным плюсом, как для экспортеров, так и для государства в целом. Это позволит исключить многократное предоставление одних и тех же важных документов в разные ведомства.

Также РЭЦ готовит систему «Одно окно», которая направлена на обеспечение взаимодействия участников внешнеэкономической деятельности в электронном виде. В стартовый пакет сервиса будут доступны услуги по таможенному декларированию, подтверждению нулевой ставки НДС, транспортные субсидии и ряд различных статистических и аналитических сервисов. Если посмотреть на пандемию с оптимистичной стороны, то можно заметить, что при помощи ее произошел большой цивилизационный сдвиг, проходящий сквозь поколения. Дал большой стимул предприятию развить свои интернет-сайты.

Органы власти выразили надежду, что с помощью информационной онлайн-системы действительно получится обеспечить полноценное взаимодействие с субъектами международной торговли, с органами иной государственной власти, а также и контролирующими органами. Многие депутаты высказались, что готовы посодействовать РЭЦ в организации работ по тестированию системы.

ОАО «Красцветмет» еще есть, куда стремиться по расширению сферы деятельности на международном рынке. Для повышения эффективности своей деятельности предприятие должно следовать существующим тенденциям рынка, искать пути повышения качества выпускаемой продукции и стремиться к максимальному удовлетворению потребителей. Для этого необходимо, чтобы ассортимент производимой продукции соответствовал потребностям рынка и постоянно расширялся вслед за растущими запросами потребителей. В связи с этим необходимо систематически обновлять и непрерывно пополнять ассортимент самыми востребованными и оригинальными моделями. Также рекомендуется предприятию использовать систему комплексного оформления экспорта «Одно окно» от АО «Российский экспортный центр» для более удобного и быстрого выхода на международный рынок.

Быстрая и слаженная работа во всех аспектах позволит не только достойно пережить период пандемии, но и значительно улучшить свои показатели.

Библиографические ссылки

1. Горвенко С. В. Проблемные аспекты формирования финансовых результатов организаций в современной экономике // Молодой ученый. 2017. № 8. С. 618–621.
2. Пояснительная записка к бухгалтерской отчетности ОАО «Красцветмет» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.krastsvetmet.ru/images/open-info/bukh/2008/poyasnitelnayazapiska-2008.pdf> (дата обращения: 12.05.2021).
3. Экономический анализ : учебник / В. И. Бариленко, О. В. Ефимова, Ч. В. Керимова, М. Н. Ермакова. М. : КноРус, 2017. 381 с.
4. АО «Российский экспортный центр» – поддержка экспорта РФ [Электронный ресурс]. URL: <https://www.exportcenter.ru/> (дата обращения: 12.05.2021).
5. Антикризисные рекомендации от РЭЦ во время пандемии [Электронный ресурс]. URL: https://egovburiatia.ru/mines/2020_03_26_РЭЦ_Антикризисные_рекомендации%20pdf.pdf (дата обращения: 12.05.2021).
6. Фирменный ювелирный интернет магазина ОАО «Красцветмет» [Электронный ресурс]. URL: <https://shop-krastsvetmet.ru/> (дата обращения: 12.05.2021).

References

1. Gorvenko S. V. Problematic aspects of the formation of financial results of organizations in the modern economy // Young scientist. 2017. No. 8. P. 618–621.
2. Explanatory note to the accounting statements of JSC “Krastsvetmet” [Electronic resource]. URL: <https://www.krastsvetmet.ru/images/open-info/bukh/2008/poyasnitelnayazapiska-2008.pdf> (accessed: 12.05.2021).

3. Economic analysis : textbook / V. I. Barilenko, O. V. Efimova, Ch. V. Kerimova, M. N. Ermakova. Moscow : KnoRus, 2017. 381 p.

4. JSC Russian Export Center – export support of the Russian Federation [Electronic resource]. URL: <https://www.exportcenter.ru/> (accessed: 12.05.2021).

5. Anti-crisis recommendations from the REC during the pandemic [Electronic resource]. URL: https://egovburiatia.ru/minrec/2020_03_26_РЭЦ_Антикризисные_рекомендации%20pdf.pdf (accessed: 12.05.2021).

6. Branded jewelry online store of JSC “Krastsvetmet” [Electronic resource]. URL: <https://shop-krastsvetmet.ru/> (accessed: 12.05.2021).

© Фукс К. С., 2021

УДК 338.138

ВОПРОСЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ДОМОМ ОТДЫХА «ДРУЖБА» НА ТУРИСТСКОМ РЫНКЕ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ

А. К. Ляйхлер
Научный руководитель – И. А. Мисинева

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева
Российская Федерация, 660037, г. Красноярск, просп. им. газеты «Красноярский рабочий», 31
E-mail: amalia2212@mail.ru, imisineva@mail.ru

В статье рассмотрены направления стратегического управления в сфере оказания туристических услуг в Доме отдыха «Дружба», предложены мероприятия по стратегическому развитию и рекомендованы стратегии для выхода на лидирующие позиции рынка.

Ключевые слова: стратегическое управление, направления стратегического развития, туристические услуги.

ISSUES OF STRATEGIC MANAGEMENT OF THE DRUZHBA HOLIDAY HOME IN THE TOURIST MARKET OF THE KRASNOYARSK TERRITORY

A. K. Leichler
Scientific supervisor – I. A. Misineva

Reshetnev Siberian State University of Science and Technology
31, Krasnoyarskii rabochii prospekt, Krasnoyarsk, 660037, Russian Federation
E-mail: amalia2212@mail.ru, imisineva@mail.ru

The article discusses the directions of strategic management in the field of tourist services in the Recreation Center “Druzhba”, proposed measures for strategic development and recommended strategies for entering the leading positions of the market.

Keywords: strategic management, directions of strategic development, tourist services.

В настоящее время туризм – это целая отрасль, объединяющая ряд предприятий, занимающихся организацией отдыха туристов и предоставляющих потребителю разнообразные услуги. В условиях глобального финансового и экономического кризиса создание и реализация стратегии развития становятся важнейшим условием существования туристской организации. Кроме вышесказанного, следует принять во внимание, что внутри отдельных заинтересованных групп имеются свои интересы. Туристские организации не могут ожидать от своих участников, что все они будут вести себя одинаково, поскольку существуют определенного рода противоречия между владельцами гостиниц, местными жителями и приезжими туристами. Туристская организация может быстрее уравновешивать интересы между различными задействованными в процессе обслуживания группами, если в своей деятельности она руководствуется общепринятыми нормами, приоритетами и представлениями о ценностях и имеет перед собой широкомасштабные цели по дальнейшему развитию предприятия. Как особенность туристической отрасли, необходимо отметить сезонность спроса. При решении проблемы менеджмента в туризме данное явление должно обязательно учитываться руководите-

лями туристских предприятий, поскольку колебания спроса могут существенно ухудшить условия функционирования всей туристской индустрии. Стратегическое управление в сфере оказания туристических услуг направлено на достижение целей туристической организации в условиях динамичной, изменчивой, нестабильной внешней среды, путем проведения своевременных изменений внутри организации, с целью формирования конкурентных преимуществ, позволяющих эффективно функционировать туристической организации в долгосрочной перспективе. Данное исследование направлено на изучение вопросов стратегического развития Дома отдыха «Дружба».

Дом отдыха «Дружба» – это загородный отель, расположенный в 40 минутах от Красноярска на берегу реки Енисей. Номерной фонд отеля состоит из семейных коттеджей и номеров студий, что говорит разнообразии средств размещения, подходящих под разный бюджет. Несмотря на разнообразие номеров, от постояльцев отеля поступают негативные отзывы как о наличии шума, так и о запретах шуметь после 22:00. В перспективе стратегического развития, необходимо рассмотреть идею о зонировании, которая позволит исключить негативные отзывы жильцов и обеспечит соблюдение интересов. Другим достоинством ДО «Дружба» является Аквацентр, расположенный на территории отеля. Круглогодичный комплекс бассейнов, различных видов саун и хаммамов пользуется большим спросом среди всего населения города Красноярска, что объясняется отсутствием большого предложения в городе данного вида услуг. При рассмотрении ситуации на рынке досуга, стоит отметить, что запуск аквапарка в 2026 году в городе Красноярске отразится на потоке клиентов в Аквацентре «Дружба». Для удержания клиентов необходимо рассмотреть мероприятия по развитию Аквацентра: построить 2–3 водных горки, оборудовать пляж, добавить больше блюд в меню бара. Абсолютным преимуществом Дома отдыха является питание по системе шведского стола. Сбалансированное меню на завтраки, обеды и ужины включает разнообразные блюда, широкий выбор фруктов и овощей, свежей выпечки и десертов. В связи с новой тенденцией здорового питания, для усовершенствования ресторанной службы в отеле необходимо добавить стол со здоровой пищей, не содержащей лактозу, сахар, глютен для сегмента людей, имеющих ограничение по питанию.

Качественный сервис является конкурентным преимуществом любого отеля. Из-за кадрового голодания, которое связано с отдалённостью ДО «Дружба» от города, сервис слабый. Многие сотрудники перегружены, они выполняют как свои, так и обязанности других сотрудников. Плотный график, нехватка выходных дополняется отсутствием другим составляющих в системе мотивации, что приводит к высокой текучести кадров и возникновению проблем в обслуживании. В перспективе стратегического развития, необходимо добавить такую кадровую единицу как «менеджер по персоналу», который будет заниматься формированием кадровой политики, разработкой мероприятий по обучению и адаптации персонала. Также это поможет построить руководству сервисную стратегию, которая должна быть непрерывной и интерактивной.

Говоря о типовых бизнес стратегиях, ДО «Дружба» использует комбинацию стратегий, состоящую из концентрической диверсификации (постройка Аквацентра, то есть создание производства совпадающего с профилем организации) и захвата рынка (акции на ранее бронирование Аквацентра, розыгрыши проживания в отеле, то есть увеличение доли своего продукта).

Подводя итог, можно отметить, что ДО «Дружба» на стратегический период до 2024 года заняла хорошие позиции на рынке благодаря уникальным предложениям. Однако слабый сервис отражается на репутации отеля, для решения этой задачи необходимо усилить работу в сфере кадровой политики с персоналом, так как степень мотивации у работников предельно низка. Комплекс предложенных мероприятий по стратегическому развитию повысит конкурентоспособность компании, что будет свидетельствовать о возможности успешно конкурировать на будущий рынок туристических

услуг города Красноярска. Данной организации можно рекомендовать стратегию развитие продукта, то есть стремление увеличить объем реализации через улучшение и модификацию своего продукта. Такая стратегия защитит предприятия от потерянной прибыли, позволит задуматься о развитии в долгосрочной перспективе. Модернизация существующего продукта с улучшением его потребительских свойств позволит достигнуть потребительских ожиданий, что успешно отразится на деятельности компании.

Библиографические ссылки

1. Альшулер И. Стратегическое управление на основе маркетингового анализа. М. : Вершина, 2019. 125 с.
2. Дом отдыха «Дружба» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.drujba-hotel.ru/> (дата обращения: 12.05.2021).
3. Квартальнов В. А. Теория и практика туризма. М. : Финансы и статистика, 2018. 55 с.
4. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на 2020 год [Электронный ресурс]. URL: http://economy.midural.ru/sites/default/files/files/strategiya_razvitiya_turizma_rf_do_2020_goda.pdf (дата обращения: 12.05.2021).
5. Фатхутдинов Р. А. Стратегический менеджмент. М. : ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2019. 96 с.

References

1. Altshuler I. Strategic management based on marketing analysis. M. : Vershina, 2019. 125 p.
2. Druzhba Rest House [Electronic resource]. URL: <https://www.drujba-hotel.ru/> (accessed: 12.05.2021).
3. Kvartalnov V. A. Theory and practice of tourism. M. : Finance and Statistics, 2018. 55 p.
4. Strategy of tourism development in the Russian Federation for 2020 [Electronic resource]. URL: http://economy.midural.ru/sites/default/files/files/strategiya_razvitiya_turizma_rf_do_2020_goda.pdf (accessed: 12.05.2021).
5. Fatkhutdinov R. A. Strategic management. Moscow, CJSC “Intel-Synthesis Business School”, 2019. 96 p.

© Ляйхлер А. К., 2021

УДК 332.8

УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОВРЕМЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

А. В. Федоренко
Научный руководитель – В. Г. Акулич

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева
Российская Федерация, 660037, г. Красноярск, просп. им. газеты «Красноярский рабочий», 31
E-mail: fedorenko.a01@mail.ru

В данной статье предложены способы и методы управления рисками, охарактеризованы подходы к управлению. Раскрыта сущность риска, элементы риска, отражены основные причины неопределенности.

Ключевые слова: менеджмент, понятие риска, методы к управлению рисками, причины неопределенности, структура риска.

RISK MANAGEMENT IN THE ACTIVITIES OF MODERN ORGANIZATIONS

A. V. Fedorenko
Scientific supervisor – V. G. Akulich

Reshetnev Siberian State University of Science and Technology
31, Krasnoyarskii rabochii prospekt, Krasnoyarsk, 660037, Russian Federation
E-mail: fedorenko.a01@mail.ru

In this article, methods and methods of risk management are proposed, and approaches to management are characterized. The essence of the risk, the elements of the risk, the main causes of uncertainty are revealed.

Keywords: management, the concept of risk, methods for risk management, causes of uncertainty, risk structure.

Управление рисками – проблема, которая всегда существовала. Риск стал неизбежной частью нашей жизни. В современных государствах в особенности напряженно встает задача рисков компаний в ходе их финансово-хозяйственной деятельности. Работа организаций постоянно объединена с конкретным риском, т. е. допустимо существующей угрозой утраты ресурсов либо недополучения прибыли по сравнению с задуманным уровнем или же с другой альтернативой. Однако предприниматели идут на риск, так как его оборотной стороной считается возможность извлечения дополнительного заработка. И, как итог, чем преимущественно возможная выручка (доход), тем больше риск.

В современной экономической науке интенсивно развивается теория управления рисками предприятия на основе экономико-математических методов и информационных технологий. Применение теории на практике позволяет сохранить жизнедеятельность предприятий в рыночных условиях, увеличить продолжительность их жизненных циклов, повысить устойчивость к внешним воздействиям, а также улучшить результаты их финансово-хозяйственной деятельности. Управление рисками позволяет контролировать развитие ситуации и благодаря принятию тех или иных мер максимизировать

положительные и минимизировать отрицательные последствия рисков событий [3, с. 78–80].

Риск в экономике можно определять как недостаток информации о возможном достижении одной или нескольких целей. Поскольку неопределенность результатов экономической деятельности обусловлена объективными факторами, то и сама неопределенность в экономике носит объективный характер, а следовательно, и риски здесь необходимо считать объективной категорией.

Сущность риска отражается в следующих элементах:

- возможность отклонений от предполагаемой цели;
- вероятность достижения желаемого результата;
- отсутствие уверенности в достижении поставленной цели;
- возможность материальных, нравственных и других потерь, связанных с реализацией выбранной в условиях неопределенности альтернативы.

Основные причины неопределенности:

- спонтанность природных процессов и явлений, стихийные бедствия;
- случайность социально-экономических и технологических процессов;
- вероятностный характер научно-технического прогресса;
- недостаточность информации об исследуемом объекте, процессе, явлении;
- ограниченность ресурсов при принятии и реализации решений;
- ограниченность сознательной деятельности человека, различия в социально-психологических установках, оценках, поведении [3, с. 110–115].

В настоящее время в литературе встречаются два подхода к определению риска. В рамках первого подхода исходят из результата события, и риск рассматривается как возможность или угроза отклонения результатов конкретных решений или действий от ожидаемых. В рамках второго подхода рассматривается сам феномен риска как действие, направленное на достижение определенной цели, связанной с элементами опасности, угрозой потери или неуспеха.

Основная задача всех систем управления рисками в любой области заключается в наиболее эффективном использовании достижений науки и имеющихся ограниченных средств, чтобы сделать результаты деятельности максимально предсказуемыми (то есть сократить насколько возможно неопределенность в отношении данных результатов).

Анализируя структуру риска, можно обозначить основные способы его изменения (т.е. управления) за счет воздействия на отдельные элементы риска. Устранение хотя бы одного основного элемента влечет исчезновение риска. Уменьшая вероятность перехода между элементами или тяжесть последствий, можно риск уменьшить. Многообразие рисков и способов управления требует систематизации что и пытаются сделать в рамках управления рисками. В социально-экономических системах подсистема, отвечающая за управление рисками, с середины XX века традиционно называется «риск менеджмент». Первоначально использовавшийся только в рамках предпринимательской деятельности, этот термин и стоящие за ним принципы управления теперь применяются и в социальной сфере, и в технике, и при работе на финансовых рынках [1, с. 128–130].

Существует нормативное определение, приведенное в ГОСТ Р 51897–2002: Менеджмент риска – скоординированные действия по руководству и управлению организацией в отношении риска.

Основная цель управления риском заключается в улучшении финансовых результатов предприятия и создании таких условий, чтобы оно не получило больших потерь, чем допустимые.

Процесс управления риском состоит в исследовании и анализе вероятности наступления случайного вреда, разработке системы распознавания риска, возможно наиболее эффективного сведения его к минимуму или устранения [2].

К особенностям риск-менеджмента можно отнести: необходимость наличия у руководства компаниями опережающего мышления, интуиции и предвидения ситуации; возможность формализации системы управления рисками; способность быстрого реагирования и выявления путей совершенствования функционирования организации, сокращения степени вероятности нежелательного хода событий.

Комплексная система управления рисками ERM (Enterprise Risk Management) во многих зарубежных компаниях, например, в США, используется уже довольно широко, поскольку хозяева крупных мировых компаний уже на практике удостоверились, что старые методы управления не соответствуют современным рыночным условиям и не в состоянии обеспечивать успешное развитие их бизнеса [4].

В исследованиях по рискам можно выделить два подхода: объективный и философский. Объективный подход основан на понимании рационального человека и исходит из того, что существует возможность познания объективной действительности. В философском подходе отмечается, что действительность комплексно описать нельзя.

Критический анализ подходов к определению содержания процессов управления рисками позволил нам сформулировать собственный перечень этапов управления риском, который должен включать шесть наиболее существенных фаз, а именно:

- идентификация риска;
- анализ риска;
- рассмотрение альтернатив управления риском;
- оценка различных вариантов;
- принятие управленческого решения в области риска;
- контроль процесса управления риском.

При управлении риском на предприятии, в первую очередь, должно быть уделено внимание таким сферам, как производство, логистика, исследование развития.

Для управления рисками необходимо применять технологии сохранения риска и компенсацию ущерба, формирования запасных фондов, вовлечение внешних источников; уменьшение и исключение риска, уменьшение вероятности прихода неблагоприятных происшествий; передача ответственности за угроза посредством страхования, финансовые гарантии и поручительства, введение в договоры и контракты положений касательно рисков.

Процесс управления рисками должен отвечать ряду требований: он должен быть гибким, инициативным, а также должен работать в направлении обеспечения условий для эффективного принятия решений.

К главным основам концепции структуры управления рисками нужно отнести: рациональные сочетания централизации, а также децентрализации в управлении, целостность общественно-политического и хозяйственного управления, плановое руководство хозяйства, поощрение, научность, ответственность, подборка и расстановка кадров, экономичность и продуктивность.

Библиографические ссылки

1. Васин С. М., Шутов В. С. Управление рисками на предприятии : учеб. пособие. М. : КноРус, 2018. 352 с.
2. Государственный стандарт РФ ГОСТ Р 51897–2002 «Менеджмент риска. Термины и определения» [Электронный ресурс]. URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200030150> (дата обращения: 12.05.2021).
3. Уродовских В. Н. Управление рисками предприятия : учеб. пособие. М. : ВЗФЭИ, 2009. 130 с.
4. Стандарт COSO ERM. Управление рисками организации. Интегрированная модель. М. : Делойт, 2004.

References

1. Vasin S. M., Shutov V. S. Risk management at the enterprise : textbook. M. : KnoRus, 2018. 352 p.
2. State standard of the Russian Federation GOST R 51897–2002 “Risk management. Terms and definitions” [Electronic resource]. URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200030150> (accessed: 12.05.2021).
3. Urodovskikh V. N. Enterprise risk management : textbook. Moscow : VZFEI, 2009. 130 p.
4. COSO ERM standard. Risk management of the organization. Integrated model. Moscow : Deloitte, 2004.

© Федоренко А. В., 2021

УДК 541+16

ГЛАВНЫЕ ТРЕНДЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В 2021 ГОДУ

В. Н. Полухин
Научный руководитель – А. И. Чуваева

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева
Российская Федерация, 660037, г. Красноярск, просп. им. газеты «Красноярский рабочий», 31
E-mail: p-vladimir-n@mail.ru

Статья посвящена рассмотрению основных направлений работы HR-менеджмента, наиболее актуальных в 2021 году, а также затронуты процессы оптимизации и улучшений управления персоналом.

Ключевые слова: HR-менеджмент, управление персоналом, процессы оптимизации управления персоналом.

TOP TRENDS IN HR-MANAGEMENT IN 2021

V. N. Polukhin
Scientific supervisor – A. I. Chuvaeva

Reshetnev Siberian State University of Science and Technology
31, Krasnoyarskii rabochii prospekt, Krasnoyarsk, 660037, Russian Federation
E-mail: p-vladimir-n@mail.ru

The article is devoted to the consideration of the main areas of work of HR management, the most relevant in 2021, as well as the processes of optimization and improvement of personnel management.

Keywords: HR-management, personnelmanagement.

Коронавирус очень сильно повлиял на рынок труда, но задачи и функции HR-менеджмента абсолютно не изменились. Единственное и главное изменение – принудительно автоматизировались и ушли в онлайн. Большинство компаний, конечно, уже возвращают сотрудников в офисы, но часть оценили работу на удалёнке и не собираются её отменять. В любом случае, служба управления персоналом ведёт работу в тактическом и стратегическом направлении с применением разных инструментов и методов управления. Чем продвинутое менеджеры, тем им легче взаимодействовать с подчиненными, достигать целей и удерживать лидирующие позиции. Основные направления деятельности службы персонала связаны с характером работ. На обязанности влияет вид, структура и размеры организации. Какие именно задачи выполняют специалисты и каким трендам следуют – зависит от должности [2].

В связи с этим, можно выделить два направления:

- тактическое управление, оно направлено на формирование трудовых ресурсов. Его суть в определении способов и инструментов для решения текущих задач;
- стратегическое управление, оно ориентировано на формирование кадровой политики. Менеджеры разрабатывают систему теоретических взглядов, требований, идей, мероприятий в области работы с персоналом.

Вне зависимости от того, какие основные направления работы HR-службы компания желает усовершенствовать – необходимо учитывать современные веяния и

тренды. Так как ежегодно появляются новые технологии, методы управления организацией и её работниками, которые улучшают конкурентоспособность компании данные представлены на рисунке [3].

1. На первом месте – забота о сотрудниках.

Прошлый год сильно вымотал сотрудников, выгорание по статистике испытывает каждый второй специалист. Это тревожный звоночек, ведь каждый HR знает: выгоревший сотрудник – плохо исполняющий обязанности сотрудник. Поэтому большинство компаний начали внедрять или пересматривать well-being программы. Персоналу предлагают дополнительные выходные, программы поддержки здоровья, сеансы психотерапии.

2. Все (и всё) в онлайн: от подбора до обучения и мотивации В сеть переехали почти все HR-процессы: от подбора до мотивации.



Основные HR-тренды

Рекрутеры стали асами Skype и Zoom-интервью, менеджеры по персоналу освоили основы удалённой адаптации, компании проводят онлайн-квизы и премии, чтобы повысить вовлеченность сотрудников в работу, а обучение стало дистанционным повсеместно. С учётом, что популярность удалёнки за год не упала, можно сказать, что тренд останется и на 2021.

3. Подбор ушёл в соцсети. Многие компании находятся в режиме экономии на ближайшее время. Это касается и подбора: заморозить набор новичков нельзя, но и денег на них много тратить не хочется. Выход есть – искать работников в соцсетях! Теперь HR-ам, которые привыкли к работным сайтам, придётся осваивать новые источники поиска, учиться писать вакансии для соцсетей, ещё больше внимания уделять HR-бренду.

4. Адаптация для удалёнщиков – дело обязательное. Цифровые технологии пришли и в адаптацию. Компании активно используют разные IT-решения: от ботов до VR-технологий. Однако отсутствие коммуникации лицом к лицу всё ещё вызывает много трудностей. Преодолеть их – задача 2021 года.

5. Вместо IQ теперь EQ и VQ. Высокий уровень интеллекта, бесспорно, очень важное качество для профессионального успеха. Но в стрессовых условиях, которыми полнился 2020 и пока еще полон 2021, важнее эмоциональный интеллект. Некоторые HR-ы всё еще скептически к нему. Но прошлый год показал: эмпатия – чуть ли не ключевой аспект работы. Компании и команды, которые не обращали внимания на состояние своих сотрудников, не стремились их поддержать, этих сотрудников растеряли. Кроме EQ на первый план вышел и VQ – коэффициент жизненной энергии. Человек с высоким VQ умеет заряжать окружающим позитивом, вести людей за собой, давать им веру в завтрашний день. Иначе говорят, это идеальный лидер-2021. Поэтому HR-ам в грядущем году придётся учиться не только оценивать эти качества, но и развивать их в себе.

6. Цифровой этикет. Компании делают акцент на культуре виртуального общения у сотрудников.

7. Новый тренд в рекрутинге – лиды-магниты. Компании тратят бюджеты на создание и их размещение.

Наравне с рассмотрением трендов в управлении персоналом, необходимо учитывать эффективность HR-менеджеров и оптимизацию HR-процессов. Мы знаем, что эффективность менеджера напрямую зависит от его развития. Только те, кто стабильно посещает курсы, семинары, тренинги и работает над собой, способен управлять персоналом и компанией с учётом современных тенденций. Нагрузка менеджеров зависит от того, как устроены процессы в компании. Внедрение HR-трендов позволяет оптимизировать все сферы деятельности, освободить руководителей от монотонной работы, дать им возможность заниматься более важными задачами [5].

К оптимизации HR-процессов можно отнести:

✓ Автоматизация поможет контролировать деятельность персонала, вовремя вносить корректировки на основе выявленных недочётов. Например, с помощью ботов и прочих HRM-систем можно подтверждать документы, подписывать больничные листы, подбирать персонал, оповещать подчиненных. Чем меньше рутины – тем эффективнее работа сотрудников.

✓ Внедрение инструментов HR-аналитики. Теперь они доступны не только крупным фирмам, но и небольшим компаниям.

✓ Изменение отношения к сотрудникам. Персонал – не просто рабочая сила, руководству необходимо учитывать мнение людей и поощрять активистов от этого станут активнее проявлять себя. Дополнительно можно пересмотреть условия работы – вдохновляющая атмосфера в офисе способствует увеличению продуктивности персонала.

✓ Возможность передачи части задач на аутсорсинг. Например, тот же подбор можно доверить агентству, а ведение отчетной документации – сторонней компании.

✓ Трансформация организационной культуры компании. Например, можно создать команды из разных поколений, более опытные подчиненные будут обучать и направлять молодых специалистов, а те – делиться с ними фишками и лайфхаками, которые облегчат работу.

✓ Переход от эффективного найма к управлению талантами, развитие сотрудников, и ориентир на долгосрочную перспективу.

Если не внедрять новые технологии или не пересматривать устаревшие методы работы, происходит:

- неправильный подбор и расстановка кадров;
- невыполнение обязанностей;
- неверное распределение обязанностей;

– неточное или ошибочное определение целей фирмы [4].

Структура российских служб, их качественный состав и уровень зарплаты зачастую не соответствуют задачам реализации современной кадровой политики [1]. Практически не идет подготовка сотрудников для работы в подразделениях, обучение менеджеров. Численность сотрудников служб не всегда зависит от количества работающих специалистов на предприятиях. Это снижает эффективность труда управленцев, их отдачу. Организации терпят убытки, так как специалисты не понимают HR-направления, которые входят в их компетенции, а изучать что-то новое они не хотят или не могут по причине высокой нагрузки. Если не внедрять новые технологии или не пересматривать устаревшие методы работы, происходит: неправильный подбор и расстановка кадров; невыполнение обязанностей; неверное распределение обязанностей; неточное или ошибочное определение целей фирмы. Необходимо интересоваться, что думают сотрудники о HR-сервисе компании [2]. И если в компании отмечаются такие проблемы, не нужно пытаться решить их заменой кадров. Повышение квалификации, тренинги, семинары помогут развить менеджеров по всем направлениям, а так же программа мотивации, перестановка кадров, и опыт успешных компаний. Главное – развитие менеджеров, чтобы они понимали современные HR-направления, ориентировались в них. Также важно, вложение средств на повышение квалификации менеджеров, так как в долгосрочной перспективе они окупятся.

Библиографические ссылки

1. Мирошниченко М. Б., Аверина А. В., Байдина М. С. Развитие менеджмента в России // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2020. № 4. С. 121–124.
2. Дёгтев А. С. Зарплата и производительность труда [Электронный ресурс]. URL: <http://rusrand.ru/analytics/zarplata-i-proizvoditelnost-truda> (дата обращения: 12.05.2021).
3. Директор по персоналу, электронный журнал [Электронный ресурс]. URL: <https://www.hr-director.ru/article/67094-hr-napravleniya-i-trendy-2018-goda-18-m4> (дата обращения: 12.05.2021).
4. Кузьмина И. Г. Проблемы и перспективы развития менеджмента в России на современном этапе развития экономики // Новая и новейшая история. 2019. № 7.
5. Проектные сервисы, электронный журнал [Электронный ресурс]. URL: <https://www.pmservices.ru/project-management-news/budushhee-produktovogo-menedzhmenta-prognoz-na-2021-god/> (дата обращения: 12.05.2021).

References

1. Miroshnichenko M. B., Averina A. V., Baidina M. S. Development of management in Russia // Humanities, socio-economic and social sciences. 2020. No. 4. Pp. 121–124.
2. Degtev A. S. Salary and labor productivity [Electronic resource]. URL: <http://rusrand.ru/analytics/zarplata-i-proizvoditelnost-truda> (accessed: 12.05.2021).
3. HR Director, electronic journal [Electronic resource]. URL: <https://www.hr-director.ru/article/67094-hr-napravleniya-i-trendy-2018-goda-18-m4> (accessed: 12.05.2021).
4. Kuzmina I. G. Problems and prospects of management development in Russia at the present stage of economic development // New and modern history. 2019. No. 7.
5. Project services, electronic journal [Electronic resource]. URL: <https://www.pmservices.ru/project-management-news/budushhee-produktovogo-menedzhmenta-prognoz-na-2021-god/> (accessed: 12.05.2021).

УДК 656.01

УПРАВЛЕНИЕ ИМИТАЦИОННЫМ МОДЕЛИРОВАНИЕМ ТРАНСПОРТНЫХ ПРОЦЕССОВ ПРИ СОСТАВЛЕНИИ МАРШРУТОВ АВТОМОБИЛЬНОГО ТРАНСПОРТА

Т. Н. Петрова
Научный руководитель – Г. Г. Левкин

Омский государственный университет путей сообщения
Российская Федерация, 644046, г. Омск, просп. Маркса, 35
E-mail: t.n.petrova99@gmail.com

В статье приведено описание программных средств, используемых на транспортных предприятиях, работающих на базе имитационного моделирования. Были изучены понятийные аспекты имитационного моделирования. Проведен обзор и анализ наиболее часто используемых транспортными предприятиями программ.

Ключевые слова: логистика, имитационное моделирование, транспортное предприятие, программное обеспечение.

MANAGEMENT OF SIMULATION MODELING OF TRANSPORT PROCESSES IN THE PREPARATION OF ROUTES BY ROAD

T. N. Petrova
Scientific supervisor – G. G. Levkin

Omsk State University of Railway Transport
35 Marx Av., Omsk, 644046, Russian Federation
E-mail: t.n.petrova99@gmail.com

The article presents the description of software tools used at transport enterprises operating on the basis of simulation modeling. The conceptual aspects of simulation modeling were studied. The review and analysis of the programs most frequently used by transport enterprises is carried out.

Keywords: logistics, simulation modeling, transport enterprise, software.

При увеличении объемов информации возникает громадная потребность в управлении логистическими процессами, для управления которыми необходимы программные продукты, уменьшающие время на обработку информации и принятие решений. Такие решение предоставляет имитационное моделирование. Имитационное моделирование- это разновидность математического моделирования, в котором описание модели задается в виде алгоритмов поведения и взаимосвязи элементов моделируемой системы. Используемые алгоритмы позволяют имитировать как поведение элементов системы, так и всей системы в целом, а также определять требуемые параметры функционирования системы [1]. Чаще всего сегодня все эти программные продукты представлены в виде облачных решений и доступны каждому, кто подключается к их использованию.

Имитационное моделирование позволяет имитировать поведение системы во времени. Причём плюсом является то, что временем в модели можно управлять: замедлять в случае с быстропротекающими процессами и ускорять для моделирования систем с медленной изменчивостью [2].

Имитационное моделирование – наиболее эффективный и практически доступный метод исследования систем, получения информации о поведении системы, особенно на этапе ее проектирования: оценки вариантов структуры системы, эффективности различных алгоритмов управления системой, влияния изменения различных параметров системы [3].

В настоящее время моделирование является основным методом исследований во всех областях знаний и научно обоснованным методом оценок характеристик сложных систем, в частности транспортных, используемым для принятия решений в различных сферах деятельности [4].

Применение имитационного моделирования в вопросах изучения транспортной подвижности населения и прогнозирования выбора способа его перемещения, а также объемов пассажиропотока не представляется возможным без использования современного программного обеспечения. Программное обеспечение для решения задач имитационного моделирования и применения его в качестве прогрессивных образовательных технологий разделяется на два типа: индивидуальное программное решение имитационного моделирования; универсальный программный комплекс имитационного моделирования [5].

В настоящее время популярностью пользуются большое количество программ, упрощающих логистическую деятельность, работающих с помощью имитационного моделирования, рассмотрим несколько программ подобного рода:

1) Яндекс.Курьер. Данная программа занимается тем, что организует процесс формирования очередности доставки заказчиком их посылок. Одним из основных преимуществ данной программы можно рассматривать то, что она позволяет автоматизировать и, следовательно, оптимизировать процесс оформления доставки за счет того, что карточка клиента со всеми его данными «привязывается» к заявке со всеми необходимыми данными, то есть с адресом, контактами и т. д. Также, программа дает логисту или другому заинтересованному лицу возможность связаться с клиентом по телефону непосредственно через ПО.

Еще одним преимуществом можно считать автоматизацию уведомлений заказчиков о том, когда их посылка будет доставлена, но так как, по отзывам потребителей, сама логистика у данной компании организована не очень хорошо, время или дата доставки зачастую является скорее предполагаемой и может варьироваться как от пары часов, так и до нескольких дней. Что касается работы доставщиков, то как и клиенты, они могут в режиме реального времени отслеживать состояние посылки и, если заказчик отменит заказ или откажется от него, данные об изменении ее статуса сразу же поступают в систему и курьер сможет скорректировать свой маршрут без потери времени.

2) Махортга. Является одной из систем управления логическими процессами в режиме онлайн. Данная программа позволяет пользователям автоматизированным способом организовать более короткие и недорогие маршруты перевозки, а также распределить различного рода задачи между задействованными исполнителями. Все это поддерживается спутниками GPS и ГЛОНАСС, с помощью чего и обеспечивается более точная информация о месторасположении посылки. Функции Махортга, как онлайн-сервиса, включают в себя:

- организацию распределения заказов по курьерам в автоматическом режиме;
- моделирование более оптимальных маршрутов, которые бы учитывали пробки или другие условия, которые могли бы повлиять на скорость доставки, а также прогнозирование более вероятного времени доставки;
- мониторинг месторасположения доставки в режиме реального времени клиентом и самим сервисом;
- организация автоматического уведомления заказчика и отправителя о статусе посылки с помощью электронной почты или sms.

Данное ПО позволяет организовать процесс управления дистрибуцией в интернет-магазинах, розничных и оптовых предприятиях.

3) АвтоТрансИнфо. Одним из популярнейших онлайн-сервисов для транспортных компаний является АТИ.СУ. Это Интернет-ресурс позволяет выставлять и искать грузы и машины, искать либо более быстрый, либо более короткий путь, при этом отображается время в пути и планируемый расход топлива, в разделе «Тракмаркет» проводится продажа, аренда и покупка по заявкам транспорта и спецтехники, имеется раздел, позволяющий оформить страхование груза, ответственности перевозчика или экспедитора.

Сайт дает возможность проверки контрагента в системе «Светофор», он покажет учредителей, бухгалтерскую и налоговую отчетность, суды, закупки и лизинг, благодаря чему можно будет проанализировать возможные риски, также отзывы могут оставлять люди, работающие с организацией или человеком, что иногда может дать более явный ответ, стоит ли работать с данной фирмой.

Среди дополнительных преимуществ можно выделить мобильное приложение, которое хоть и имеет более ограниченный функционал, но тем не менее все равно является эффективным для использования. В рекламном блоке на сайте часто публикуется информация о различных форумах, вебинарах и конкурсах для логистов, с помощью которых они смогут повысить свою квалификацию.

4) КиберЛог. Является одним из облачных программ, ответственных за процесс управления транспортными перевозками. Помимо основных «облачных» плюсов, таких как например защищенность информации от вирусов и несанкционированного доступа, совместный доступ к информации, а также более стабильная работа, имеются и другие достоинства:

- возможность организации автоматической архивации различного рода информации;
- возможность добавления подписи и печати контрагентами;
- возможность интеграции с интернет-банками, что скажется на скорости оплаты и, соответственно, на лояльности клиентов, что в дальнейшем принесет конкурентные преимущества.

5) 1С TMS Логистика. Программа 1С и ее различные вариации являются одними из самых используемых на российских предприятиях. Данное ПО базируется на платформе «1С: Предприятие 8», соответственно к нему можно подключать и различные другие модули 1С, и отвечает за: документооборот (включая формирование отчетов по доставке), автоматическое плакирование и разработку маршрутов, учет и планирование деятельности транспортных предприятий.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в современных реалиях ни одна компания, оказывающая транспортные услуги, не сможет организовать свою деятельность без использования различного рода программ, основанных на имитационном моделировании, так как это уже стало не просто каким-то новым и нестандартным решением для бизнеса, а необходимостью, без которой в условиях нынешней конкуренции не удержаться на рынке.

Библиографические ссылки

1. Горев А. Э. Теория транспортных процессов и систем: учебник для академического бакалавриата. 2-е изд., испр. и доп. М. : Юрайт, 2018. 182 с.
2. Соляник Т. Н., Белоконь Ю. А. Моделирование транспортных процессов в цепи поставок кондитерских изделий // Вісник Східно українського національного університету імені Володимира Даля. 2017. № 3. С. 195–200.
3. Казеев И. М. Имитационное моделирование транспортно-технологического комплекса // Образовательные ресурсы и технологии. 2020. № 1 (30).

4. Нургалиев Е. Р. Использование средств имитационного моделирования при исследовании транспортных процессов // Альтернативные источники энергии в транспортно-технологическом комплексе: проблемы и перспективы рационального использования. 2015. № 2 (3).

References

1. Gorev A. E. Theory of transport processes and systems: textbook for academic bachelor's degree. 2nd ed., ispr. and add. Moscow : Yurayt Publishing House, 2018. 182 p.

2. Solyanik T. N., Belokon Yu. A. Modeling of transport processes in the confectionery supply chain // Visnik shidnoukrainskogo nacionalnogo universitetu imeni volodimira Dalya. 2017. No. 3. Pp. 195–200.

3. Kazeev I. M. Simulation modeling of transport and technological complex // Educational resources and technologies. 2020. No. 1 (30).

4. Nurgaliev E. R. The use of simulation modeling tools in the study of transport processes // Alternative energy sources in the transport and technological complex: problems and prospects of rational use. 2015. № 2 (3).

© Петрова Т. Н., 2021

УДК 330.11

ФОРМИРОВАНИЕ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ

А. С. Писарчик
Научный руководитель – В. Г. Акулич

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева
Российская Федерация, 660037, г. Красноярск, просп. им. газеты «Красноярский рабочий», 31
E-mail: akulichviktoria@mail.ru

Кадровая политика предприятия необходима для реализации целей и задач управления персоналом организации в целом. Кадровая политика предприятия является основополагающим направлением в работе с кадрами, которое представляет собой совокупность реализуемых кадровой службой принципов управления персоналом. И поскольку эффективность деятельности любого предприятия во многом зависит от слаженности и стабильности работы всего персонала, то кадровой политике необходимо уделять пристальное внимание.

Ключевые слова: кадровая политика, управление персоналом, текучесть кадров, адаптация персонала, мотивация.

FORMATION OF PERSONNEL POLICY

A. S. Pisarchik
Scientific supervisor – V. G. Akulich

Reshetnev Siberian State University of Science and Technology
31, Krasnoyarskii rabochii prospekt, Krasnoyarsk, 660037, Russian Federation
E-mail: akulichviktoria@mail.ru

The personnel policy of the enterprise is necessary for the implementation of the goals and objectives of personnel management of the organization as a whole. The personnel policy of the enterprise is the fundamental direction in working with personnel, which is a set of personnel management principles implemented by the personnel service. And since the efficiency of any enterprise largely depends on the coherence and stability of the work of all personnel, the personnel policy must be given close attention.

Keywords: personnel policy, personnel management, personnel turnover, personnel adaptation, motivation.

Кадры являются одним из самых главных ресурсов любого предприятия. Персонал – это один из самых главных факторов коммерческого успеха деятельности организаций всех форм собственности. Высокий уровень компетентности дает возможность организациям достигать запланированных финансовых и иных целей.

Кадровая политика организации – это комплексная стратегия работы с персоналом предприятия, целью которой является обеспечение высокого качества трудовых ресурсов предприятия. Именно по этой причине кадровой политике придают много внимания на любом современном предприятии [2, с. 10]. В целом под кадровой политикой подразумевается комплекс норм, принципов, правил, стандартов и методов, которые формируют основной вектор работы с кадрами на предприятии, позволяющий создать

высококвалифицированный трудовой коллектив с высокими показателями эффективности работы [4, с. 116].

Основные задачи кадровой политики предприятия сгруппированы на рис. 1.



Рис. 1. Задачи кадровой политики

Формированием кадровой политики занимается руководство организации, а реализацией – кадровые службы. Правила, принципы, методы и прочие нормативы кадровой политики должны быть документально сформулированы и зафиксированы в виде Положения о кадровой политике и прочих локальных актах организации. При этом в не зависимости от уровня документального оформления кадровой политики, ее основы, в том или ином виде, присутствуют в каждой организации, даже на малых предприятиях.

Объектом кадровой политики является персонал организации, субъектом – система его управления, в структуру которых входят кадровые службы организации. Кадровую политику можно классифицировать по различным признакам, представленным на рис. 2 [4, с. 117].

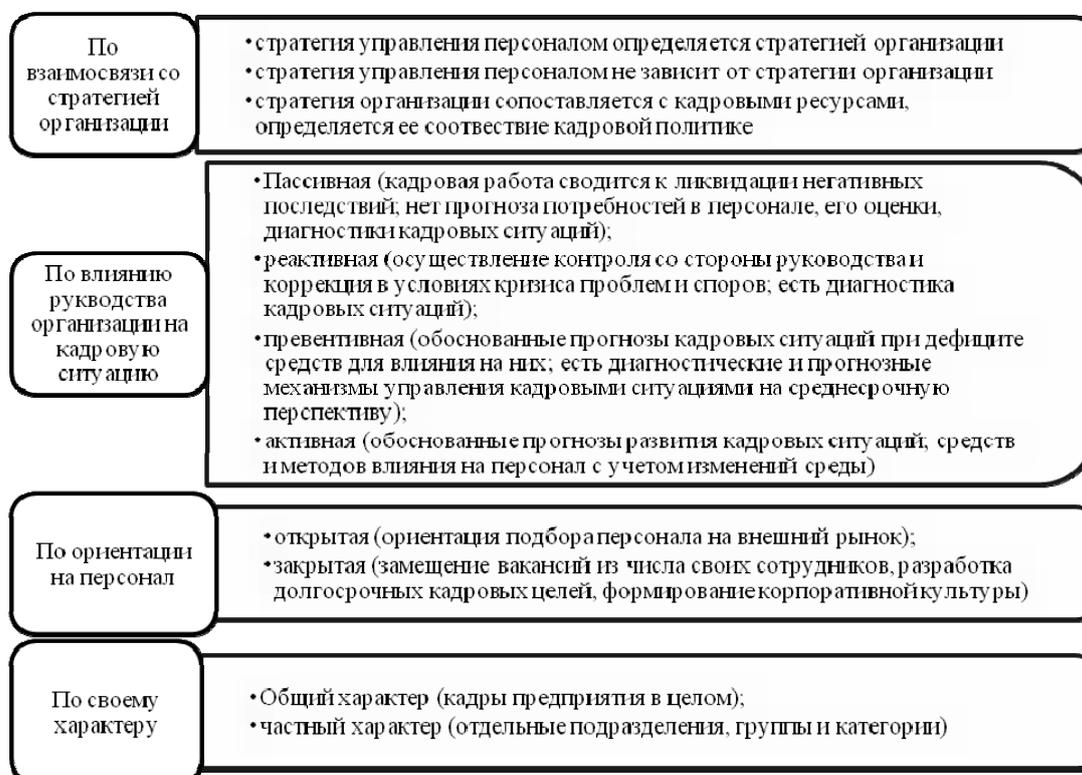


Рис. 2. Классификация кадровой политики

Формирование кадровой политики является длительным и ответственным процессом, поскольку от того, насколько грамотно она будет выстроена, зависит комфортность условий труда и наличие возможности для карьерного роста работников организации. При формировании кадровой политики крайне необходимо принимать во внимание все факторы, в том числе наличие внутренних ресурсов, интересы работников предприятия, сложившиеся традиции, а также факторы внешней среды. Кадровая политика должна полностью соответствовать концепции развития организации в целом [5, с. 82].

Однако, как показывает практика, не на всех предприятиях сформулирована и утверждена кадровая политика. Зачастую бывает, что процесс управления персоналом является текущей оперативной работой кадровых служб и руководства организации. Такая ситуация приемлема только в условиях, когда руководству организации не важна реализация долгосрочных целей, либо когда у организации нет полноценных необходимых ресурсов для формирования качественной кадровой политики.

Процесс формирования кадровой политики на предприятии проходит несколько этапов: нормирование, программирование и мониторинг.

Первый этап называется нормированием или стратегическим планированием целей кадровой политики организации. На данном этапе происходит формулирование принципов и целей работы с персоналом, и их увязка со стратегией работы организации в целом. Здесь проводится оценка корпоративной культуры, стратегии, делается прогноз возможных изменений внешней и внутренней среды предприятия, формулируется образ эталонного работника предприятия.

Следующий этап – программирование. Целью служит разработка программы (пути) достижения целей кадровой политики с учетом прогноза изменений условий внешней и внутренней среды организации. На данном этапе необходимо создать комплекс процедур и мероприятий, который будет помогать достижению целей и кадровых технологий, зафиксированных в разрабатываемой кадровой политике. При этом важно принимать во внимание фактическое состояние кадровой политики и потенциальные изменения. Главный индикатор, оказывающий влияние на разработку программ кадровой политики – это представление руководства организации о допустимых способах и методах влияния на персонал организации и их сопоставление с целями организации. Например, если у предприятия закрытая кадровая политика, то нельзя использовать методы набора кадров через внешние источники (кадровые агентства, СМИ). Нужно осуществлять поиск потенциальных кандидатов внутри организации, либо через знакомых своих сотрудников, либо среди учащихся в корпоративных учебных заведениях [3, с. 33].

И последний этап – это мониторинг (аудит) персонала. Целью мониторинга персонала является получение оперативной информации о настоящем кадровом потенциале организации. На данном этапе определяются индикаторы кадрового потенциала предприятия, формируется программа регулярной оценки и развития профессиональных компетенций работников предприятия. Кроме того, разрабатывается и применяется методика оценки эффективности кадровых программ.

Основные факторы, влияющие на выбор кадровой политики – это этап жизненного цикла организации, тип конкурентной и общей стратегии развития организации, рынков сбыта, на котором организация преимущественно реализует свои товары и услуги, ее специализация, вид трудовых отношений, уровень развития технологии и другие факторы.

Так, на стадии интенсивного развития кадровая политика направлена на привлечение новых сотрудников и улучшение организационной структуры. В этот период развивается система обучения и развития персонала, совершенствуются процессы управления, разрабатываются эффективные системы вознаграждения. Цель кадровой политики на этом этапе – добиться преданности сотрудников ценностям компании и формирование стабильных трудовых отношений.

На этапе стабилизации происходит перестройка организационной структуры. Сотрудники рассматриваются как самый важный ресурс, поэтому проводится много мероприятий по их обучению и повышению квалификации. Новых сотрудников на работу не принимают, а если принимают, то к ним предъявляются повышенные требования. Также на данном этапе развивается корпоративная культура и система внутренних коммуникаций.

На стадии кризиса больше внимания уделяется рационализации, проверке кадрового потенциала, улучшению кадрового состава, сокращения штатов. Кадровые мероприятия направлены на поддержку реорганизации, а также на разрешение конфликтов, которых на данном этапе крайне много [3, с. 34].

Таким образом, кадровая политика предприятия является одним из самых главных драйверов роста всего предприятия в целом. От того, насколько грамотно и профессионально будет сформирована кадровая политика зависит эффективность деятельности организации и личная вовлеченность в рабочий процесс каждого отдельно взятого сотрудника. В современных условиях пандемии и распространении удаленного формата работы, от кадровых служб предприятий требуются новые меры по адаптации кадровой политики к новым изменившимся условиям.

Библиографические ссылки

1. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 № 197-ФЗ (ред. от 22.11.2021) (с изм. и доп., вступ. в силу с 30.11.2021). Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс»
2. Антощенко А. В., Захарова Л. Н. Совершенствование кадровой политики на предприятии // Экономика и бизнес: теория и практика. 2020. № 11-1. С. 10–22.
3. Балькова Д. В., Алексин А. Ю. Мировые стандарты кадровой политики // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2019. № 6-2. С. 33–47.
4. Скворцова В. А., Соколова О. Ю., Фаттоев Н. С. Кадровая политика современных организаций // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2020. № 3 (82). С. 116–121.
5. Хаджиева Д. Х. Кадровая политика предприятия в современных условиях // Экономика и бизнес: теория и практика. 2021. № 1-2. С. 82–87.

References

1. The Labor Code of the Russian Federation of 30.12.2001 No. 197-FZ (ed. of 22.11.2021) (with amendments and additions, intro. effective from 11.30.2021). Access from help.-legal system “ConsultantPlus”.
2. Antoshchenko A. V., Zakharova L. N. Improvement of personnel policy at the enterprise // Economics and Business: theory and practice. 2020. No. 11-1. Pp. 10–22.
3. Balkova D. V., Aleksin A. Yu. World standards of personnel policy // International Journal of Humanities and Natural Sciences. 2019. No. 6-2. Pp. 33–47.
4. Skvortsova V. A., Sokolova O. Yu., Fattoev N. S. Personnel policy of modern organizations // Bulletin of the Saratov State Socio-Economic University. 2020. No. 3 (82). Pp. 116–121.
5. Hadzhieva D. H. Personnel policy of the enterprise in modern conditions // Economics and Business: theory and practice. 2021. No. 1-2. Pp. 82–87.

© Писарчик А. С., 2021

УДК 339.74

МАРКЕТИНГ В МЕЖДУНАРОДНОМ БИЗНЕСЕ

А. А. Жуков
Научный руководитель – В. Г. Акулич

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева
Российская Федерация, 660037, г. Красноярск, просп. им. газеты «Красноярский рабочий», 31
E-mail: akulichviktoria@mail.ru

В статье рассматриваются взаимодействия маркетинга и международного бизнеса, адаптация фирм на иностранных рынках и развитие маркетинга на международном уровне.

Ключевые слова: маркетинг, фирма, международный бизнес, рынок.

MARKETING IN INTERNATIONAL BUSINESS

A. A. Zhukov
Scientific supervisor – V. G. Akulich

Reshetnev Siberian State University of Science and Technology
31, Krasnoyarskii rabochii prospekt, Krasnoyarsk, 660037, Russian Federation
E-mail: akulichviktoria@mail.ru

The article deals with the interaction of marketing and international business, the adaptation of firms in foreign markets and the development of marketing at the international level.

Keywords: marketing, firm, international business, market.

В современных реалиях маркетинг, в международном бизнесе, рассматривает отношение фирмы производителя к мировому рынку, как к сфере производственно-сбытовой деятельности и источнику плановой прибыли.

В международном бизнесе маркетинг может выступать как:

- маркетинг товаров и услуг, реализуемый за пределами определенных границ или маркетинг, осуществляемый международной компанией;
- система, обеспечивающая решение задач, путем стратегического взаимодействия с мирохозяйственной сферой;
- определенная структура предпринимательского мышления, которая рассматривает весь мировой рынок в качестве объекта для получения прибыли.

Появление и развития такого направления, как международный маркетинг можно связать с такими изменениями, как:

- интернационализация хозяйственной жизни;
- воздействие научно-технического прогресса на экономические процессы;
- одновременное сокращение жизненного цикла и возрастание требований покупателей к импортируемым товарам;
- обострение конкурентной борьбы на мировых рынках.

При этом международный маркетинг обладает большей степенью риска, предъявляет более высокие требования к конкурентоспособности товаров и предполагает трудности в изучение рынка, в следствии особенностей стран экспортеров.

Цели маркетинга в международном бизнесе определяются, как целесообразность выхода на рынок определенной страны, определением цены, вида и количества продвигаемого товара, желаемыми результатами и особенностями программы выхода.

Сама специфика маркетинга в международном бизнесе, которая сложилась в следствии особенности функционирования внешних рынков и условий маркетинговой деятельности, позволяет выделить те черты, которые национальные и транснациональные компании обязаны учитывать:

- на внешних рынках необходимо прилагать более значительные и целенаправленные усилия;
- необходимо использовать различные маркетинговые процедуры, которые смогут в процессе их использования учитывать развитие зарубежных рынков, торговых процессов и особенности маркетинговой среды;
- изучение не только самих рынков, а также политических рисков, курса валюты, таможенных регулирований;
- необходимость следовать требованиям потенциальных иностранных покупателей.

Ключевым фактором эффективной деятельности компании на международном рынке является правильный выбор стратегии. Можно использовать как стратегию индивидуального маркетинга для каждой страны, так и стратегию общего маркетинга для всех, но в таком случае ваше предложение или товар должны быть актуальными и иметь достаточно отличий от конкурентов, что бы вас заметил потребитель. Отличным примером успеха во второй вариации плана стратегии является корпорация Apple. У нее разница продукта осуществляется только по ценовому параметру, как например iPhoneX и iPhoneXS. Первая модель на порядок дешевле, но общая стратегия продаж строится на таких человеческих слабостях, как радость обладания продуктом или как ее еще можно интерпретировать «принадлежность к избранным». Хотя практичных отличий у этих двух моделей телефона нет, они собраны на одном заводе, с использованием одних и тех же материалов и т. д. Но Apple позиционирует iPhoneXS, как более лучшую модель, более новую и более респектабельную, поэтому очень много людей делают в его пользу выбор и платят на несколько десятков тысяч больше. По факту покупая телефон и доплачивая за его имидж, который навязала сама компания производитель.

Для осуществления выбора целевой страны, аудитории и рынка предприятием нужно будет руководствоваться индивидуальными особенностями этой страны, учитывая сильные и слабые стороны своей компании, а также возможности и риски этого целевого рынка. Именно от этих факторов нужно отталкиваться, выбирая стратегию выхода на рынок. Можно выделить три основных стратегии выхода на внешний рынок:

- стратегия экспорта, которая в свою очередь подразделяется на прямой и косвенный экспорт;
- стратегия совместной предпринимательской деятельности;
- стратегия прямого инвестирования.

Наиболее простой из них является стратегия экспорта, используя данную стратегию, фирма реализует свои товары по всему миру, не присутствуя за рубежом. Риски данной стратегии: низкий уровень поступления экспортной выручки, отсутствие каких-то конкретных или актуальных знаний о целевом потребителе. Преимуществом же будет является низкий риск в случае неудачи.

Вторая стратегия-это стратегия совместной предпринимательской деятельности. Ее суть заключается в партнёрстве предприятия производителя, с представителем местного рынка. Как правило к такому термину относят сотрудничество разных предприятий, которые связаны с лицензированием, подрядным производством, делегирование управленческих обязанностей по контракту или создание совместных предприятий и организаций.

Третья самая известная стратегия-это стратегия прямого инвестирования. Суть её заключается в том, что предприятие, набравшись опыта в экспорте и фиксируя растущие показатели по актуальности их продукта за рубежом, начинает напрямую инвестировать в открытие своего филиала в ней. Преимуществом является то, что фирма может сэкономить больше денежных средств за счет сырья или рабочей силы, или льгот, которые предоставляет иностранное правительство зарубежным вкладчикам. Так же создание рабочих мест обеспечивает большую лояльность к фирме в рассматриваемой для инвестирования стране.

Пользуясь стратегией прямого инвестирования, организация устанавливает более крепкие и углубленные отношения с государством, потребителями, дистрибьюторами и поставщиками страны, на рынок которой выходит организация. В последствие это даст возможность лучше приспособить и интегрировать свои товары в местную среду.

И главный плюс данной стратегии, что организация сохраняет полный контроль над своими вложениями и, соответственно, сможет разрабатывать и осуществлять такие установки и планы развития, которые будут отвечать долговременным задачам данной организации в международном масштабе. Приняв решение выйти на международный рынок, фирма должна руководствоваться наилучшей, для данной страны, стратегией выхода. В противном же случае все капиталовложения, которые затрачивались на экспорт, сотрудничество или на постройку своего филиала и рекламу в другой стране, просто станут проигрышными, организация может уйти в минус, а в худшем случае обанкротиться и ликвидироваться.

Таким образом маркетинг в международном бизнесе может, с одной стороны, укрепить конкурентоспособность фирмы-производителя, уменьшить степени рисков и увеличить прибыль, расширяя границы сбыта, а с другой стороны ослабить позиции компании, из-за выбора неправильной позиции маркетинговой стратегии.

При выходе на внешний рынок фирма принимает решение об адаптации рекламной компании и продукции. Это может быть успешно реализовано только при условии того, что компания имеет дело со схожими целевыми группами потребителей и их потребностями, при сходстве их покупательского поведения и т.д.

Если целевые группы достижимы одними и теми же СМИ и потребности у этих групп схожие, то у компании не возникнет проблем с интеграцией своего товара на иностранный рынок. Международный маркетинг осуществляет межфункциональную координацию и интеграцию нескольких видов деятельности в масштабе мирового хозяйства, в зависимости от вида товара и рынка, компания находится на различных ступенях хозяйственной деятельности, используя разные формы участия в международном бизнесе и, соответственно, разные инструменты международного маркетинга.

Библиографические ссылки

1. Маркетинг в международном бизнесе [Электронный ресурс]. URL: https://bstudy.net/722815/ekonomika/marketing_mezhdunarodnom_biznese (дата обращения: 12.05.2021).

2. Lektzii.Org [Электронный ресурс]. URL: <https://lektzii.org/11-98160.html> (дата обращения: 12.05.2021).

3. CyberLeninka [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/marketing-v-mezhdunarodnom-biznese-1> (дата обращения: 12.05.2021).

4. Международный маркетинг [Электронный ресурс]. URL: <https://finzav.ru/marketing/mezhdunarodnyj-marketing> (дата обращения: 12.05.2021).

5. Международная маркетинговая деятельность компаний [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mezhdunarodnaya-marketingovaya-deyatelnost-mnogonatsionalnyh-kompaniy-v-usloviyah-nestabilnosti> (дата обращения: 12.05.2021).

References

1. Marketing in international business [Electronic resource]. URL: https://bstudy.net/722815/ekonomika/marketing_mezhdunarodnom_biznese (accessed: 12.05.2021).
2. Lektsii. Org [Electronic resource]. URL: <https://lektsii.org/11-98160.html> (accessed: 12.05.2021).
3. CyberLeninka [Electronic resource]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/marketing-v-mezhdunarodnom-biznese-1> (accessed: 12.05.2021).
4. International Marketing [Electronic resource]. URL: <https://finzav.ru/marketing/mezhdunarodnyj-marketing> (accessed: 12.05.2021).
5. International marketing activities of companies [Electronic resource]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mezhdunarodnaya-marketingovaya-deyatelnost-mnogonatsionalnyh-kompaniy-v-usloviyah-nestabilnosti> (accessed: 12.05.2021).

© Жуков А. А., 2021

УДК 330.322

ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ В БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИИ

И. А. Чуваев

Национальный исследовательский Томский политехнический университет
Российская Федерация, 634050, г. Томск, ул. Ленина, 30
E-mail: chuvaevivan1@gmail.com

Данная статья посвящена описанию и анализу программного обеспечения, используемого при разработке бизнес-планов.

Ключевые слова: программное обеспечение, бизнес-план, универсальное программное обеспечение, специализированное программное обеспечение, специальное программное обеспечение.

BUSINESS PLANNING SOFTWARE

I. A. Chuvaev

National Research Tomsk Polytechnic University
30, Lenin st., Tomsk, 634050, Russian Federation
E-mail: chuvaevivan1@gmail.com

This article is devoted to the description and analysis of software used in the development of business plans.

Keywords: software, business plan, universal software, specialized software, special software.

Развитие организации во многом зависит от использования достижений научно-технического прогресса и внедрения инновационных проектов. Это, в свою очередь требует не только разработки бизнес-планов, но и использования программного обеспечения, позволяющего значительно ускорить процесс разработки проекта и его управления на стадии реализации. Программное обеспечение существенно сокращает время на расчеты и позволяют более оперативно принимать управленческие решения.

Пакеты прикладных программ в России основаны на общепринятых в мире методиках инвестиционного анализа и адаптированы к российской специфике (налогообложение, законодательство, инфляция и т. д.).

При разработке бизнес-плана может быть использовано универсальное, специальное и специализированное программное обеспечение.

К универсальному программному обеспечению относят текстовые редакторы и электронные таблицы как в рамках офисных пакетов (Microsoft Office, Star Office, Word Perfect Office, Open Office.org) так и отдельных, самостоятельных программ (независимые текстовые редакторы и электронные таблицы). Среди текстовых редакторов наиболее популярными программными продуктами являются Poly Edit, Abi Word, Patriot XP, Сrup tEdit. Для подготовки финансовой части бизнес-плана можно использовать Formula One, Tabad, Super Calc и др.

Специальное программное обеспечение используется для подготовки исходных данных для работы. Это могут быть статистические программы, позволяющие подгото-

вить исходные данные для анализа рынка, анализа цен, определения сегмента рынка, прогноз курса валют и т. д. Однако одни только статистические программы, такие, например, как: SPSS, Stat Soft Statistica, Statit Professional и др. не смогут удовлетворить требования к разработке бизнес-плана в целом и должны применяться вместе с текстовыми редакторами и другими программами, позволяющими провести расчет финансовой части бизнес-плана.

Специализированное программное обеспечение позволяет детально описать сам бизнес-проект и провести расчеты его финансовой части. Работа со специализированными программами может проходить в несколько этапов.

Первый этап – это подготовка исходных данных для проведения расчетов. Здесь могут использоваться различные статистические данные, технические характеристики оборудования, нормы и т. д. Этот этап является очень важным и требует тщательной подготовки. Ошибка в исходных данных не даст достоверный результат.

Второй этап – это ввод исходных данных в программу и проведение расчетов с помощью программного обеспечения. Если на первом этапе исходные данные подготовлены на должном уровне, то второй этап не займет много времени. Однако данный этап требует от разработчика необходимый уровень знаний не только в написании бизнес-плана, но и умения работать с программным обеспечением.

Третий этап – анализ и оценка привлекательности проекта в условиях рынка. Проверка жизнеспособности проекта в тех или иных условиях. Определения условия для достижения желаемого результата.

Четвертый этап – перевод результатов расчетов, сформированных таблиц и графиков в текстовый редактор. Подведение итогов и формулировка выводов. Данный этап необходимо провести только после завершения и детальной проработки третьего этапа.

Специализированное программное обеспечение может включать в себя текстовый редактор и может быть без него. Некоторые программы предназначены для крупных бизнес-проектов, некоторые для небольших и средних. В последнее время в программное обеспечение также стали включать и видео уроки по созданию бизнес-плана. Рассмотрим некоторые программы более подробно.

Российский рынок предлагает несколько производителей программного обеспечения: «Альт-Инвест», Project Expert, ТЭО-ИНВЕСТ.

К наиболее популярным относят программы ProjectExpert и «Альт-Инвест», которые схожи по функциям, но значительно различаются по конструктивным решениям.

Программный продукт «Альт-Инвест» разработан Исследовательской консультационной фирмой «Альт», имеет несколько версий и постоянно обновляется. Данный продукт основан на программе Microsoft Excel, это позволяет специалисту вносить изменения в зависимости от специфики и использовать множество методов расчета. Практически все расчеты строятся на основе себестоимости единицы продукта.

Программный продукт Project Expert является закрытым. Формулы для расчета экономических показателей введены в систему, не требуют от разработчика дополнительных трудозатрат, но изменения в них вносить невозможно, также, как и просмотреть расчетные формулы. Пакет Project Expert обеспечивает высокую надежность и скорость расчетов.

Программный продукт ТЭО-ИНВЕСТ представляет схемы финансовых расчетов и реализован в пакете Microsoft Excel, является открытым и прозрачным. Расчеты можно осуществить по 15 видам продукции, 100 позициям инвестиционной программы, свыше 80 видам переменных и постоянных затрат.

Зарубежный рынок представлен таким программными продуктами, как Live Plan, Bizplan, Business Plan Pro, Plan Guru, Enloop, Strat Pad, iPlanner, Business Sorter, Venngage, Xero и другие

Выбор того или иного программного продукта определяется особенностями конкретного проекта и зависит от предпочтения пользователя, осуществляющего расчеты. Например, Live Plan предлагает все возможности для обобщения сложного бизнеса в простой бизнес-план. Если необходимо финансовое планирование и бюджетирование, можно использовать Plan Guru или Xero. С другой стороны, если необходимо интегрированная платформа финансирования, то лучше использовать Biz Plan.

Библиографические ссылки

1. Ванеев А. В., Лебедев И. Е., Шептиев А. С. Бизнес-планирование как форма реализации стратегии корпорации // *International Journal of Humanities and Natural Sciences*. 2019. Vol. 4-2. С. 153–155.
2. Троицкая Л. И., Кремлев Т. С. Сравнение методов построения бизнес-планов // *Азимут научных исследований: экономика и управление*. 2017. Т. 6, № 4 (21). С. 128–131.
3. Чараева М. В., Палеев А. В. Обзор методик формирования инвестиционного бизнес-плана // *Финансы и кредит*. 2014. № 18. С. 2–9.
4. Чуваева А. И., Алашкевич Ю. Д. Классификация видов эффективности // *Менеджмент в России и за рубежом*. 2020. № 6. С. 3–9.

References

1. Vaneev A. V., Lebedev I. E., Sheptiev A. S. Business planning as a form of corporate strategy implementation // *International Journal of Humanities and Natural Sciences*. 2019. Vol. 4-2. Pp. 153–155.
2. Troitskaya L. I., Kremlev T. S. Comparison of methods of building business plans // *Azimuth of scientific research: economics and management*. 2017. Vol. 6, № 4 (21). Pp. 128–131.
3. Charaeva M. V., Paleev A. V. A review of the methods of forming investment business plan // *Finance and credit*. 2014. No. 18. Pp. 2–9.
4. Chuvaeva A. I., Alashkevich J. D. Classification of types of efficiency // *Management in Russia and abroad*. 2020. No. 6. Pp. 3–9.

© Чуваев И. А., 2021

УДК 338.138

ХАРАКТЕРИСТИКА КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ BMW GROUP

А. А. Глушко
Научный руководитель – И. А. Мисинева

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева
Российская Федерация, 660037, г. Красноярск, просп. им. газеты «Красноярский рабочий», 31
E-mail: nastyaglushko114@gmail.com, imisineva@mail.ru

В статье рассмотрены конкурентные преимущества BMW Group и базовые конкурентные стратегии, которые использует компания для успешного развития на международном рынке.

Ключевые слова: конкуренты, конкурентные преимущества, стратегия, автомобильный рынок, инновации, современные технологии.

CHARACTERISTICS OF THE COMPETITIVE ADVANTAGES OF THE BMW GROUP

A. A. Glushko
Scientific supervisor – I. A. Misineva

Reshetnev Siberian State University of Science and Technology
31, Krasnoyarskii rabochii prospekt, Krasnoyarsk, 660037, Russian Federation
E-mail: nastyaglushko114@gmail.com, imisineva@mail.ru

The article discusses the competitive advantages of the BMW Group and the basic competitive strategies that the company uses for successful development in the international market.

Keywords: competitors, competitive advantages, strategy, automotive market, innovations, modern technologies.

Актуальность вопросов обеспечения конкурентных преимуществ заключается в том, что их понимание позволяет компании выбрать конкурентную стратегию, которая подходит для принятия решений по продукции, это оказывает влияние на стратегического планирование компании и ее дальнейшие действия, направленные на достижения успеха и развития в будущем. Конкурентное преимущество – любые инновации, дающие реальное приращение бизнес-успеха. Конкурентные преимущества на основе лишь уровня издержек, как правило, не так стойки, как преимущества на основе дифференциации. Достижение приоритетного преимущества обычно возможно за счет долгосрочных и интенсивных капитальных вложений в основную деятельность. Типичные источники конкурентного преимущества:

- 1) новые технологии;
- 2) изменение структуры и стоимости отдельных элементов в технологической цепочке производства и реального товара;
- 3) новые запросы потребителя;
- 4) появление нового сегмента рынка;
- 5) изменение «правил игры» на рынке.

Майкл Портер выделил важнейшие конкурентные преимущества – уникальность товара с точки зрения покупателя и низкие издержки. Майкл Портер считал, что есть три способа получить конкурентное преимущество в зависимости от стратегии компании по борьбе с конкурентами:

1. Стратегия дифференциации – целью стратегии является придание продукту, товару отличительных свойств, которые важны для покупателя и которые отличают данный товар от предложений конкурентов. Успешная дифференциация позволяет коммерческой организации добиться большей рентабельности за счет того, что рынок готов принять высокую цену.

2. Стратегия лидерства по издержкам – в центре внимания всей стратегии – низкие издержки по сравнению с конкурентами. Преимущества в отношении издержек создает относительно эффективную защиту против всех конкурентных сил.

3. Стратегия фокусирования, т. е. специализация на нуждах одного сегмента или конкретной группы покупателей без стремления охватить весь рынок [6].

Компания BMW Group – один из наиболее успешных производителей транспортных средств в Германии. Она входит в известную тройку самых крупных немецких автомобильных компаний вместе с Volkswagen Group и Daimler AG. Концерн BMW Group включает в себя несколько дочерних компаний в соответствии с направлением деятельности, такими как BMW, MINI и Rolls-Royce. Также существует BMW Financial Services – это, позволяющий клиентам пользоваться финансовыми услугами непосредственно фирмы производителя на выгодных условиях [5].

BMW Group – один из самых успешных производителей автомобилей и мотоциклов в Германии. Наряду с Volkswagen Group и Daimler AG, это одна из трех известных немецких автомобильных групп. В зависимости от сферы деятельности BMW Group состоит из нескольких дочерних компаний, таких как BMW, MINI и Rolls-Royce. Кроме того, существует BMW Financial Services – свой собственный финансовый «рукав», который позволяет клиентам пользоваться финансовыми услугами напрямую от производителя на выгодных условиях.

Список конкурирующих компаний с BMW Group велик. К ним относятся Ford Motor Company, General Motors Corporation, Mazda Motor Corporation, Suzuki Motor Corporation, Toyota Motor Corporation, Yamaha Corporation, Nissan Motor Co, Fiat S.p.A., Harley-Davidson, Inc. Hyundai Motor Co., Renault S.A., Honda Motor Co., Ltd. Однако наиболее конкурентная продукция компаний Toyota Motor Corporation, а именно Lexus, также Volkswagen Group, а именно Porsche и Audi и Daimler AG, а именно Mercedes Benz [3; 4].

Конкурентные преимущества и условия, позволяющие занимать высокие позиции на рынке, такой компании как BMW на российском рынке:

1) BMW – первая и единственная компания, которая производит автомобили премиум-класса в России. Таким образом, конкурентное преимущество BMW на российском рынке заключается в наличии собственной производственной базы;

2) техническое оснащение автомобилей. BMW первой внедрила такие системы, как «Anti-dazzle High-Beam Assistant» (антиослепление дальним светом), «Dynamic Light Spot» (система маркеров света, которая автоматически освещает пешеходов в дневное время, привлекая внимание водителя), «Active Steering» (активное рулевое управление), «Dynamic Drive» (система активной регулировки ходовой части);

3) BMW имеет конкурентное преимущество в сфере автокредитования;

4) в 2008 году BMW стала первым производителем автомобилей, получившим награду Industrial Excellence Award (Завод года). BMW добилась существенных результатов на автомобильном рынке, в том числе в нашей стране. Конкурентоспособность BMW постоянно повышается, в основном за счет внедрения новых современных технологий [2];

5) многолетнее присутствие на российском рынке. Многие модели BMW воспринимаются российскими потребителями как почти российские: они имеют местное значение и свою уникальную историю;

6) новые современные технологии, позволяющие создавать уникальные автомобили и электромобили. К 2023 году электромобили модели BMW Group будут представлены почти в 90 % сегментов рынка, до 2025 года ассортимент электромобилей будет расти в среднем более 50 % в год, а к 2030 году электромобили будут составлять по крайней мере, 50 % мировых поставок, и MINI будет полностью электрическим брендом к 2030 году [1; 2; 4].

BMW Group использует различные комбинации маркетинговых инструментов для продажи автомобилей в различных социально-экономических сегментах, уделяя особое внимание люкс-отрасли. Также BMW Group делит премиальный сегмент на более мелкие рынки, чтобы оптимизировать баланс между покупательским поведением и маркетинговыми инструментами, направленными на максимизацию продаж в этой области. Отражая уникальные ценности компании и быстро реагируя на меняющиеся предпочтения потребителей, BMW смогла выйти за границы предполагаемой производительности [4].

BMW специализируется на премиальном сегменте, который, в свою очередь, делится на 3 подгруппы. Первые – это относительно доступные автомобили, предназначенные в первую очередь для молодежи, семей с высоким доходом или домохозяйств со средним доходом, которым нужна дорогая машина. Сюда входит весь модельный ряд MINI, а также BMW 1-й и 3-й серии. Вторая подгруппа – это автомобили для состоятельных семей, деловых людей, которые в большинстве своем предпочитают ездить в одиночку или которые ценят комфорт и рассматривают автомобиль как показатель своего статуса. Сюда входят все другие модели BMW. Третья подгруппа – это модели Rolls-Royce, так называемый сегмент люкс. Такие автомобили чаще всего покупают представители высшего общества, которые не ездят в одиночку и ценят не только комфорт, но и роскошь машин [3].

Таким образом, если все автомобили ориентированы на определенный потребительский сегмент, каждый из его автомобилей предназначен для определенной целевой группы и, компания использует такое конкурентное преимущество, такое как уникальность товара с точки зрения покупателя, то BMW Group будет придерживаться стратегии фокусированной дифференциации и в будущие периоды. Основной целью данной стратегии является удовлетворение потребностей выбранного целевого сегмента лучше, чем конкуренты. Комбинирует данную стратегию и с типовой бизнес-стратегией «развитие продукта», продолжая поиск новых технологий и их использование в производимых автомобилях.

Библиографические ссылки

1. Новая эра, новый класс: BMW group делает технологический рывок. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.bmw-avilon.ru/all-news/news-dealer/novaya-era-novii-klass-bmw-group-delaet-tehnologicheskii-rivok/> (дата обращения: 12.05.2021).

2. Конкурентные преимущества предприятий [Электронный ресурс]. URL: https://schetuchet.ru/konkurentnye-preimushhestva-predpriyatij/#_BMW (дата обращения: 12.05.2021).

3. Яковенко А. О. Стратегия инновационного развития компании «Бэ-Эм-Вэ Групп» в период с 2007 по 2012 год // Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». 2013. С. 3–60.

4. Ханова В. Автодилеры верят в премиум // Журнал эксперт. 2013. № 8 (247). С. 40–41.

5. BMW [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bmw.ru/ru/ru/index.html> (дата обращения: 12.05.2021).

6. Майкл Е. Портер Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов : пер. с англ. М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. 454 с.

References

1. A new era, a new class: the bmw group makes a technological breakthrough [Electronic resource]. URL: <https://www.bmw-avilon.ru/all-news/news-dealer/novaya-era-novii-klass-bmw-group-delaet-tehnologicheskii-rivok/>

2. Competitive advantages of enterprises [Electronic resource]. URL: https://schetuchet.ru/konkurentnye-preimushhestva-predpriyatij/#_BMW

3. Yakovenko A. O. The strategy of innovative development of the company “Be-Em-Ve Group” in the period from 2007 to 2012 // National Research University Higher School of Economics. 2013. S. 3–60.

4. Khanova V. Auto dealers believe in premium // Expert magazine. 2013. No. 8 (247). P. 40–41.

5. BMW [Electronic resource]. URL: <http://www.bmw.ru/ru/ru/index.html> (accessed: 12.05.2021).

6. Michael E. Porter Competitive Strategy: Methodology for Analyzing Industries and Competitors : Per. from English. M. : Alpina Business Books, 2005. 454 p.

© Глушко А. А., 2021

УДК 656.01

К ВОПРОСАМ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ПОСТАВЩИКАМИ

Б. А. Ермахан
Научный руководитель – М. Б. Ташкынбаева

Казахский национальный исследовательский технический университет имени К. И. Сатпаева
Казахстан, г. Алматы, ул. Сатпаева, 22
E-mail: management@satbayev.university

В статье приведено описание процессов выбора поставщиков на основе сложившейся практики. Приведены источники для уточнения списка поставщиков. Проведен обзор критериев, наиболее часто используемых организациями.

Ключевые слова: поставщик, взаимодействие, контрагент, надежность.

ON ISSUES OF INTERACTION WITH SUPPLIERS

B. A. Ermakhan
Scientific supervisor – M. B. Tashynbaeva

Kazakh National Research Technical University named after K. I. Satpayev
22, Satpayev str., Almaty, Kazakhstan
E-mail: management@satbayev.university

The article describes the processes of selecting suppliers based on established practice. Sources are provided to clarify the list of suppliers. The review of the criteria most frequently used by organizations is carried out.

Keywords: supplier, interaction, counterparty, reliability.

Взаимодействие с поставщиками начинается с их поиска. Поиск и анализ поставщиков должен проводиться систематически с использованием всевозможных источников информации.

Выбор иностранного контрагента полезно начинать с поиска наиболее доступной информации о солидных, надежных фирмах, занимающихся в избранной стране (или странах) торговлей соответствующими товарами, и постепенно накапливать такую информацию до максимально возможного объема [1]. Поиск необходимой информации о рынках, ценах, клиентах, товарах – важная стадия внешнеторговых операций.

Для сбора информации, необходимой для применения перечисленных критериев нельзя ограничиваться одним источником информации. Требуется использование разнообразных источников. Ими могут быть, например:

- собственное расследование;
- местные источники, такие, как действующие на данной территории юридические лица или «осведомители» официальных органов;
- банки и финансовые институты;
- конкуренты потенциального поставщика;
- торговые ассоциации, например Торгово-промышленная палата РФ;
- информационные агентства;
- интернет-ресурсы – поисковики Google, Яндекс и зарубежные оптовые платформы Alibaba, Taobao, 1688, Made-in-China, eSources, Goolzi, b2b-zentrum, 4wholesaleusa;

– государственные источники, такие, как регистрационные палаты, налоговая, лицензионные службы и пр., обладающие открытой для ознакомления информацией [2].

Большое количество и разнообразие потенциальных поставщиков приводит к тому, что особое внимание уделяется проблеме выбора тех, которые могли бы с наибольшим эффектом обеспечить успешную производственно-сбытовую деятельность предприятия.

Иностранного поставщика, рассматриваемый в качестве делового партнёра, подбирается по ряду критериев. Важен предмет предстоящей сделки, её вид, какой стране будет заключаться договор и где подлежать исполнению. Имеет значение ситуация на рынке, конъюнктура, обстановка касательно конкурентов. Все эти факторы следует проанализировать и учесть – тогда странничество получится плодотворным и взаимовыгодным.

При выборе иностранного поставщика можно использовать критерии выбора иностранного поставщика, некоторые методы выбора поставщика и способы закупок. Также существует неформальный выбор поставщика.

При выборе лучшего поставщика рекомендуется изучить существующих и потенциальных поставщиков, используя критерии выбора поставщика. Иностранного поставщика, рассматриваемый в качестве делового партнёра, подбирается по ряду критериев. Важен предмет предстоящей сделки, её вид, какой стране будет заключаться договор и где подлежать исполнению. Имеет значение ситуация на рынке, конъюнктура, обстановка касательно конкурентов. Все эти факторы следует проанализировать и учесть – тогда взаимодействие получится плодотворным и взаимовыгодным. Результаты оценки конкурирующих компаний-поставщиков дают возможность заключить внешнеэкономический контракт, учитывающий все необходимые требования организации по взаимоотношению с поставщиком.

Обстоятельное изучение иностранных фирм охватывает широкий круг вопросов. Существуют качественные и количественные характеристики. Опишем критерии выбора иностранного поставщика по качественным характеристикам.

Это характеристика фирмы, в которой необходимо выяснить правовой статус фирмы, правоспособность согласно учредительным документам, реквизиты, подтверждающие регистрацию в торговом реестре своей страны, юридический адрес и его соответствие реальному адресу.

Оценивается характер деятельности фирмы и ее специализация, объем производства и портфель заказов, торговые обороты (в динамике за последние несколько лет), доля на рынке соответствующих товаров.

Выясняется зарубежная деятельность и деловые связи, проводится анализ репутационных издержек организации, оценивается финансовое участие в других фирмах, наличие дочерних компаний, филиалов, представителей в России и зарубежных странах, коммерческая репутация в деловых кругах.

Нужно понять, соответствует ли цена качеству и уровню обслуживания. Цена – важный показатель, такой же, как и возможность скидок. Но это наименьший по важности параметр, на основании которого нужно принимать окончательное решение о работе с поставщиком. Цена всегда может быть предметом переговоров, в то время как скорость поставок или качество продукции не так-то просто улучшить.

Ее платежеспособность и кредитоспособность, отношения с финансово-кредитными учреждениями, банковские реквизиты. Также существуют основные финансовые факторы, влияющие на выбор поставщика: коэффициент обеспеченности собственными средствами; коэффициент текущей ликвидности; коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности; показатели профессионального опыта; индекс лояльности покупателей и обеспеченности ресурсами [18]. Финансово стабильный поставщик имеет возможность предоставить заказчику кредитные условия, более глубокие скидки, маркетинговые программы и другие ресурсы.

Компетентность и ответственность – это умение решать поставленные задачи, организация должна определить подходит ли ей продукт, нужен ли он в ассортименте; отвечает ли этот поставщик необходимым основным требованиям; может ли данный поставщик выполнять условия по доставке, упаковке, гарантийным обязательствам и другим параметрам. Ответственный поставщик ведет эту работу системно, регулярно запрашивая обновленные данные у производителей. С другой стороны, он, взаимодействуя с множеством клиентов, получает представление о тенденциях, намечающихся в отрасли, и на этом основании может искать невостребованные пока, но полезные варианты производителей, моделей, комплектаций.

Мощности способны удовлетворить потребности сети. Чтобы вовремя и в нужном количестве поставщик обеспечивал товаром, организация должна определить обладает ли поставщик необходимыми мощностями (производственными или складскими). Несвоевременная поставка может принести большой вред.

Нужно знать, имеются ли у поставщика системы контроля качества, запасов, издержек, бюджета, персонала и информации. Для этого необходимо знать: каким образом контролируется качество продукции; как хранится продукция на распределительном складе; как строится договорная работа с контрагентами и кто контролирует выполнение договоров; какие требования предъявляются к покупателям в части обмена информацией. Если поставщик недостаточно контролирует качество продукции, то возможны брак, возвраты и недовольство покупателей. Чтобы убедиться в системах контроля, необходимо побывать на заводе или на складе у потенциального поставщика. При отсутствии контроля за качеством продукции или условиями хранения торговая сеть столкнется с проблемами у себя на складах.

Наличие у поставщика всех необходимых разрешений, гигиенических, ветеринарных и пожарных сертификатов, подтверждение таможенной чистоты и законности продукции обеспечивает заказчику гарантию безопасной торговли. Сертификация продукции гарантирует, что товар на 100 % изготовлена в соответствии с нормами и требованиями безопасности и в его качестве не может быть сомнений. Покупатель знает о наличие сертификата на товар, уверен, что можно использовать его по назначению. В противном случае все расходы на получение разрешений и сертификатов ложатся на торговую сеть.

Очень важно, чтобы ценности поставщика и заказчика совпадали. В таком случае они оба смогут лучше слышать своего конечного потребителя и понимать его запросы. Важно не просто зарабатывать деньги на продаже такого товара, но и понимать, что важно для покупателей такого товара. Это условие играет важную роль при реализации товаров, которые удовлетворяют высшие и жизненно важные потребности людей.

Это наличие электронных и мобильных средств связи, возможность командировок и обмена электронными данными. Если представитель поставщика постоянно недоступен по мобильному телефону или отсутствует на рабочем месте, то все «горящие» вопросы (срочно допоставить такой-то товар или решить вопрос по браку либо возврату, сообщить о пересортице или срочно ответить, почему в инвойсе не учтена наша обычная скидка за объем) решать будет не с кем.

Оценка стабильности поставщика одно из важнейших свойств поставщика для розничной сети. Нестабильные поставки означают необходимость поддерживать избыточный запас на случай внезапного дефицита, что, в свою очередь, означает издержки на складские расходы, на хранение товара и закупку избыточных партий. Желательно, чтобы пункт о стабильности поставок был включен в контракт

В первую очередь необходимо убедиться в том, что будущий зарубежный партнёр преследует ясные деловые цели и настроен на совместную борьбу с трудностями, которые, так или иначе, возникают в процессе ведения бизнеса. Деловые отношения должны приносить обеим сторонам взаимную финансовую выгоду, а это невозможно без совпадения интересов.

Критерии выбора иностранного поставщика по количественным характеристикам представляют примерно так, как в таблице.

Критерии выбора иностранного поставщика по количественным характеристикам

Наименование критерия	Определение
Интегральная оценка поставщика	Общая количественная оценка изготовителя и поставщика по всем показателям качества за определенный период времени
Совокупный уровень качества поставляемой продукции	Количественная характеристика, отражающая суммарный уровень качества поставляемой продукции при поставке одним изготовителем и поставщиком несколько видов материалов
Уровень качества поставляемой продукции	Количественная характеристика, отражающая уровень брака, обнаруженного при входном контроле, в производстве, у потребителя
Уровень организации поставок	Количественная характеристика, отражающая надежность и ритмичность поставок, выполнение требований по замене продукции
Уровень перспективности поставщика	Количественная характеристика, отражающая потенциал изготовителя и поставщика по обеспечению качества
Степень лояльности поставщика	Количественная характеристика, отражающая приверженность поставщика к интересам компании

Данные критерии зачастую используются компаниями без изменений и тщательной детализации, но, учитывая особенности закупки продукции и современные условия компании при анализе поставщиков, следует особое внимание уделять количественными характеристиками: стоимости транспортировки и таможенной очистки продукции, опыту работы с продукцией поставщика, его перспективность, уровень взаимопонимания с поставщиком, выражающаяся в его лояльности, а также отлаженная организация поставок.

Поиск фирм-контрагентов может проводиться в пределах одной страны или группы стран с учетом международных обязательств России, вытекающих из торгово-экономических соглашений с соответствующими государствам.

Выбирать страну покупки импортного товара целесообразно из группы известных стран-производителей и экспортеров, используя маркетинговое исследование и анализируя рынок. Существенное значение для российских импортеров имеют качественные характеристики товара, производимого в соответствующей стране и предлагаемого к поставке, объем предоставляемых гарантий и услуг, географическая близость страны покупки, уровень предлагаемых цен. Если намечено купить за рубежом крупную партию товара, не обязательно все количество закупать в одной стране, но при определенных условиях можно распределить эту закупку среди двух и более стран.

В последнее десятилетие произошло большое количественное расширение круга иностранных контрагентов, которое одновременно сопровождалось резким ухудшением их качественного состава. Поэтому следует вступать в деловые отношения с теми иностранными фирмами, которые известны на рынке, стремятся упрочить свои позиции и дорожат своей репутацией. В расчете на более отдаленную перспективу полезно постепенно создавать стабильную группу иностранных контрагентов по возможности в нескольких странах. Необходимой предпосылкой этого является постоянное добротное изучение иностранных фирм и их конкретных представителей.

Анализ поставщика, как и выбор способа его анализа, зависит от данных, представляемых различными подразделениями компании. Инженерные службы оценивают возможности поставщика по производству технологически сложной продукции и могут со знанием дела рассуждать о её качественных характеристиках. Диспетчерская служба, к примеру, предоставляет информацию о сроках поставки закупаемых товарно-материальных ресурсов. Промышленные отделы могут отозваться об удобстве и рациональности использования ресурсов в процессе производства. Данный метод подра-

зумеает использование большого количества разнообразной информации из различных источников, которая позволяет оценивать факторы в равном значении и не даёт рациональной картины, так как фактически каждый фактор будет иметь свой удельный вес влияния на деятельность компании.

В специализированных внешнеэкономических организациях ведется систематическое изучение иностранных фирм и представляющих их лиц. Эта работа сосредоточена в каждом оперативном подразделении (специализированной фирме) по профилю его товарной номенклатуры, а в обобщенном виде информация о фирмах аккумулируется по блокам в соответствующем функциональном отделе (конъюнктурном или маркетинга). Там формируются банки данных об иностранных фирмах с использованием современной компьютерной технологии, ведутся фирменные досье, составляются справки на фирмы, сведения о переговорах, о деловых отношениях с соответствующими фирмами.

В последнее время традиционные методы поиска, анализа и выбора поставщиков модернизируются и дополняются новыми формами и методами [3]. Среди основных методов выбора поставщика выделяют следующие: метод рейтинговых оценок, метод оценки затрат, метод доминирующих характеристик, метод категорий предпочтения.

Планирование и осуществление более тесного взаимодействия с поставщиками после поиска нужной информации о нем начинается с выбора поставщиков, соответствующих данной заявке. Поиск и анализ поставщиков должен проводиться систематически с использованием всевозможных источников информации.

В последнее время традиционные методы поиска, анализа и выбора поставщиков модернизируются и дополняются новыми формами и методами [4].

Каждому из приведённых методов свойственна особая характеристика, отличающая его от других, а также свои преимущества и недостатки. Контрольные процедуры как комплекс методов анализа эффективности и методики обоснования выбора иностранного поставщика для заключения внешнеторгового контракта, предназначенные для отбора поставщика и оценки значимых параметров контракта, могут быть положены в основу стандарта внутреннего контроля эффективности внешнеторгового контракта как методический инструментальный формирования оптимальной внешнеторговой политики компаний-импортеров.

Библиографические ссылки

1. Поиск и выбор иностранных контрагентов [Электронный ресурс]. URL: <https://lektsii.net/1-171978> (дата обращения: 12.05.2021).
2. Гаджинский А. М. Логистика : учебник. 21-е изд. М. : Дашков И К, 2017. 420 с.
3. Васин С. М., Шутов В. С. Управление рисками на предприятии : учеб. пособие. М. : КноРус, 2018. 300 с.
4. Бугай В. А. Методика выбора иностранного поставщика. 2018. № 12. С. 288–292.

References

1. Search and selection of foreign counterparties [Electronic resource]. URL: <https://lektsii.net/1-171978> (accessed: 12.05.2021).
2. Gadzhinsky A. M. Logistics : textbook. 21st ed. Moscow, Dashkov and K, 2017. 420 p.
3. Vasin S. M., Shutov V. S. Risk management at the enterprise : a textbook. Moscow, KnoRus, 2018. 300 p.
4. Bugai V. A. Methodology for choosing a foreign supplier. 2018. No. 12. Pp. 288–292.

УДК 338.138

АНАЛИЗ НАПРАВЛЕНИЙ СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ КОМПАНИИ COSTA BELLA

А. И. Паратникова
Научный руководитель – И. А. Мисинева

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева
Российская Федерация, 660037, г. Красноярск, просп. им. газеты «Красноярский рабочий», 31
E-mail: paratnikova@bk.ru, imisineva@mail.ru

В статье рассмотрен анализ стратегического развития для компании Коста Белла, рассмотрены типовые бизнес-стратегии на будущие 3–5 лет.

Ключевые слова: стратегический план, долгосрочные перспективы, оптимизация развития бизнеса.

ANALYSIS OF THE STRATEGIC DEVELOPMENT DIRECTIONS OF COSTA BELLA

A. I. Paratnikova
Scientific supervisor – I. A. Misineva

Reshetnev Siberian State University of Science and Technology
31, Krasnoyarskii rabochii prospekt, Krasnoyarsk, 660037, Russian Federation
E-mail: paratnikova@bk.ru, imisineva@mail.ru

The article examines the analysis of strategic development for the Costa Bella company, considers typical business strategies for the next 3–5 years.

Keywords: strategic plan, long-term prospects, business development optimization.

В настоящее время интерес компаний к стратегическому менеджменту, позволяющему обеспечивать успех в долгосрочной перспективе, возрастает. В стратегическом менеджменте возникает объективная необходимость, особенно если компании планируют эффективно развиваться и дальше. Для компаний, изготавливающих мебель, необходимо отслеживание появлений новых запросов потребителя, так как предпочтения населения носят изменчивый характер и появляются новые тенденции в сфере дизайна. Помимо этого, необходимо развивать информационные сети, дающие возможность быстро распространить и получить информацию будущему клиенту. Также иметь обоснованный стратегический план, который поможет подготовиться к непредвидимым обстоятельствам и оперативно реагировать на них.

Анализ компании Costa Bella, которая является мебельной фабрикой родом из Сибири с фирменными салонами по всей стране показал, что на данный момент у компании есть фирменные салоны в Москве, Сочи, Тюмени, Норильске, Барнауле, Владивостоке и еще в 25 городах нашей страны. Для расширения производства компания планирует открыть салоны в городах-миллионниках (Казань, Екатеринбург, Челябинск, Ростов), а также создать логистический центр и склад в Москве. Это помогает повысить общий оборот компании и повысить популярность, что даст стимул для совместной работы с популярными дизайнерами и созданию больших проектов с ресторанами,

кафе и гостиницами. При производстве используется немецкое оборудование, надежная фурнитура и древесина высшего качества. Но помимо этого компания испытывает проблемы с производством. Из-за нехватки рабочего пространства и большого объема заказов, цех не успевает выполнять план. В связи с этим в планах на будущее стоит разделение столярного производства на распил и сборку, а также увеличение столярного цеха в 2 раза – это повысит производительность в 3 раза и облегчит работу.

В компании очень сильный и слаженный коллектив, состоящий из специалистов с высшим образованием, но это не исключает возможность текучести кадров. Поэтому в планах на ближайшие 5 лет планируется появление HR отдела для поиска лучших кадров, как на руководящие должности, так и на рядовые. Создание такого отдела поможет исключить возможность непредвиденного увольнения сотрудников, которое влечет за собой замедление рабочего процесса. Costa Bella имеет сайт, где потребитель может ознакомиться с существующим ассортиментом, но оформить покупку на этом сайте нельзя. Для удержания клиентов планируется открыть канал интернет продаж с выделением ассортимента, выбором комплектации и палитрой тканей. Такое решение повысит эффективность продаж через интернет ресурс и позволит клиенту оформить покупку, находясь в любой точке мира.

Ежегодно компания посещает зарубежные выставки, благодаря которым можно увеличить клиентскую базу, повысить объем продаж и статус. Из-за отсутствия салонов за рубежом компания не может демонстрировать свою продукцию на постоянной основе, из-за чего на зарубежных рынках нет продаж. Для решения этой проблемы в ближайшие 5 лет планируется открыть новые рынки сбыта в Украине и Беларуси.

На данный момент Costa Bella имеет много салонов-дилеров, что приводит к большим затратам на открытие и содержание. Компания планирует освоить переход от дилерского договора к договору франшизы. Это позволит снизить затраты и поможет крупным продавцам открыть магазин в своем городе, что приведет к минимизации затрат на проведение рекламных кампаний. Рассматривая типовые бизнес-стратегии для компании «Коста-Белла», следует отметить стратегию развития рынка (так как компания хочет вывести свой продукт в новых непроработанных географических регионах, таких как Казань, Екатеринбург, Челябинск, Ростов).

Подводя итог, можно сказать, что Costa Bella имеет хорошие позиции на мебельном рынке, благодаря высокому качеству и индивидуальности. Однако нехватка мощностей производства негативно сказывается на сроках изготовления продукции. Некачественная работа сайта лишает потребителя возможности сделать заказ, не выходя из дома, что в наше время считается обыденным. Стратегические меры, направленные на оптимизацию развития бизнеса, помогут стабилизировать процесс и увеличить производительность цеха, что в дальнейшем поможет компании успешно конкурировать в долгосрочной перспективе и держаться на высоких позициях не только в Сибирском регионе.

Библиографические ссылки

1. ООО «Коста-Белла» [Электронный ресурс]. URL: <https://mebeloptovik.ru/mebelnaya-fabrika-costa-bella/> (дата обращения: 08.12.2021).
2. Официальный сайт компании ООО «Коста-Белла» [Электронный ресурс]. URL: <https://costabella.ru/about> (дата обращения: 08.12.2021).
3. ООО «Коста-Белла» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rusprofile.ru/id/1874129> (дата обращения: 08.12.2021).
4. Instagram [Электронный ресурс]. URL: https://instagram.com/costa_bella_divani?utm_medium=c (дата обращения: 08.12.2021).

5. YouTube канал Costa Bella [Электронный ресурс]. URL: <https://youtube.com/channel/UCcjuKqvWp76TBTQUw3EBraq> (дата обращения: 08.12.2021)

References

1. LLC “Costa Bella” [Electronic resource]. URL: <https://mebeloptovik.ru/mebelnaya-fabrika-costa-bella/> (accessed: 08.12.2021).

2. The official website of the company “Costa Bella” [Electronic resource]. URL: <https://costabella.ru/about> (accessed: 08.12.2021).

3. Costa Bella LLC [Electronic resource]. URL: <https://www.rusprofile.ru/id/1874129> (accessed: 12.08.2021).

4. Instagram [Electronic resource]. URL: https://instagram.com/costa_bella_divani?utm_medium=c (accessed: 08.12.2021).

5. YouTube channel Costa Bella [Electronic resource]. URL: <https://youtube.com/channel/UCcjuKqvWp76TBTQUw3EBraq> (accessed: 12.08.2021).

© Паратникова А. И., 2021

УДК 656.01

СИНДРОМ ВЫГОРАНИЯ У СОТРУДНИКОВ

А. Н. Мырзалы
Научный руководитель – Г. С. Муханова

Казахский национальный исследовательский технический университет имени К. И. Сатпаева
Казахстан, г. Алматы, ул. Сатпаева, 22
E-mail: management@satbayev.university

В статье описана проблема, связанной с эмоциональным истощением в процессе работы менеджера. Менеджер может терять эффективность из-за вытеснения стрессом желания развития. Ему необходимо формировать рабочий процесс так, чтобы не накапливалось напряжение, и у сотрудника была заинтересованность в работе.

Ключевые слова: выгорание, мотив, заинтересованность в работе, однообразие, напряжение.

BURNOUT SYNDROME IN EMPLOYEES

A. N. Myrzaly
Scientific supervisor – G. S. Mukhanova

Kazakh National Research Technical University named after K. I. Satpayev
22, Satpayev str., Almaty, Kazakhstan
E-mail: management@satbayev.university

Abstract: the article describes the problem associated with emotional exhaustion in the process of a manager's work. The manager may lose effectiveness due to the displacement of the desire for development by stress. He needs to shape the workflow so that tension does not accumulate, and the employee has an interest in the working them.

Keywords: burnout, motive, interest in work, monotony, tension.

Синдром эмоционального выгорания – это понятие, выражающее нарастающее эмоционально истощение человека под влиянием множества условий в рабочей обстановке [4].

Многие люди, работающие в организациях, хоть раз в жизни сталкивались с такой проблемой как эмоциональное выгорание. У каждого оно проявляется по-разному: кто-то теряет интерес к проектам, которые ранее вдохновляли, у кого-то ухудшается настроение, а у некоторых могут даже проявляться более серьезные симптомы вроде бессонницы и головных болей. Всех этих людей объединяет одно – высокий риск развития эмоционального выгорания и, как результат, ухудшения психоэмоционального здоровья и качества жизни в целом [1]. Таким людям стоит бережно относиться к своему психологическому здоровью и принимать меры по устранению факторов, вызывающих симптомы эмоционального выгорания.

Стоит также понимать, что отсутствие заинтересованности в рабочем процессе не всегда значит, что сотрудник «выгорает», симптоматика крайне разнообразна и проявление у разных людей может происходить абсолютно по-разному.

Обезопасить себя и своих сотрудников от выгорания можно, однако для этого следует соблюдать множество правил в ходе рабочей деятельности [2]. Далее мы подробно рассмотрим рекомендации, которые следует соблюдать руководителям для поддержания благоприятной обстановки в организации, а также индивидуальные правила саморегулирования, которые помогут человеку контролировать уровень стресса и снизить риск развития синдрома выгорания.

Эмоциональное выгорание – это разновидность психологической проблемы, связанной с эмоциональным истощением в процессе работы [3]. Данное понятие было введено в психологию американским психиатром Гербертом Фрейденбергером в 1974 году. У людей в состоянии выгорания появляются характерные «симптомы»: раздражительность, эмоциональная и физическая усталость, снижение продуктивности, проблемы с памятью, бессонница, головные боли, а также безразличие к рабочим обязанностям и проектам. Так или иначе любой человек может «выгореть» при определенных условиях, однако есть группы людей, которые более восприимчивы к выгоранию на работе. К ним относятся люди, которым часто приходится находиться в напряженной эмоциональной обстановке, а также прикладывать много интеллектуальных усилий в ходе работы. Самыми восприимчивыми к выгоранию профессиями можно назвать медицинское обслуживание (особенно работа с тяжелобольными людьми, работа в хосписе), преподавание, пожарную службу, социальную работу, психологию и психотерапию, а также работу в уголовно-исполнительной системе. Это объясняется тем, что в ходе исполнения своих должностных обязанностей специалисты перечисленных профессий вынуждены взаимодействовать с людьми в эмоционально сложном состоянии. Ситуацию также может усугубить работа в однообразном, напряженном ритме, конфликтная обстановка среди коллег, низкая финансовая мотивация, штрафные санкции, отсутствие результатов работы и однообразный досуг во вне рабочее время [5].

Однако это еще не все. В ходе исследований психотерапевтов была выявлена связь между психотипом человека и его подверженностью эмоциональному выгоранию. Стало очевидно, что интроверты склонны «выгореть на работе» в большей мере, нежели экстраверты. Это обуславливается тем, что интроверсия подразумевает под собой замкнутость, уединенность, изолированность от социального взаимодействия; экстраверсия, в свою очередь, наоборот – склонность к оживленному общению и социальному взаимодействию. Поэтому людям с высокими показателями интроверсии рекомендовано принимать меры по уменьшению нагрузки на психоэмоциональную сферу.

Выгорание у сотрудников может проявляться очень по-разному в зависимости от личностных качеств и факторов окружающей обстановки. Также некоторые симптомы являются взаимоисключающими, а другие могут быть крайне индивидуальными и редкими. Психолог Дж. Гринберг в своих работах подробно описал разновидность симптоматики и разделил ее по группам в порядке прогрессирования:

1. Первая стадия или «медовый месяц» – сотрудник доволен видом своей деятельности и рабочими задачами, однако с течением времени количество стрессов, связанных с работой, увеличивается, и сотрудник становится менее продуктивным.

2. Вторая стадия или «недостаток топлива» – появление более выраженных симптомов: усталость, бессонница, апатия. При отсутствии мотивации продуктивность снижается практически до нуля, интерес к рабочему процессу пропадает, появляется риск нарушения трудовой дисциплины.

3. Третья стадия или «хронические симптомы» – состояние здоровья ухудшается, появляется уязвимость к физическим и психологическим заболеваниям. Обостряется чувство подавленности и раздражительности.

4. Четвертая стадия или «кризис» – развиваются хронические заболевания, в связи с чем сотрудник теряет работоспособность. Появляются переживания неудовлетворенности качеством своей жизни и ощущение несостоятельности.

5. Пятая стадия или «пробивание стены» – Психологические и физические заболевания прогрессируют и переходят в острую форму, провоцируя опасные осложнения, угрожающие здоровью и жизни сотрудника.

Руководитель должен четко усвоить, что здоровое эмоциональное состояние сотрудников является неотъемлемой частью успешной деятельности организации. По этой причине очень важно создать комфортную для каждого работника атмосферу, не забывая о таких важных рабочих аспектах как мотивация и вознаграждение, причем не только материальное, но и психологическое. Если вдруг случилось так, что руководитель или менеджер организации заметил за сотрудником внезапное ухудшение продуктивности, безразличие к рабочим обязанностям, раздражительность и прочие симптомы, указывающие на эмоциональное выгорание, следует незамедлительно принять меры по устранению этого состояния. Со своей стороны, руководство должно понимать, что проблему нужно решить как можно раньше, ведь чем больше времени работник будет находиться в состоянии выгорания, тем сложнее будет в дальнейшем это состояние устранить.

Однако противодействие синдрому эмоционального выгорания должно оказываться не только со стороны руководства и окружения, но и со стороны самого человека, находящегося в этом состоянии, в противном случае эффективность методов борьбы с выгоранием будет снижена. Очень важно, чтоб у человека была заинтересованность к личностному росту, саморазвитию, а также осознание проблемы, симптоматики и последствий психологического стресса и выгорания.

В некоторых случаях может понадобиться помощь специалиста, но комплексный подход к лечению будет гораздо эффективнее. Таким образом, при эмоциональном выгорании следует придерживаться следующих рекомендаций:

1. Поддерживать хорошую физическую форму, правильно и сбалансированно питаться, отказаться от вредных привычек по мере возможности.
2. Переключиться с одного вида деятельности на другой, добавить в свою жизнь больше хобби.
3. Максимально разнообразить распорядок дня и досуг.
4. Найти время на саморазвитие: записаться на тренинги и курсы по интересным направлениям, повышать квалификацию и обмениваться опытом с коллегами.
5. Выделить время для отдыха, не перерабатывать в ущерб эмоциональному и физическому здоровью.
6. Разделить цели на долгосрочные и краткосрочные.
7. Избегать конфликтных ситуаций и нездоровой конкуренции.

Эмоциональное выгорание – это расстройство, связанное с чувством «опустошения» в следствие множества факторов влияния. К таким факторам относятся отсутствие психологической поддержки со стороны руководителя, недостаточная материальная компенсация, работа в социальных сферах, контакт с людьми, находящимися в затруднительном эмоциональном положении, недостаток отдыха [6].

Ввиду разнообразия симптоматики и индивидуальности проявления выгорания у разных людей, порой очень сложно заметить симптомы выгорания у окружающих. К сожалению, этот факт усложняет возможность быстрого избавления от этого состояния, однако оказать помощь сотруднику можно на любой стадии синдрома выгорания.

Эмоциональное выгорание сотрудников – это заболевание, требующее незамедлительного вмешательства во избежание негативных последствий как для самого сотрудника, так и для организации в целом [7]. Следует не забывать о том, что психоэмоциональное и физическое состояние всех работников организации является важным аспектом в развитии организации и ее успешной деятельности [8]. Поэтому очень важно уделять этому вопросу больше внимания и прикладывать всевозможные усилия для

устранения факторов, негативно сказывающихся на состоянии сотрудников и подталкивающих их к выгоранию.

Здоровье – это ключ к успеху и процветанию, без которого самореализоваться и добиться значимых высот невозможно.

Библиографические ссылки

1. Водопьянова Н. Е., Старченкова Е. С. «Синдром выгорания» в системе «человек – человек» // Практикум по психологии менеджмента и профессиональной деятельности / под ред. Г. С. Никифорова. СПб., 2011.
2. Диагностика профессионального выгорания по Е. Ильину.
3. Безносков С. П. Профессиональная деформация личности. СПб. : Речь, 2004.
4. Водопьянова Н. Е. Синдром выгорания: диагностика и профилактика. 2-е изд. СПб. : Питер, 2008.
5. Величковская С. Б. Проблема развития профессионального «выгорания».
6. Санд И. Дистанция счастья. Правила гармоничной жизни для интровертов и сверхчувствительных людей = Ilse Sand. Introvertellersærlygtsensitiv: guidetilgrænser, glædeogmening / пер. А. Наумова, Н. Фитисов. М. : Альпина Паблишер, 2020.
7. Маркова А. К. Психология профессионализма. М. : Международный гуманитарный фонд «Знание», 1996.
8. Айзенк Г. Ю. Структура личности. СПб. : Ювента ; М. : КСП+, 1999.

References

1. Vodopyanova N. E., Starchenkova E. S. “Burnout syndrome” in the “man–man” system // A workshop on the psychology of management and professional activity / Ed. G. S. Nikiforova/ St. Petersburg, 2011.
2. Diagnostics of professional burnout by E. Ilyin.
3. Beznosov S. P. Professional deformation of personality. St. Petersburg : Speech, 2004.
4. Vodopyanova N. E. Burnout syndrome: diagnosis and prevention. 2nd ed.: St. Petersburg, 2008.
5. Velichkovskaya S. B. The problem of professional “burnout” development.
6. Sand I. The distance of happiness. Rules of harmonious life for introverts and hypersensitive people = Ilse Sand. Introvertellersærlygtsensitiv: guidetilgrænser, glædeogmening / translators A. Naumova, N. Fitisov. M. : Alpina Publisher, 2020.
7. Markova A. K. Psychology of professionalism. M. : International Humanitarian Fund “Knowledge”, 1996.
8. Aizenk G. Y. Personality structure. St. Petersburg : Juventa ; Moscow : KSP+, 1999.

© Мырзалы А. Н., 2021

УДК 338.138

ХАРАКТЕРИСТИКА СОВРЕМЕННЫХ МЕТОДОВ РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА В ОРГАНИЗАЦИЯХ

М. С. Пешина

Научный руководитель – И. А. Мисинева

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева
Российская Федерация, 660037, г. Красноярск, просп. им. газеты «Красноярский рабочий», 31
E-mail: imisineva@mail.ru, mariapeshina@icloud.com

В статье рассмотрены современные методы развития персонала, дана их подробная характеристика, приведены преимущества и недостатки, а также примеры организаций, использующих данные методы в своей работе.

Ключевые слова: развитие персонала, современные методы развития персонала, case-study метод, модульное обучение, наставничество, рабочие группы, обучение действиям, геймификация, дистанционное обучение, метод «shadowing», метод «buddying», метод «secondment».

CHARACTERISTICS OF MODERN METHODS PERSONNEL DEVELOPMENT IN ORGANIZATIONS

M. S. Peshina

Scientific supervisor – I. A. Misineva

Reshetnev Siberian State University of Science and Technology
31, Krasnoyarskii rabochii prospekt, Krasnoyarsk, 660037, Russian Federation
E-mail: imisineva@mail.ru, mariapeshina@icloud.com

The article discusses modern methods of personnel development, gives their detailed characteristics, gives advantages and disadvantages, as well as examples of organizations using these methods in their work.

Keywords: personnel development, modern methods of personnel development, case-study method, modular training, mentoring, working groups, action training, gamification, distance learning, shadowing method, buddying method, secondment method.

В современном мире исследователи различных отраслей бизнеса совместно с работодателями единогласно пришли к заключению, что от качества квалифицированной рабочей силы зависит до 85 % успеха бизнеса на рынке. В отдельных сферах это значение может достигать 90–95 %. В свою очередь, техническому же потенциалу отдаётся не более 15 %. Таким образом, обучение персонала, развитие его потенциала на рабочем месте, повышение квалификации и курсы переподготовки приобретают для руководства фирм стратегическое значение.

Ряд специалистов считает, что развитие персонала – это комплекс взаимосвязанных действий и мероприятий, которые включают в себя разработку стратегии, управление карьерой работника, его профессиональным ростом и программами его обучения (индивидуального или коллективного) [1]. Развитие персонала также рассматривается как системный процесс, направленный, прежде всего, на формирование потенциала сотрудников предприятия [2]. Системность процесса подразумевает необходимость

регулярного проведения мер, связанных с профессиональным обучением, переподготовкой и повышением квалификации, адаптацией работника к изменениям на новом рабочем месте или в организации в целом. Сюда также относится перспективная и текущая оценка персонала, планирование карьеры и формирование кадрового резерва.

Средства, нацеленные на обучение и развития персонала, рассматриваются работодателями как инвестиции, которые в будущем принесут компании прибыль. Ведь персонал является главным преимуществом организации, его ключевой компетенцией.

Одним из наиболее эффективных современных методов обучения является case-study метод. Его второе название – метод конкретных ситуаций, то есть сотрудникам даётся какая-то определённая бизнес-ситуация, в ней выделяется набор обстоятельств и условий, создающих и объясняющих эту ситуацию и все последующие ситуации, после чего персоналу требуется определить наиболее влиятельные ситуации из общего перечня, а также объяснить, каким именно образом они станут влиять на конечный результат. Case-study метод позволяет сформировать у обучаемых навыки разностороннего исследования проблемной ситуации, принятия правильных решений в условиях неопределённости. Сотрудники имеют возможность применить полученные знания, умения и профессиональный опыт на практике. Вместе они учатся разрабатывать эффективный план действий, и в дальнейшем аргументировать свою позицию. При case-study методе происходит активное обсуждение деловых ситуаций в коллективе, поэтому развиваются также и навыки взаимодействия между коллегами, в обучающем процессе учитывается не только собственный голос, но и мнение других специалистов по работе над конкретной задачей или ситуацией.

Основным преимуществом данного метода является использование принципов проблемного обучения, это значит, что представленная ситуация имитирует механизм принятия решения в реальной рабочей ситуации, что позволяет сотрудникам применить все свои теоретические знания на практике и открывает возможность работы коллектива над одной проблемой. Прилагая совместные усилия все вместе они занимаются поиском решения, которое позволит выйти из проблемной ситуации. Помимо всего прочего, данный метод развивает у сотрудников организации навыки самопрезентации и презентации результатов своей деятельности, умение аргументировать, отстаивать своё мнение и видеть ситуацию под определённым углом и в целом. Наблюдается активная вовлеченность персонала в учебный процесс, где каждый участник имеет возможность сравнивать своё мнение с остальными участниками [3].

Недостаток метода case-study заключается в том, что обсуждение может получиться слабо организованным и даже малоэффективным, если у участников не будет достаточной квалификации, набора знаний и опыта. Кроме того, чтобы провести подобное мероприятие, организации требуется опытный тренер, который в случае чего будет способен правильно организовать дискуссию и задать верное направление для достижения результата.

Существуют, а также широко применяются на практике в бизнесе и другие методы обучения – модульное обучение, наставничество, рабочие группы, обучение действиям, геймификация или игрофикация, дистанционное обучение, метод «shadowing», метод «buddying» и метод «secondment».

Модульное обучение – это преимущественное самостоятельное обучение. Целью такого обучения является повышение эффективности и качества обучения сотрудников, формирование их универсально-профессиональных компетенций. Учебные модули выстроены по принципу «от простого к сложному», чтобы было легче усвоить и в дальнейшем воспроизвести накопленный материал. Оценка усвоенных знаний происходит посредством рейтинговой системы оценок. Преимуществами данного метода является его высокая эффективность, индивидуальный подход, который позволяет сократить

сроки обучения и равномерно распределить учебную нагрузку в соответствии с исходными запросами на результат. Недочётами здесь может являться высокий уровень самоорганизации и индивидуальной работы, с чем персонал не всегда справляется успешно.

Наставничество можно определить как способ передачи знаний и навыков более опытным человеком менее опытному. В современном значении наставник – это квалифицированный специалист, имеющий достаточный опыт работы в компании, который помогает новым сотрудникам адаптироваться в организации, который содействует их профессиональному развитию и карьерному росту, а также участвует в оценке результатов их деятельности. Наставник, с одной стороны, представляет интересы сотрудника в отношениях с компанией, а с другой, – является её представителем для сотрудника.

Рабочие группы – эффективный инструмент решения задач, которые требуют скоординированного действия работников различных подразделений. Однако для того, чтобы полностью реализовать потенциал рабочей группы, необходимо с особым вниманием подойти к решению вопросов, связанных с её организацией и координированием. Основное предназначение рабочих групп заключается в поиске причинно-следственных механизмов, которые приводят к появлению проблемы.

Обучение действиям – это совокупность методов обучения, когда сотрудники организации выполняют задания и обучаются в процессе решения реальных проблем и ситуаций. Подход включает в себя выполнение конкретных действий и анализ полученных результатов, который поможет оптимизировать процесс принятия решений в будущем.

Геймификация – это нефинансовая мотивация сотрудников для повышения эффективности бизнес-процессов с помощью игровых механик – сценария, интерфейса, виртуальной валюты, рейтингов и призов [4]. Геймификацию в последние годы в практике можно рассматривать как трансформацию наработанных практик. Геймификацию обычно используют для найма и управления персоналом, с её помощью мотивируют сотрудников, когда хотят улучшить качество продукта без привлечения дополнительных специалистов.

Дистанционное обучение строится на том, что автор курса загружает материалы и формирует уроки на платформе, открывает доступ сотрудникам, передаёт им расписание онлайн-занятий или выставляет дедлайн. Сотрудник же получает материал, закрепляет его через тесты, сдаёт контрольные занятия и повышает свою квалификацию, не отрываясь от работы из комфортного для него места. Это позволяет владельцу бизнеса независимо обучать кадры, не отрывая их от работы и не теряя в качестве обучения.

Метод «shadowing» чаще всего применяется для обучения молодых специалистов без опыта работы, а также студентов вузов и стажёров. Стажёру даётся возможность день или два «побыть тенью» специалиста, представляющего специальность, по которой обучаемый предполагает работать в будущем в данной организации. Как свидетельствует статистика, после такого обучения около 50 % выпускников начинают более реально оценивать свою профессиональную пригодность и перестают строить иллюзии, связанные с данной работой [5].

Метод «buddying» заключается в том, что за сотрудником закрепляется «buddy», то есть партнёр. Прежде всего «buddying» – это поддержка и помощь одного человека другому для достижения его результатов и целей. Метод основан на предоставлении объективной обратной связи, но прежде, чем давать обратную связь, участников обучают, как корректно и непредвзято это делать, проводятся тренинги, консультации. Основные принципы использования метода заключены в доверительном и конфиденциальном отношении друг к другу, обязательной постановке целей, которых в результате

требуется достичь, избежание навязывания своего мнения, взаимоуважение, выстраивание алгоритма взаимодействия [5].

Метод «secondment» представляет собой обмен сотрудниками как разновидность их замещения. Такой обмен персоналом отличается от обычного перемещения тем, что оно может быть не только внутренним в рамках одной компании, но и внешним, когда сотрудниками обмениваются разные компании, причём даже относящиеся к различным сферам деятельности. Такая программа даёт возможность сотруднику получить личностный рост, разнообразный опыт работы в проектах, повышает его адаптивность и уровень проявленности в организации и т. д. [5].

Обобщение характеристики различных методов развития персонала современных компаний

Название метода	Описание метода	Преимущества	Ограничения	Где применяется
Case-study	Метод конкретных ситуаций, при котором сотрудникам даётся какая-то конкретная бизнес-ситуация с определённым набором условий, и они должны определить и описать наиболее благоприятный исход разрешённого им кейса	Использование принципа проблемного обучения, укрепление командного духа, более слаженная работа в коллективе, возможность личного роста сотрудников и улучшение навыков самопрезентации	Сложность заключается в организации данного метода обучения персонала из-за разного уровня квалификации работников и их профессиональных навыков, а также опыта на рабочем месте. Кроме того, проводить case-study метод должен очень опытный тренер, иначе весь процесс получится малоэффективным	Впервые был применен в Гарвардской бизнес-школе, в настоящее время применяется в ведущих бизнес-школах Европы и Америки
Модульное обучение	Преимущественно самостоятельное обучение, изучение учебных модулей по принципу «от простого к сложному»	Высокая эффективность и результативность обучения, индивидуальный подход и др.	С высоким уровнем самоорганизации и индивидуальной работы персонал не всегда в состоянии справиться успешно	Применяется в организациях по всему миру
Наставничество	Способ передачи знаний и навыков более опытным человеком менее опытному	Индивидуальный подход, высокий уровень контроля, простота взаимодействия, высокая эффективность метода, снижение психологической нагрузки у сотрудников, улучшение взаимоотношений в коллективе, низкие затраты на проведение метода и др.	Высокая нагрузка на наставников, низкая эффективность в отдельных сферах деятельности (неэффективен будет метод для руководителей, низко квалифицированных сотрудников и представителей творческих профессий)	В российском бизнесе – компании КАМАЗ-металлургия, Кубышевский НПЗ, Северсталь. На Украине – отделения компаний IBS и McKinsey. В единичных случаях присутствует в компаниях сферы услуг, консалтинга, IT

Продолжение таблицы

Название метода	Описание метода	Преимущества	Ограничения	Где применяется
Рабочие группы	Эффективный метод решения задач, которые требуют скоординированного действия работников различных подразделений	Высокая удовлетворённость членов группы, групповая генерация идей, расширение рабочих навыков и знаний, возрастание организационной гибкости	Большие затраты ресурсов, стремление к частным целям, перераспределение власти, доминирование одного человека в группе	В настоящее время широко применяется в бизнесах Японии и Германии
Обучение действиям	Совокупность методов обучения, когда сотрудники организации выполняют задания и обучаются в процессе решения реальных проблем и ситуаций	Совместная работа сотрудников над конкретными проектами, анализ совершённых ошибок, наставничество	Подходит только высоко квалифицированным сотрудникам, имеющих достаточный опыт	Применяется в организациях по всему миру
Геймификация (игрофикация)	Нефинансовая мотивация сотрудников для повышения эффективности бизнес-процессов с помощью игровых методик	Повышение вовлечённости в работу, визуализация достижения прогресса, возможность проявить себя	Поверхностность, краткосрочный эффект, может рассматриваться некоторыми коллегами как предательство	Применяется в таких крупных компаниях как Yota, Google, «Альянс Консалтинг», ресторанные бизнесы (email-рассылка), а также в SMS и Viber-сообщениях, чат-ботах VK и Facebook
Дистанционное обучение	Самостоятельное обучение в соответствии с расписанием	Невысокая стоимость, любая локация изучения материала, возможность совмещения с рабочими обязанностями, высокая скорость обучения, использование новейших технологий обучения и др.	Неэффективная обратная связь и разбор непонятных для сотрудников блоков в процессе обучения, частые технические трудности	Применяется в организациях по всему миру
Shadowing	Молодому специалисту или стажёру даётся возможность несколько дней побыть в роли «тени» более опытного специалиста той же специальности, на которую хочет устроиться стажёр	Укрепляется серьёзность намерений стажёра по поводу его будущей занимаемой должности. Кроме того, данный метод способствует укреплению партнёрства в бизнесе и системы обучения на рабочем месте	Некоторые стажёры после такого эксперимента могут отказаться от предлагаемой должности, потому что их представления полностью не сошлись с реальностью	Широко применяется в Великобритании (71 % от общего числа всех компаний), примером служит компания PricewaterhouseCoopers

Окончание таблицы

Название метода	Описание метода	Преимущества	Ограничения	Где применяется
Buddying	Поддержка, помощь, в какой-то мере руководство и защита одного человека другим для достижения его результатов и целей	Личностный рост сотрудников, командообразование, передача информации, внедрение изменений, адаптация сотрудников	Высока вероятность возникновения несовместимых пар. Также, далеко не все сотрудники в состоянии адекватно воспринимать критику окружающих по поводу исполняемых обязанностей, поэтому в паре могут происходить частые конфликты и недопонимания	Широко применяется в Европе и США, В Великобритании ярким примером является компания Marks&Spencer (розничная сеть одежды)
Secondment	Ротация сотрудников (обмен) на определённое время в другую структуру для овладения необходимыми навыками	Возможность личного развития, приобретение разнообразного опыта в проектах, повышение адаптивности к изменениям, укрепление командного духа, развивается сеть контактов	Адаптация сотрудников, которые недавно вернулись в свою организацию после обмена может проходить достаточно болезненно. Кроме того, как «отдающая сторона», так и «принимающая сторона» могут получить обратно недостаточно обученного и замотивированного сотрудника и т. д.	Активно применяется в Англии (71 % компаний)

Таким образом, чтобы быть конкурентоспособной и успешной на рынке, любая организация должна внедрять в свою работу программы по развитию персонала, которые, в свою очередь, включали бы в себя современные методы, ориентированные на результат, в следствие чего на выходе руководители получают замотивированных, довольных своим положением и рабочим местом сотрудников, желающих продолжить выстраивание своей карьеры и раскрытие потенциала в стенах данной организации. Такой работник будет горд своей работой в компании, потому что он осознаёт, что он – важная единица в компании. Такие сотрудники редко увольняются или переходят на другое место работы. Обычно они стараются, оправдать ожидания и внедряют полученные навыки, знания и опыт в свою непосредственную деятельность. Они стремятся доказать, что руководство не зря рассчитывало на их скрытый потенциал и что вложенные в них ресурсы были реализованы не напрасно.

Библиографические ссылки

1. Нестеров А. К. Развитие персонала [Электронный ресурс] // Энциклопедия Нестеровых. URL: <https://odiplom.ru/lab/razvitie-personala.html> (дата обращения: 24.11.2021).
2. Соловьёв Д. П., Илюхина Л. А. Обучение и развитие персонала : учеб. пособие. Самара : Изд-во Самарского государственного экономического университета, 2019. 204 с.

3. Козлова О. А., Сычева М. Н. Инновационные методы обучения персонала: зарубежный и отечественный опыт [Электронный ресурс] // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2018. № 6. С. 160–164. Геймификация: как игровой подход помогает в обучении и на работе. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/education/605c6f2f9a79473a61646994> (дата обращения: 25.11.2021).

4. Справочник по управлению персоналом [Электронный ресурс] // Buddying, shadowing и другие новые методы обучения персонала. URL: <https://www.kadrovik.org/buddying-shadowing-i-drugie-novye-metody-obucheniya-personala> (дата обращения: 25.11.2021).

References

1. Nesterov A. K. Personnel development [Electronic resource] // Encyclopedia of the Nesterovs. URL: <https://odiplom.ru/lab/razvitie-personala.html> (accessed: 11.24.2021).

2. Soloviev D. P., Iyukhin L. A. Training and development of personnel. Study guide. Samara : Publishing House of the Samara State Economic University, 2019. 204 p.

3. Kozlova O. A., Sycheva M. N. Innovative methods of personnel training: foreign and domestic experience [Electronic resource] // International Journal of Applied and Fundamental Research. 2018. No. 6. P. 160–164.

4. Gamification: how a game approach helps in learning and at work [Electronic resource] // URL: <https://trends.rbc.ru/trends/education/605c6f2f9a79473a61646994> (accessed: 11.25.2021).

5. Handbook on personnel management [Electronic resource] // Buddying, shadowing and other new methods of personnel training. URL: <https://www.kadrovik.org/buddying-shadowing-i-drugie-novye-metody-obucheniya-personala> (accessed: 11.25.2021).

© Пешина М. С., 2021

УДК 339.74

К ВОПРОСАМ РЕШЕНИЯ МЕЖКУЛЬТУРНЫХ КОНФЛИКТОВ В БИЗНЕС-СРЕДЕ

Г. К. Азанкалыева
Научный руководитель – Ж. М. Тымбаева

Казахский национальный исследовательский технический университет имени К. И. Сатпаева
Казахстан, г. Алматы, ул. Сатпаева, 22
E-mail: management@satbayev.university

Основной целью статьи является ознакомление с природой межкультурных конфликтов, а также понимание процесса их регулирования и разрешения.

Ключевые слова: культура, конфликт, кросс-культурный менеджмент, общество.

ON THE ISSUES OF SOLVING CROSS-CULTURAL CONFLICTS IN THE BUSINESS ENVIRONMENT

G. K. Azankalyeva
Scientific supervisor – Zh. M. Tymbaeva

Kazakh National Research Technical University named after K. I. Satpayev
22, Satpayev str., Almaty, Kazakhstan
E-mail: management@satbayev.university

The main purpose of the article is to familiarize with the nature of intercultural conflicts, as well as to understand the process of their regulation and resolution.

Keywords: culture, conflict, cross-cultural management, society.

Ни одна культура мира не являются однородной. В действительности, все они являются сложной системой из множества самобытных этнических культур и субкультур. Осложняется это еще и тем, что каждой культуре характерны свои нормы и правила коммуникации, системы ценностей и уникальное миропонимание. Из-за столь богатого культурного многообразия между людьми возникает недопонимание или даже конфликты.

Важнейшей причиной межкультурных конфликтов являются различия в интересах между группами людей, которые принимают форму противоречий или даже открытой вражды. Так как современное общество является невероятно сложным и многоуровневым явление, то в нем, несомненно, возникают чрезвычайно сложные межличностные, а также межгрупповые отношения, основанные на принципиальных различиях в системах норм и ценностей [1].

С помощью методов современной этнической конфликтологии Тату Ванханен в своей книге указывает крайне опасные зоны столкновения этнических интересов различных групп людей. Автор книги утверждает, что культурные, исторические и политические пояснения причин возникновения этнических конфликтов всегда ограничены конкретными странами и историческими периодами, и не дают достаточного и четкого объяснения этнических конфликтов. Он также приводит доводы в пользу того, что конечное объяснение корней этнических конфликтов лежит в этническом фаворитизме [2].

На сегодняшний день в кросс-культурном менеджменте выделили следующие типы межкультурных конфликтов:

- между этническими группами и их культурами;
- между религиозными общинами;
- между представителями субкультур и поколениями;
- между либеральным и консервативным подходами в культуре;
- между носителями разных языков.

В основе межкультурного конфликта могут находиться глубокие причины, нечетко осознаваемые даже самими участниками конфликта. Возникновение конфликтов чаще всего встречается у людей, которые находятся в зависимых отношениях, которые вынуждены делить ограниченный ресурс, особенно конфликт обостряется, когда требуется срочность решения задачи. Конфликты могут возникать, как при формальных, так и при неформальных отношениях.

Этнический конфликт – особый вид межгруппового конфликта, основой которого являются некие противоречия, разделяющий стороны по этническому признаку. Но существуют другие точки зрения, так Е. А. Нарочницкая считает, что этнический конфликт является формой социального конфликта, который включает этническую мотивацию, а политические институты представляют собой разные стороны [3].

Культурные различия – не единственная причина конфликта, возникающего в процессе межкультурной коммуникации. Здесь, часто присутствует вопрос власти или статуса конкретного индивида, материальное расслоение общества, конфликт религиозных общин и т. д. И знание культурных особенностей не является единственно верным подходом к разрешению межкультурных конфликтов. В современном мире данный факт достаточно известен и хорошо изучен. Поэтому социологи выделили пять стилей поведения, которые помогут решить сложившуюся в ходе коммуникации неурядицу.

Первым стиль «соревнование» в котором правым признается более сильный участник конфликта. Данный стиль не стремится к взаимопониманию и сотрудничеству. Данный способ сопровождается ситуацией «победа или поражение», упорным соперничеством и по итогу сводится к подчинению одной стороны. Вторым стилем поведения социологи выделяют «сотрудничество», используя который, стороны конфликта стремятся к обоюдному согласию и взаимопониманию. Такое поведение направлено на решение проблемы, путем понимания разности ценностей и идей.

«Уход от конфликта» является третьим стилем поведения и его стремления направлены на избежание конфликта или его отрицания. В такой ситуации разрешение конфликта откладывается на долгий срок, а тему конфликта предпочитают избегать. Основная цель такого поведения – избежание открытой конфронтации.

Следующий стиль, который выделяют социологи это «уступчивость», он подразумевает, что одна сторона конфликта может пожертвовать своими интересами в пользу разрешения конфликтной ситуации. Такое стремление характеризуется уступчивостью, подчинением и податливостью.

Выделяют и пятый, последний стиль поведения, позволяющий разрешить конфликтную ситуацию, это «компромисс». При таком стечении обстоятельств поведение обеих сторон характеризуется взаимными уступками. В такой ситуации нет победителей и нет проигравших, а компромисс достигается путем переговоров.

Также социологи выделяют несколько норм поведения, которыми следует пользоваться для успешного решения конфликта:

- не стоит спорить из-за мелочей, лучше сконцентрироваться на основной проблеме;
- не стоит переходить на личные оскорбления;
- не стоит пытаться победить, необходимо найти истину;
- необходимо научиться выявлять поведенческие недостатки и ложные суждения;

– необходимо использовать улыбку и юмор, если это уместно.

Стиль разрешения конфликта выбирается с учетом культурного участника. Так, важнейшей нормой делового сотрудничества в Японии являются переговоры. В американской системе ценностей не предполагается разговаривать с бизнес-партнером, который не выполняет своих обязательств. Между британскими и китайскими менеджерами также наблюдаются культурные различия и, как следствие, в методах разрешения конфликта тоже. Так, китайские партнеры предпочитают пассивный стиль поведения, а британцы склонны к активным стилям поведения решения конфликтов – «сотрудничество» или «соревнование». Взаимоотношения людей в китайском обществе основываются на осознании, что человек существует только как часть семьи или клана. Это требует от индивида уважения к общественной иерархии. Необходимость проявления почтительности к старшим ориентирует китайцев на подчинение власти и подавление агрессии.

Библиографические ссылки

1. Минасова С. Г. Отражение в языке изменений и развития общественной культуры [Электронный ресурс]. URL: http://sbiblio.com/BIBLIO/archive/ter_jasik/02.aspx (дата обращения: 08.12.2021).
2. Ванханен Т. Этнические конфликты : пер. Д. О. Румянцева / под ред. Н. В. Тихомировой, Т. Манцевич М. : Кучково поле, 2018. С. 77–81.
3. Нарочницкая Е. А. Этнические конфликты и государство в западноевропейских демократиях. С. 118–119.

References

1. Minasova S. G. Reflection in the language of changes and development of public culture [Electronic resource]. URL: http://sbiblio.com/BIBLIO/archive/ter_jasik/02.aspx (accessed: 08.12.2021).
2. Vanhanen T. Ethnic conflicts : Per. D. O. Rumyantsev / ed. N. V. Tikhomirov, T. Mantsevich. M. : Kuchkovo Field, 2018. С. 77–81.
3. Narochnitskaya E. A. Ethnic conflicts and the state in Western European democracies Pp. 118–119.

© Азынкалыева Г. К., 2021

УДК 338.2

ОПЫТ ПАО «НК «РОСНЕФТЬ» В ОБЕСПЕЧЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Э. Р. Габдулина
Научный руководитель – Ю. Н. Маланина

Иркутский государственный университет путей сообщения
Российская Федерация, 64074, г. Иркутск, ул. Чернышевского, 15
E-mail: 0621056.elya@mail.ru

В данной работе изучены организационные и индивидуальные факторы повышения эффективности коммуникаций. Представлен опыт ПАО «НК «Роснефть» в развитии коммуникаций через совершенствование организационной культуры.

Ключевые слова: деловая коммуникация, эффективность коммуникации, факторы эффективности коммуникации, корпоративная культура и организационные коммуникации.

EXPERIENCE OF PJSC “NC “ROSNEFT” TO ENSURE THE EFFECTIVENESS OF BUSINESS COMMUNICATION

E. R. Gabdulina
Scientific supervisor – Yu. N. Malanina

Irkutsk State University of Railway Transport
Russian Federation, 64074, Irkutsk, Chernyshevsky str., 15
E-mail: 0621056.elya@mail.ru

This paper examines organizational and individual factors enhance the effectiveness of communication. The experience of PJSC “NC “Rosneft” in development of communication through the improvement of organizational culture.

Keywords: business communication, factors of communication efficiency, corporate culture and organizational communication.

Обеспечение эффективности деловых коммуникаций в организации является важным источником ее конкурентного преимущества. Эффективность внутриорганизационной коммуникации находится в зависимости от большого количества факторов, которые ученые подразделяют на две большие категории – индивидуальные и организационные [4]. Индивидуальные факторы повышения эффективности коммуникаций – это факторы, связанные с сотрудниками организации, их способностью и мотивацией участвовать в коммуникациях и достигать цели коммуникации, а также с уменьшением межличностных коммуникационных барьеров. К индивидуальным факторам повышения эффективности коммуникации относят: повышение коммуникативной компетентности сотрудников; выбор коммуникантом наиболее подходящего межличностного канала; близкие установки и знания у источника и адресата. Организационные факторы повышения эффективности коммуникаций – это факторы, связанные со структурой и процессами в организации. К организационным факторам повышения эффективности коммуникаций М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури [2] относят: регулирование инфор-

мационных потоков, как во взаимодействии организации с внешней средой, так и внутри организации; при этом следует помнить, что факторы внешней среды, влияющие на деятельность организации, определяют внешние коммуникационные потребности организации, но и в то же время происходящие внутри организации обсуждения, собрания, телефонные переговоры, отправляемые служебные записки и отчеты во многом являются реакцией на возможности или проблемы, создаваемые внешним окружением; создание систем обратной связи, в том числе управленческие действия, способствующие формированию восходящих и боковых (горизонтальных) ветвей информационного обмена, созданию систем сбора предложений; выполняют функцию оповещения руководства о том, что делается на низших уровнях, о текущих или назревающих проблемах, предлагает возможные варианты исправления положения дел; рассылку материалов информативного характера для применения внутри организации, многие организации используют для этого электронную почту, но крупные организации могут иметь специальные издания, которые содержат информацию для всех сотрудников; применение достижений современных информационных технологий способствует совершенствованию обмена информацией в организациях, так как ускоряет многие процессы, но применяя их, иногда создают ненужное дублирование, увеличивают объемы рассылок, тогда вместо нужного повышения эффективности получается информационная перегрузка. Необходимо понимание сотрудниками целей деятельности организации, существующих взаимосвязей и проблем, а также требований конкретной ситуации [3]. Однако, учитывая мнения специалистов, можно сказать, что цели, поставленные перед собой исполнителями, и цели, которые готов поставить перед ними начальник, почти никогда полностью не совпадают. Для преодоления подобных часто встречающихся расхождений необходимы дополнительные коммуникации, как восходящие – вопросы подчиненных начальнику, так и нисходящие – анализ начальником ситуаций, его разъяснения, а возможно, и корректировка первоначальных распоряжений. Поэтому совершенно необходима неоднократная обратная связь для достижения настоящего, а не кажущегося взаимопонимания, считают специалисты [4].

В рамках повышения эффективности коммуникаций, ученые рекомендуют руководителю:

- 1) пояснять свои идеи сотрудникам;
- 2) быть восприимчивым к потенциальным семантическим проблемам;
- 3) обладать умением слушать. Выслушивание фактов и чувств – это выслушивание сообщения полностью;
- 4) менеджеру нужно следить за языком собственных поз, жестов и интонациями, для того, чтобы не посылать противоречивых сигналов;
- 5) денострировать эмпатию и открытость;
- 6) добиваться установления обратной связи.

Способами совершенствования информационного обмена в организации специалисты называют [3]:

- 1) регулирование информационных потоков. Информационные потребности зависят от целей руководителя, принимаемых им решений и характера показателей оценки результатов его работы;
- 2) дополнительные управленческие действия: обсуждение и прояснение новых планов, вариантов стратегии, целей и назначений, необходимых для более эффективной реализации намеченного, контроль хода работ по плану-графику, отчеты по результатам такого контроля;
- 3) системы обратной связи. Создание в организации систем обратной связи. Один из вариантов – перемещение людей из одной части организации в другую для обсуждения определенных вопросов. Другой – опрос работников для получения различной информации;

4) системы сбора предложений. Цель – снижение остроты тенденции фильтрации или игнорирования идей на пути снизу вверх. Ящики для предложений, телефонная сеть для анонимной передачи сообщений;

5) информационные бюллетени, публикации и видеозаписи организации;

6) современные ИТ, так использование ПК, электронной почты уменьшают поток телефонных разговоров.

Изучение опыта известных предприятий в сфере коммуникаций, показало, что в компании ПАО «НК «Роснефть», в обеспечении эффективности коммуникаций, большую роль отводят развитию организационной культуры [1]. Среди ключевых инициатив в области корпоративной культуры, которые обеспечивают успех внутренних и внешних коммуникаций ПАО «НК «Роснефть», можно перечислить следующие направления: деловая этика, внутренние коммуникации и социологические исследования, корпоративные мероприятия. Главное, что определяет успех каждой компании – это ее сотрудники, считают в ПАО «НК «Роснефть», компания уделяет большое внимание обеспечению благоприятного психологического климата и созданию условий реализации потенциала каждого сотрудника. В текущем году в компании введена в действие новая редакция Кодекса деловой и корпоративной этики, разработанная в соответствии с лучшими практиками. Кодекс является одним из важнейших инструментов корпоративной культуры. Корпоративные ценности и ориентиры, закрепленные в Кодексе, требуют от каждого работника осознанной активности и инициативы. Следование сотрудниками единым принципам и стандартам поведения способствует формированию надежной и высокопрофессиональной команды, объединенной общими целями, культурой поведения и традициями, а также помогает поддерживать на должном уровне коммуникации в самой Компании, с деловыми партнерами и клиентами [1]. В компании функционирует горячая линия безопасности, проводится обучение сотрудников в области комплаенс. Внутренние коммуникации – неотъемлемая часть корпоративной культуры компании и один из главных факторов повышения эффективности деятельности. Сегодня в ПАО «НК «Роснефть», на первый план выходят задачи своевременного информирования персонала обо всех изменениях, проектах и событиях, происходящих в компании, поддержки сотрудничества и обмена знаниями между подразделениями [1]. Чтобы верно определить направления дальнейшего развития корпоративной культуры и системы внутренних коммуникаций в ПАО «НК «Роснефть», на регулярной основе проводятся социологические исследования. Исследования позволяют провести оценку уровня информированности и удовлетворенности персонала кадровыми и социальными программами, выявить зоны потенциальных и существующих рисков, а также дать рекомендации по развитию кадровой и социальной политик компании. Ежегодно в компании проводятся крупные корпоративные мероприятия, способствующие развитию внутренних коммуникаций: конкурс профессионального мастерства «Лучший по профессии», Спартакиада, творческий фестиваль «Роснефть зажигает звезды». Можно заключить, что успешная стратегия развития компании, базируется на главных ориентирах и ценностях, которых придерживается компания в коммуникации с сотрудниками, партнерами и клиентами и другими заинтересованными лицами.

Библиографические ссылки

1. Корпоративная культура как основа эффективных коммуникаций компании Роснефть [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rosneft.ru/Development/culture> (дата обращения: 08.12.2021).

2. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. М. : Дело, 2014. 704 с.

3. Супрунова М. А., Мисинева И. А. Роль службы управления персоналом в реализации процессного подхода в организации // Управление человеческими ресурсами – основа развития инновационной экономики : материалы IV Междунар. науч.-практ. конф. (20–21 марта 2013, г. Красноярск) / Сиб. гос. аэрокосмич. ун-т. Красноярск, 2013. С. 327–329.

4. Эффективность коммуникаций [Электронный ресурс]. URL: <http://oodri.narod.ru/man43.html> (дата обращения: 08.12.2021).

References

1. Corporate culture as the basis of effective communications of Rosneft [Electronic resource]. URL: <https://www.rosneft.ru/Development/culture> (accessed: 08.12.2021).

2. Meskon M., Albert M., Khedouri F. Fundamentals of management. M. : Publishing House : Case, 2014. 704 p.

3. Suprunova M. A., Misineva I. A. The role of the personnel management service in the implementation of the process approach in the organization // Human resource management – the basis for the development of the innovative economy : proceedings of the IV International Scientific and Practical Conference (March 20–21, 2013, Krasnoyarsk) / Sib. state aerospace. un-t. Krasnoyarsk, 2013. Pp. 327–329.

4. Efficiency of communications [Electronic resource]. URL: <http://oodri.narod.ru/man43.html> (accessed: 08.12.2021).

© Габдулина Э. Р., 2021

УДК 338.242.2

ОСОБЕННОСТИ И СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ЗАДАЧИ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА ОРГАНИЗАЦИЙ

Д. Д. Попов

Научный руководитель – А. И. Чуваева

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева
Российская Федерация, 660037, г. Красноярск, просп. им. газеты «Красноярский рабочий», 31
E-mail: marshall_mades@mail.ru, ale210812@yandex.ru

В статье охарактеризованы особенности и освещены основные задачи современного менеджмента. Выделены основные составляющие менеджмента: организационная культура, организационное поведение, корпоративный менеджмент, стратегическое управление и планирование, кризисный менеджмент, риск-менеджмент.

Ключевые слова: современный менеджмент, виды менеджмента, составляющие менеджмента, интеллектуализация общества, современные вызовы, глобализационные процессы, философия менеджмента.

FEATURES AND STRATEGIC OBJECTIVES OF MODERN MANAGEMENT ORGANIZATIONS

D. D. Popov

Scientific supervisor – A. I. Chuvaeva

Reshetnev Siberian State University of Science and Technology
31, Krasnoyarskii rabochii prospekt, Krasnoyarsk, 660037, Russian Federation
E-mail: marshall_mades@mail.ru, ale210812@yandex.ru

The article describes the features and highlights the main tasks of modern management. The main components of management are highlighted: organizational culture, organizational behavior, corporate management, strategic management and planning, crisis management, risk management.

Keywords: modern management, types of management, components of management, intellectualization of society, modern challenges, globalization processes, philosophy of management.

Сегодня происходит полноценное становление информационного общества, заложены основы информационной экономики, что стало условием для создания возможности появления новых моделей менеджмента. В условиях обострения кризисных явлений и мировой геоэкономической нестабильности эта проблема актуализируется еще больше. Поскольку предприятия должны работать и в условиях кризиса, то у высшего менеджмента появляются новые задачи, новые цели, которые не укладываются в традиционную модель менеджмента. Учитывая мировые тенденции, новые управленческие технологии, другие подходы к принятию управленческих решений, отечественные менеджеры должны воплощать их уже сегодня. Однако заметна инертность в стремлении реализовывать инновации и очень часто отсутствие воли и желания вместе с объективными финансовыми проблемами замедляют процессы реформирования и модернизации как на уровне теории, так и в практике. Именно поэтому существует

угроза становления на путь заимствования чужих стратегий развития вместо выработки своих опережающих концептуальных моделей развития общества, экономики и, соответственно, менеджмента.

Современный менеджмент формируется в условиях появления новых парадигм общественно-экономического развития, новых управленческих технологий, призванных дать ответ на вызовы современности. В связи с этим появляются научные исследования, которые, собственно, и отражают назревшие тенденции, обусловленные стратегическими вызовами XXI века обществу и экономике РФ [1; 3; 5]. Становление экономики знаний, интеллектуализация общества становятся важными факторами формирования современного менеджмента и предметом исследований отечественных ученых [1; 2]. Однако в научных исследованиях недостаточно освещена проблематика комплексного рассмотрения новых стратегических задач современного менеджмента, опделение его особенностей, обусловленных глобальной нестабильностью.

Цель статьи заключается в освещении особенностей и стратегических задач современного менеджмента организаций под воздействием внешних и внутренних вызовов. Решение этих задач поможет менеджерам принимать эффективные управленческие решения, направленные на повышение конкурентоспособности отечественных предприятий.

Менеджмент как наука развивается в соответствии с законами и закономерностями развития общества и экономики, а в практической плоскости реализуется под влиянием определенных тенденций, которые проявились уже в разделении менеджмента на различные виды: менеджмент персонала, инновационный, информационный, креативный, маркетинговый, глобализационный и др.

Как утверждают ученые, «сегодня фирмы основное внимание уделяют менеджменту качества, социальному, экологическому, кросс-культурному, креативному менеджменту как относительно самостоятельным системам управления, основанным на принципах процессного подхода, оптимизации процесса управленческой деятельности» [1, с. 40]. Процессы, происходящие в обществе, повлияли на трансформацию функций менеджмента, а информационно-коммуникационные технологии стали основным механизмом, стимулирующим новые подходы к технологии менеджмента. Особенности современного менеджмента проявляются и в том, что под влиянием новых вызовов важными составляющими менеджмента стали: организационная культура, организационное поведение, корпоративный менеджмент, кризисный менеджмент, риск-менеджмент.

Распространение социокультурных тенденций в менеджменте, а также успешная практика многих зарубежных корпораций убеждают отечественных менеджеров в необходимости формирования организационной культуры. Организационная культура является важным инструментом управления, направленным на обеспечение конкурентоспособности организации за эффективное использование нормативного и ценностного аппарата в управлении, координации управленческих элементов на основе принятых норм и стандартов организационного поведения, базовых ценностей в организационной среде, понимание философии организационной деятельности.

Фактор организационной культуры лучше всего проявляется и осмысливается через организационное поведение, которое синтезирует концепции, теории, касающиеся отдельных людей, групп и организаций в целом. Поскольку возрастает роль человека не только в отдельно взятой организации, но и обществе, то поведенческие концепции становятся системообразующим элементом для выработки современной методологии управления персоналом, подкрепленной инновационными технологиями менеджмента. Для эффективного управления поведением персонала в пределах отдельно взятой организации необходимо разрабатывать поведенческие технологии, которые можно реализовать путем использования институциональных инструментов с четким распределением прав и обязанностей персонала, не забывая при этом о необходимости соблюдения свободы творчества, особенно для профессий, содержащих креативные элементы.

В свою очередь, корпоративный менеджмент возник в ответ на стремительное распространение корпоративных структур и корпоратизации, которая приобрела значительные масштабы, охватив значительный сектор экономической жизни. Несмотря на то, что корпоративный менеджмент как самостоятельное направление сформировался в конце 60-х – начале 70-х годов XX в., интеграционные процессы и новые задачи макроэкономического уровня освещают новые проблемы, новые аспекты и направления развития этого вида менеджмента [2, с. 81].

Кризисный менеджмент направлен на управление кризисными ситуациями, выбор адекватных времени форм, методов и технологий управления, учитывая специфику каждой организации. Этот вид менеджмента особенно актуален для отечественных предприятий и организаций, работающих в условиях тотального кризиса: политического, экономического, экологического, социального, морального.

Задача кризисного менеджмента сегодня заключается не только в том, чтобы изучать факторы возникновения кризиса и сохранять контроль над кризисной ситуацией, но и не допустить его. Следовательно, важной функцией становится прогнозирование, что позволяет изучать сигналы, подсказывающие о наступлении предкризисной ситуации, изучать, анализировать природу и источники возможного появления кризисных явлений [3, с. 64]. Сегодня речь должна идти и о развитии менеджмента предотвращения как новой управленческой технологии, направленной на предупреждение кризиса и снижения рисков. В этом контексте есть точки соприкосновения кризисного менеджмента с риск-менеджментом, цель которого заключается в сбалансировании стратегических возможностей организации с уровнем риска. Этого можно достичь на основе сочетания стратегических и тактических задач риск-менеджмента.

Указанное выше подтверждает необходимость создания новой модели менеджмента, на основе которой целесообразно формировать стратегию обеспечения конкурентоспособности предприятий, предусматривающую максимальное использование нематериальных ресурсов организации для выполнения всех стратегических задач [4, с. 107]. Учитывая это, выделим основные стратегические задачи современного менеджмента, к которым отнесем:

- поиск философии управления в условиях кризиса и посткризисного периода;
- распространение принципа синергии во все сферы менеджмента и развитие синергетического менеджмента;
- укоренение теории систем в сферу менеджмента;
- адаптации к новым вызовам и постоянный мониторинг внешней среды организации.

В этом контексте целесообразно говорить о переориентации управления с акцентами на внутренние факторы (ресурсы, расходы, мощности, специализации) на внешние факторы. Так создается поле для управления изменениями на научной почве и развивается управленческое искусство, призванное оптимизировать риски;

- умение организовывать различные бизнес-процессы, учитывая факторы риска;
- реорганизация организационных структур под влиянием роста виртуализации общественной жизни (переход от вертикальных связей к горизонтальным);
- управление на основе организационной культуры, поскольку социокультурная парадигма мироздания проникает и в сферу менеджмента. Учитывая это, новая концепция менеджмента связана с появлением новых ценностей, новой управленческой культурой, ориентированной на новые возможности;
- развитие групповой логики и командного сотрудничества;
- изменение содержания планирования, ориентированного на поиск факторов успешного развития;
- развитие ситуативного подхода в практике управления, обусловленного выбором вектора и направления развития отечественных предприятий;

– развитие технологий лидерства, которые должны сочетать умение работать в команде;

– усиление роли социальной политики в деятельности организаций и системе менеджмента, особенно актуализируется в условиях построения гражданского общества;

При этом в соответствии с поставленными задачами, будет формироваться новое содержание современного менеджмента с новыми философскими принципами. Новая философия менеджмента должна опираться на системно-ситуационный подход и отражать не просто компетентность менеджера, но и его управленческое искусство. Ситуативность связана с объективными факторами, которые требуют умения управлять сложными, особенно в условиях динамических изменений [5, с. 95].

Таким образом, с изменением подходов к менеджменту меняется и сама роль менеджера, основные обязанности которого будут направляться на: умение совместить глобальное мышление с локальными проблемами; умение работать с людьми, которые имеют разное мировоззрение и социальную позицию, умение совместить кросс-культурные различия, что особенно актуально в условиях интеграции и функционирования транснациональных корпораций.

Дальнейшие исследования целесообразно направлять на теоретические и прикладные аспекты развития современного менеджмента в целом и отдельных его составляющих, учитывая факторы глобализационного характера. В частности, на фоне ускорения интеграционных процессов, формирования новых глобализационных структур появляется новый вид менеджмента – глобализационный, который стимулирует развитие новых концептуальных понятий, методологических подходов и прикладных реализационных методик.

Библиографические ссылки

1. Новопашин А. Менеджмент в условиях глобализации мировой экономики : монография. М. : Высшая школа, 2001. 230 с.
2. Кузин Д. Менеджмент XXI века: новый взгляд // Теория и практика управления. 2014. № 4. С. 16–25.
3. Антонов В., Кузьмина Е. Факторы и тенденции развития менеджмента. Актуальные вопросы управления. 2015. № 3. С. 90–93.
4. Томпсон А. А., Стрикленд А. Дж. Стратегический менеджмент : учебник для вузов. М. : Банки и биржи ; Юнити, 2012. 814 с.
5. Дашкова И. А., Ткаченко И. В., Захарченко Н. С. Менеджмент. Методы принятия управленческих решений. М. : Юрайт, 2020. 276 с.

References

1. Novopashin A. Management in the conditions of globalization of the world economy : monograph. Moscow : Higher School, 2001. 230 p.
2. Kuzin D. Management of the XXI century: a new look. Theory and practice of management. 2014. No. 4. Pp. 16–25.
3. Antonov V., Kuzmina E. Factors and trends in management development. Current management issues. 2015. No. 3. Pp. 90–93.
4. Thompson A. A., Strickland A. J. Strategic Management : Textbook for universities. M. : Banks and exchanges, Unity, 2012. 814 p.
5. Dashkova I. A., Tkachenko I. V., Zakharchenko N. S. Management. Methods of managerial decision-making. M. : Yurayt, 2020. 276 p.

УДК 330.11

ХАРАКТЕРИСТИКА ИННОВАЦИЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОВРЕМЕННЫХ ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

А. М. Бондаренко
Научный руководитель – И. А. Мисинева

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева
Российская Федерация, 660037, г. Красноярск, просп. им. газеты «Красноярский рабочий», 31

В статье даются характеристики различным инновациям, получившим применение в торговых организациях, которые позволяют повышать конкурентоспособность в современных условиях. Описаны направления внедрения инноваций в торговле и виды работ, которые они позволяют оптимизировать.

Ключевые слова: инновации, ритейл, качество обслуживания, искусственный интеллект, технологии BigData, Smart-контракты.

CHARACTERISTICS OF INNOVATIONS IN THE ACTIVITIES OF MODERN TRADE ORGANIZATIONS

A. M. Bondarenko
Scientific supervisor – I. A. Misineva

Reshetnev Siberian State University of Science and Technology
31, Krasnoyarskii rabochii prospekt, Krasnoyarsk, 660037, Russian Federation

A reliable way to increase the competitiveness of trade organizations is the introduction of innovations. Innovations in trade ensure a high level of the processes of goods movement and sale and purchase, the level of trade services for customers, a high level of efficiency of the entire trade organization, as well as high efficiency indicators of the use of all resources available to the organization.

Keywords: innovation, innovation strategy, retail, quality of service, artificial intelligence, Big Data technologies, Smart contracts.

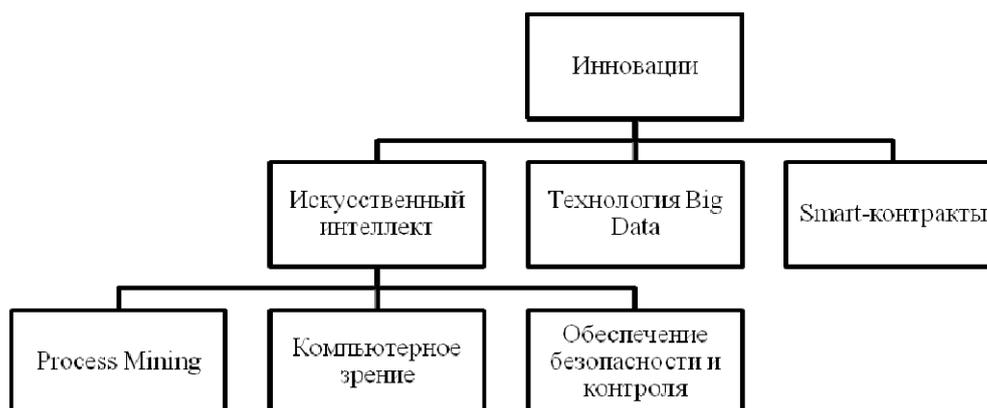
Для эффективной организации процесса торговли и обслуживания покупателей большое значение имеет постоянная работа над инновациями и их применением в текущей деятельности торговой организации. Постоянное развитие является гарантом успешности в любой деятельности. Среди ритейла сейчас очень высокая конкуренция, и лидирующие позиции в отрасли удастся занять только тем организациям, которые способны предложить современный сервис своим клиентам [5, с. 160].

Трендовые изменения в торговле особенно отчетливо видны в торговых сетях и крупных гипермаркетах. Расширение торговых сетей и их высокие показатели эффективности требуют соответствующего управления. Современные инновационные технологии, в числе прочего, помогают эффективно управлять товарным ассортиментом и складскими запасами.

Для инноваций в торговле характерны определенные особенности. Так, инновации в торговле связаны с тем, что появляются новые услуги или изменяется качество уже существующих услуг, в результате потребитель получает дополнительные ценно-

сти от данных услуг. Также особенностью является то, что значительная часть инноваций в сфере торговли является результатом конкурентного анализа, а не следствием научно-исследовательских разработок. Помимо этого в российском ритейле применяются инновации, которые уже успешно применяются за рубежом. Также в торговле успешно внедряются различные нововведения, которые связаны с появлением новых элементов торгово-технологического процесса или маркетинга, либо те инновации, которые изначально создавались в других отраслях, например, в промышленности [6, с. 39].

В торговле применяется широкий перечень различных инноваций, таких как устройства для безналичной оплаты покупок, ручные сканеры, автоматические упаковщики, электронные ценники, весы самообслуживания и другие.



Некоторые виды инноваций в торговле

Наиболее значительная часть используемых в торговле инноваций построена на технологии искусственного интеллекта [1, с. 45].

Process Mining дает возможность строить прогнозы реального хода бизнес-процессов. Не везде можно заменить специалиста инновационным оборудованием. В таких случаях важно осуществлять контроль бизнес-процессов, отслеживать возможные задержки, обнаруживать недостаточную квалификацию работников.

Среди новых технологий, используемых в торговле, компьютерное зрение – это технология видеонаблюдения с использованием искусственного интеллекта и нейронных сетей. Данная технология позволяет отслеживать наиболее посещаемые отделы в магазине, а также пол и возраст посетителей. Это дает возможность обоснованно располагать сами отделы в магазине, а также товары на полках, что является залогом успешной работы современного магазина. Эта технология также дает возможность оперативно реагировать на ситуации, когда полки или стенды в магазине необходимо пополнить товаром, либо подобрать замену этого товара на складе, в случае его отсутствия. То есть технология компьютерного зрения решает задачи по обеспечению контроля за наличием товара и правильностью его выкладки, контроля за количеством посетителей магазина и избегания больших очередей на кассах, профилактике краж [4, с. 28].

Другой актуальной сферой, где важно применение инноваций – это обеспечение безопасности и контроля. Инновации в торговле затрагивают и сферу безопасности. Уже сегодня искусственный интеллект способен распознавать поведение человека, попавшего в объектив видеокамеры. Использование специальных программ, реагирующих на характер движений посетителей и персонала магазина, позволяет выявить правонарушения, драки, конфликты, осуществляет контроль за присутствием персонала в торговом зале.

Еще одной инновацией, нашедшей применение в российской торговле, является технология Big Data. Она заключается в хранении и параллельном анализе большого

объема информации, которая, на первый взгляд, не имеет закономерности. Однако такая инновация в торговле даёт возможность с высокой точностью спрогнозировать спрос на тот или иной товар в конкретной торговой точке в зависимости от времени суток, дня недели, сезонности, погоды и т. д. С помощью BigData в ритейле решают следующие задачи: где открыть следующий магазин; когда и какие маркетинговые акции проводить; как спрогнозировать продажи [3, с. 77].

Стремительно распространяется в российском ритейле и технология smart-контрактов. Эта инновация основана на электронном расчёте и построении алгоритма, описывающего набор условий, выполнение которых влечёт за собой определённые события в реальном мире или цифровых системах. Использование smart-контрактов требует децентрализованной среды, исключая человеческий фактор, а для возможности использования в умном контракте передачи стоимости требуется криптовалюта (цифровые счётные единицы, учёт которых децентрализован). Даная технология обеспечивает быстрые поставки товаров для ритейла, сокращает рутинную и бумажную работу. И это только самые очевидные преимущества.

Смарт-контракты значительно облегчают жизнь, уменьшая количество обычных операций, заметно уменьшая нагрузку на бухгалтерию. Это решение с успехом применимо ритейле, а также в расчётах с сервисом грузоперевозок [4, с. 30].

Таким образом, инновации в торговле на современном этапе становления российского ритейла находятся на стадии развития. В пользу этого утверждения указывает тот факт, что многие инновации, которые в России только внедряются, в западных странах успешно используются уже несколько лет.

Библиографические ссылки

1. Бардовский В. П. Разработки стратегии инновационного развития компании // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. 2020. № 11. С. 45–48.
2. Воронков А. В., Дегтярь О. Н., Наплекова Ю. А. Инновации как фактор повышения эффективности коммерческой деятельности розничной торговли // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2021. № 3 (88). С. 218–231.
3. Исаенкова Д. Г., Халиков М. А. Инновационная деятельность и стратегия российских предприятий розничной торговли // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2019. № 11-1. С. 77–83.
4. Косарева О. А. Информационные технологии для розничных торговых предприятий // Вестник академии. 2019. № 2. С. 28–39.
5. Родионова Т. Г., Крюкова И. В. Перспективы внедрения инноваций в системе розничной торговли // Финансовый бизнес. 2020. № 6 (209). С. 160–163.
6. Садыкова Л. Н., Константинова Л. Ф. Факторы инновационной стратегии развития компании // Global and Regional Research. 2020. Т. 2. № 1. С. 39–45.

References

1. Bardovsky V. P. Development of the strategy of innovative development of the company // Education and science without borders: fundamental and applied research. 2020. No. 11. Pp. 45–48.
2. Voronkov A. V., Degtyar O. N., Naplekova Yu. A. Innovations as a factor of increasing the efficiency of commercial activity of retail trade // Bulletin of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law. 2021. No. 3 (88). Pp. 218–231.

3. Isaenkova D. G., Khalikov M. A. Innovative activity and strategy of Russian retail trade enterprises // Bulletin of the Altai Academy of Economics and Law. 2019. No. 11-1. Pp. 77–83.

4. Kosareva O. A. Information technologies for retail trade enterprises // Bulletin of the Academy. 2019. No. 2. Pp. 28–39.

5. Rodionova T. G., Kryukova I. V. Prospects for introducing innovations in the retail trade system // Financial business. 2020. No. 6 (209). Pp. 160–163.

6. Sadykova L. N., Konstantinova L. F. Factors of the company's innovative development strategy // Global and Regional Research. 2020. Vol. 2. No. 1. Pp. 39–45.

© Бондаренко А. М., 2021

УДК 331.1

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА И ЕГО ОЦЕНКИ В ОРГАНИЗАЦИИ

М. А. Кравченко
Научный руководитель – Н. С. Супонева

Филиал московского психолого-социального университета в г. Красноярске
Российская Федерация, 660060, г. Красноярск, ул. Качинская, 64, стр. 9
E-mail: marielle13.94@mail.ru

В данной статье рассмотрены проблемы развития кадрового потенциала и его оценки в организации. Предложено понятие кадрового потенциала, представлены и дополнены подходы к оценке кадрового потенциала организации и показатели изучения его уровня.

Ключевые слова: кадровый потенциал, показатели оценки кадрового потенциала.

PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF PERSONNEL POTENTIAL AND HIS ESTIMATES IN THE ORGANIZATION

M. A. Kravchenko
Scientific supervisor – N. S. Suponeva

Branch of the Moscow Psychological and Social University in Krasnoyarsk
64, p. 9, Kachinskaya str., Krasnoyarsk, 660060, Russian Federation
E-mail: marielle13.94@mail.ru

In this article problems of development of personnel potential and its assessment in the organization are considered. The concept of personnel potential is opened, approaches and indicators of an assessment of personnel capacity of the organization are presented.

Keywords: personnel potential, assessment of personnel potential, methods of the analysis of personnel potential.

Среди базовых кадровых технологий одной из важнейших, по мнению ряда специалистов, выступает оценка кадрового потенциала. При активном развитии недостатков высококвалифицированного персонала может стать основной причиной, снижающей конкурентоспособность предприятия и его инновационное развитие. Развитие кадрового потенциала организации в современных рыночных условиях является одним из главных его конкурентных преимуществ и непременным условием завоевания и сохранения лидирующей позиции на рынке. Кадровый потенциал выступает фактором развития современного общества, от которого зависит национальное богатство и качество жизни. Потенциал является одной из немногих действительно трансцендентных категорий, изучаемых многими науками, отмечают исследователи [1]. Баскакова О. В. определяет кадровый потенциал как «составляющую трудового потенциала, выражаемую в степени профессиональной и квалификационной пригодности людей к выполнению определенного вида работ, наделенных соответствующей профессиональной подготовкой, навыками в труде и личными способностями» [2]. Крум Э. В. использует определение кадрового потенциала как «способность кадров решать стоящие перед ними

текущие и перспективные задачи и определяется численностью кадров, их образовательным уровнем, личностными качествами, профессионально-квалификационной, половозрастной структурой, характеристиками трудовой и творческой активности» [3]. Изучив различные подходы, предлагаемые учеными, авторы данного исследования предлагают определять кадровый потенциал, как индивидуальные и коллективные возможности всех сотрудников, работающих в одной организации и использующие свои способности, личностные качества, профессиональный опыт, различные навыки для достижения целей, поставленных перед персоналом, на благо организации и общества в целом. Измерить величину кадрового потенциала, по мнению ряда специалистов, очень сложно, поскольку составной частью потенциала являются профессионально квалификационные качества сотрудников, определить объем и новизну которых довольно трудно. В понятие кадрового потенциала включаются не только собственно кадры, но и определенный уровень их совместных возможностей, необходимых для достижения поставленных целей. В любой организации, кроме трудовых функций и операций, работники вступают во взаимоотношения, создавая при этом социальный климат и культурную среду фирмы. Процесс оценки персонала является способом измерения индивидуального вклада каждого работника в общий результат работы всей организации, т. е. ценности работника для организации, и позволяет определить персонализацию инвестиций при формировании кадрового капитала. На рис. 1 изображены подходы к оценке кадрового потенциала организации, предложенные В. М. Розиным.



Рис. 1. Подходы к оценке кадрового потенциала организации

Выполненное исследование позволяет дополнить предложенный В. М. Розиным перечень подходов еще одним, включающим оценку кадрового потенциала организации, исходя из возможности реализации ее стратегии. Важным этапом оценки кадрового потенциала организации является выбор конкретных показателей, которые его характеризуют. Система показателей оценки кадрового потенциала, предложенная исследователем Л. Мазурик, представлена на рис. 2. Мы считаем возможным дополнить список количественных показателей параметрами результативности деятельности персо-

нала, включая уровень индивидуальной и коллективной производительности, степень достижения поставленных целей и др.



Рис. 2. Система показателей оценки уровня кадрового потенциала организации

Методика для оценки кадрового потенциала должна подбираться с учетом специфики организации и персонала, работающего в ней. Выполненное нами исследование позволяет заключить: кадровый потенциал определяет уровень конкурентоспособности организации, экономическую эффективность и перспективность долгосрочного присутствия организации на рынке. Стратегия развития кадрового потенциала дает полное представление о реализации объективных возможностей персонала для достижения конечного результата – целей организации. Для более объективной и эффективной оценки следует применять несколько методов одновременно. Эффективность зависит от выбора метода и его качественного использования, а значит, определяет и правильность принятых управленческих решений, основанных на результатах оценки.

Библиографические ссылки

1. Вискова Д. Ю., Курмангалиева А. Н. Проблемы развития кадрового потенциала и его оценки в цепях поставок // Вестник Оренбург. гос. ун-та. 2014. № 14 (175). С. 227.

2. Баскакова О. В. Экономика предприятия (организации). М. : Дашков и К. 2013. С. 94.
3. Крум Э. В. Экономика предприятия. Минск : ТетраСистемс, 2013. С. 63.

References

1. Viskova D. Yu., Kurmangalieva A. N. Problems of personnel potential development and its evaluation in supply chains // Bulletin of Orenburg state un-t. 2014. No. 14 (175). P. 227.
2. Baskakova O. V. Economics of the enterprise (organization). М. : Dashkov and K. 2013. С. 94.
3. Krum E. V. Economics of the enterprise. Minsk : TetraSystems. 2013. С. 63.

© Кравченко М. А., 2021

УДК 331.1

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ

Е. В. Карх

Сибирская пожарно-спасательная академия ГПС МЧС России
Российская Федерация, 662972, г. Железногорск, ул. Северная, 1
E-mail: sos-karch@mail.ru

В данной статье рассматривается актуальность управления человеческими ресурсами в современных организациях. Приведены мнения различных экспертов, исследовавших проблемы управления человеческими ресурсами в российских организациях. Представлен анализ результатов, который позволил дополнить перечень факторов, определяющих появление ряда кадровых проблем.

Ключевые слова: человеческие ресурсы, проблемы управления персоналом, причины появления проблем в управлении человеческими ресурсами.

MODERN PROBLEMS OF HUMAN RESOURCE MANAGEMENT

E. V. Karh

Siberian Fire and Rescue Academy of the Ministry of Emergency Situations of Russia
1, Severnaya str., Zheleznogorsk, 662972, Russian Federation
E-mail: sos-karch@mail.ru

This article discusses the relevance of human resource management in modern organizations. The results of the study of human resource management issues in the Russian organizations.

Keywords: human resources, management types, the causes of human resource management problems.

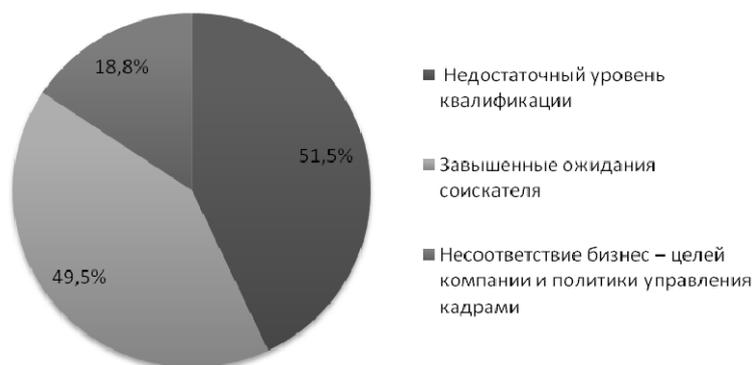
Актуализация проблемы эффективного управления человеческими ресурсами связана с тем, что в сложившейся ситуации признано условие: существенным фактором успеха и функционирования организации является процесс управления человеческими ресурсами.

Рэндал С. Шулер подтвердил данное утверждение результатами анализа деятельности специалистов, которые имеют непосредственное отношение к сфере человеческих ресурсов. Результаты следующие: примерно 70 % менеджеров придерживаются мнения о том, что функция управления человеческими ресурсами является ключевой для достижения успеха деятельности организации, 90 % и более уверены в том, что управление человеческими ресурсами будет первостепенно в жизненном цикле организации.

Управление человеческими ресурсами выступает как фактор, обеспечивающий конкурентоспособность организаций. В свою очередь, человек является посредником различных социальных общностей, одной из таких общностей выступает трудовой коллектив [2]. Большинство руководителей считает, что рабочие, их умения, навыки, способности являются ценными активами, которыми располагает организация.

Фундаментальной основой управления человеческими ресурсами выступает два вида управления: стратегическое управление человеческими ресурсами и оперативное управление человеческими ресурсами, считают ученые [3; 4]. Стратегическое управление человеческими ресурсами направляет свое внимание на взаимоотношения между процессом управления человеческими ресурсами и процессом стратегического управления самой организацией. Оперативное управление человеческими ресурсами, это процесс каждодневного управления персоналом, и решения краткосрочных задач организации.

Для изучения проблем управления человеческими ресурсами были исследованы материалы, представленные в работах разных ученых, включая исследование И. Д. Фрумина. Высшей школой экономики, совместно с Всероссийским центром имитации общественного мнения был проведен опрос, в котором принимали участие топ-менеджеры и директора по персоналу российских организаций [1]. Опрос имел название: «Кадровые барьеры на пути экономического роста». Результаты данного опроса помогли ученым выяснить следующее, что российская экономика, с точки зрения государства и функционирующих организаций, предполагает активный рост, который не может быть обеспечен человеческими ресурсами. Причинами данной проблемы выступает ряд факторов: демографическая ситуация, образовательный уровень в стране, расхождение взглядов работодателя и соискателя. На рисунке представлены, по мнению топ – менеджмента и директоров по персоналу, существенные проблемы в управлении персоналом.



Экспертная оценка уровня значимости проблем в сфере управления персоналом в российских организациях, %

Самое большое значение как видно из рисунка, топ – менеджеры придают образовательному уровню, второе место по значимости занимает несоответствие ожиданий соискателей реальности, и третье место в данной классификации занимает несоответствие бизнес – целей компании и политики управления кадрами. Автор считает, что в числе отдельной проблемы, необходимо выделить недостаточный уровень управленческой квалификации линейных руководителей, занятых в различных функциональных отделах организации, включая кадровые службы, в области как оперативного, так и стратегического управления персоналом.

Участвуя в опросе «Кадровые барьеры на пути экономического роста», топ – менеджмент и директора по управлению персоналом также выявили ряд причин выделенных проблем в области управления человеческими ресурсами. Одной из таких причин является старение персонала, при слабом притоке «новой крови», степень ее важности, при управлении человеческими ресурсами, по мнению экспертов, составляет 38,3 %. Среди условий, определяющих данную причину, выделяют: демографическую ситуацию, рост конкуренции на рынке труда. Автор данной статьи считает, что данный

список необходимо дополнить включив в него «закрытую кадровую политику». Другой, выделенной в исследовании проблемой является низкий уровень трудовой мотивации, данный показатель имеет степень важности 35,1 %. К причинам низкого уровня мотивации опрашиваемые относят: низкий уровень культуры управления, низкий уровень управленческих знаний, отсутствие опыта мотивирования персонала, особенности российского менталитета, наследие социалистических ценностей. Топ-менеджмент и директора по персоналу выделяют также проблему недостаточного уровня квалификации, здесь степень важности определяется в 33 %, причинами выступают: падение уровня образования, частое обновления технологий и изменения в системе корпоративного управления. Данный перечень причин необходимо дополнить, включив в него «отсутствие эффективных связей между образовательными учреждениями и работодателями, неготовностью работодателей качественно определить набор квалификационных требований и сформировать заказ на подготовку кадров для образовательной организации». Другой важной проблемой в управлении является высокий уровень текучести кадров, показатель ее степени важности, в выполненном исследовании, равен 19,1 %, причинами возникновения данной проблемы выступают: рост конкуренции на рынке труда, низкая управленческая культура, особенности российского менталитета. В списке проблем имеется, и проблема невысокого уровня лояльности персонала степень важности ее составила 18,1 %.

В заключение необходимо отметить, что способы решения проблем управления человеческими ресурсами находятся на нескольких уровнях. На уровне государства и полномочий местных властей нужно стремиться реализовать меры, направленные на изменение структуры экономики и совершенствование системы образования. На локальном уровне функционирования организации есть возможность удерживать и обучать имеющихся сотрудников, создавая тем самым кадровый резерв, и выполняя функцию управления карьерой, правильно организовав политику компенсаций и мотивации. Руководителям организаций стоит помнить о своих обязанностях перед трудовым коллективом и собственниками. При эффективной кадровой политике организации смогут успешно достигать цели своей деятельности и избегать многих проблем в области управления человеческими ресурсами.

Библиографические ссылки

1. HRForum «Кадровые барьеры на пути экономического роста» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.tadviser.ru/index.php/> (дата обращения: 08.12.2021).
2. Губанова С. Е., Колосова В. В., Михайлова Л. В. Формирование представлений о человеческом ресурсе современной организации // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Экономика. 2018. № 1. С. 42–49.
3. Гончарова Н. В., Дайнеко Л. В., Зайцева Е. В. Управление человеческими ресурсами организации в условиях современного рынка труда : учеб. пособие / под общ. ред. Е. В. Зайцевой ; Уральский федеральный университет. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2021. 162 с.
4. Мирошниченко А. Н. Управление человеческими ресурсами организации [Электронный ресурс] // Центр развития электронного обучения МФПУ «Синергия». URL: http://free.megacampus.ru/xbookM0022/index.html?go=part-067*page.htm (дата обращения: 08.12.2021).

References

1. HR Forum “Personnel barriers to economic growth” [Electronic resource]. URL: <http://www.tadviser.ru/index.php/> (accessed: 08.12.2021).

2. Gubanova S. E., Kolosova V. V., Mikhailova L. V. Formation of ideas about the human resource of a modern organization // Bulletin of the Moscow State Regional University. Series: Economics. 2018. No. 1. P. 42–49.

3. Goncharova N. V., Dayneko L. V., Zaitseva E. V. Human resource management organizations in today's labor market : textbook / under the General editorship of E. V. Zaitseva. Ural Federal University. Yekaterinburg : Ural Publishing House. un-ta, 2021. 162 s.

4. Miroshnichenko A. N. Human resource management of the organization [Electronic resource] // Center for the development of e-learning MFPU “Synergy”. URL: http://free.megacampus.ru/xbookM0022/index.html?go=part-067*page.htm (accessed: 08.12.2021).

© Карх Е. В., 2021

УДК 332.8

УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ НА РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

О. Ф. Махмудов
Научный руководитель – В. Г. Акулич

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева
Российская Федерация, 660037, г. Красноярск, просп. им. газеты «Красноярский рабочий», 31
E-mail: orhanmah123@gmail.com

В статье рассматривается практика управления рисками в предпринимательских субъектах России, структура и особенности развития управления рисками организаций. В статье также рассматриваются факторы успешного управления рисками для предприятий и предпринимательских структур.

Ключевые рисками слова: организации, риск-менеджмент, предпринимательские структуры, управление рисками.

RISK MANAGEMENT AT RUSSIAN ENTERPRISES

O. F. Makhmudov
Scientific supervisor – V. G. Akulich

Reshetnev Siberian State University of Science and Technology
31, Krasnoyarskii rabochii prospekt, Krasnoyarsk, 660037, Russian Federation
E-mail: orhanmah123@gmail.com

The article discusses the practice of risk management in the business entities of Russia, the structure and features of the development of risk management organizations. The article also discusses the factors of successful risk management for enterprises and business structures.

Keywords: organizations, risk management, business structures, risk management.

Практика управления управление рисками предпринимательских систем и субъектов в России пока еще не имеет широкого распространения, но постепенно это дело мира идет к развитию.

Постоянное совершенствование рыночных отношений в России делает роль конкуренции все важнее и важнее, однако также расширяются и возможности для другие успешной деятельности. Для того чтобы предприятию преуспеть в своем деле, нужны оригинальные решения и действия [11]. Необходимы постоянные творческие поиски, мобильность, готовность к внедрениям технических и технологических новшеств, а это неизбежно связано с рисками.

Кризисы в экономики наглядно показали, что российская финансовая система не может успешно развиваться без комплексного управления рисками. То есть, если предпринимательский субъект претендует на устойчивое и успешное развитие, он должен иметь в своей системе управления систему управления рисками. Актуально данное правило и для экономической ситуации, в которой оказалась Россия в последние годы, во время кризиса, вызванного пандемией новой короновирусной инфекции [3].

Управление рисками организации также включает в себя следующее [4].

– Определение уровня риска, на который готова пойти организация, в соответствии со стратегией развития. Топ-менеджмент предприятий оценивают уровень данных рисков на этапах выбора из стратегических альтернатив при постановке целей, который соответствует выбранной стратегии, а также при разработки инструментов управления соответствующих рисков.

– Совершенствование процесса принятия решений по реагированию на возникающие риски. Процесс управления рисками также определяет, какой способ реагирования на риск или какой способ в организации предпочтителен – сокращение риска, уклонение от риска, принятие риска или перераспределение риска.

– Сокращение числа непредвиденных событий и убытков в предпринимательской деятельности. Организации могут расширять возможности для выявления потенциальных событий и установления соответствующих мер, что сократит число таких событий и связанных с ними затрат и убытков.

– Определение и управление всей совокупностью рисков в предпринимательской деятельности. Организации сталкиваются с большими количествами рисков, которые влияют на различные составляющие организации. Управляя рисками, предприятие всё более эффективно реагирует на различные воздействия и способствует интегрированным подходам в отношении множественных рисков.

– Использование благоприятных возможностей. Если принимать во внимание все потенциально возможные события, а не только вероятные риски, руководство может выявлять события, которые представляют собой потенциальные возможности и может активно их использовать.

– Рациональное использование капитала. Получая более полную информацию о рисках, руководство может эффективней оценивать общие потребности в капитале, что позволит также оптимизировать его распределение и использование.

Целевые показатели прибыли и рентабельности, а также в предотвращение нерационального использования ресурсов предприятию можно достичь с помощью процессов управления рисками. Также, если процессы управления рисками встроены в общую систему управления, они позволят избежать различного нанесения ущерба репутации компании и возможных последствий связанных с этим.

Управление рисками предпринимательского субъекта – это непрерывный процесс, который охватывает все стороны деятельности субъекта. Данный процесс необходимо осуществлять на всех уровнях. Управлять рисками необходимо также во время разработки и формирования стратегий и применять в масштабе предприятий, а также на каждом уровне предприятия и процессов, и в каждом структурном подразделении, что включает проведения анализа корпоративного портфеля рисков. Основное направление управления рисками это определение событий, которые влияют на предпринимательский субъект и такое управление рисками, которое не позволит им превысить готовность организации идти на риск.

Соответственно, среди самых важных областей управления предприятием, появляется, область управления рисками. Это происходит потому, что осуществляя любую предпринимательскую деятельность предприятие всегда сталкивается с риском. В результате роль рисков и управление ими во всей структуре управления предприятием постоянно увеличивается. Величина рисков высшего менеджмента постоянно повышает их уровень ответственности и подотчетности перед владельцами и акционерами. Все это поднимает требование к прозрачности бизнеса, и усиливает давление со стороны государств и партнеров, в том числе партнеров международных. Возрастание общей нестабильности и неопределенности рынка приводит к общей нестабильности и неопределенности бизнеса, что приводит к появлению новых видов рисков и необходимости

изменяющегося и адекватного реагирования на них. Необходимость непрерывного ведения бизнеса и всеобщее желание быть стабильным предприятием – выдвигает требование для субъектов рынка, полноценно уметь управлять рисками.

Миссия или видение предпринимательского субъекта помогают руководителям, исходя из них, руководители могут установить стратегические цели, выбирать стратегию деятельности и определять соответствующие им тактику или тактические цели деятельности. Риски также возможно делить на четыре категории по основным целям деятельности предприятия, к примеру: стратегические (цели высокого уровня, они соотнесены с миссией/видением организации), операционные (ориентированные на эффективность и результативность использования ресурсов), а также в области подготовки отчетности и соблюдения законодательства (к примеру для соблюдения применимого законодательного или нормативного акта). То есть управление рисками полностью охватывает все различные сферы деятельности организации (предприятия).

Вышеизложенное позволяет сделать ряд следующих важных выводов.

1. На современном этапе управление рисками предпринимательских субъектов становится все более важным вопросом управления. Что увеличивает ответственность бизнеса за процесс выявления и своевременной обработкой рисков на всех уровнях управления. Соблюдая корпоративные правила управления рисками, предприятие позволит себе не только увеличить доходы, но и получить дополнительную возможность расширения предпринимательской деятельности, а также это позволит находить новых партнеров и выйти на международный уровень.

2. Возникшая повсеместно во всем мире у предпринимательских субъектов необходимость правильного и рационального управления рисками, привела к созданию стандартов и методологий. В стандартах прописывается и характеризуется необходимость процедур стандартизации, систематизации и обработки рисков на всех уровнях предпринимательской деятельности, а так же описываются необходимые меры, чтоб один, несколько или совокупность рисков не стали губительными для предпринимательского субъекта.

Библиографические ссылки

1. Васин С. М., В Шутов. С. Управление рисками на предприятии : учеб. пособие. М. : КноРус, 2020. 304 с.
2. Лифиренко С. А. Проблемы риска и пути их решения в управленческой деятельности // Административное право и процесс. 2019. № 3. С. 50, 51.
3. Назарова И. Г. Управление рисками в предпринимательской деятельности : учеб. пособие. Ухта : УГТУ, 2021. 136 с.
4. Попкова Е. Г., Митрахович Т. Н., Волосатова У. А. Прогнозирование экономического роста в регионах РФ: методология анализа / // Экономическое прогнозирование: модели и методы. Воронеж, 2020. С. 64–67.
5. Попкова Е. Г., Бешанова Ю. М. Факторы, влияющие на устойчивое развитие предпринимательских структур // Современная экономика: проблемы и решения. 2020. № 10. С. 51–62.

References

1. Vasin S. M., Shutov V. S. Risk management at the enterprise : textbook. M. : KnoRus, 2020. 304 p.
2. Lifirenko S. A. Problems of risk and ways to solve them in management activities // Administrative law and process. 2019. No. 3. Pp. 50, 51.

3. Nazarova I. G. Risk management in entrepreneurship: studies.stipend. Ukhta : UGTU, 2021. 136 p.

4. Popkova E. G., Mitrakhovich T. N., Volosatova U. A. Forecasting economic growth in the regions of the Russian Federation: methodology of analysis // Economic forecasting: models and methods. Voronezh, 2020. С. 64–67.

5. Popkova E. G., Beshanova Yu. M. Factors influencing the sustainable development of entrepreneurial structures // Modern Economy: problems and solutions. 2020. № 10. С. 51–62.

© Махмудов О. Ф., 2021

УДК 33.338.3

УПРАВЛЕНИЕ БИЗНЕСОМ, ОСНОВАННЫМ НА ДРУЖБЕ ОБШЕСТВЕННИКОВ: ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ

В. О. Гнатюк
Научный руководитель – М. В.Кравченко

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева
Российская Федерация, 660037, г. Красноярск, просп. им. газеты «Красноярский рабочий», 31
E-mail: kraftmarina@yandex.ru

В статье представлен анализ представлений о влиянии дружбы на отношения в команде или в организации, выбор позиции сохранения или расторжения дружеских отношений, оценка общественного мнения относительно выбора конкретных атрибутов для принятия решения, на которые оказывают влияние много факторов.

Ключевые слова: дружба, личные отношения, совместный бизнес, команда, доверие в работе.

MANAGING A BUSINESS BASED ON THE FRIENDSHIP OF OWNERS: ADVANTAGES AND DISADVANTAGES

V. O. Gnatyuk
Scientific supervisor – M. V. Kravchenko

Reshetnev Siberian State University of Science and Technology
31, Krasnoyarskii rabochii prospekt, Krasnoyarsk, 660037, Russian Federation
E-mail: kraftmarina@yandex.ru

The article presents the an analysis of the analysis of ideas about the influence of friendship on relationships in a team or in an organization, the choice of the position of maintaining or terminating friendships, assessment of public opinion regarding the choice of specific attributes for decision-making, which are influenced by many factors

Keywords: friendship, personal relationships, work, team, opinion formation.

По мнению ряда специалистов, эффективность рабочей коммуникации, командного взаимодействия, тесно связана с темой дружбы и общения сотрудников между собой. Потому что дружба необходима нам на всех этапах человеческой жизни, так как ни один человек не может находиться один, потому что он биосоциальное существо. Всегда нужен рядом кто-то, кто может поддержать, дать совет в трудную минуту и тот, с кем мы можем общаться, без опасения, что нас осудят, кому мы интересны и испытываем безопасность в общении. Есть предположения о том, что верный друг не отвернется и не оставит, если будешь в чем-то не прав и не станет говорить о тебе плохо «за спиной». Часто возникают дружеские отношения на работе и возникает много вопросов относительно вотума доверия и отношения к власти между друзьями. Эти сложности взаимоотношений порождают множество различных связанных вопросов.

Известный предприниматель Дж. Рокфеллер утверждал, что бизнес, который, приводит к дружбе между участниками этой предпринимательской деятельности, намного лучше, чем бизнес, который первоначально был построен друзьями [1].

С данным высказыванием можно согласиться лишь отчасти. Бывают случаи, когда близкие друзья решают заняться общим делом и вскоре приходят к большим противоречиям, которые рушат их дружеские отношения. Так происходит, потому что бизнес – это экономическая деятельность, в основе которой лежат рабочие, а не личные отношения. Нельзя смешивать личные и рабочие отношения, так как бизнес – это такая деятельность, которая меняет ориентиры человека, и многие люди ради прибыли готовы отказаться от дружеских отношений. Однако есть примеры истинной дружбы, которая может пройти все испытания, включая трудности в совместном бизнесе. Это говорит о том, что способность друзей строить совместный бизнес зависит только от этих друзей.

В качестве факта, подтверждающего точку зрения о том, что дружба не может стоять в основе бизнеса, можно привести пример из статьи А. Сардаряна «Бизнес, созданный на дружбе». В ней подчеркивается мысль о том, что бизнес и дружба чаще всего являются вещами несовместимыми. Так, управляющий партнер компании «Домтек» Евгений Богданов утверждает, что дружеские отношения рано или поздно станут мешать совместному бизнесу. Те трудности, с которыми сталкиваются бизнес-партнеры, сказываются не только на их рабочих отношениях, но и на их дружбе. Конфликты на рабочей почве часто перерастают в личные ссоры. Помимо этого, по мнению Евгения Богданова, дружба, на основе которой строится бизнес, уменьшает ответственность партнеров, и бизнес часто прогорает из-за того, что друзья рассчитывают друг на друга и снимают с себя ответственность [2].

По данным ряда социологических исследований, большинство россиян сегодня уверенно полагает, что дружба и бизнес вполне совместимые вещи. Однако, как показывает опыт владельцев компаний, если друг оказался партнером по бизнесу, легко потерять и бизнес, и друга. Несомненно: общее дело серьезная проверка друзей, нужна ли такая проверка бизнесу, – согласны не все.

В истории многих компаний есть примеры, когда их основатели были давними хорошими друзьями. Так, дружеские узы связывают основателей компании Apple, Asus, Google, Microsoft и многих других известных и менее известных фирм. Подобная модель бизнеса, например, часто встречается в восточных компаниях: привлекать в общее дело родственников и друзей там считается обычным делом. Несомненно, начинать дело с друзьями намного проще, чем с малознакомыми людьми: бизнес, основанный на дружбе, имеет немало преимуществ.

«На первоначальном этапе развития бизнеса необходимо определенное количество людей, на которых можно положиться, – говорит Арарат Арутюнян, генеральный директор компании «Веселый кок». Чаще всего, такими людьми и являются друзья. Это не чужие люди, не «кот в мешке», они понятны и предсказуемы, а главное им доверяешь».

«Основной фактор успеха в организации совместного предприятия это атмосфера взаимного доверия и общая система ценностей между партнерами, которая обязана присутствовать в период «стартапа», подтверждает Денис Плишкин, генеральный директор рекрутинговой компании «PRC Consulting», нынешним партнером по бизнесу которого является бывшая коллега по работе.

Несомненно, доверие – необходимая часть бизнеса. А доверять легче проверенному человеку, с кем знаком много лет. Кроме того, большим плюсом работы с друзьями на первых порах, может быть огромная физическая и моральная отдача. Друзья могут работать по двадцать четыре часа в сутки, нередко и без зарплаты. Таким образом, в первое время на энтузиазме друзей может получиться довольно продуктивный бизнес.

Размышляя о бизнесе, построенном на дружбе, руководители компаний отмечают и тот факт, что работа в таком тандеме не прекращается и тогда, когда друзья

собираются вместе проводить свободное время. Играя в теннис или ловя рыбу, партнеры-друзья одновременно могут решать и рабочие вопросы.

Однако если друзьям приятно проводить время вместе, совсем не значит, что им будет также легко решать возникающие проблемы в бизнесе. Неформальные отношения вносят в работу немало проблем, которые, как утверждают бизнесмены, способны если и не привести общее дело к краху, то изрядно его потрепать.

«Бизнес и дружба вещи абсолютно несовместимые, – считает Константин Могильный, заместитель директора ФГУ ДСД «Центр». Природа таких отношений основана на противоположных принципах действий: бизнес – возмездные отношения с постоянной конкуренцией, получением выгоды за счет других, а дружба – отсутствие корысти» [3].

С ним согласен и Евгений Потапов, генеральный директор СГ «Межрегионгарант», который считает, что дружба в бизнесе – одна из серьезнейших ошибок, которые допускают люди. Необходимо четко разделять бизнес и дружбу – при смешении же не получается ни того, ни другого. Подобное смешение практически во всех случаях приводит к негативному результату.

С точки зрения Богданова Е. управляющего партнера компании «Домтек», рано или поздно наступает момент, когда дружеские взаимоотношения начинают мешать бизнесу. Дружба может продолжаться до первых сложностей, с которыми и столкнется бизнес. Например, когда дела идут плохо, это всегда сказывается на дружеских отношениях. Каждому из основателей компании кажется, что именно он больше работает, больше берет на себя ответственности. Нередки взаимные претензии, различия в принимаемых решениях, столкновения и конфликты. Также Богданов Е. отмечает, что формат дружбы уменьшает ответственность, потому что нередко друзья надеются друг на друга и вследствие этого ждут более активных и ответственных действий. Не удивительно, что при таком положении дел бизнес оказывается под угрозой.

Владельцы бизнеса, которым пришлось когда-либо вести дела с друзьями, отмечают, что дружеские взаимоотношения начинают «давать сбой», когда дело доходит до разделения полученной прибыли. Именно на этом этапе нередко возникают непонимание и конфликты. С точки зрения Могильного К. в бизнесе, основанном на дружбе, нужно вообще забыть о рентабельности. До получения первой прибыли такой бизнес демонстрирует прекрасные отношения и спокойную обстановку в офисе, а после начинаются проблемы [4].

Бывает и так, что друзья-партнеры замыкаются на себе и только вдвоем принимают решения. Боясь привлечь «свежие идеи», друзья слушают только себя и выносят решения в закрытом обществе друг друга. Хуже, когда и внутри дружеского сообщества происходят раздоры: когда расходятся позиции и намечаются прямо противоположные пути выхода из сложной ситуации. Пословам Инны Родиной, управляющего партнера рекрутинговой компании PRC Consulting, в союзе двух друзей, решивших построить бизнес, зачастую нет единого начальства. Именно по этой причине со временем становится труднее выдерживать общую стратегию развития, каждый начинает «тянуть одеяло на себя», а это приводит к явной несогласованности в действиях.

В бизнесе, построенном на дружбе, несомненно, много «подводных камней». Немало их и в модели «друг-начальник и друг-подчиненный». Такая модель, по мнению большинства руководителей опрошенных компаний, заранее обречена на провал. Очевидно, что сквозь прикрытые ради дружбы глаза, друг-начальник позволяет другу-подчиненному то, что нередко не позволил бы обычному сотруднику.

Другу можно простить промахи в работе, безосновательно повысить премию, списать со счетов организационные нарушения. Выставить требования другу гораздо сложнее, чем постороннему человеку. И начинается смешение понятий дружбы и

работы: руководитель шадит друга-подчиненного, неправильно стимулирует его работу, да и во многих других вопросах демонстрирует неправильный подход, забывая, что требования к дружбе и работе абсолютно различны.

Евгений Потапов считает, что с положительной стороны факт дружбы между начальником и подчиненным рассматриваться не может, если же случилось так, что дружба все же возникла, то подчиненному следует сменить работу. По мнению генерального директора «Межрегионгарант», дружба делает невозможной объективную оценку начальником своего подчиненного, она становится неадекватной, и в итоге, несомненно, страдает бизнес. С другой стороны, подчиненный, зная о том, что дружеские отношения с руководителем всегда позволят спустить ситуацию «на тормозах», обязательно начнет расслабляться, допускать ошибки, неизбежно теряя в эффективности по всем рабочим показателям.

Также Потапов считает, что система эффективных взаимоотношений между начальником и подчиненным, в особенности, если начальник является еще и владельцем бизнеса, обязательно должна предполагать возможность увольнения сотрудника. Это нормальная форма социального договора, если работник хорошо и с отдачей делает свою работу, а работодатель выполняет свои финансовые обязательства перед сотрудником. Дружба же между начальником и подчиненным нарушает этот социальный договор, что приводит либо к ухудшению качества работы, выполняемой подчиненным, либо к ущербу в отношениях, но чаще страдает и то, и другое.

А. Арутюнян считает, что в дружеские отношения всегда вмешиваются эмоции, чрезмерные ожидания, беспочвенные претензии, обиды, а нередко и зависть подчиненного-друга постепенно разрушают отношения и сводят эффективность совместной работы «на нет». Источником конфликта может быть любая ситуация и то, на что, к примеру, «рядовой» подчиненный не обратит внимания, заставит друга затаить обиду или же открыто выставить претензии» [5].

И. Родина высказывается о дружбе в бизнесе, как об очень тонкой материи – сохранении дружбы и работы. Она отмечает, что суверенностью сказать, что бизнес на дружбе строить можно, но прежде чем выбрать партнера-друга, стоит оценить многие риски, ведь именно после первых успехов совместного бизнеса начинают возникать ошибки, которые могут серьезно повредить общему делу. Для дистанцирования на работе необходимо использовать формулу «ничего личного, просто бизнес» и на период рабочего дня отвлекаться от дружбы. Очевидно, что дружба в бизнесе вопрос деликатный. Долго ли она продлится, зависит от многих факторов: и отличностных качеств друзей-партнеров, и от умения грамотно распределить роли в бизнесе, и от способности вовремя разрешать конфликтные ситуации.

Подводя итог, можно сказать, что в жизни все индивидуально. Нет определенных правил или формулы дружеских отношений на работе. Кто-то дружит по 10–15 лет, а как только начинают вести бизнес, ссорятся и перестают общаться, а кто-то в процессе работы приобретает новых и верных друзей. Однако, как считает большинство опрошенных руководителей, примеры крепкой и долговечной дружбы в бизнесе носят единичный характер. Многие из бизнесменов уверенно полагают: даже самой теплой дружбе, если в нее вмешивается бизнес, рано или поздно наступает конец. Тем не менее, если все-таки приходится строить бизнес, основанный на дружбе, необходимо заранее, на этапе организации совместного дела, продумать и обговорить все детали. Бизнесмены, уже имевшие опыт конфликтных ситуаций с друзьями-партнерами, советуют: прописывать все условия необходимо на бумаге. Важно закреплять в таких договорах как роли в совместном деле, так и условия возможного «расставания». Не стоит забывать, что в первую очередь вы бизнес-партнеры, и только потом друзья. Четкое и прозрачное распределение сфер влияния, ответственности и системы вознаграждения, зафиксированных документально, – гарантия долговременного и успешного сотрудничества.

Библиографические ссылки

1. Правила бизнеса: Д. Рокфеллер о власти, успехе и упорстве. Электронный ресурс [Электронный ресурс]. URL: <https://biz-anatomy.ru/vse-stati/pravila-biznesa-sovety-millionerov/225-pravila-biznesa-dzhon-devison-rokfeller> (дата обращения: 08.12.2021).
2. Петросян А. Понимание эмоций – ключ к развитию команды [Электронный ресурс] // Управление персоналом. 2020. № 29. С. 5–13. URL: <https://www.top-personal.ru/issue.html> (дата обращения: 08.12.2021).
3. Бизнес, созданный на дружбе [Электронный ресурс] // Управление персоналом. 2009. № 8. URL: <https://hr-portal.ru/article/biznes-sozdannyu-na-druzhbe> (дата обращения: 08.12.2021).
4. Erich Maria Remarque: Kammerater [Three Comrades] [Электронный ресурс]. URL: <https://www.litencyc.com/php/sworks.php?rec=true&UID=19773> (дата обращения: 08.12.2021).
5. Юхновская Ю. Если дружба руководителей начинает мешать работе. Как ограничить личное на производстве и избежать потерь [Электронный ресурс]. URL: <https://e.hr-director.ru/289970> (дата обращения: 08.12.2021).

References

1. Business rules: D. Rockefeller on power, success and perseverance [Electronic resource]. URL: <https://biz-anatomy.ru/vse-stati/pravila-biznesa-sovety-millionerov/225-pravila-biznesa-dzhon-devison-rokfeller> (accessed: 08.12.2021).
2. Petrosyan A. Understanding emotions is the key to team development [Electronic resource] // Personnel Management. 2020. No. 29. Pp. 5–13. URL: <https://www.top-personal.ru/issue.html> (accessed: 08.12.2021).
3. A business built on friendship [Electronic resource] // Personnel Management. 2009. No. 8. URL: <https://hr-portal.ru/article/biznes-sozdannyu-na-druzhbe> (accessed: 08.12.2021).
4. Erich Maria Remarque: Kammerater [Three Comrades]. URL: <https://www.litencyc.com/php/sworks.php?rec=true&UID=19773> (accessed: 08.12.2021).
5. Yukhnovskaya Yu. If the friendship of the leaders begins to interfere with the work. How to limit personal production and avoid losses. URL: <https://e.hr-director.ru/289970> (accessed: 08.12.2021).

© Гнатюк В. О., 2021

УДК 33.338.3

ФОРМИРОВАНИЕ СОБСТВЕННОЙ ТОЧКИ ЗРЕНИЯ РУКОВОДИТЕЛЯ В ПРОЦЕССЕ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ: ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

В. С. Задонский
Научный руководитель – М. В. Кравченко

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева
Российская Федерация, 660037, г. Красноярск, просп. им. газеты «Красноярский рабочий», 31
E-mail: kraftmarina@yandex.ru

В статье представлен анализ представлений о влиянии разных позиций на формировании личного и общественного мнения относительно выбора конкретных атрибутов для принятия решения, на которые оказывают влияние много факторов.

Ключевые слова: атрибуты власти, авторитет, социальные сети, формирование мнения.

FORMATION OF THE MANAGER'S OWN POINT OF VIEW IN THE DECISION-MAKING PROCESS: FOREIGN EXPERIENCE

V. S. Zadonsky
Scientific supervisor – M. V. Kravchenko

Reshetnev Siberian State University of Science and Technology
31, Krasnoyarskii rabochii prospekt, Krasnoyarsk, 660037, Russian Federation
E-mail: kraftmarina@yandex.ru

The article presents the an analysis of the ideas about the influence of different positions on the formation of personal and public opinion regarding the choice of specific attributes for decision-making, which are influenced by many factors.

Keywords: attributes of power, authority, social networks, opinion formation.

Известнейший на весь мир американский промышленник и владелец заводов по производству автомобилей по всему миру, Генри Форд однажды сказал: «Мой секрет успеха заключается в умении понять точку зрения другого человека и смотреть на вещи и с его и со своей точки зрения», – эта жизненная мудрость однозначно помогла ему добиться успеха в своей сфере деятельности, так как ещё при жизни он сумел наладить контакт и договориться со многими великими деятелями автомобильной, и не только, промышленности, отчего плоды его деяний живут и по сей день.

Вопрос о том, чем является собственная точка зрения – действительностью или утопией? – всегда был и будет актуальным. Так у этого вопроса, впрочем, как и у всех явлений в нашем мире, есть две стороны: с одной стороны наше мнение обусловлено различными предрассудками и сформировавшимися устоями и нормами, с другой же – у каждого человека нормы свои. Так, например, для кого-то считается нормой пожимать руку при встрече, у кого-то на подобный физический контакт наложено табу и считается вежливым просто поклониться – это явление обуславливается культурными различиями и у каждого народа своя точка зрения на это.

Изучения в области квантовой физики продемонстрировали то, что при правильных условиях два человека могут наблюдать одно и то же событие с различным результатом – и при этом они оба будут правы, так на примере наблюдений за фотоном, наименьшей количественной единицей света, которая в разных условиях может проявлять свойства и волн, и частиц; два разных человека анализируют его по-разному: один человек определяет положение фотона, а другой подтверждает, что этот же фотон все ещё существует в квантовой суперпозиции всех возможных результатов. Суперпозиция – это термин, который описывает то, что оба условия выполняются в одно и то же время, так экстраполируя все вышесказанное на реальную жизнь можно сказать, что у каждого человека свое видение и для каждого события условия одни, но они не отменяют факта того, что точки зрения и мнение на одинаковые вещи у них разные.

В наше время существует немало известных руководителей, чьи, казалось бы, обычные действия, как шутки в социальных сетях, удивительным образом определяют мнение и действия большинства. Так известнейший на весь мир американский предприниматель, глава и основатель компании Tesla, Илон Маск сделал немало заявлений на счет криптовалют, что кардинально изменило и увеличило рынок криптовалют. После поста Илоном Маском обычного «мема» про криптовалюту Dogecoin в социальной сети Twitter, капитализация Dogecoin выросла на 20 %. Все это говорит нам о том, что в обществе существует тенденция приписывать более высокую оценку мнению авторитетной фигуры и в большей степени зависеть от этого мнения, в данном случае мнению Илона Маска. И ведь правда, после множества заявлений главы компании Tesla, многие люди заинтересовались этой криптовалютой и стали в невероятном количестве её закупать.

Следование общественному мнению, несмотря на наличие собственной точки зрения, нередко имеет отрицательный эффект. Существует такое явление, как профессиональная деформация, которая заставляет людей отбрасывать здравое мнение, следуя общепринятым правилам, так, например, учителя нередко очень категорично относятся к опровержению фактов в учебнике учениками, хоть и понимают, что возможно правда лежит на их стороне. Невозможно придумать что-то кардинально новое, слепо следуя указаниям учебника и отвергая собственные идеи. Такие компании, как Гугл славятся своими инновационными технологиями, так как набирают «светлые умы», которые способны мыслить неординарно, их точки зрения выслушивают и учитывают. Японский менеджмент славится своей эффективностью не просто так. В их модели менеджмента приветствуется мнение каждого работника, вследствие чего после всеобщего опроса формируется самое эффективное решение.

Мир стал таким, каким мы его знаем сейчас, благодаря многим великим умам, таким, как Генри Форд, Никола Тесла, Леонардо Да Винчи, Галилео Галилей и многим другим. Это люди, которые своими инновационными идеями изменили наш мир и привнесли в него массу новшеств, без которых мы не можем представить нашу повседневную жизнь: Генри Форд был первым человеком, который представил автомобиль для массового потребителя, именно он сделал автомобили доступными для всех, Никола Тесла создал радио, которое мы слышим каждый день, когда едем в машине на работу.

Стив Джобс также является человеком, который до последнего гнул свою линию и по итогу добился колоссального успеха, сделав свою компанию самой дорогой компанией в мире. В компанию Apple на самом её старте никто не верил, кому вообще понадобились компьютеры на своей собственной системе, когда есть Windows; кому нужны телефоны без кнопок; кому нужен плеер, в который ты не можешь скачать свои собственные песни с компьютера – все сомневались в Apple, но по итогу компания Джобса смогла добиться успеха. Стив Джобс вложил всю свою жизнь в этот проект, да к устройствам компании Apple есть немало вопросов, однако их продукция популярна по всему миру. К слову, компания Apple сейчас настолько богата, что её рыночная стоимость сравнима с ВВП всей Африки. Лишь благодаря уникальности устройств этой

компании, уникальности мнения глав компании насчет рынка электротехники, устройствами Apple пользуется 1,3 миллиарда человек по всему миру.

Отсюда мы можем сделать вывод, что собственное мнение – это не всегда плохо, а зачастую играет на руку руководителю. Но существует также установка, что мнению общества противоречить не стоит. На этом моменте обратимся к устоям и основе всей китайской философии – философии Инь и Ян. Согласно китайской философии достигнуть гармонии можно только, когда противоположные силы дополняют друг друга. Хочется вновь обратиться к японской модели менеджмента, которая считает то, что руководитель формирует общественное мнение, выслушивая мнения единиц. Благодаря такому сочетанию японцы сумели выйти из кризиса и стать одной из самых сильных экономик мира. Главное умение – это умение доносить свои мысли правильно, ведь, если руководитель умеет доходчиво выразить свою идею; если знает, как быть услышанным, то ему будет гораздо проще изменить общественное мнение, и в этом случае не он будет исполнять мнение большинства, а сообщество компании – его.

Собственная точка зрения – есть у всех и у каждого, однако не все руководители и сотрудники готовы и умеют правильно выражать собственное мнение. Не все могут быть услышанными, поэтому можно сказать, что собственная точка зрения это и действительность, и утопия в современном управлении. От общих устоев, которые руководители учитывают при социализации в обществе, они достигают частных мыслей, которые либо разнятся с этими устоями, либо соответствуют им. Лишь когда руководитель меняет точку зрения, он начинает видеть вещи, которые не видел ранее, поэтому и необходимо научиться достигать баланса. Истина в принятии решений всегда лежит между двумя противоположными мнениями.

Библиографические ссылки

1. Квантовая физика доказала: каждый живет в своей собственной реальности [Электронный ресурс] // Популярная механика. URL: <https://www.popmech.ru/science/468722-opyt-s-kvantovoy-fiziko-ustpeshno-dokazal-cto-u-kazhdogo-svoya-realnost/> (дата обращения: 08.12.2021).
2. Курс Dogecoin вырос на 33 % после анонса листинга на криптобирже Coinbase [Электронный ресурс] // VC.RU. URL: <https://vc.ru/crypto/246025-kurs-dogecoin-vyros-na-33-posle-anonsa-listinga-na-kriptobirzhe-coinbase> (дата обращения: 08.12.2021).
3. Особенности и преимущества японской модели менеджмента [Электронный ресурс] // Bitcop.ru. URL: <https://bitcop.ru/blog/yaponskij-menedzhment> (дата обращения: 08.12.2021).
4. Теории предубеждений [Электронный ресурс] // Социальная психология. URL: https://studme.org/226417/psihologiya/teorii_predubezhdeniy (дата обращения: 08.12.2021).
5. Логинов Н. Когнитивные искажения: почему мы ошибаемся [Электронный ресурс] // Постнаука. URL: <https://postnauka.ru/faq/89948> (дата обращения: 08.12.2021).
6. 8 когнитивных искажений, с которыми сталкиваются специалисты [Электронный ресурс] // Bitcop.ru. URL: <https://vc.ru/life/149270-8-kognitivnyh-iskazheniy-s-kotorymi-stalkivayutsya-specialisty> (дата обращения: 08.12.2021).
7. 30 мыслей Генри Форда о труде, бизнесе и машинах [Электронный ресурс] // Экономика. URL: <https://www.interfax.ru/business/320849> (дата обращения: 08.12.2021).

References

1. Quantum physics has proved that everyone lives in their own reality [Electronic resource] // Popular Mechanics. URL: <https://www.popmech.ru/science/468722-opyt-s-kvantovoy-fiziko-ustpeshno-dokazal-cto-u-kazhdogo-svoya-realnost/> (accessed: 08.12.2021).

2. The Dogecoin exchange rate increased by 33 % after the announcement of the listing on the Coinbase crypto exchange [Electronic resource] // VC.RU. URL: <https://vc.ru/crypto/246025-kurs-dogecoin-vyros-na-33-posle-anonsa-listinga-na-kriptobirzhe-coinbase> (accessed: 08.12.2021).

3. Features and advantages of the Japanese management model [Electronic resource] // Bitcop.ru. URL: <https://bitcop.ru/blog/yaponskij-menedzhment> (accessed: 08.12.2021).

4. Theories of prejudice [Electronic resource] // Social psychology. URL: https://studme.org/226417/psihologiya/teorii_predubezhdeniy (accessed: 08.12.2021).

5. Loginov N. Cognitive distortions: why are we wrong [Electronic resource] // Postnauka. URL: <https://postnauka.ru/faq/89948> (accessed: 08.12.2021).

6. 8 cognitive distortions faced by specialists [Electronic resource] // Bitcop.ru. URL: <https://vc.ru/life/149270-8-kognitivnyh-iskazheniy-s-kotorymi-stalkivayutsya-specialisty> (accessed: 08.12.2021).

7. 30 thoughts of Henry Ford about work, business and cars [Electronic resource] // Economics. URL: <https://www.interfax.ru/business/320849> (accessed: 08.12.2021).

© Задонский В. С., 2021

УДК 33.338.3

К ВОПРОСАМ УПРАВЛЕНИЯ ПОРТФЕЛЕМ ПРОЕКТОВ

Е. В. Путинцева
Научный руководитель – М. В. Кравченко

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева
Российская Федерация, 660037, г. Красноярск, просп. им. газеты «Красноярский рабочий», 31
E-mail: kraftmarina@yandex.ru

В статье представлен обзор основных инструментов в управлении портфелем проектов, в том числе организация проектного офиса, подбор персонала для проектов, разработка регламентов реализации проекта.

Ключевые слова: инновационный проект, проектный офис, регламент, корпоративная культура.

ON THE ISSUES OF PROJECT PORTFOLIO MANAGEMENT

E. V. Putintseva
Scientific supervisor – M. V. Kravchenko.

Reshetnev Siberian State University of Science and Technology
31, Krasnoyarskii rabochii prospekt, Krasnoyarsk, 660037, Russian Federation
E-mail: kraftmarina@yandex.ru

The article provides an overview of the main tools in project portfolio management, including the organization of a project office, the selection of personnel for projects, the development of project implementation regulations.

Keywords: innovative project, project office, regulations, corporate culture.

Управление портфелем является естественным развитием проектного менеджмента. Управление портфелем отличается от управления проектом тем, что основной задачей проектного управления является «делать работу правильно», а управления портфелем – «делать правильные работы», что существенно расширяет круг проблем.

Главная цель управления портфелем инновационных проектов заключается в определении оптимального сочетания и последовательности предлагаемых проектов для наилучшего достижения организацией общей цели. Процесс управления портфелем проектов заключается главным образом в определении бизнес-стратегии, и целей, при наличии общих ограничений на портфель проектов в целом; в порождении и постоянном контроле и изменении проектов для достижения указанных целей.

Одним из вариантов портфеля проектов является набор всех плановых работ в рамках определенного направления бизнеса, который управляется с учетом изменчивости бизнеса. Эти работы инициируются с целью получения выгод и новых возможностей для определенного направления бизнеса. Таким образом, портфель проектов преобразует динамические цели (получение постоянной выгоды от эксплуатации и развития системы) к статическим целям (набор проектов преобразования системы), то есть выполняет переход от процессов к проектам.

При создании проектного портфеля создается в добавок проектный офис, в управление которого передаются приоритетные проекты и соответствующие ресурсы на их

реализацию. Для создания проектного офиса необходимо решать несколько организационных вопросов.

1. Определение приоритетных проектов. Так как проектный офис создается для реализации стратегически важных проектов, то компания должна определить критерии приоритетности. Это может быть, как финансовый критерий – затраты на проект или ожидаемая прибыль от проекта, объем трудозатрат по проекту, важность заказчика и так далее. Может быть предложена количественная оценка приоритетности проекта как совокупность показателей

$$P = Q_1 \cdot P_1 + Q_2 \cdot P_2 + \dots Q_N \cdot P_N, \quad (1)$$

где P – итоговый показатель приоритетности; P_n – соответствующий параметр; Q_n – его значимость для компании [1].

2. Автономия выделяемых ресурсов. Если компания привлекает субподрядчика для выполнения заказа, то она платит фиксированную устраивающую ее сумму, с определенными в договоре параметрами выполнения заказа. Если исполнитель вписывается в эти рамки, то дополнительная прибыль, получаемая в виде разницы между стоимостью заказа и себестоимостью работ, является прибылью исполнителя. Компания может реализовывать такую же схему для проектного офиса, когда на выполнение того или иного заказа объявляются торги, которые может реализовать как внешний исполнитель, так и проектный офис как внутренний исполнитель. По условиям контракта проектный офис реализует необходимый объем работ, а экономия от суммы заказа – при условии соблюдения качества работ – является прибылью проектного офиса и может быть распределена в виде мотивационной части заработной платы. При этом компания сокращает расходы за заработную плату за счет основной деятельности, переводя персонал проектного офиса на оплату за счет реализации проекта. При несоблюдении плановых параметров и введении штрафных санкций от внешнего заказчика проектный офис теряет соответственно часть заработной платы. Основная проблема при такой схеме в выделении требуемых ресурсов – в том числе финансовых – в условиях их дефицита.

3. Выделение персонала под проектный офис. При формировании команд проекта в целом и проектного офиса в частности появляется проблема оценки деятельности персонала. В компании будет персонал, «прикомандированный» исключительно в ведение проектного офиса, и сопровождающий персонал – который кроме данного приоритетного проекта занимается и другими вопросами. В этой ситуации вопрос разделения мотивационного фонда стоит особенно остро. Для решения данной задачи можно оценить объем человеко-часов на проект в целом, долю персонала проектного офиса и долю прочего персонала, построить график привлечения прочего персонала к работе над проектом, и определить долю мотивационного фонда на каждого участника проекта.

4. Определение задач проектного офиса. Проектный офис, или офис управления проектами (Project management office, PMO) – это подразделение, осуществляющее централизованную координацию и управление подотчетных ему проектов [1]. Проектный офис (ПО) является обособленным объектом организационной структуры компании. Функции ПО варьируются от управления отдельными проектами до координации работы над портфелем проектов. Офис разрабатывает внутреннюю нормативную документацию по управлению проектами, руководства по управлению проектами, проводит отбор, интеграцию и обучение персонала, автоматизирует управление проектами. Основная задача ПО – реализация проектов «под ключ» и ответственность за их успешное завершение. ПО может быть как временным, создаваемым под отдельные проекты, так и постоянным при закреплении за ним последовательности приоритетных проектов. Он включает как выделенный персонал, так и имеет возможность привлекать на временной

основе персонал из других подразделений компании [2]. В последнем случае руководитель ПО должен иметь статус или полномочия, позволяющие напрямую отдавать указания персоналу, минуя цепочку вертикальных руководителей. Основными функциями, для эффективного выполнения которых создается проектный офис, являются [3]:

- стандартизация подходов к выполнению проектов;
- приоритезация проектов в соответствии со стратегией организации;
- подготовка и повышение квалификации менеджеров проектов;
- утверждение и распространение руководящих документов по управлению проектами в организации;
- планирование проектов;
- непосредственно портфельное управление, в том числе создание и координация связей между проектами;
- мониторинг и подготовка отчетности по проектам, выполняемым организацией;
- стандартизация отчетности по проектам;
- ведение базы данных по показателям эффективности проектов для их оценки и планирования;
- разработка лучших практик и стандартов управления проектами. В рамках реализации данных функций задачами проектного офиса являются [21]:
- обеспечение реализации проектов;
- создание системы и имплементация мониторинга хода реализации работ проекта, рисков проекта;
- управление качеством работ проекта
- документация проектов.

5. Организация проектного офиса. Можно выделить несколько этапов организации проектного офиса [4]:

1. Анализ и диагностика системы управления проектами в организации. По результатам анализа можно сделать вывод, нужен ли компании полноценный проектный офис, каким образом он позволит компании оптимизировать процесс управления проектами.

2. Разработка концепции работы и организационной структуры проектного офиса. На этом этапе определяется место и роль ПО, закрепляется персонал, который будет работать непосредственно в проектном офисе, формализуются должностные инструкции персонала.

3. Определение стандартов работы проектного офиса. Так как заказчик работ проектного офиса внутренний, то его деятельность подчиняется стратегии компании. Стандартов собственно управления проектами множество, компания сама определяет, какие из них ей необходимы. Надо отметить, что организация проектного офиса – это тоже проект, для реализации которого проводятся все стадии жизненного цикла проекта – от инициации до контроля и рефлексии (определение объема работ, ресурсов, формализации системы вознаграждения участников проекта).

4. Подбор проектного персонала. Проектная команда может состоять из специалистов компании, персонала, привлеченного на аутсорсинг, удаленных экспертов. Следует отметить, что состав проектной команды не является строго фиксированным и может изменяться по мере реализации проектов. Поэтому, для оптимального распределения нагрузки важно подобрать разумное соотношение «своего» и привлеченного проектного персонала, и при этом сохранить целостность и динамику проекта.

5. Обучение проектного персонала. Проводится обучение проектному управлению руководящего состава и участников проектной команды. Целесообразно проводить обучение общей методологии проектного управления всех сотрудников компании, чтобы выровнять понимание системы управления проектами, выработать единую

терминологию и подходы к реализации проектов. Так как самым длительным этапом является подбор и обучение проектного персонала, а состав проектного офиса может очень сильно отличаться, сроки организации проектного офиса в каждом конкретном случае различны. Усреднено, длительность работ составляет не менее одного месяца и не превышает полугодя [5].

При формировании ПО наиболее трудоемкому этапу является определение стандартов и методологий. Таким образом, для выполнения функций ПО необходимо наличие регламента [6]. Формирование регламента, как и формирование самого проекта, начинается с научно-методического обеспечения работ. Как правило, регламент представляет собой описание принятых подходов к управлению данным проектом. Регламент включает в себя помимо научно-методического обеспечения работ, непосредственно мониторинг хода реализации проекта. По сути это набор необходимых работ при реализации проекта, включающих в себя список корректирующих и предупреждающих действий.

В регламенте предусмотрено формирование отчетности не только по завершению проекта, но и в процессе его реализации. Это необходимо для оценки текущего состояния проекта, возможности проведения анализа отклонений [25].

Кроме того, регламент предусматривает управление качеством работ проекта – порядок применения инструментов контроля качества, способы и методы документирования результатов измерений, а также порядок подготовки запросов на изменение в соответствии с рекомендованными корректирующими или предупреждающими действиями.

За последние десятилетия произошла существенная интеграция России в мировую систему хозяйствования. Активные инновации во всех областях деятельности компаний предполагают, что успех, а, следовательно, конкурентная позиция любого предприятия определяется тем, насколько быстро предприятие будет реагировать на постоянно меняющиеся условия хозяйствования и требования внешней среды. Таким образом, современный этап предопределяет стратегию постоянных изменений и нововведений в организациях, то есть постоянное организационное развитие.

Наиболее прогрессивной формой управления любыми изменениями выступает управление проектами, которое предполагает создание специального органа управления развитием организации – команды проекта. Кроме того, можно утверждать, что в современном мире любые изменения обречены на провал без активной поддержки со стороны персонала. Формирование позитивного восприятия процесса перемен, привлечение персонала в процесс развития организации обеспечивается инновационно направленной корпоративной культурой, которая создает условия для эффективной реализации проектов организационного развития, возводит инновации в ранг неоспоримых ценностей, а процесс изменений – в разряд норм и правил существования организации.

Таким образом, создание поддерживающей развитие корпоративной культуры является залогом успешности инновационных преобразований, обеспечивающих жизнеспособность и конкурентную позицию компании на рынке. Все это начинают осознавать руководители российских организаций и предприятий, поэтому спрос на консалтинговые услуги в области организационного развития, диагностики и регулирования организационной культуры неуклонно растет.

Помимо этого, корпоративная культура помогает в достижении прозрачности отчетности предприятия. Прозрачность бизнеса (транспарентность) – это среда, в которой компания предоставляет всем заинтересованным сторонам необходимую им для принятия рациональных решений информацию в открытой, полной, своевременной и понятной форме. В более широком понимании транспарентность означает наличие эффек-

тивных коммуникаций и взаимодействия между руководством компании, с одной стороны, и акционерами, кредиторами, средствами массовой информации, другими рыночными агентами и даже обществом в целом – с другой.

Таким образом, можно увидеть, что при создании какого-то инновационного продукта необходимо создать в организации полную прозрачность, чтобы инвесторы видели всю ситуацию компании. Были созданы проектные офисы, где будут разрабатываться проекты. Создавалась корпоративная культура, чтобы привлечь сотрудников компании к участию в данных проектах.

Библиографические ссылки

1. Болотова К. Р., Грошева Н. Б. Создание проектного офиса как инструмента реализации инновационных проектов [Электронный ресурс] // Бизнес-образование в экономике знаний. 2015. № 2 (2). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sozдание-proektnogo-ofisa-kak-instrumenta-realizatsii-innovatsionnyh-proektov> (дата обращения: 08.12.2021).
2. Проектный офис [Электронный ресурс]. URL: http://bigc.ru/publications/other/restruct/project_office.php (дата обращения: 08.12.2021).
3. Проектный офис [Электронный ресурс]. URL: <http://sprintinvest.ru/proektnyj-ofis-ponyatiezadachi-i-funkcii> (дата обращения: 08.12.2021).
4. Организация проектного офиса [Электронный ресурс]. URL: <http://www.pmppractice.ru/outsourcing/office/> (дата обращения: 08.12.2021).
5. Системы управления проектами и ERP-система в корпорации [Электронный ресурс]. URL: http://iteam.ru/publications/project/section_42 (дата обращения: 08.12.2021).
6. Статья Metallurgical Combine [Электронный ресурс]. URL: [201237-dolgovaya-yama-metallurgicheskie-kompaniiteryayut-platezhesposobnost](https://www.researchgate.net/publication/3581237-dolgovaya-yama-metallurgicheskie-kompaniiteryayut-platezhesposobnost) (дата обращения: 08.12.2021).

References

1. Bolotova K. R., Grosheva N. B. The creation of a project office as a tool for the implementation of innovative projects [Electronic resource] // Business education in the knowledge economy. 2015. No. 2 (2). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sozдание-proektnogo-ofisa-kak-instrumenta-realizatsii-innovatsionnyh-proektov> (accessed: 08.12.2021).
2. Project Office [Electronic resource]. URL: http://bigc.ru/publications/other/restruct/project_office.php (accessed: 08.12.2021).
3. Project Office [Electronic resource]. URL: <http://sprintinvest.ru/proektnyj-ofis-ponyatiezadachi-i-funkcii> (accessed: 08.12.2021).
4. Organization of the project office [Electronic resource]. URL: <http://www.pmppractice.ru/outsourcing/office/> (accessed: 08.12.2021).
5. Project management systems and ERP system in the corporation [Electronic resource]. URL: http://iteam.ru/publications/project/section_42 (accessed: 08.12.2021).
6. Article Metallurgical Combine [Electronic resource]. URL: [201237-dolgovaya-yama-metallurgicheskie-kompaniiteryayut-platezhesposobnost](https://www.researchgate.net/publication/3581237-dolgovaya-yama-metallurgicheskie-kompaniiteryayut-platezhesposobnost) (accessed: 08.12.2021).